



# La technologie et le commerce de détail

Que signifie la transformation digitale pour votre activité ?

Une vision d'expert

basée sur des recherches approfondies par Savanta

www.brother.be



### Table des matières

Introduction : la révolution fulgurante du commerce de détail

Méthodologie et objectifs

#### L'évolution du commerce de détail en trois thèmes

- 1) La transformation digitale des commerces de détail
- Quelles nouvelles technologies adopter pour un changement efficace?
- 2) La sécurité et les données clients
- Comment préserver votre atout le plus précieux ?
- 3) La durabilité et les attentes des consommateurs
- Quel est le secret d'un commerce durable ?

### Des chaînes d'approvisionnement aux rayons des magasins

- Comment l'impression, la numérisation et l'étiquetage peuvent-ils aider le commerce de détail ?

### "At your side"

- Comment Brother peut faciliter votre transition digitale?

### Conclusion et points clés à retenir

# Introduction : « Achetez maintenant » ou la révolution fulgurante du commerce de détail

Nous vivons dans une époque de plus en plus complexe, où tout va très vite. Le secteur du retail (commerce de détail) est en première ligne, faisant face à l'évolution des comportements et des attentes des clients. Privilégier uniquement le contact avec les clients de son magasin en s'appuyant sur des chaînes d'approvisionnement traditionnelles et peu pratiques n'est plus d'actualité. Depuis l'arrivée du e-commerce, la vente au détail n'a plus jamais été la même.

Cette évolution a connu une accélération spectaculaire avec la pandémie mondiale actuelle, qui est à l'origine d'une révolution en faveur d'une vente au détail « à domicile ».

Un jour, l'épidémie de COVID-19 sera peut-être considérée comme la période ayant marqué l'arrivée à maturité du e-commerce. Les ventes en ligne, qui poursuivaient une courbe ascendante constante, sans être pour autant remarquable avant la pandémie, ont fait un véritable bond en avant. Les commerces « tout en ligne » ont prospéré, tandis que les magasins physiques plus traditionnels ont dû accélérer leur transformation pour prendre le train en marche.

La tendance de fond reste la même : la nécessité d'assurer une présence en ligne constante ainsi qu'un service de livraison rapide sont plus importants que jamais.

Même avant la pandémie, les consommateurs eux-mêmes ne faisaient plus la différence entre les achats en magasin et ceux effectués en ligne, utilisant souvent les canaux en ligne et hors ligne pour un seul et même achat. Ainsi, l'expérience omnicanale est reine. Le secret de la réussite relève de la satisfaction client.

Comme en témoigne ce livre blanc, la technologie a beau être le principal moteur du changement impactant le commerce de détail, elle n'en demeure pas moins qu'une simple pièce du puzzle.

La technologie continue d'ouvrir de nouvelles perspectives, tout en apportant avec elle son lot de défis, notamment en matière de sécurité. Les professionnels du secteur qui mettraient leurs clients en danger pourraient bientôt ne plus en avoir aucun. De plus en plus de données clients étant stockées en ligne, les détaillants qui ne seraient pas dignes de confiance et capables de démontrer leur éthique risquent d'être écartés, voire, dans certain cas, de recevoir de lourdes amendes liées au RGPD.

Le développement durable fait également partie des priorités du secteur de la vente au détail.

Les consommateurs exigent plus de transparence et souhaitent comprendre d'où viennent les produits qu'ils achètent afin de réduire leur propre impact environnemental. C'est pourquoi les innovations respectueuses de l'environnement sont en plein essor sur le marché. Pour les détaillants, l'optimisation des coûts est un obstacle de taille demandant à la fois une réflexion créative et toujours plus d'efficacité.

Sur le plan pratique, les équipements technologiques tels que les imprimantes font toujours partie intégrante des process de travail des sociétés de la vente au détail, dans un environnement impliquant des besoins d'impression encore bien présents. Même avec la digitalisation croissante du secteur, le besoin d'imprimer, de numériser et de copier va perdurer à mesure que les commerces de détail se développent et que leur clientèle s'élargit.

Les nouvelles technologies, la sécurité, la durabilité et l'impression convergent tous vers un objectif commun de réussite. En combinant un travail de recherche révélateur et l'expertise de Brother dans le secteur de la vente au détail, ce livre blanc examine comment les PME peuvent transformer leurs process de travail pour renforcer leur potentiel de croissance et garder une longueur d'avance sur la concurrence, alors que le monde entre dans une nouvelle "normalité".

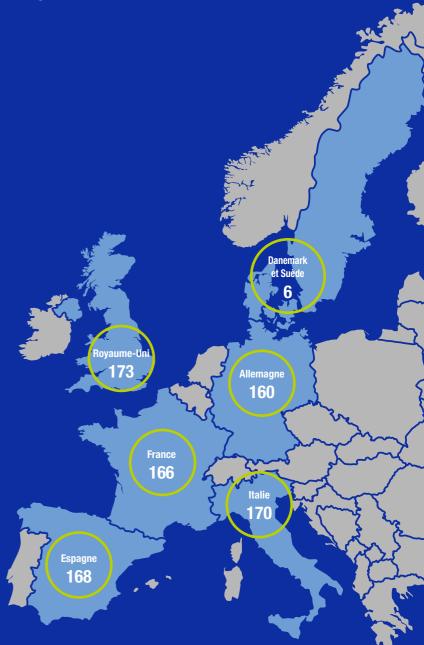
### Notre méthodologie

Ce livre blanc s'appuie sur 198 sondages, menés auprès de responsables d'entreprise et décideurs IT, travaillant au sein de PME du secteur de la vente au détail, comptant entre 10 et 499 employés et réparties sur plusieurs marchés d'Europe occidentale. Le travail de recherche sur le terrain a été mené tout au long de l'année 2019 et au début de l'année 2020.

Les entretiens ont été répartis entre les décideurs stratégiques des entreprises (92) et les responsables de services informatiques (106) pour apporter une vision globale.

Cette enquête, menée par l'agence indépendante Savanta, spécialisée dans les études de marché, explore les défis majeurs auxquels sont aujourd'hui confrontés les décideurs informatiques, tout en partageant de nouvelles perspectives engagées par des leaders d'opinion indépendants, sur les thèmes de la transformation digitale, de la sécurité et de la durabilité, entre autres.

Ce livre blanc, qui porte sur la technologie dans le secteur du retail, fait partie de notre série consacrée à la transformation digitale. Ce document a été conçu pour aider les commerces tels que le vôtre à se préparer à un avenir qui ne montre aucun signe de ralentissement.



### À propos de Savanta:

Basé à Londres et à New York, Savanta est un cabinet d'études spécialisé dans la collecte de données, la recherche et le conseil. La société regroupe de nombreuses agences spécialisées et sa vocation est de développer une offre globale destinée à couvrir un large éventail de secteurs et de zones géographiques.

Savanta utilise des méthodes qualitatives et quantitatives pour récolter des données et générer des informations fiables et exploitables. Ces analyses ont pour objectif d'inspirer le changement et d'aider les clients à prendre des décisions fondées sur des preuves.

