



# PAROLES D'EXPERTS

**Kunal PURI,**  
en charge du Customer success,  
Infosys Equinox



## Découvrez trois nouvelles tendances retail du monde d'après

Aujourd'hui les magasins utilisent les nouvelles technologies pour protéger aussi bien leurs collaborateurs que leurs clients. C'est le cas des innovations qui se sont généralisées pendant la période Covid19 : le « click-and collect » et la précommande par exemple, qui réduisent autant que possible le temps passé en boutique. Il y a fort à parier que les commerces physiques vont continuer cette tendance d'hybridation dans les années à venir.



### LA BOUTIQUE EXPÉRIENTIELLE : L'AVENIR DES CENTRES COMMERCIAUX ?

Les nouvelles boutiques utilisent le numérique de manière immersive et recentrent leur approche au plus près du client.

Millenials et génération Z sont davantage séduits par des boutiques utilisant la réalité virtuelle et augmentée, écrans interactifs, ou encore « *gamification mobile* », que par les centres commerciaux du monde d'avant. On comprend l'intérêt des investissements « *phygitaux* » pour les enseignes voulant se démarquer.

#### L'allée sans fin

Deux comportements existants avant la pandémie - le showrooming et le ROPO (recherche en ligne pour acheter en magasin), continuent de se développer.

« *L'allée sans fin* » relie les clients sur place à l'inventaire complet du magasin, physique ou digital, le tout en temps réel.

Ainsi, les clients profitent des avantages et des programmes de fidélité du e-commerce.

L'allée sans fin se nourrit également d'autres outils numériques comme la connectivité aux profils numériques, les recommandations et promotions personnalisées ou encore l'accès aux wishlists et à l'historique de recherche en ligne.

#### Miroir, mon beau miroir...

Alors que les restrictions Covid sont levées petit à petit, les clients et

employés des centres commerciaux poursuivent pourtant leurs efforts de distanciation sociale.

De là sont nés les vestiaires interactifs, ou magic mirrors, qui utilisent des scanners corporels.

Ces miroirs connectés ont accès à l'inventaire du magasin et permettent aux clients d'essayer chaque article avant de faire appel à un employé à l'aide d'un bouton, sans sortir du vestiaire.

#### Le « *Magic Mobile* »

Tous ces essais virtuels peuvent aussi fonctionner sur mobile.

Ainsi, l'application « *Virtual Stylist* » de Levi's, conseille les clients grâce à une IA, au travers du site Levi.com et sur Facebook Messenger, reproduisant quasi à l'identique, une interaction avec un véritable conseiller humain.

La réalité augmentée et virtuelle dans le retail ne se limite pas seulement à l'achalandage, elles peuvent complètement transformer l'expérience des clients, que ce soit dans le domaine de la décoration, de l'aménagement du foyer, de la beauté ou autres...

### UNE NOUVELLE TENDANCE SOCIALE : LE LIVESHOPPING

Autre tendance à surveiller, le liveshopping prend de plus en plus d'ampleur en Europe et aux États-Unis, porté par Amazon, Facebook et Instagram.

Elle est très populaire en Asie et génère plus de 60 milliards de dollars de ventes par an.

### TENDANCE MOBILE : LA CAISSE AUTOMATIQUE "SCAN-AND-GO"

63 % des détaillants interrogés par Infosys au Royaume-Uni prévoient de proposer cette fonctionnalité d'ici 2022.

Elle permet aux acheteurs en magasin de scanner codes-barres et QR codes pour créer leur panier numérique, de payer avec leur carte de crédit ou leur portefeuille mobile et d'éviter ainsi les files d'attente.

Avant la Covid, 73 % des acheteurs s'intéressaient à la caisse automatique et 40 % déclaraient qu'ils seraient plus susceptibles de faire des achats dans des magasins équipés d'une caisse automatique mobile.

#### A RETENIR :

Pour développer ces trois tendances du phygital, les enseignes peuvent se tourner vers des plateformes proposant des microservices « *headless* ». Elles permettent de filtrer chaque fonctionnalité (prix, inventaire, commandes, etc...), de l'isoler dans une Interface de Programmation d'Application (API) pouvant se connecter sur n'importe quel support, et ainsi développer très rapidement et à bien moindre coût les applications idéales.