



APG CASH DRAWER®

Réinventer Le Magasin des Futurs

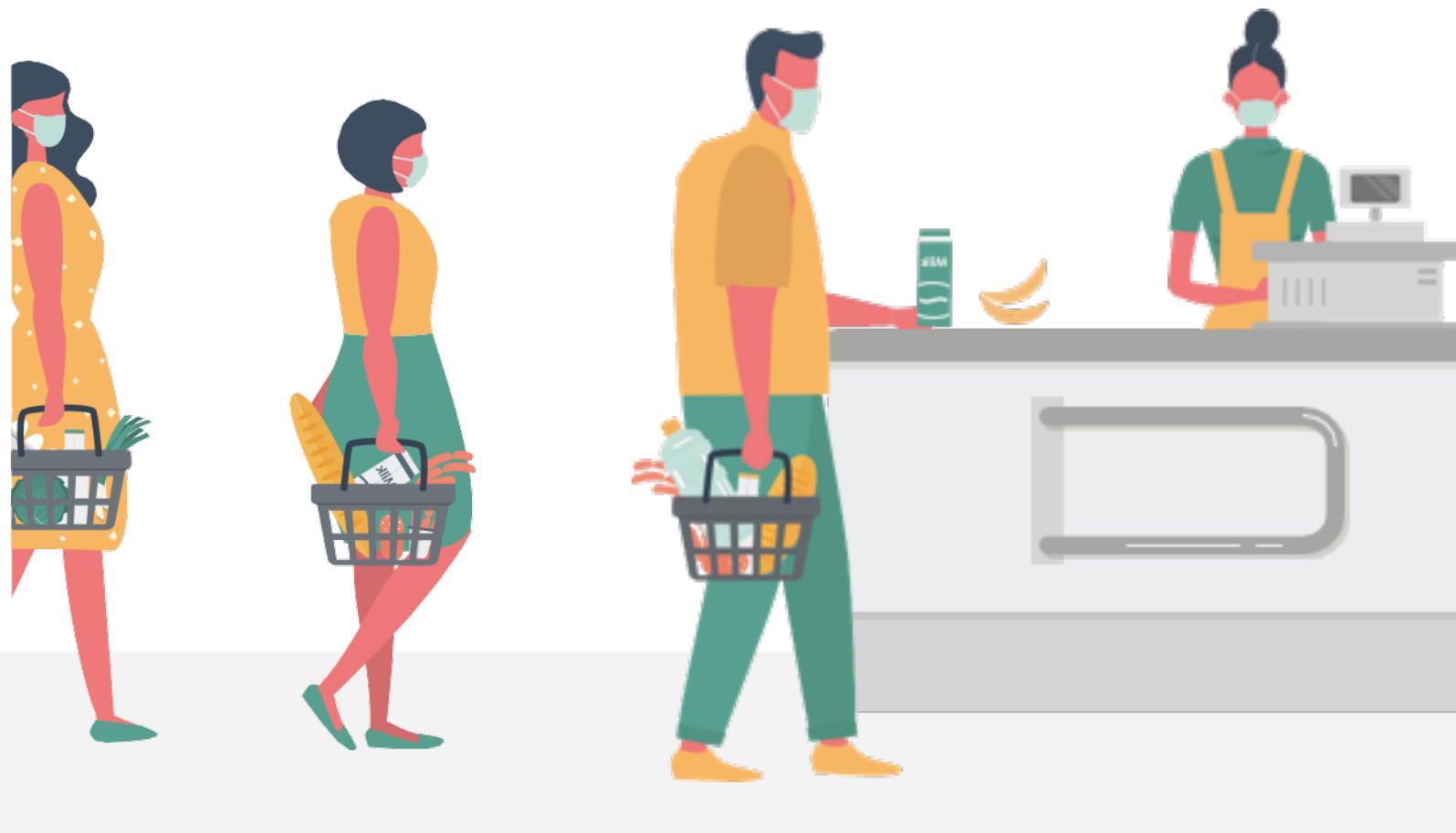
Ajustements de Détail Pour un Monde Post-Pandémie

INTRODUCTION

La pandémie COVID-19 a posé des défis considérables au secteur du commerce de détail, et celui qui aura probablement des effets à long terme sera de convaincre les consommateurs de retourner dans les magasins. À cause de l'inquiétude concernant les risques de contamination, de nombreux consommateurs se sentent mal à l'aise dans les magasins. Les commerçants doivent prendre des mesures strictes pour gagner la confiance des clients dont les valeurs et le comportement ont changé.