### L'évolution du commerce de détail en trois thèmes

### La transformation digitale des commerces de détail les nouvelles technologies au service d'un changement efficace

Les détaillants investissent dans des solutions intelligentes pour rester compétitif et renforcer la fluidité de l'expérience client.

Le commerce de détail est un secteur qui évolue rapidement. Entre la génération du « tout, tout de suite » et la concurrence croissante, les détaillants doivent offrir à leurs clients une expérience omnicanale fluide et sans faille, sous peine de se retrouver dépassés.

Il n'est pas surprenant que la troisième priorité des PME du secteur, après la croissance des revenus et de la productivité, soit d'investir dans des solutions technologiques capables de prendre en charge et d'automatiser certaines tâches contraignantes.

La mise en œuvre efficace de telles solutions permet de libérer un capital humain pouvant être consacré à des activités plus rentables. Ces solutions offrent également une expérience client plus fluide et beaucoup plus réactive, en phase avec les attentes.

### Les 5 principaux freins empêchant les PME du commerce de détail d'atteindre leurs objectifs :

- 1. Le temps perdu à dupliquer des tâches sur différents systèmes (69 %)
- 2. De nombreux process manuels et chronophages pourraient être automatisés (66 %)
- 3. Assurer une activité à la fois durable et rentable **(66 %)**
- 4. Trouver les ressources nécessaires pour investir dans la meilleure sécurité informatique (65 %)
- 5. Veiller à ce que les employés soient capables de travailler aussi efficacement à distance qu'au bureau (63 %)



### Les objectifs sont clairs, mais comment les atteindre ?

Pour y arriver, les commerçants doivent adopter les nouvelles technologies pour « digitaliser » leur activité et être compétitifs sur le marché actuel. Près des deux tiers (62 %) des entreprises de commerce de détail en Europe occidentale déclarent que leurs process de travail sont de plus en plus numérisés. Ces process prendront encore plus d'importance à l'avenir, en phase avec l'évolution des méthodes de travail de ces professionnels, qui ne doivent cependant pas oublier de préparer le terrain en amont.

Le chemin est long et le véritable potentiel de la digitalisation est loin d'être réalisé. Actuellement, deux tiers (66 %) des commerces de détail déclarent être tributaires de nombreux processus manuels et chronophages qui pourraient être automatisés, tels que le classement des documents de réception des marchandises et la mise à jour des étiquettes. Dans le même temps, plus de la moitié (57 %) des PME du commerce de détail déclarent perdre du temps dans des tâches administratives telles que la saisie, l'identification et le classement des données, qui pourraient être automatisées grâce à des solutions intelligentes.

En l'absence de telles solutions, la moitié (51 %) des PME du secteur déclarent qu'elles doivent dupliquer leurs tâches sur différents systèmes qui ne sont pas compatibles entre eux. Les améliorations possibles sont évidentes.

### Quand les frustrations administratives limitent la croissance des PME

L'exploitation inefficace des ressources est un obstacle typique freinant la croissance et la productivité recherchée par les détaillants.



66 %

Sont tributaires de process manuels chronophages qui pourraient être automatisés

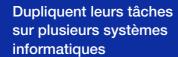


57 %

Perdent du temps sur des tâches administratives qui pourraient être automatisées



51 %





### Les principales technologies dans lesquelles les détaillants souhaitent investir sont :

1

L'automatisation de l'identification et de l'archivage de documents numérisés



La création de scénarios pré-définis (sur le modèle IFTTT « Si Ceci Alors Cela ») qui pourraient être sans cesse améliorés grâce à l'intelligence artificielle



La reconnaissance de caractères pour l'édition de documents numérisés



L'intégration de logiciels tiers tels que les assistants digitaux

# 1. L'automatisation de l'identification et de l'archivage de documents numérisés

L'automatisation de l'identification et de l'archivage des documents numérisés est la principale technologie dans laquelle les entreprises spécialisées dans le commerce de détail envisagent d'investir au cours des trois prochaines années. Cela permettrait aux commerçants de numériser un grand nombre de documents physiques tels que les bons de livraison et de réception des marchandises.

Près des deux tiers **(65 %)** ont investi ou envisagent d'investir dans cette technologie au cours des trois prochaines années. Les PME du secteur du retail indiquent que l'identification et le classement automatisés présentent une multitude d'avantages qui se traduisent tous par une augmentation significative de la productivité, avec notamment :

- L'économie d'innombrables heures de travail administratif manuel
- La réduction des erreurs
- La réduction des coûts opérationnels

On considère également que l'automatisation de ces tâches contribue à soutenir les objectifs de développement durable, en réduisant la quantité de documents imprimés.

# 2. La reconnaissance de caractères pour l'édition de documents numérisés

La technologie de reconnaissance de caractères est la prochaine étape pour accroître davantage l'utilité de la numérisation, en permettant aux imprimantes multifonctions et aux scanners de créer des documents modifiables, avec lesquels les employés peuvent ensuite facilement travailler.

Outre un gain de temps considérable, la duplication des tâches est réduite et les employés signalent moins d'erreurs, ce qui leur permet de se concentrer sur des domaines à plus forte valeur ajoutée et d'accroître au final leur productivité.

Environ la moitié des PME du secteur du commerce de détail **(53 %)** ont déjà investi ou prévoient d'investir dans ce domaine au cours des trois prochaines années pour gagner en productivité.

# 3. L'introduction de scénarios pré-définis & 4. L'intégration de systèmes tiers tels que les assistants numériques

L'intelligence artificielle et le « machine learning » (ou apprentissage automatique) sont des domaines d'innovation émergents, qui favorisent directement l'identification et le classement automatisés des documents scannés. L'intelligence artificielle peut utiliser des scénarios basés sur des règles pour trier automatiquement vos documents, le « machine learning » effectuant ensuite sa propre analyse, offrant petit à petit un tri optimisé.

En introduisant des scénarios basés sur des règles tels que l'IFTTT (« Si Ceci Alors Cela »), qui renforce l'interconnectivité de tous vos équipements et applications, une nouvelle étape est franchie en matière d'automatisation intelligente des processus manuels.

L'apprentissage automatique peut être intégré à des technologies tierces, comme les assistants digitaux, pour faciliter les flux de travail. L'intelligence artificielle qui pilote l'assistant digital peut fournir aux employés un moyen intuitif de leur confier un travail administratif monotone et fastidieux, et d'obtenir des suggestions d'activités et de tâches utiles au bon moment.

Dans l'ensemble, l'utilisation d'assistants digitaux peut libérer les employés pour qu'ils puissent se concentrer sur des tâches plus importantes et plus productives, comme échanger avec leurs clients.



# Les avantages de la mise en application de nouvelles technologies

Nous constatons que de plus en plus de PME issues du commerce de détail investiront dans ces technologies au cours des trois prochaines années. Celles qui ne le font pas vont par conséquent prendre du retard.

La numérisation, l'édition et le classement manuels des documents sont désormais obsolètes. Au fur et à mesure que les différents environnements de travail évoluent, les détaillants les plus avancés en matière de numérisation se contentent désormais de scanner et laissent leur imprimante multifonction ou leur scanner s'occuper du reste.





