

Comment le groupe Fnac Darty a fait de l'omnicanal un incontournable de sa stratégie de croissance ?



La Fnac : Une enseigne qui a su prendre le train de l'omnicanal

En 2016, le rapprochement de la Fnac et de Darty a donné naissance au groupe Fnac Darty, leader de la distribution omnicanal dans l'électroménager, l'électronique et les produits culturels. Un mouvement à l'origine de nouvelles perspectives pour les deux enseignes qui passe par une nouvelle proposition enrichie pour leurs clients. Fnac Darty, c'est plus de 7,3 milliards d'euros de chiffre d'affaires. C'est aussi un Groupe qui a pour mission d'apporter une réponse puissante sur ses marchés à la concurrence accrue des pure-players, et au mouvement de consolidation qui transforme le secteur de la distribution depuis plusieurs années. Fnac et Darty sont deux enseignes exceptionnelles présentant de fortes complémentarités en termes d'offres commerciales, de déploiement géographique, d'expertises et de savoir-faire pour bâtir le commerce de demain. Fort des atouts des deux marques, le groupe est en position de s'imposer durablement dans le paysage européen de la distribution.



Plus d' 1/4 de nos clients qui ont effectué une E-reservation, ont réalisé un achat imprévu lors de leur passage en magasin !

*Laura Berretta, Responsable Animation Commerciale
Direction e-commerce International*



Quelques chiffres



E-reservation

80% de conversion offline supplémentaire.

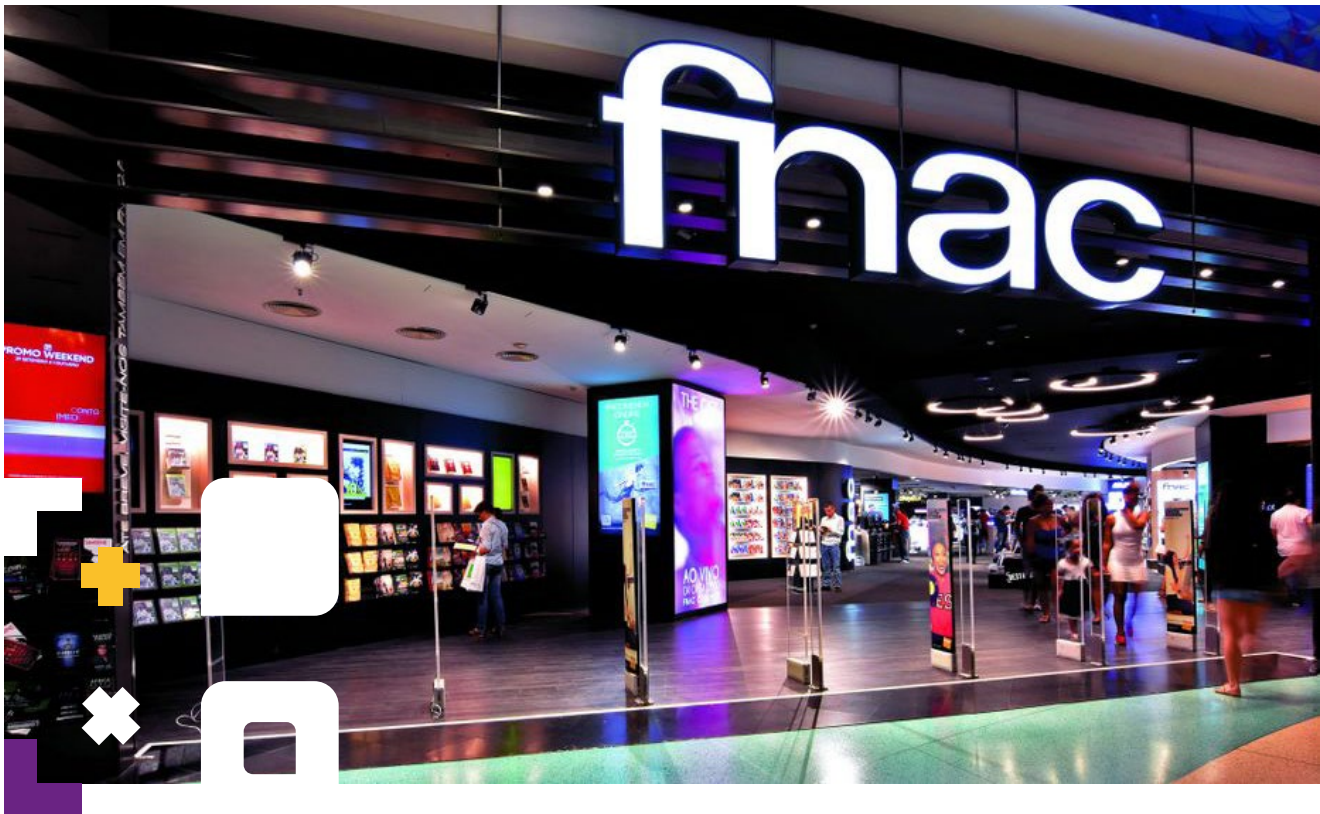


20% d'enseignes équipées.