La vente à emporter et la livraison à domicile sont devenues les pratiques privilégiées et sont susceptibles de se poursuivre dans un futur proche. Néanmoins, les commerçants ont tout intérêt à ce que les clients passent le pas de leur porte car ces deux approches connaissent des limites. Aucune ne permet l'achat compulsif ni l'achat de produits supplémentaires.

Pour parvenir à les attirer à l'intérieur, les commerçants doivent assurer aux clients que leur magasin a été correctement désinfecté et que les règles de distanciation sociale sont respectées. Le Magasin du futur est attirant pour les clients, pas tant pour son stock et ses promotions que pour son environnement sûr et propre où les gens peuvent faire leurs courses sans craindre de tomber malade. Les commerçants qui parviennent à créer l'atmosphère propice ont de meilleures chances de prospérer dans un monde post-pandémie.



TROUVER LE TON ADAPTÉ

Les commerces de détail emploient traditionnellement diverses méthodes pour augmenter leur fréquentation, en premier lieu la publicité. Les promotions, les prix cassés et les nouveaux produits ont prouvé leur efficacité à attirer les clients. L'agencement du magasin, la présentation des produits et la signalétique jouent un rôle sur le temps que les gens passeront dans le magasin et sur le montant qu'ils y dépenseront.

Mais la COVID-19 a réorganisé les priorités. Auparavant, les clients n'hésitaient pas à s'attarder dans un magasin pour jeter un œil aux produits ; désormais, ils préfèrent passer en coup de vent pour acheter ce dont ils ont besoin, payer et partir. Les présentoirs et promotions qui attirent l'œil peuvent encore fonctionner mais probablement pas aussi bien qu'avant la pandémie.

À présent, il est probablement plus important d'informer les clients sur la fréquence de nettoyage et de désinfection du magasin. Les commerçants doivent mettre en place des mesures de distanciation sociale pour protéger les clients et les employés de toute contamination. Par conséquent, en plus des prix et des promotions, les commerçants doivent intégrer la propreté et la distanciation sociale à leur marketing. Ils doivent montrer qu'ils se soucient de la santé et du bien-être des clients, Le Magasin du futur reflétera l'efficacité avec laquelle les commerçants satisfont ces exigences.

LA LIMPIEZA ESTÁ DE MODA

La propreté est toujours souhaitable mais elle n'a jamais été aussi importante qu'en cette période pour le commerce de détail. Une étude réalisée par C+R Research pendant la pandémie a révélé que 60 % des consommateurs étaient anxieux ou inquiets de faire leurs courses dans un magasin d'alimentation et 35 % pensaient que les magasins d'alimentation ne prenaient pas de mesures suffisantes pour les protéger du virus. Les clients veulent des garanties de propreté et les commerçants se doivent de leur fournir ces garanties :



Désinfectants pour les mains : placez des désinfectants pour les mains à l'entrée, aux comptoirs, aux caisses et dans les autres zones de forte fréquentation du magasin. Faites en sorte que les distributeurs soient bien visibles et faciles d'accès.



Masques pour les employés : Si l'État ou les autorités locales ne l'imposent pas, instaurez une politique de port du masque pour les employés. Cela envoie le message selon lequel l'intérêt des clients est votre priorité.



Visières de protection : Des études et observations récentes réalisées dans le secteur du conditionnement des viandes montrent qu'associer les masques et les visières de protection réduit de 80 % les risques de propagation du virus.



Circulation de l'air : Améliorer la circulation d'air frais dans un magasin favorise l'élimination du virus.



Nettoyage des surfaces : Désinfectez régulièrement les surfaces que les gens touchent, comme les comptoirs, poignées de porte, chariots et paniers, bureaux, claviers et écrans tactiles. Pour les claviers sur les systèmes de PDV, utilisez des protections en plastique qui minimisent la propagation du virus. Envisagez également d'utiliser un film antimicrobien sur les poignées des portes et des chariots et sur d'autres zones de contact.