« Nous numérisons de plus en plus de documents, notamment administratifs (impôts...). On encourage de plus en plus les gens à utiliser les outils digitaux dans leur vie quotidienne car cela facilite le stockage et l'organisation des données, qui peuvent être classées automatiquement. Les informations sont stockées dans une base de données, et non plus sur papier et classées par une personne, ce qui est moins précis et peut occasionner la perte de documents.

Dans mon environnement immédiat, la numérisation me permet d'obtenir plus d'informations sur un client. Pour les tickets de caisse en magasin, on peut par exemple s'en servir pour promouvoir des offres qui le concernent. Si ces tickets sont envoyés par courrier électronique, cela me permet de faire la même chose et d'entretenir une relation plus approfondie avec le client. C'est pour cela que nous numérisons autant que possible ».

Commerçant - Secteur de la mode pour enfants - France

# La sécurité et les données clients - Comment préserver votre atout le plus précieux



La sécurité des données représente un risque majeur pour les commerces de détail à l'ère du RGPD, au moment où la gestion des données clients s'avère aussi précieuse que délicate.

L'accès aux données et la croissance apparemment sans limite de leur volume impose aux professionnels du secteur de se montrer encore plus vigilants pour sécuriser les données de leurs clients - ainsi que leurs propres données - comme en témoigne la législation récente du RGPD.

Les détaillants qui mettent leurs clients en danger pourraient bientôt ne plus en avoir aucun.

Toute nouvelle solution technologique potentielle doit donc être sécurisée et conforme aux dernières normes de sécurité informatique.

Avec l'émergence de nouvelles réglementations telles que le RGPD, cette question est primordiale et les sanctions, en cas d'absence de mesures pour sécuriser votre système, sont de plus en plus sévères, sur le plan financier mais aussi liées à la perception des clients, qui voient d'un mauvais œil les libertés prises avec leur vie privée.

Les professionnels du retail traitent un grand nombre de données relatives aux clients, telles que leurs adresses de livraison, leurs coordonnées et leurs informations de paiement. Ces informations doivent être traitées avec soin pour garantir l'absence de violations coûteuses, susceptibles de mettre vos clients en danger et de perdre leur confiance.

### Quels sont les principaux objectifs pour améliorer la sécurité des informations ?

Au cours des prochaines années, il est essentiel que les entreprises intègrent des process encore plus sécurisés. Et pour celles qui sont déjà engagées dans cette voie, il sera important de maintenir et d'améliorer leurs engagements en termes d'audit et de responsabilité.

Il existe trois objectifs principaux pour assurer une véritable sécurité des données, facilement mémorisables grâce à l'acronyme CIA. Ces objectifs concernent aussi bien la sécurité des équipements que des données :

- 1. Confidentialité Protégez les données confidentielles de votre activité pour vous assurer qu'elles soient uniquement partagées avec les bons destinataires. Les mesures d'authentification et d'autorisation sont essentielles à cet égard, car elles obligent les utilisateurs à s'authentifier et à s'assurer qu'ils ont bien l'autorisation nécessaire, avant toute impression.
- 2. Intégrité Assurez-vous que les firmwares de vos équipements soient bien sécurisés et suffisamment résistants face au piratage et autres menaces externes.
- **3. Accessibilité** Soyez sûrs que vos équipements d'impression soient opérationnels et accessibles aux utilisateurs autorisés à effectuer des tâches essentielles.

### Investir et comprendre pour atteindre ces objectifs

Toutefois, l'un des principaux obstacles pour les PME du commerce de détail est de trouver les ressources nécessaires pour investir dans les meilleurs dispositifs de sécurité informatique. Si la technologie est la solution, une mise en œuvre réussie nécessitera également une expertise et des connaissances spécialisées pour garantir la réduction des risques.

Gérer la sécurité d'un parc informatique est un défi qui doit être abordé de manière globale. Imprimantes, scanners et photocopieurs doivent bénéficier du même niveau de sécurité que les autres équipements informatiques. Si ces appareils sont négligés, ils risquent d'offrir une porte ouverte aux pirates tentés de s'introduire dans votre activité. Selon le rapport de Quocirca sur le paysage mondial de la sécurité de l'impression (2019), **59** % des entreprises ont subi au moins une perte de données liée à l'impression au cours des 12 derniers mois <sup>(1)</sup>.

La sécurité des données est l'élément le plus souvent cité comme étant « critique » lors du choix d'une imprimante, et trois quarts (71 %) des détaillants déclarent qu'il est essentiel que leurs imprimantes, scanners et photocopieurs soient sécurisés. Ce qui n'est pas surprenant, compte tenu du volume de données clients à caractère confidentiel que les commerçants traitent chaque jour.

Cependant, près d'un tiers d'entre eux (29 %) ne reconnaît pas encore son importance. En parallèle, un peu plus de la moitié (51 %) estime que leur entreprise n'a pas suffisamment investi dans la sécurité des imprimantes.

En conséquence, seul un peu plus d'un quart (28 %) trouve qu'il est facile de respecter les lois relatives à la sécurité des données en matière d'impression.



# Quelle est l'importance de l'impression en matière de sécurité ?



71 %

des détaillants affirment qu'il est essentiel que leurs imprimantes, scanners et photocopieurs soient sécurisés



49 %

d'entre eux pensent que leur entreprise a suffisamment investi dans la sécurité de leur parc d'impression



28 %

pensent qu'il est facile de respecter les lois relatives à la sécurité des données en matière d'impression

### Combler les lacunes en matière d'impression sécurisée

Si les entreprises comprennent la nécessité d'investir dans la sécurité des imprimantes, pourquoi ne le font-elles pas actuellement?

#### Notre enquête a permis de mettre en évidence deux raisons principales :



### 1. Un niveau de responsabilité insuffisant en matière de sécurité des imprimantes

Trop souvent, la sécurité des imprimantes pâtit d'un manque de clarté et de prise de responsabilité individuelle, en particulier chez les détaillants. Et cela peut finalement représenter un risque coûteux. Malheureusement, c'est un problème qui semble toucher davantage le commerce de détail.

En Europe occidentale, plus de la moitité des PME du secteur (54 %) déclarent qu'elles ne savent pas exactement qui est responsable de la sécurité des imprimantes au sein de leur société, soit un taux plus élevé que la moyenne comparé aux PME de plus grande taille (48 %).

### Qu'est-ce que cela signifie pour votre activité?

Lorsque le niveau de responsabilité est insuffisant, il est probable que cela affecte la prise de décision concernant l'intégration d'imprimantes sécurisées, laissant ainsi les entreprises vulnérables.



### 2. Un manque de compréhension et de connaissances sur la manière d'aborder et de respecter les normes de sécurité et de conformité

La responsabilité n'est pas la seule raison. Connaître et comprendre les enjeux liés à la sécurité des équipements et la conformité des données, constitue un autre problème majeur.

La principale raison pour laquelle les détaillants ont du mal à se conformer aux exigences liées à la gestion des données est le manque de clarté. Seulement un peu plus de la moitié (57 %) déclarent avoir une bonne compréhension des normes de sécurité pertinentes.

### Qu'est-ce que cela signifie pour votre activité?

Si les responsables informatiques n'ont pas les connaissances suffisantes au sujet des menaces, les entreprises continueront d'avoir des difficultés pour appliquer des mesures appropriées visant à se protéger et à protéger leurs clients.

