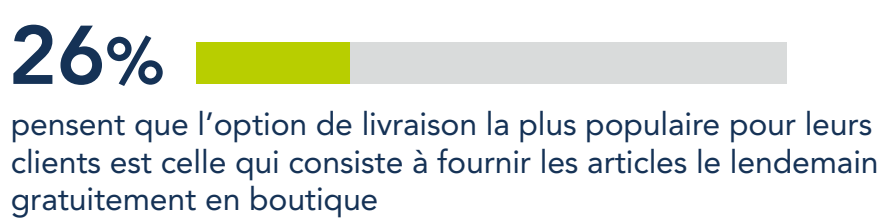


La logistique vue par les retailers

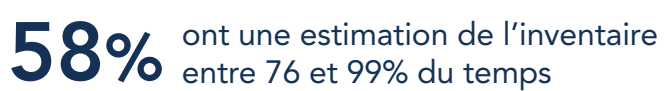
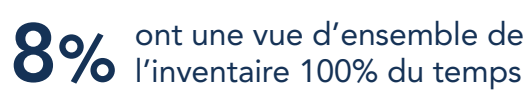
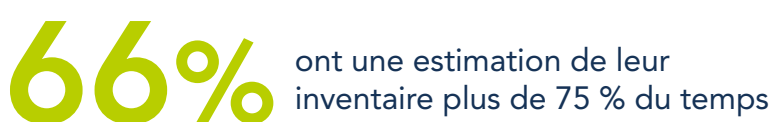
Ce sont eux qui en parlent le mieux ! Leur logistique ! Leurs magasins ! Leurs entrepôts ! Les distributeurs ont bien compris que le nouveau maître mot, en matière de stratégie gagnante, est l'adaptabilité, c'est-à-dire leur capacité à répondre de manière proactive aux exigences des consommateurs, qui recherchent des expériences d'achat toujours plus connectées et intégrées. État des lieux.



38%

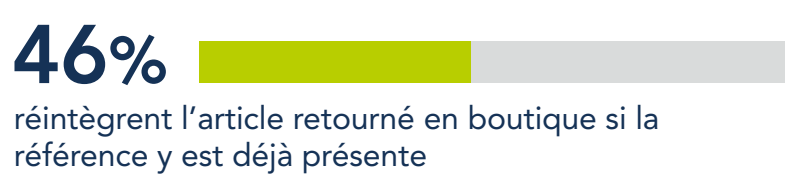
ont mis en place des outils en magasin pour délivrer une expérience personnalisée en magasin.

Les freins à la mise en place du Clienteling

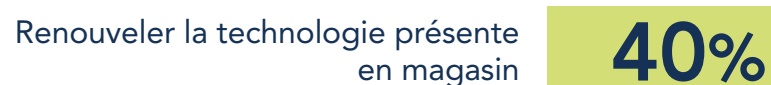
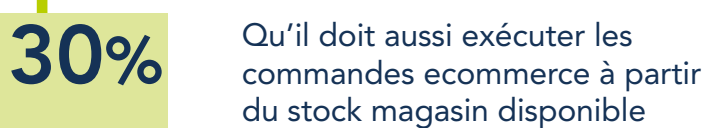
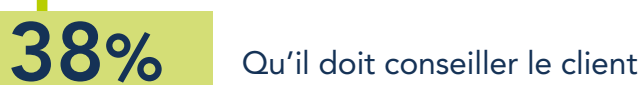
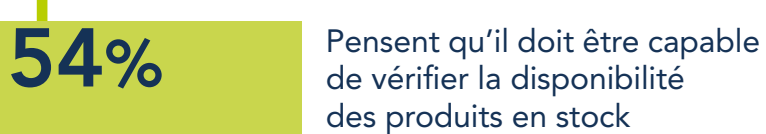


92%

acceptent les retours en magasins des articles commandés en ligne ou via un autre canal.



PERCEPTION DU RÔLE DU VENDEUR PAR LE RETAILER



PRIORITÉS DES RETAILERS

16%

affirment qu'ils ont réalisé plus d'expériences hors stock magasins, sous la pression du Ropo et du click and collect.

*L'étude menée, en décembre 2016, par OnePoll pour Manhattan Associates après de 50 dirigeants de détaillants multicanaux français sur les capacités de service et d'exécution logistique de leur organisation.



En savoir plus sur l'OMS ? Cliquez ici pour télécharger le livre blanc