

EDITO

par **Grégory LENGRAND**
Chef de marché Distribution
Microsoft France
Gregory.Lengrand@microsoft.com

La mobilité est une évidence... C'est même une attente majeure de notre société. En témoigne l'explosion des ventes de PC portables ainsi que, en moins d'une dizaine d'années, la formidable percée du téléphone mobile. Presque tous les Français en sont désormais équipés. Bref, la société dans sa diversité est largement mobile. Appliquée à l'entreprise en général, la mobilité est facteur de productivité, donc de compétitivité. Qui peut l'ignorer ? Appliquée au secteur de la distribution en particulier, **la mobilité est là aussi source de productivité**. Mais elle ouvre également un large champ, encore insuffisamment exploité : la relation client. Un dossier stratégique pour les enseignes, à explorer d'urgence pour ceux qui hésitent encore. Et, en guise de contribution à la réflexion commune, ce numéro spécial de *Rayon Innovations*... Bonne lecture.

Retrouvez également cette newsletter en ligne sur www.microsoft.com/france/distribution

Et découvrez toute l'actualité de la mobilité sur www.microsoft.com/france/windowsmobile

SOMMAIRE

A LA UNE DE LA MOBILITÉ p. 1

Les mille et une vertus de la mobilité

LE MAGASIN DE DEMAIN p. 2

Mobilité : Pourquoi choisir Microsoft ?

Delhaize déploie ses PDA en supermarchés

Comment Mondial Relay trace ses colis jusque dans les Points Relais

L'INTERVIEW p. 3

Olivier Dauvers, Editions Dauvers

A LA UNE DE LA MOBILITÉ

Les mille et une vertus de la mobilité

Largement déployés sur la supply-chain, les outils de mobilité sont encore peu présents sur la surface de vente. Pourtant, leur intérêt est réel. Tant en outils de management que supports de CRM.

Mobilité et retail, l'association est déjà ancienne...

Ne serait-ce que pour relever les prix dans les magasins concurrents ! Depuis, les outils de mobilité ont essaimé en amont du magasin, de l'usine à l'entrepôt. Suivi des flux, gestion des stocks, transport des marchandises ou encore traçabilité : les outils de mobilité sont largement déployés tout au long de la supply chain. Un niveau d'équipement tel que l'heure n'est généralement plus à la première acquisition, mais bien au renouvellement. Avec, au passage, des outils plus performants, plus ergonomiques, plus légers et – point non négligeable – plus ouverts aux développements spécifiques.

En revanche, dans le magasin, du quai de réception à la zone de caisses, la mobilité est encore davantage une perspective qu'une réalisation. Pourtant, là encore, **la mobilité offre de réelles avancées, au premier rang desquelles l'accès immédiat au système d'information**. Gain de productivité évident... "C'est l'occasion de remettre les cadres sur le terrain sans les couper des informations ou des applications dont ils ne veulent



pas se priver, note Olivier Dauvers, co-auteur de l'ouvrage *Le Magasin de demain s'invente aujourd'hui*. Et les commerçants ont tout à gagner à réinvestir la surface de vente". Sur le terrain, les outils de mobilité ont en effet mille et une vertus : gestion des assortiments et des prix *in situ*, assistance-client, aide à la vente, queue-boos-

ting et même encaissement ! A terme, la mobilité permettra aussi au client d'interagir avec le commerçant via son propre terminal, le téléphone portable. Et, là aussi, le champ des possibles est large. Exemple : un client qui capturera en rayon une offre promotionnelle via son mobile puis l'utilisera directement en caisses ! ■

EN BULLE



Mobilité : Pourquoi choisir Microsoft ?

UNE OFFRE COMPLÈTE

Microsoft intègre l'ensemble de ses solutions dans la perspective de l'entreprise mobile. Du serveur au PC, et jusqu'au terminal mobile, les applications Microsoft permettent aux personnes itinérantes d'être connectées à leur entreprise. Microsoft ainsi couvre l'ensemble des besoins d'accès aux informations. Avantage : la cohérence et la facilité de la mise en place.

UNE OFFRE OUVERTE

Microsoft travaille sur la brique logicielle de base sur laquelle les partenaires éditeurs peuvent développer des solutions spécifiques, implémenter leur propre valeur, ajustée au mieux au besoin d'un secteur, d'un métier ou d'une entreprise.

UNE OFFRE INDÉPENDANTE DU SUPPORT

Support mono tâche (de type lecteur de code barre) ou véritable bureau mobile, la mobilité prend différentes facettes. Avec une large gamme de terminaux équipés de Windows Mobile (smartphones, PDA, ou durcis), les supports sont différents, mais s'appuient sur le même socle logiciel.

Delhaize déploie ses PDA en supermarchés

Delhaize renouvelle son parc de terminaux mobiles en supermarchés. Les employés utiliseront désormais de véritables PDA, connectés en Wi-Fi au SI du magasin.