### Que peuvent faire les commerces pour combler ces lacunes en matière de responsabilité et de connaissances ?

Bien souvent, le jargon informatique est pointé du doigt. Plus de la moitié (57 %) des PME déclarent que le jargon utilisé pour la sécurité des imprimantes est trop complexe. Les fournisseurs d'imprimantes doivent s'investir davantage pour vous aider à décoder les normes de sécurité pertinentes et s'assurer que vous choisissiez le matériel le plus adapté à votre activité. De plus, il est essentiel que cette technologie sécurisée reste accessible afin d'assurer l'efficacité des employés. S'appuyer sur l'expertise et l'expérience des fournisseurs informatiques est plus que recommandé.

### Les menaces internes en matière de sécurité

Une fois la sécurité de vos équipements en place, il faut également s'occuper de la sécurité des données.

Actuellement, la moitié des détaillants (51 %) déclarent que leur niveau de traçabilité est limité ou inexistant, concernant la personne qui imprime ou récupère des documents auprès de l'imprimante. Il n'est donc pas surprenant que près de neuf sociétés sur dix (84 %) indiquent avoir été victimes d'un incident de sécurité, souvent lié à l'impression de documents confidentiels, laissés sans surveillance sur l'imprimante, mais aussi à des documents non récupérés ou à des employés ramassant des documents confidentiels qui ne leur sont pas destinés.

Quels sont les points sur lesquels les entreprises doivent être vigilantes?





L'accès non autorisé aux impressions



L'oubli de déconnexion après l'impression de documents confidentiels

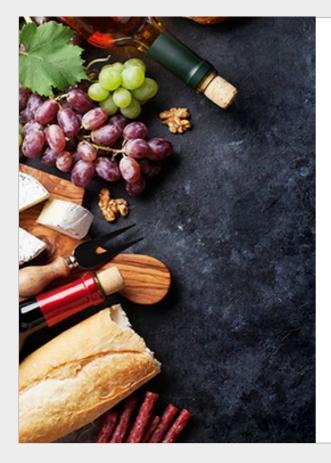


Le manque de traçabilité pour savoir qui a pu avoir accès à quels documents sur l'imprimante

Les commerces de détail commencent à mettre en place des mesures pour faire face aux problèmes de sécurité liés à l'impression, en limitant l'accès à certaines imprimantes ou en instaurant l'utilisation de badges/codes PIN pour confier les travaux d'impression aux bonnes personnes.

Et la majorité des professionnels (79 %) considèrent que disposer de fonctionnalités assurant la traçabilité des accès est un critère important dans le choix d'une nouvelle imprimante, ce qui laisse penser que ces chiffres vont augmenter à mesure que les détaillants remplaceront leurs modèles actuels. Il est recommandé de consulter son fournisseur d'impression pour vérifier si de telles fonctionnalités sont disponibles et activées.





« Grâce à la numérisation, nous savons que le document en notre possession est conforme. Il est stocké dans mon espace Cloud et mon interlocuteur peut voir que le document est enregistré, numérisé et je peux le rendre accessible à n'importe quel moment, ce qui est important.

Avec les documents papier, on ne sait jamais où ils se trouvent, on peut les avoir perdus, mis quelque part, ou mal classés. Si les documents sont numérisés, on peut les communiquer de façon beaucoup plus claire et rapide.

De plus, nous nous assurons que l'accès à nos documents numériques est protégé par un mot de passe et restreint aux personnes autorisées. C'est vraiment essentiel. Nous avons mis en place plusieurs niveaux de sécurité renforcés par un processus d'autorisation ».

Commercant de proximité - France

Comment Brother peut contribuer à rendre les commerces de détail plus sûrs ?



### La réponse de Brother :

Nous savons qu'en tant que détaillants, vous êtes tenus de gérer convenablement les données confidentielles de vos clients. Les commerces de détail ont besoin d'être accompagnés dans le choix d'imprimantes et de scanners parfaitement sécurisés, qui vous permettent d'assurer la restriction et la traçabilité des accès à vos informations confidentielles.

Les principaux objectifs en matière de sécurité des informations, garants d'un équipement parfaitement sûr, sont la Confidentialité, l'Intégrité et l'Accessibilité (gardez en tête l'acronyme CIA).

Depuis de nombreuses années, tous les firmwares de Brother sont signés numériquement, ce qui assure l'intégrité de chaque mise à jour. De plus, Brother a mis en place la détection automatique d'intrusion, qui se traduit par le redémarrage automatique de votre équipement en cas de menace, afin de maintenir son intégrité.

Les équipements Brother permettent également d'activer ou de désactiver des protocoles de communication individuels à un niveau granulaire, offrant ainsi à l'administrateur réseau une configuration personnalisée très utile.

Il est ainsi crucial de réduire de façon drastique la surface d'exposition de toute attaque potentielle, tout en permettant aux utilisateurs d'effectuer des tâches essentielles. De plus, Brother déploie régulièrement une version plus sécurisée de ses protocoles existants, comme le protocole SMB (Server Message Block), souvent utilisé comme moyen de diffusion des attaques de type « ransomware » .

La version la plus récente, SMBv3, est reconnue comme étant beaucoup plus sûre que les précédentes implémentations, et a été activée sur les équipements Brother à partir de 2019.

L'approche « At your side » de Brother signifie que la sécurité du retail en matière d'impression est pour nous une priorité absolue. À ce titre, nous continuerons de renforcer nos fonctionnalités existantes, tout en recherchant de nouvelles améliorations pour nos produits et services, afin de réduire davantage les risques dans ce domaine.

# La durabilité et les attentes des consommateurs

Le secret d'un commerce durable

Respecter l'environnement n'est pas seulement une obligation morale. Vos objectifs en matière de développement durable peuvent vous permettre de développer votre activité et d'améliorer l'efficacité de vos process.

Dans une société qui s'oriente de plus en plus vers une réforme de la justice sociale, la notion d'engagement éthique s'est retrouvée propulsée sur le devant de la scène, alimentant d'importantes conversations sur le sujet. Les attentes des clients en vue d'un changement positif se sont étendues aux marques qu'ils achètent.

Il existe trois engagements principaux que les détaillants estiment nécessaires pour assurer un comportement éthique :

- 1. S'engager dans la lutte contre le changement climatique
- 2. La réduction des déchets
- 3. Un traitement, une rémunération et des opportunités équitables pour l'ensemble de la population active

Comme en témoignent les deux premiers points, le développement durable doit être une priorité pour les détaillants aujourd'hui en activité, et la majorité des PME du secteur estime qu'elles ont le devoir d'adopter un comportement durable (68 %) et que leur succès futur dépendra de la gestion de la durabilité de leurs activités (64 %). Cela confirme que les sociétés placent désormais la Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE) en tête de leurs priorités commerciales. Dans ce contexte, trois quarts des détaillants (73 %) restent à l'affût et cherchent activement à améliorer la durabilité de leurs performances. La numérisation joue un rôle dans la réalisation de cet objectif.



« Notre entreprise s'est donnée pour objectif d'atteindre la neutralité carbone et nous travaillons avec des sociétés de transport qui nous aident à y parvenir. Nous nous efforçons de réduire l'utilisation du plastique en utilisant uniquement du papier recyclable tandis que nos usines s'appuient sur des process et des matériaux aussi respectueux de l'environnement que possible.