Désinfection du magasin : Utilisez des désinfectants tels que des vaporisateurs électrostatiques dans tout le magasin en dehors des heures d'ouverture pour éviter toute contamination.

La propreté doit faire partie de l'ADN du Magasin du futur. Le nettoyage et la désinfection doivent devenir des tâches quotidiennes, même si cela signifie de réduire les heures d'ouverture pour veiller à ce que le personnel ait le temps de les accomplir. Pour s'assurer que ces tâches soient bien réalisées, les commerçants doivent y affecter du personnel et le superviser.





Les clients veulent des garanties de propreté et les commerçants se doivent de leur fournir ces garanties



DISTANCIATION SOCIALE

La distanciation sociale va de pair avec le nettoyage. Elle est indispensable si les commerçants veulent que les employés et les clients se sentent en sécurité dans leur magasin.



Horaires et tâches des employés : échelonnez les horaires des employés et affectez le personnel à des activités spécifiques afin de limiter le contact avec la clientèle.



Limites d'occupation : Fixez un nombre maximal de personnes autorisées dans le magasin en même temps et utilisez des compteurs de densité d'occupation pour faire respecter ces limites.



Visages couverts : Obligez les clients à porter des masques même si l'État ou les autorités locales ne l'imposent pas. Dans les juridictions où le port du masque n'est pas obligatoire, envisagez de mettre des masques à usage unique à disposition des clients qui n'en ont pas.



Marques de distance : Jalonnez les zones d'attente à l'aide de stickers, de ruban adhésif, de tapis ou de peinture afin que les clients restent à au moins 2 mètres les uns des autres. Envisagez également de jalonner des zones d'attente à l'extérieur dans les cas où les clients devraient attendre pour entrer.



Rayons à sens unique : Créez un sens de circulation dans le magasin pour éviter l'affluence en utilisant des rayons à sens unique et en déterminant un sens pour la file d'attente en caisse. Indiquez clairement les sens de circulation pour que les clients puissent les suivre.



Revêtements de protection : Couvrez les claviers et claviers NIP de protections transparentes pouvant être nettoyées facilement. Elles permettent de limiter la propagation des microbes en protégeant les touches et les circuits qui se trouvent en dessous.

Pour faire en sorte que les consommateurs comprennent les politiques de distanciation sociale du magasin, publiez les règles dans les zones de grande visibilité, comme les entrées, la zone où se situent les paniers et les caisses. Plus la signalétique sera claire, moins les employés devront passer de temps à expliquer les règles aux clients. Pour le confort des clients, pensez également à installer des auvents et des abris dans les zones d'attente extérieures afin de les protéger des conditions climatiques.



ÉCRANS DE PROTECTION GUARDIAN D'APG

Pour aider les magasins à mettre en place la distanciation sociale, APG Cash Drawer a lancé les écrans de protection Guardian pour commerces de détail et établissements médicaux, une gamme de vitres hygiéniques et d'écrans de divers formats et dimensions qui créent une séparation entre les employés et les clients. La séparation est l'une des manières les plus efficaces pour éviter la propagation de la COVID-19.

Les écrans de protection Guardian sont constitués de panneaux en polycarbonate transparent, ignifuge et durable, et d'un cadre robuste en aluminium. Nos modèles comprennent un écran à trois panneaux pour comptoirs et caisses et des panneaux sur pieds de près de 1,80 m. Certains modèles à trois panneaux intègrent une petite ouverture pour l'échange de moyens de paiement, de documents d'identité et de biens. Les modèles sur pied sont conçus pour des environnements tels que les restaurants, salles d'attente, centres de conférence, écoles, lignes de production, banques, centres de vaccination et billetteries essentiellement, mais aussi tous les endroits où les gens ont tendance à se trouver à proximité les uns des autres.

Tous les écrans de protection sont fabriqués en polycarbonate ignifuge, une solution sûre et durable pour de nombreux environnements commerciaux.