La mobilité prend une nouvelle dimension chez Delhaize avec le déploiement annoncé d'un nouveau terminal MC70 de Symbol et de la solution spécifique proposée par EZOS. "Le projet a été initié il y a environ un an", détaille Sébastien Cools, store applications team leader chez Delhaize. L'objectif était de profiter du renouvellement du parc de terminaux pour tirer avantage de la mobilité". Auparavant, les anciens terminaux étaient utilisés pour passer les commandes, gérer les inventaires et réaliser les ajustements de stocks, le tout en mode batch. Désormais, les nouveaux PDA cumulent les avantages. Une ergonomie nettement plus intuitive (qui limite le besoin de formation), des fonctionnalités nouvelles et une connexion Wi-Fi qui synchronise l'ap-



pareil en temps réel avec le SI du magasin (et permet la maintenance à distance). "C'est un avancée majeure pour que le personnel soit plus souvent sur la surface

de vente, au plus près des clients", résume Sébastien Cools. Auparavant, pour certaines procédures, les employés devaient traiter les données dans les bureaux, ce qui les éloignait du magasin. Désormais, les traitements sont réalisés on-line, sans quitter les rayons !". Prochaine étape, enrichir encore les fonctionnalités du terminal mobile : commande assistée par ordinateur, connaissance des états de stocks ou encore conseils clients. ■

LE PARTENAIRE

SSII créée en 1992 en Belgique, EZOS a accompagné Delhaize dans le projet de renouvellement et d'enrichissement fonctionnel des terminaux mobiles en magasin. **Gold Partner, EZOS est un partenaire historique de Microsoft sur les dossiers mobilité.**

Comment Mondial Relay trace ses colis jusque dans les Points Relais

34 millions de colis acheminés par an, soit vers le domicile des clients soit vers l'un des 3 600 Points Relay de l'Hexagone : Mondial Relay est un acteur majeur du transport et de la distribution de colis, notamment pour les enseignes du groupe 3 Suisses International (dont il est une filiale). Depuis 2004, l'entreprise a mis en place une véritable traçabilité jusque dans les Points Relais,

grâce à une solution de mobilité. Cette année, Mondial Relay franchit une nouvelle étape avec le déploiement du terminal CN2 d'Intermec équipé de Windows Mobile. A ce jour, environ 600 terminaux sont déployés. La totalité du parc devant être équipé d'ici fin 2008.

Concrètement, les colis sont lus à l'arrivée dans le Point Relais grâce au CN2 durci d'Intermec, ce qui permet d'informer qua-

siment aussitôt le client de la disponibilité de la marchandise (via SMS ou e-mail) et, plus généralement, d'intégrer le Point Relais dans la traçabilité d'ensemble de la supply chain. Lors de la remise du colis au client, le terminal est également utilisé pour recueillir sa signature, complétant ainsi la traçabilité de la chaîne. ■



LE PARTENAIRE

Déjà plus de 40 ans d'expérience ! Créée en 1966, INTERMEC a inventé trois ans plus tard le premier terminal de collecte de données puis, en 1971, le premier lecteur portable de codes à barres. Depuis, la société n'a cessé d'innover avec l'intégration de technologies GSM, Wifi ou encore RFID.

“Le retail doit passer en mode mobilité”

Remettre les cadres sur le terrain et enrichir la relation client : voilà, pour Olivier Dauvers, les deux bénéfices majeurs pour le retail d'une révolution mobilité qui reste encore à conduire.

La distribution est-elle « mobile » ?

Oui et non ! Historiquement, c'est l'un des premiers secteurs à avoir compris l'intérêt des solutions de mobilité. Ces solutions étaient orientées "capture d'information" et le retail a traditionnellement de nombreuses informations à capturer : tant sur les flux de marchandises que sur les prix. Mais, au-delà, le retail est aujourd'hui plutôt sous-utilisateur de ces technologies. La mobilité concerne essentiellement l'amont des magasins, la supply-chain. Très peu le point de vente sur lequel la révolution mobilité est encore à faire. Globalement, si le nombre de terminaux déployés dans le retail est important, les usages sont encore bien pauvres !

Pourquoi la mobilité concerne-t-elle essentiellement l'amont du retail plus que le point de vente lui-même ?

D'une manière générale, sur tous les secteurs économiques, la mobilité a d'abord concerné les entrepôts et les métiers de la maintenance. Principalement parce que le ROI était plus facile à calculer, et souvent quasi-immédiat. La mobilité remplaçait alors une tâche existante, manuelle et fastidieuse. Le calcul du gain se faisait par une simple comparaison. A l'inverse, il est plus difficile de mesurer à l'avance les bénéfices économiques de la mobilité sur la surface de vente car elle ne remplace pas des tâches existantes. Mais, aujourd'hui, il faudrait être aveugle pour ne pas voir l'intérêt de la mobilité en magasin.

Dans quels domaines ?