Le digital a cependant un impact environnemental, l'installation dédiée à nos serveurs émettant beaucoup de CO2. Nous travaillons donc avec des sociétés qui nous aident à optimiser le code de notre site web afin de réduire notre empreinte environnementale.

Cette optimisation va nous permettre de réduire les ressources nécessaires au fonctionnement de nos serveurs et d'être ainsi moins polluant, tout en augmentant la réactivité et la performance de notre site. Nous réduisons également la quantité de papier que nous utilisons, en arrêtant par exemple d'envoyer nos catalogues à nos clients ».

Commerçant - Secteur de la mode pour enfants - France

# La numérisation pour soutenir le développement durable

De nombreux professionnels du retail ont déjà investi dans des solutions de numérisation afin de réduire le volume de leurs impressions. Deux détaillants sur cinq (43 %) numérisent déjà des documents physiques, comme les bons de réception des marchandises, pour une gestion et un classement simplifiés des documents.



Près de la moitié (47 %) des détaillants déclarent utiliser des reçus électroniques. Ceux-ci offrent l'avantage de réduire les besoins d'impression et d'éviter tout gaspillage potentiel. Le respect de l'environnement ne représente cependant qu'une petite partie des bénéfices de cette solution.

Les commerces peuvent également s'appuyer sur cette technologie pour mieux connaître le profil, le comportement et les besoins des clients, en synchronisant leurs données de navigation en ligne avec leurs achats effectués en magasin. Ces données pourront par exemple vous permettre d'interagir avec eux après l'acte d'achat, en leur fournissant des informations utiles sur la politique de retour ou d'échange des produits, ou bien des conseils dédiés à l'utilisation de leurs articles. Cela peut être une opportunité supplémentaire d'asseoir l'image et le rayonnement de votre marque auprès de votre clientèle.

Cela dit, l'activité commerciale d'une majeure partie des détaillants s'appuie encore beaucoup sur l'impression. Il existe un large éventail de sociétés dont les besoins en impression sont essentiels, notamment en ce qui concerne l'étiquetage des rayons, l'édition d'étiquettes de livraison, de bons de réception des marchandises, de reçus et de supports marketing.

Les trois quarts des PME interrogées ont instauré une politique de développement durable (76 %), qui se concentre principalement sur le recyclage et l'efficacité du matériel, mais aussi sur l'emballage, l'approvisionnement, l'empreinte carbone et l'utilisation des plastiques.

La politique de développement durable des détaillants couvre actuellement :

L'efficacité du matériel (47 %)

L'utilisation du plastique (44 %)

L'emballage (43 %)

L'empreinte carbone (39 %)

L'imprimante, globalement présente chez tous les professionnels du commerce de détail, est donc l'un des principaux équipements technologiques ayant besoin d'être évalué selon les critères d'efficacité et de recyclabilité.

L'approvisionnement (30 %)

Les commerces de détail doivent revoir l'efficacité opérationnelle de leurs machines tout au long du cycle de vie, ainsi que la recyclabilité des cartouches d'encre et de toner utilisées.

# Réparer votre imprimante plutôt que la remplacer



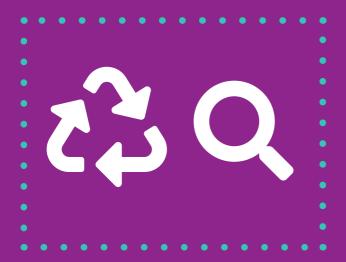
La durabilité des imprimantes peut être améliorée via une durée de vie opérationnelle étendue, réduisant la nécessité de fabriquer de nouvelles imprimantes.

L'un des principaux moyens de prolonger la durée de vie d'une imprimante et de réduire tout gaspillage consiste à effectuer des réparations modulaires en cas de panne, plutôt que de remplacer l'ensemble de la machine, par ailleurs parfaitement fonctionnelle. 76 % des détaillants déclarent que la possibilité de réparer ou de remplacer les composants individuels d'une imprimante défectueuse est un critère important dans leur choix.

### Comment cela peut-il aider les détaillants ?

Les réparations modulaires permettent également de réduire les coûts d'une entreprise, au-delà d'un bénéfice environnemental évident lié à la production réduite de composants nécessaires à la fabrication et à l'utilisation du matériel.

Alors que les commerces de détail commencent à exiger du matériel ayant une plus grande durée de vie, un changement radical doit s'opérer au niveau des acteurs industriels de l'impression. Les fabricants d'imprimantes doivent en effet adopter une vision à long terme plutôt qu'un profit à court terme et s'assurer que leurs imprimantes soient construites pour durer au moins pendant 10 ans.





# Que devraient faire les professionnels du secteur ?

Une fois que les imprimantes ont atteint la fin de leur cycle de vie, il faut alors s'assurer qu'elles sont bien recyclables. Trois quarts (75 %) des détaillants s'accordent pour dire que les imprimantes devraient être révisées et remises sur le marché, une déclaration en phase avec leur engagement en faveur du recyclage dans le cadre de leur politique de développement durable.

Pour relever ce défi, il est impératif que l'ensemble du secteur industriel de l'impression apporte toute son expertise afin d'aider les clients à recycler leurs équipements en fin de vie, et propose également un process de recyclage simple et efficace dédié aux cartouches d'encre. Les entreprises doivent travailler avec des fournisseurs d'imprimantes qui s'impliquent de façon durable et efficace dans la gestion de leur parc d'impression, aussi bien pour des raisons commerciales que pour respecter leur politique RSE.

### Des chaînes d'approvisionnement aux magasins

Comment l'impression, la numérisation et l'étiquetage peuvent-ils aider le commerce de détail ? En plus de préparer le terrain pour l'intégration de nouvelles technologies, dédiées à la sécurité et à la durabilité, de nombreux professionnels revoient les systèmes de leur back-office pour maximiser leur productivité.



### L'étiquetage : un lien essentiel entre les stocks, les magasins et la gestion de votre réussite

L'impression d'étiquettes centralisée permet de créer des modèles d'étiquettes de prix standardisés et de faciliter la gestion des produits pour un siège social. Cela peut soulager les magasins individuels, en évitant d'installer inutilement plusieurs systèmes.

L'étiquetage améliore également la gestion de l'inventaire, notamment en étant synchronisé avec d'autres systèmes pour fournir des informations en temps réel sur les stocks.



« Nous utilisons depuis le début des systèmes d'impression d'étiquettes centralisés. Nous avons travaillé avec un consultant afin de déterminer la façon d'équiper nos magasins le plus efficacement possible. Notre société est relativement petite, avec six succursales en Allemagne, et nous avons estimé qu'il aurait été compliqué, chronophage et coûteux pour elles d'avoir à imprimer leurs propres étiquettes.

C'était un peu complexe à mettre en place, mais cela nous a aidé à optimiser notre chaîne de livraison. De plus, nos employés n'ont plus à intervenir manuellement sur les étiquettes. C'est un processus plus sûr et plus simple ».