INNOVATIONS TECHNOLOGIQUES

La technologie joue un rôle essentiel dans le Magasin du futur. Des technologies existantes sont détournées afin de répondre aux nouvelles exigences tandis que des nouvelles innovations voient le jour. On estime que le marché de la transformation numérique du commerce de détail atteindra 3,4 billions de \$ en 2020 et 12,7 billions de \$ d'ici 2027. La transition numérique et les stratégies omnicanales développées au cours des dernières années seront assurément boostées, comme le Click and Collect et la vente à emporter.

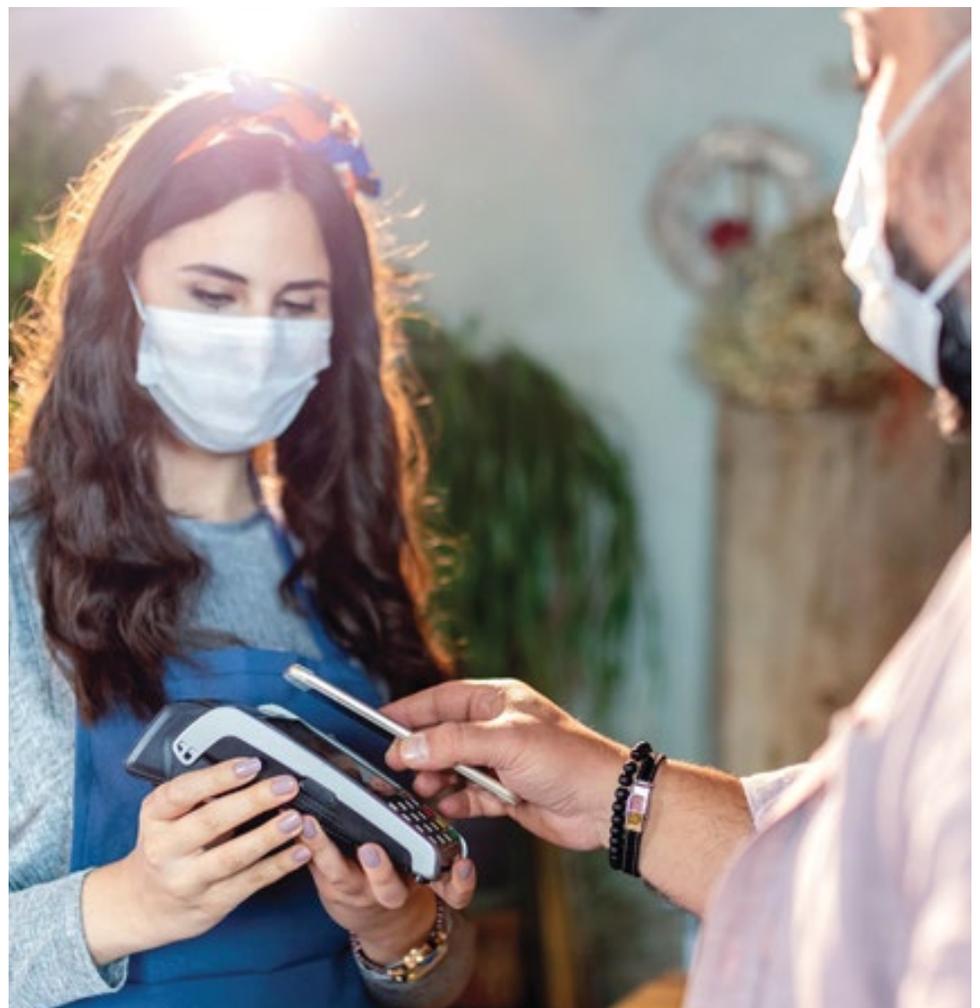
Pour faciliter le Click and Collect et la vente à emporter, les magasins ont besoin d'applications mobiles et de sites Web efficaces et faciles d'utilisation pour le passage des commandes. Être doté de technologies rapides et intuitives n'a jamais été aussi important : les utilisateurs ont une tolérance limitée devant des applis ou des sites Web qui plantent au beau milieu d'une commande.

En magasin, les employés ont besoin de la technologie pour prendre, préparer et livrer les commandes aux clients. Cela implique le déploiement de terminaux et d'appareils portables qui signalent aux employés les nouvelles commandes, les commandes qui sont

prêtes et l'arrivée des clients. Les appareils utilisés par les employés doivent aussi être parfaitement intégrés au système d'inventaire principal pour une exécution rapide des commandes et une mise à jour en temps réel des stocks.

