

# Optimiser l'expérience numérique

Solution d'expériences client de Cisco pour la vente au détail



## Avantages

- Cibler et fidéliser les clients
- Appréhender le processus d'achat du magasin et les habitudes des clients
- Communiquer aux clients des renseignements pertinents et ciblés en temps réel
- Personnaliser les expériences client pour augmenter les ventes, la fidélité et la satisfaction du client
- Fournir des renseignements d'expert à la demande

## Comprendre le client numérique

Les clients adeptes du numérique recherchent une grande variété d'expériences, de solutions interactives et contextuelles de distribution et d'options pour leurs achats – ce qu'ils trouvent rarement dans des environnements d'achat traditionnels. En fait, plus des deux tiers d'entre eux seraient plus susceptibles d'acheter en magasins si ces derniers proposaient plus d'outils mobiles et numériques d'auto-assistance<sup>1</sup>, et 86 % des clients sont prêts à augmenter leurs dépenses pour une meilleure expérience client.<sup>2</sup>

Le processus d'achat des consommateurs d'aujourd'hui comprend plusieurs étapes, dont la plupart sont désormais enregistrées, numérisées et converties en mesures et en données. Chaque interaction de la part d'un client, chaque variation du stock de produits et chaque promotion sont enregistrées pour générer des possibilités de nouvelles fonctionnalités, tant à partir des données historiques que des renseignements en temps réel, afin de soutenir le processus de prise de décisions dans l'ensemble des activités de l'entreprise. La conséquence est la transition du mode d'acquisition des données aux méthodes d'extraction de renseignements à partir de ces données. Ces renseignements

<sup>1</sup> InReality

<sup>2</sup> Harris Interactive/Rightnow

peuvent générer une différenciation et un atout concurrentiel pour le revendeur et une meilleure expérience d'achat pour vos clients. Pour saisir cette occasion, les détaillants d'aujourd'hui doivent développer et affiner un ensemble de fonctionnalités qui génère une expérience de vente au détail numérique dans tous les canaux de distribution.

### Aborder les clients de manière dynamique

En vous basant sur cette connaissance de vos clients, vous pouvez rapidement créer et déployer des expériences contextuelles et un affichage dynamique sur les appareils cellulaires des clients qui les incitent à acheter. Cela vous permet d'établir des relations plus solides avec les clients, de mettre en œuvre de nouveaux modèles commerciaux et d'accroître les occasions de revenus.

Par exemple, votre client est identifié par votre application de vente à son entrée. L'analytique se connecte à votre système de fidélisation et vous permet d'envoyer un contenu personnalisé sur appareil mobile ou un affichage dynamique, selon les préférences du client ou l'emplacement en magasin. Le client peut même interagir virtuellement avec des experts.

### Planifier et personnaliser les expériences

Grâce aux interactions avec les clients et les connaissances qui en découlent, vous disposez des renseignements nécessaires pour fournir des expériences adaptées permettant à vos clients d'acheter comme ils le souhaitent. Une solution Wi-Fi en magasin sécurisée, des données d'application de vente, et une analyse des échanges sur les réseaux sociaux associés vous permettent d'adapter l'expérience d'achat aux préférences individuelles. Vous pouvez désormais fournir des renseignements d'expert, de vive voix ou virtuellement, et fournir des offres ciblées et des expériences personnalisées en fonction de ce que vous savez des habitudes du client.

### Développer des renseignements à 360 degrés sur le client

Pour obtenir ces renseignements, vous avez besoin d'un aperçu global et complet de chaque client (dans l'ensemble des points de contact) et de la capacité à convertir ces renseignements en actions préférentielles. Recueillir des relevés des applications mobiles à option d'adhésion, des systèmes de gestion de la relation client (CRM), des données de programme de fidélisation, des kiosques et des médias sociaux vous donne un aperçu à 360 degrés de votre client afin de fournir une expérience d'achat très différenciée.

Cisco peut vous aider à définir et à fournir une stratégie d'expérience client adaptée à vos objectifs et à vos initiatives de vente.

« La mobilité transforme la façon dont nous magasinons. Les clients cherchent à faire des achats au détail selon leurs préférences, à obtenir des renseignements actualisés qui les concernent et à interagir instantanément avec les détaillants ».

– Blandine Charveriat Louis

Directrice de la mise en marché, Altarea Cogedim

### Commencer à fournir une meilleure expérience dès aujourd'hui

Laissez-nous vous aider à définir et à lancer une stratégie d'expérience client numérique efficace et adaptée à votre entreprise pour que vous puissiez exploiter une nouvelle source de données sur les clients, concevoir de nouveaux outils numériques et élaborer une nouvelle vision de l'expérience client.

Pour en savoir plus, consultez la page de la [solution Cisco d'expériences client pour la vente au détail](#).