Scénarios omnicanaux



E-reservation



Fnac témoigne de son expérience

Quels sont vos enjeux de digitalisation ?

Le groupe Fnac Darty s'appuie sur la puissance de son modèle omnicanal afin de proposer à ses clients une expérience en magasin et sur ses plateformes web qui soit en mesure de répondre aux multiples facettes de leurs parcours d'achat avec la même exigence de performance et de personnalisation. Ces derniers mois, le e-commerce a connu une accélération significative qui ne fait qu'amplifier les projets du Groupe orientés autour de la digitalisation et des services à l'image de la « E-reservation ». En vue du développement de ce dernier service, Fnac Darty a fait le choix de Socloz qui propose une solution agile et adaptée aux besoins spécifiques des clients du Groupe en Belgique, en Suisse et au Luxembourg.

Pour quelle raison avez-vous souhaité mettre en place de la E-reservation ?

La E-reservation va nous permettre de proposer une offre omnicanale à nos clients sans avoir à modifier en profondeur notre système d'information et nos process en magasin. La Fnac avait déjà expérimenté sa mise en place avec Socloz en 2015 lors de la refonte, avec succès, de son site e-commerce belge. Lors de la création du site suisse en 2016, c'est donc tout naturellement que le scénario omnicanal d'E-reservation a été privilégié.

Comment son implémentation s'est-elle passée au sein de votre réseau de magasins franchisés ?

L'intégration technique a été simplifiée grâce à une collaboration fructueuse avec les équipes de Socloz lors du premier projet en Belgique. Par la suite,

l'ouverture du service dans de nouveaux pays tels que la Suisse ou le Luxembourg, a ainsi pu être facilitée.

Comment vos équipes de vente sur le terrain ont-elles vécu sa mise en place ?

Tout d'abord, il y a eu quelques réticences naturelles lors de la mise en place de cette solution en Belgique, en partie liées à l'intégration de nouveaux outils dans les magasins. Rapidement, la simplicité d'utilisation et le chiffre d'affaires additionnel observé ont eu raison de ces freins et ont permis de faire adopter le dispositif facilement auprès des équipes.

Pourquoi avez-vous choisi la plateforme Socloz ?

En 2015, Socloz était l'une des rares solutions clé en main dédiée à la mise en place de l'E-reservation. Puis le groupe Fnac Darty a rapidement été convaincu de l'adaptabilité et de la réactivité des équipes SoCloz.

Quels résultats avez-vous constaté depuis la mise en place de ce scénario omnicanal ?

Les résultats sont satisfaisants. Par exemple, nous avons constaté via une enquête auprès de nos clients belges ayant effectué une réservation avec Socloz que plus d'un quart d'entre eux ont également acheté un autre produit lors de leur passage en magasin. Aussi, en plus de générer du trafic en magasin, ce scénario omnicanal est un vrai vecteur de ventes additionnelles !

Comment envisagez-vous l'avenir ?

Nos plateformes de e-commerce « fnac.com » et « darty.com » rencontrent actuellement un formidable succès. Le développement du Click & Collect et de la E-reservation y participent pleinement. Ces tendances de consommation semblent parties pour durer et viennent conforter la légitimité du modèle omnicanal du groupe Fnac Darty.



Notre ambition est de devenir le logiciel magasin nouvelle génération le plus adapté aux nouveaux usages

de consommation et le plus innovant du marché en France comme à l'étranger

Jérémie Herscovic, Fondateur de Socloz



Commerce unifié

150 Enseignes



35 000 Magasins



Omnicanal

18 Pays



64 SoCloziens



Retail

Socloz est une plateforme omnicanale au service de l'expérience vendeur. Elle réunit au sein d'une unique interface une suite de logiciels intuitive comprenant : un Order Management System (OMS) à l'origine de l'orchestration des commandes omnicanales, un Point of Sale System (POS) qui permet la prise de commandes en magasin et l'encaissement en mobilité et un Store Management System (WMS Magasin) dédié à la gestion des commandes omnicanales en point de vente. Membre du groupe Savoye depuis 2020 et leader en Europe engagé aux côtés de ses 150 enseignes et 35 000 magasins répartis dans 18 pays dans le monde, SoCloz agit tel un véritable chef d'orchestre. A la fois innovante et performante, elle accompagne les enseignes dans leur transformation digitale grâce à la mise en place de scénarios omnicanaux (E-reservation, Click and Collect, Ship from Store...) et de fonctionnalités magasins (clienteling, gestion des retours, etc.). sales@socloz.com - 01 84 17 60 19

SOCLOZ
NEXT RETAIL