

Aide à l'orientation en magasin

Aidez les clients à trouver facilement ce qu'ils cherchent



L'aide à l'orientation englobe les systèmes conçus pour guider les consommateurs en magasin.

Si leur parcours est mal conçu, ces derniers passeront moins de temps à flâner dans les rayons et se laisseront moins tenter par des coups de cœur. En outre, s'ils ne trouvent pas ce qu'ils sont venus chercher, vous passerez irrémédiablement à côté d'une vente. Un client mécontent percevra l'enseigne et ses produits d'un œil plus critique. D'où l'importance d'une aide efficace à l'orientation pour d'une part cultiver votre image de marque, et d'autre part garantir la conversion.

Côté accessibilité, cette pratique permet de répondre aux besoins spécifiques des personnes en situation de handicap et de les aider à s'orienter plus rapidement et facilement dans le magasin.

Jusqu'à présent, l'aide à l'orientation reposait sur la signalisation en magasin, les plans et autres symboles visuels pour guider les clients dans les linéaires. Mais désormais, les retailers déploient toute une panoplie d'outils digitaux :

- Les applications mobiles misent sur le GPS et le guidage indoor pour orienter les clients. Directions détaillées, géolocalisation des produits, recommandations personnalisées basées sur l'historique client... les avantages sont légion. Les enseignes ont donc tout intérêt à créer leur propre application pour libérer tout le potentiel des innovations d'aide à l'orientation.
- La réalité augmentée (AR) permet aux clients de visualiser le plan du magasin et une mine de renseignements sur les produits depuis la caméra de leur smartphone ou tablette. Cette technologie superpose des informations digitales sur l'environnement physique pour leur simplifier la recherche.

verizon
business



- Des bornes interactives peuvent être disposées aux quatre coins du magasin pour permettre aux visiteurs de consulter des plans, des informations produits et d'autres indications utiles. Certaines sont équipées d'un écran tactile : il suffit alors de saisir l'article recherché et la borne vous indique comment y accéder.
- Les balises sont de petits appareils qui communiquent avec les smartphones aux alentours via le Bluetooth. Les retailers y recourent pour envoyer des notifications push aux clients au fil de leur déambulation en magasin. L'objectif : les tenir au courant des produits et promotions qu'ils croisent. Imaginons qu'un client cherche le céleri au rayon légumes : il n'a qu'à télécharger l'application du magasin et se laisser guider.
- La signalisation digitale inclut des plans, des directions, etc. répartis dans tout le magasin pour aider les clients à s'y retrouver. L'atout du digital, par rapport à la signalétique imprimée d'antan, c'est qu'il permet une actualisation en temps réel des informations pour refléter instantanément les changements d'agencement ou d'inventaire.

Les avantages d'une orientation claire

L'aide à l'orientation améliore indéniablement l'expérience client. Grâce à des indications faciles à suivre, les consommateurs se sentent plus en confiance et plus à l'aise pour faire leurs courses. La probabilité d'achat augmente, et les ventes avec. Car c'est bien connu, on n'achète que ce que l'on trouve. Pour être efficace, l'aide à l'orientation doit simplifier et accélérer au maximum le parcours E-P-C (entrée-produit-caisse).

Par ailleurs, elle peut servir à créer des expériences personnalisées et gamifiées qui renforcent la satisfaction client. Ainsi, dans le cadre de programmes de fidélité, les clients peuvent empocher des récompenses, points et autres badges par le biais d'activités d'orientation et d'achats en magasin.

Dernier atout et non des moindres, elle permet de soigner votre image de marque. Un système d'aide à l'orientation bien pensé contribue à faire bonne impression. Votre enseigne paraît non seulement organisée, professionnelle et à la page, mais aussi soucieuse du bien-être de votre clientèle.

La solution Verizon

L'aide à l'orientation digitale passe par une connectivité in-store avancée. En effet, cette innovation exige une infrastructure robuste capable de traiter de vastes quantités de données en temps réel. Une connexion Internet haut débit et des réseaux sans fil fiables sont également indispensables à l'utilisation des appareils mobiles et autres technologies connectées.

En offrant une connectivité irréprochable et complète, mais aussi les solutions digitales et l'expertise essentielles à son déploiement, Verizon aide les acteurs du secteur à entrer dans l'ère du Retail 4.0. Avec à la clé, des gains d'efficacité, des expériences clients d'exception et un fort facteur différenciant.