Commerçant - Secteur de la boulangerie - Allemagne



### Les technologies d'impression et de numérisation au service d'une expérience client sans faille

Les solutions d'impression intelligentes stimulent la productivité et libèrent du temps pour les employés qui peuvent ainsi se concentrer sur leurs clients et les objectifs de croissance de leur commerce.

Trois PME du secteur sur cinq (59 %) ont investi ou souhaitent investir dans des solutions d'impression ou de numérisation mobiles. Ces solutions favorisent l'encaissement mobile à l'aide d'une tablette ou d'un scanner portable, une tendance lancée par Apple qui permet au personnel d'assurer le paiement et l'impression de tickets, n'importe où dans le magasin. L'expérience client devient plus fluide, grâce aux files d'attentes réduites. Au final, les détaillants y gagnent en réduisant la probabilité de perdre une vente.

D'autres enseignes, notamment dans le secteur alimentaire, ont introduit les technologies « Scan-as-you-shop » qui permettent aux clients de scanner leurs articles, de payer et de s'en aller. A l'instar des caisses mobiles, on évite ainsi de longues files d'attente, qu'il faut limiter autant que possible afin de respecter les mesures de distanciation sociale. Sans oublier le temps gagné comparé au scan de l'ensemble des articles une fois les achats terminés. Les employés peuvent également se consacrer à d'autres activités, susceptibles d'apporter une plus grande valeur ajoutée et d'améliorer l'expérience des clients : ils pourront ainsi réapprovisionner les rayons, ou répondre à leurs requêtes.

L'impression et la numérisation mobiles peuvent également aider les détaillants à mettre à jour rapidement et facilement les étiquettes - en ajoutant la teneur en allergènes ou les dates de péremption ou encore, en revoyant les prix pour stimuler les ventes de marchandises qui ne se partiraient pas assez vite.



« Nous disposons de machines dédiées aux points de vente, cependant nous testons actuellement, dans quelques magasins, un iPad connecté à un terminal, pour éviter aux clients de faire la queue. Ils peuvent s'adresser à un vendeur faisant la démonstration d'un jouet pour l'acheter directement auprès de lui. Nous nous éloignons de l'approche traditionnelle invitant les clients à choisir leur produit pour le régler en caisse, ce qui réduit la probabilité qu'ils changent d'avis en chemin.

Nos magasins peuvent être très fréquentés le week-end. Aussi, cela leur permet d'acheter simplement l'article qui les intéresse. Quant à la petite imprimante mobile connectée à la tablette, elle permet d'imprimer leurs reçus. Nous ne voulons pas non plus les rediriger vers la caisse pour cela, car cela desservirait notre objectif ».

Secteur du jouet - Royaume-Uni

# Comment l'étiquetage électronique peut renforcer l'interaction avec les clients?

Certains détaillants vont plus loin en investissant dans des étiquettes et tickets 100 % électroniques. On s'attend ainsi à observer une forte augmentation en faveur des tickets électroniques, **91** % des PME du secteur ayant déjà investi ou envisageant d'investir dans ce domaine au cours des trois prochaines années.

Si les tickets de caisse électroniques peuvent renforcer une politique de développement durable, ils permettent également d'engager davantage les clients après la vente en leur fournissant des informations utiles. À l'heure où la prévention sanitaire est une priorité, ils sont aussi un moyen d'éviter des échanges potentiellement peu hygiéniques. L'étiquetage électronique est également amené à se développer sur le marché. Ces étiquettes peuvent être mises à jour facilement et de façon centralisée pour refléter les fluctuations de la demande en temps réel, et peuvent avoir des propriétés scannables ou « intelligentes » pour fournir aux clients des informations clés lors de leurs achats.

La grande majorité des consommateurs effectuent leurs achats avec un smartphone à portée de main. Aussi, les détaillants ayant bien intégré cette information sont ceux qui engageront plus facilement leur marché cible.





« Nous avons introduit l'étiquetage intelligent de nos produits il y a environ un an. Nous n'avons plus aucune étiquette papier dans notre magasin, elles sont désormais électroniques. Cette solution nous donne beaucoup d'informations et nous la trouvons incroyablement utile, aussi bien pour mes collaborateurs et moi que pour nos clients. Et cela nous a fait gagner énormément de temps!

Pour l'instant, nous l'utilisons uniquement pour la gestion du stock côté magasin et non à l'entrepôt, mais cela signifie que nous pouvons mieux identifier les prochaines livraisons et ce qui n'est pas prévu, et quel est exactement le niveau de stocks à notre disposition. Ce système indique également les prix, le nombre de produits en rayon, la date de la dernière livraison et en cas de click & collect, il nous permet de localiser plus facilement les produits. Ainsi, nous ne perdons pas de temps à les chercher et pouvons les mettre plus rapidement dans le panier du client. Grâce à cette technologie, le client pourra à l'avenir passer commande depuis son smartphone en se rendant dans les rayons et en consultant sur son écran l'emplacement des produits qu'il recherche.

L'investissement a été plutôt conséquent. La mise en œuvre de la solution a coûté environ 200 000 livres sterling (soit 222 000 euros), et nous n'utilisons actuellement que 5 % des possibilités offertes par ces étiquettes. Il nous faudra probablement trois ans pour arriver à une utilisation à 100 %. Idéalement, nous pourrons utiliser au moins 80 % des capacités de notre solution d'ici 2 à 3 ans. Cela signifie que nous pourrons faire des choses comme la commande automatique, que nous aurons toutes les informations dont nous aurons besoin immédiatement, par exemple les ruptures de stock, et que nous pourrons alors réagir instantanément.

Il est nécessaire d'investir dans ce genre de technologies. Les choses vont tellement vite, et vous devez suivre le mouvement. Vous devez former votre personnel en permanence afin que les nouvelles technologies soient bien accueillies par vos équipes. Vous pouvez mettre en œuvre la meilleure technologie du monde, mais il est impératif que les personnes amenées à l'utiliser se l'approprient et la trouvent accessible, si vous voulez en tirer le meilleur parti ».



# Mesurer l'efficacité pour décupler les résultats

Une fois que les commerces ont investi dans ces technologies, l'efficacité des imprimantes et des nouveaux process de travail doivent être parfaitement intégrés. Disposer d'outils d'analyse peut vous aider à identifier les domaines qui ne fonctionnent pas aussi bien qu'ils le devraient. Simplifier et synchroniser les données de la manière la plus efficace possible peut vous faire gagner du temps et accroître la productivité des employés.

« Nous voulons réduire les coûts en utilisant des outils qui nous permettent de simplifier le flux d'informations ».

#### Commerçant de proximité - France

La mise en place d'outils analytiques peut contribuer à maintenir un flux d'information susceptible d'aider les détaillants à conserver une longueur d'avance. Ils permettent par exemple de savoir quand aura lieu la prochaine livraison ou bien de connaître les stocks ayant besoin d'être réapprovisionnés.

Ces capacités d'analyse, combinées avec un flux d'informations continu, peuvent également permettre aux détaillants de synchroniser les données des clients et d'obtenir une meilleure connaissance de leurs attentes. En accompagnant leurs clients tout au long de leur parcours et en connaissant mieux leurs comportements d'achats, les détaillants seront plus à même d'anticiper les produits susceptibles de les intéresser, de mieux les cibler en magasin et en ligne et de s'assurer qu'ils disposent du stock adéquat pour répondre à la demande.