En détournant leur technologie à d'autres fins, les commerces de détail peuvent utiliser les écrans dynamiques numériques pour dresser la liste des règles de distanciation sociale, informer les clients des pratiques de nettoyage/désinfection du magasin ou encore indiquer aux clients que leur commande est prête. Des thermomètres installés au mur deviennent courants dans les commerces de détail pour contrôler la température des clients et des employés à leur arrivée.

Parmi les innovations qui deviendront sûrement familières dans le Magasin du futur, on retrouvera des écrans tactiles avec verre antimicrobien, des systèmes basés sur des feux de signalisation pour contrôler le nombre de clients à l'intérieur d'un magasin et des logiciels permettant de gérer les listes d'attente et de suivre les informations des clients. Ces innovations viennent s'ajouter à d'autres technologies émergentes tels que les robots de service à la clientèle et les systèmes en wifi, utilisant des capteurs IoT (Internet des objets) pour identifier les clients et leur proposer des promotions personnalisées.



FORMATION DES EMPLOYÉS

Le Magasin du futur a besoin d'employés correctement formés. La pandémie a poussé les commerces à s'adapter et à repenser certains postes pour affecter des employés à la vente à emporter et au Click and Collect. Par exemple, les hôtes et hôtesse d'accueil peuvent également être en charge de compter les clients, expliquer les politiques de distanciation sociale, veiller à l'utilisation du masque et désinfecter les surfaces, les chariots et les poignées de porte.

Même si certaines de ces tâches sont plutôt simples, elles peuvent nécessiter des interactions avec les clients auxquelles certains employés ne sont pas habitués. Par exemples, les employés peuvent avoir besoin d'une formation sur la résolution des conflits lorsqu'un client refuse de porter un masque ou de respecter les règles de distanciation sociale. De plus, de nouvelles responsabilités telles que la gestion de la vente à emporter nécessitent une formation et une définition des rôles pour garantir l'efficacité et la satisfaction client.

Dans la formation des employés, les commerces de détail doivent également prendre en compte la manière dont les nouvelles technologies ou les absences prolongées dues au chômage technique obligent à repenser le travail. Le personnel qui a passé trois ou quatre

mois au chômage technique devra peut-être apprendre de nouvelles tâches et de nouvelles responsabilités. Se donner le temps et la peine de former correctement les employés augmente les chances de réussite dans le Magasin du futur.

CONCLUSION

Magasin du futur est un lieu où les clients se sentent à l'aise, où ils n'ont pas à s'inquiéter d'attraper un virus. Les consommateurs veulent la garantie que les commerçants agissent dans leur meilleur intérêt en créant des environnements sûrs. Les commerçants qui instaurent ce type de confiance avec leurs clients seront plus compétitifs que ceux qui ont recours à des demi-mesures ou qui ignorent totalement les préoccupations des clients.



“

Dans la formation des employés, les commerces de détail doivent également prendre en compte la manière dont les nouvelles technologies ou les absences prolongées dues au chômage technique obligent à repenser le travail.





APG Cash Drawer SARL 13 rue de
Témara 78100 Saint Germain en Laye
France



33 (0) 1 39 73 40 42



ventes@eu.cashdrawer.com

APG Cash Drawer, con más de 40 años de experiencia, fabrica una amplia gama de cajones de efectivo altamente duraderos y de confianza que se ponen a disposición del mercado con rapidez. En APG hemos logrado forjarnos la reputación de ser los mejores proveedores de soluciones de gestión de efectivo del sector de ventas al por menor, tiendas de alimentación, hostelería y servicios rápidos para miles de clientes en todo el mundo. Ya sea el cajón de efectivo para aplicaciones generales, nuestras soluciones diseñadas a medida o la Solución para la Gestión de Efectivo SMARTtill®, nuestros productos y marca se diferencian por la capacidad de ofrecer tecnologías innovadoras que mejoran la eficiencia y la seguridad de los puntos de venta. Si desea más información sobre nuestros productos, visite el sitio web www.cashdrawer.com

M-43-500 Rev A