En assurant la continuité du SI et des applications métiers, la mobilité permet de remettre les cadres sur la surface de vente. Etre dans le magasin, au contact des clients et des équipes, ne les coupera plus de leurs informations. Donc ils pourront davantage être dans les rayons. Et



Olivier Dauvers est éditeur, spécialiste de la distribution. Il a écrit ou co-écrit plusieurs ouvrages sur le commerce : *Le Commerce en 2053* (2003) *La Saga du commerce français* (2004), *Tranches de vie commerciale* (2005, 2006, 2007) et, plus récemment, *Le Magasin de demain s'invente aujourd'hui* (2007). Il édite également une lettre d'opinion sur le commerce : *Tribune Grande Conso*. En parallèle, à Rennes, il publie un magazine grand public sur la consommation : *RENNES CONSO* (130 000 ex./mois).

« Si le nombre de terminaux déployés dans le retail est important, les usages sont encore bien pauvres ! »

C'est-à-dire ?

La mobilité permet de "faire du commerce avec son temps" ! Songez que la SNCF a équipé ses contrôleurs de terminaux mobiles... Ou encore que La Poste réfléchit à équiper ses 100 000 facteurs ! Et les retailers pourraient durablement s'en penser ? Sérieusement, non. Equiper ses vendeurs leur permet de répondre plus complètement et plus rapidement aux demandes des clients : sur l'état du stock, les caractéristiques techniques, les produits

leur présence sur le terrain ne peut être que bénéfique, ne serait-ce que pour viser l'excellence opérationnelle vers laquelle disent tendre toutes les enseignes aujourd'hui. Ensuite, la mobilité autorise une réactivité sans égale. Un seul exemple : un PDA dans la main et une imprimante portable en bandoulière, un employé peut modifier un prix rapidement et facilement. Mais l'essentiel des bénéfices de la mobilité est encore ailleurs : dans la relation client.



Plus d'infos : www.olivier-dauvers.a3w.fr

LE QUEUE BOOSTING, UN VRAI "PLUS" POUR LES CLIENTS

Quand le consommateur flâne en rayons, il ne "perd" pas son temps. En tous les cas, il n'en a pas l'impression car il est actif. A l'inverse, arrivé en caisse, il s'impatience rapidement. Au-delà de 2m30 d'attente, le client perd la perception objective du temps. Une solution : le queue boosting : un PDA équipé d'un lecteur optique et d'une imprimante qui permet d'anticiper le check-out.

associés, etc. C'est aussi l'occasion de conclure une vente plus instantanément, sans "rupture de charge" liée par exemple à l'occupation de postes de vente assistée. La mobilité permettra de transformer davantage d'intentions d'achat. Et même, demain, de vendre et d'encaisser dans le même geste, sans comptoir de check-out. Donc, pourquoi pas, de regagner des mètres carrés commerciaux.

EZOS

Member of  Vision
IT Group

Microsoft
GOLD CERTIFIED
Partner

Contact:

François LEENS
Email: fle@ezos.com
Portable: +33 6 25 79 68 12
www.ezos.com

Synergie Park
11, Rue Pierre et Marie Curie
59260 Lezennes
Tél.: +33 3 20 19 00 60
Fax.: +33 3 20 19 00 69

c/o Vision IT Group
83, Rue du Château
92100 Boulogne Billancourt
Tél.: +33 1 41 09 77 00
Fax.: +33 1 41 09 77 19

Pionnier français en expertise mobile, EZOS propose, depuis plus de 10 ans, des services de:

- **Développement « sur mesure » d'applications mobiles professionnelles:** techniciens de maintenance, remplacement des procédures papiers, laborantins, transport, livraison, traçabilité des biens et personnes, inventaire, gestion des stocks, etc.
- **Conseil Technologique**
- **Formation/Transfert de compétences**

EZOS intervient pour Microsoft France sur le support 2ème niveau sur les technologies mobiles.

Références: Otis, Arvalis, Delhaize, Tobel, Ciments Calcia, Gaz de France, Wengo, Geves, Arcelor, Castorama, Carrefour, Decathlon, Abbott, Fluxys, etc.



CN₂

L'information Mobile
au service de vos clients



Vous cherchez la polyvalence d'un outil informatique répondant à vos applications actuelles et futures, et valoriser la fonction commerciale.

- ▶ Optimiser vos stocks, votre réception marchandises.
- ▶ Contrôler vos réapprovisionnements des linéaires.
- ▶ Mettre à jour et contrôler les prix en rayon.
- ▶ Offrir un conseil personnalisé à vos clients.
- ▶ Etablir un devis en ligne.
- ▶ Se doter d'un système informatique léger et complet de vente déportée...

Nouveaux PDA durcis Intermec
L'art de satisfaire aussi bien vos employés que vos clients.

Visitez notre site web: www.intermec.fr
Contactez-nous au **00 800 4488 8844**
(numéro gratuit international)
Ou par email : infos.fr@intermec.com

© 2006 Intermec Technologies Corporation. Tous droits réservés. Intermec est une marque déposée d'Intermec Technologies Corporation. Toutes les autres marques déposées sont la propriété des sociétés propriétaires respectives.



Intermec