### Un effort minimal pour un rendement maximal

Qu'elle soit utilisée pour imprimer, copier ou numériser, l'imprimante fait partie intégrante d'un process réussi et permet d'alléger considérablement la charge administrative. Il est donc essentiel d'investir dans les bonnes technologies afin de garantir la mise en place des bons équipements et services, capables de répondre aux besoins spécifiques des process de travail.

Elle doit pouvoir s'intégrer facilement au sein des systèmes existants et disposer des technologies les plus récentes. Si l'on met de côté le critère du coût, ce sont les deux facteurs les plus importants pour les PME du secteur lorsqu'elles choisissent leur imprimante.

### Les critères les plus importants pour le choix d'une imprimante

- Facilité d'intégration
- 2 Technologie récente
- 3 Sécurité des données
- 4 Stockage Cloud
- Suivi de l'utilisation par les employés ?

Avec les progrès technologiques, les écosystèmes numériques deviennent de plus en plus complexes et ces systèmes nécessitent souvent des compétences spécifiques pour en tirer le meilleur parti. Disposer de telles compétences peut représenter un défi pour les commerces, détournant leur attention de tâches plus essentielles.

# Comment votre fournisseur d'imprimantes peut-il vous aider ?

Votre fournisseur d'imprimantes est le mieux placé pour effectuer une évaluation complète des besoins de votre entreprise en matière d'impression et recommander le dispositif et les services les plus adaptés à vos besoins.

Il peut également veiller à la bonne maintenance des systèmes d'impression plus complexes. Plus ces systèmes sont complexes, plus leur maintenance l'est également.

# Maintenir votre imprimante à jour

En plus d'être conseillé pour bénéficier de la meilleure solution, être à jour devient un véritable challenge de plus en plus important aujourd'hui, avec l'arrivée constante de nouvelles technologies sur le marché.

De plus en plus d'entreprises, qui investissaient jusqu'ici dans l'acquisition de leur matériel informatique et en géraient la maintenance, se tournent aujourd'hui vers un modèle de dépenses fonctionnelles (OpEx), louant ainsi leur matériel et bénéficiant d'un service de maintenance continu géré par leur fournisseur.

Plutôt que de conserver une machine amenée à perdre rapidement de la valeur, les PME qui louent leur matériel peuvent bénéficier de machines automatiquement mises à niveau, disposant ainsi toujours de la meilleure solution disponible.

Nos données montrent que plus de la moitié (54 %) des PME du commerce de détail louent aujourd'hui une partie de leur matériel technologique.

Les PME qui louent leur matériel constatent trois avantages évidents : une gestion financière plus efficace, un gain de temps au niveau des process de travail et une solution d'impression toujours optimale, accueillant la technologie la plus récente et la plus sûre.

# Les 10 principaux avantages qu'offrent la location de votre équipement technologique

### Des avantages financiers

- 1. Vous ne payez que ce que vous utilisez
- 2. Vous faites des économies
- 3. Vous pouvez lisser les paiements pour faciliter la trésorerie

#### Un gain de temps et moins de tracas

- 4. Vous gagnez du temps en déléguant la maintenance du matériel
- 5. Vous avez ainsi moins de tracas liés à la maintenance
- 6. Vous pouvez appeler des experts qui sont à votre disposition pour vous aider à résoudre les problèmes de matériel
- 7. Vous pouvez vous concentrer sur l'essentiel et déléguer les activités dont vous n'avez plus à vous préoccuper

#### La garantie d'une solution optimale

- 8. Vous pouvez compter sur l'expertise de votre prestataire pour vous conseiller les meilleurs équipements
- 9. Vous bénéficiez des dernières technologies lors de la sortie de nouveaux modèles
- Vous bénéficiez des dispositifs de sécurité les plus récents pour votre matériel



« Dans nos bureaux rattachés à l'entrepôt, nous avons loué des imprimantes. C'est là que nous imprimons nos PLV et tous nos supports promotionnels. Ces documents doivent bénéficier d'une impression de grande qualité pour être utilisés dans nos magasins, ce qui implique que les machines elles-mêmes sont plus complexes et peuvent nous donner des soucis en cas de panne.

Nous avons donc pris la décision de louer ces imprimantes. Et parce que nous imprimons des supports promotionnels pour nos points de vente, avec de l'affichage grande taille et d'autres formats, nous avons grandement besoin d'un service d'assistance qui demeure à notre écoute.

Le service de gestion des impressions rend les choses beaucoup plus simples ».

Magasin de jouets pour enfants - Royaume-Uni

# "At your side" - Comment Brother peut faciliter votre transition digitale?

Alors que les trois quarts des PME (76 %) ont un contrat en cours avec leurs fournisseurs d'imprimantes, la majorité d'entre elles ne bénéficient seulement que d'un service basique, couvrant le matériel, la maintenance et/ou le réapprovisionnement automatique en encre, toner et autres consommables.

En demandant finalement à votre fournisseur d'imprimantes d'évaluer vos besoins et de gérer pour vous la location et la maintenance de votre matériel, vous disposez de l'imprimante la mieux adaptée aux besoins de votre activité, tout en évitant de gaspiller des ressources internes et de perdre du temps afin d'en assurer la maintenance.

Un critère de réussite essentiel pour atteindre ses objectifs en matière d'efficacité est l'intégration transparente de la technologie et des process, un point sur lequel la majorité des entreprises de détail s'accordent. 83 %

déclarent qu'il est important que leur imprimante puisse s'intégrer au sein des technologies existantes 36 %

voient leurs besoins évalués par leur fournisseur d'imprimantes

Cependant, seul un tiers (36 %) des entreprises interrogées reçoit une évaluation personnalisée, garantissant qu'elles disposent bien d'une technologie adaptée et parfaitement intégrée à leur activité. Brother estime qu'il s'agit d'un facteur clé qui ne doit pas être négligé dans le secteur de la vente au détail.

En vous adressant à un fournisseur de confiance, à même de vous fournir les solutions intelligentes qui s'intègreront parfaitement à votre écosystème, vous et vos collègues pourrez vous concentrer sur des tâches ayant plus de valeur ajoutée.

# La réponse de Brother

Brother peut fournir à votre entreprise des solutions d'impression qui s'intègrent de façon transparente à vos process de travail existants et peuvent vous aider à réduire le temps consacré aux tâches administratives. Cela signifie essentiellement que la journée de travail de vos employés est plus satisfaisante et plus productive.

Brother propose une approche multi-solutions qui répond à l'ensemble des besoins opérationnels spécifiques de votre entreprise, qu'il s'agisse de l'étiquetage en rayon, de matériel de haute qualité à destination des points de vente, d'impression d'étiquettes centralisée ou d'impression haut volume pour le back-office.

Notre démarche en matière de gestion des impressions, divisée en trois étapes, garantit que vous disposez du bon appareil et des bons services, ce qui réduit la complexité des processus et améliore la productivité. Chaque étape est conçue pour garantir que le service est adapté à vos besoins et continue de répondre à vos exigences.

# Phase d'accompagnement : concevoir le service de gestion des impressions idéal pour vous

La phase d'accompagnement met l'accent sur la compréhension des besoins de votre entreprise et des habitudes d'impression des utilisateurs. L'objectif est de concevoir une solution durable, optimisée et personnalisable, garantissant un positionnement optimal des imprimantes au sein de votre entreprise. Nous effectuerons un audit afin d'évaluer la productivité des utilisateurs et l'infrastructure actuelle de votre parc d'impression.

Cet audit portera sur des éléments tels que le coût total de possession (TCO), les exigences de votre organisation en matière de sécurité et de politiques d'impression, la productivité des utilisateurs et l'utilisation des imprimantes, ainsi que sur la politique RSE et les objectifs de durabilité. Cette étape nous permet de développer une solution spécifique, adaptée à vos besoins, qui maximisera l'efficacité et minimisera les coûts cachés, pour une approche plus équilibrée.

### Phase de transition : mise en place de la solution

Nous comprenons qu'un changement technologique à l'échelle de l'entreprise peut être une course d'obstacles et source de risques potentiels. C'est pour cela que nous avons développé une gamme complète de services vous assurant une phase de transition en douceur, efficace et sans risques vers notre solution de gestion des impressions.

Notre équipe s'occupe de tout, de la livraison et l'installation à la configuration et l'intégration de votre solution, en passant par la formation du personnel et la proposition d'équipements associés. Nous nous chargeons également du retrait sécurisé de vos anciens produits, conformément aux réglementations législatives en vigueur, et de la mise à disposition de notre assistance MPS au service de votre parc d'impression. Votre solution de gestion des impressions est extrêmement bien gérée et bénéficie d'un basculement opérationnel fluide pour l'ensemble des collaborateurs de votre entreprise. Chacun pourra profiter de l'expertise de Brother en matière de MPS.

# Phase d'optimisation : s'assurer que tout fonctionne parfaitement

La phase d'optimisation consiste à faire en sorte que tout se déroule le mieux possible. Elle implique un soutien préventif et réactif de la part de Brother. Dans le cadre de nos comités de pilotage périodiques, notre équipe examine au jour le jour vos exigences et besoins opérationnels. En évaluant continuellement la disponibilité, la capacité et l'utilisation de vos équipements, nous faisons en sorte que votre solution de gestion des impressions soit la plus efficace possible, y compris dans l'anticipation de vos besoins. C'est là notre approche pour évaluer vos besoins et veiller à ce que votre solution d'impression demeure pertinente tout au long de votre contrat.



Conclusion et points clés à retenir

La révolution du commerce de détail a commencé bien longtemps avant qu'une pandémie ne vienne lui donner un coup d'accélération.

Avec le recul, il aura fallu une crise mondiale pour que les détaillants mettent à jour leur technologie afin d'être 100 % opérationnels en ligne. Pour faire en sorte que cette transition soit efficace, la transformation digitale, la sécurité et la durabilité doivent être pris en compte.

Il est temps que les professionnels du secteur investissent en conséquence dans leurs technologies pour favoriser la création de process de travail plus fluides et minimiser leurs charges administratives. Ainsi, ils peuvent accroître leur productivité et libérer leur potentiel pour répondre aux exigences de la génération « tout, tout de suite » et leur proposer une expérience client inspirante.



### Les principales technologies dans lesquelles les détaillants souhaitent investir sont :

# L'automatisation de l'identification et de l'archivage des documents numérisés

Les PME de ce secteur d'activité indiquent que l'identification et le classement automatisés offrent une multitude d'avantages qui se traduisent par une augmentation significative de la productivité, notamment l'économie de nombreuses heures de travail administratif manuel, la réduction du nombre d'erreurs et une plus grande maîtrise des coûts opérationnels.





### La reconnaissance de caractères pour l'édition de documents numérisés

En plus d'un gain de temps considérable, les employés n'ont plus à dupliquer leurs tâches et signalent moins d'erreurs, ce qui leur permet de se concentrer sur des domaines à plus forte valeur ajoutée et d'accroître au final leur productivité.

### L'intégration de logiciels tiers tels que les assistants digitaux

L'intégration de scénarios prédéfinis (sur le modèle IFTTT, « Si Ceci Alors Cela »), qui permet à vos applications et à vos équipements d'être connectés entre eux, est un nouveau pas en avant vers l'automatisation des process manuels.

De manière générale, l'utilisation d'un assistant digital peut ainsi libérer les employés pour qu'ils se concentrent sur des tâches plus importantes et productives, comme s'occuper de leurs clients. Cependant, les nouvelles technologies ne vont pas jusqu'au bout.

A l'ère du RGPD, la sécurité des données représente un risque majeur pour les commerçants, d'autant plus lorsqu'il s'agit de leur ressource la plus précieuse, et potentiellement dangereuse : les données clients.





Il existe trois objectifs principaux pour assurer une véritable sécurité des données, facilement mémorisables grâce à l'acronyme CIA.

Ces objectifs concernent également la sécurité des équipements et des données :

- 1 Confidentialité Protégez les données confidentielles de votre activité pour vous assurer qu'elles soient uniquement partagées avec les bons destinataires.
- 2 Intégrité Assurez-vous que les firmwares de vos équipements soient bien sécurisés et suffisamment résistants face au piratage et autres menaces externes.
- 3 Accessibilité Soyez sûrs que vos équipements d'impression soient opérationnels et accessibles aux utilisateurs autorisés à effectuer des tâches essentielles



Il ne faut pas non plus négliger l'importance de vos actions en matière de développement durable

Il existe trois engagements principaux que les détaillants trouvent nécessaires pour garantir un comportement éthique (par ailleurs appréciés des consommateurs):

- S'engager dans la lutte contre le changement climatique
- 2 La réduction des déchets
- Un traitement, une rémunération et des opportunités équitables pour l'ensemble de la population active



### En conclusion

En plus des nouvelles technologies, de la sécurité et de la durabilité, de nombreux détaillants revoient les systèmes de leur back-office pour maximiser leur productivité. Les imprimantes et les scanners sont trop souvent considérés comme des composants à la fois essentiels et basiques au sein des environnements de travail. Toutefois, investir dans la bonne solution d'impression intelligente peut apporter d'énormes avantages à n'importe quelle entreprise, surtout si elle coche les bonnes cases en matière de sécurité et de durabilité.

Les PME du commerce de détail doivent trouver un partenaire d'impression qui s'engage à les préserver de toutes les menaces de sécurité liées à l'impression, à protéger leurs données et celles de leurs clients mais également à les accompagner de manière durable, pour leur permettre de se concentrer sur des tâches plus importantes pour leur activité.

Quel que soit le chemin que vous décidez d'emprunter pour vous adapter à l'évolution du marché du retail, soyez assurés que Brother sera toujours « At your side ».



Votro	revendeur	
VOLIC	revenueur	٠

### **Brother International Belgium nv/sa**

't Hofveld 8 1702 Groot-Bijgaarden

+32 (0)2 467 42 11 info@brother.be

#### www.brother.be

Brother se réserve le droit de modifier ces spécifications sans préavis. Brother est une marque enregistrée déposée de Brother Industries Ltd. Les noms des produits cités sont des marques déposées ou enregistrées de leurs sociétés respectives.

Éditeur responsable : Brother International Belgium nv/sa