

COMMUNIQUE DE PRESSE

Paris, le 6 septembre 2018

LES DEFIS DES RETAILERS FRANÇAIS pour contrer une expérience client freinée par une transformation omnicanale de façade

Alors que 36,6 millions de Français achètent sur Internet (dont ¼ sur mobile), placer l'expérience client au centre des approches digitales est devenu impératif. **58% des retailers accordent ainsi une place majeure à la digitalisation de leurs points de vente** dans leur stratégie client, malgré les difficultés que cela peut engendrer (la moitié des retailers (50%) estiment qu'il est difficile de faire évoluer leurs systèmes existants pour les rendre compatibles avec les nouveaux environnements déployés).

C'est dans ce contexte compliqué mais indispensable, que Generix Group, éditeur de solutions SaaS collaboratives pour l'écosystème de la Supply Chain et du retail, a développé Generix Omnichannel Sales, une offre permettant de casser les silos et de faciliter la collaboration entre les différents métiers du marketing.

(Re) penser le magasin de demain

Pour **Emmanuelle Olivié-Paul, Directrice Associée du cabinet MARKESS** : « Le développement des enseignes et des retailers est toujours freiné par les nombreux silos existants que le digital a amplifié dans de nombreux cas. Pour lever ces verrous, les retailers doivent engager des programmes ambitieux et courageux de transformation, touchant l'ensemble de leur organisation.

Les approches doivent désormais être orientées vers l'expérience client et le parcours omnicanal (et non plus centrées uniquement sur le magasin et le online). Le « online » et le « offline » sont de plus en plus interdépendants et doivent être orchestrés en cohérence et non en opposition ou en concurrence. »

Toujours selon Emmanuelle Olivié-Paul, 7 grands défis attendent aujourd'hui les retailers français :

- » Repenser le magasin avec le digital (phygital) ;
- » Fédérer les données pour mieux les exploiter ;
- » Faire évoluer les systèmes d'information vers des plateformes et écosystèmes applicatifs ;
- » Modifier les modes opératoires organisationnels ;
- » Unifier et fluidifier le parcours client ;
- » Automatiser grâce à l'intelligence artificielle ;
- » Instaurer la confiance par la donnée (RGPD...).

Generix Omnichannel Sales : la réponse pour un commerce omnicanal affranchi des silos

La plateforme Generix Omnichannel Sales s'adresse aux distributeurs engagés dans des stratégies de vente omnicanale et de digitalisation du parcours client.

- » Les modules fonctionnels de la solution Generix Sales Marketing offrent aux retailers la possibilité de :
 - » Disposer de moteurs d'offres puissants pour construire, en un point unique, des offres commerciales personnalisées ;
 - » Orchestrer le parcours d'achat des clients, grâce à différents outils interagissant en temps réel avec eux, selon leurs données et parcours client ;
 - » Créer un panier unique centralisant les ventes issues de l'ensemble du réseau de distribution.
- » La solution Generix Local POS propose quant à elle, un module d'encaissement pour les enseignes engagées dans la digitalisation du parcours client et la vente omnicanale.

Philippe Petit, Directeur des Opérations Generix Omnichannel Sales précise : « *La gamme Generix Omnichannel Sales libère la vente omnicanale des silos technologiques et organisationnels, en favorisant la collaboration entre les métiers du marketing, de la vente et de l'IT. Elle accélère le business des retailers et redonne le pouvoir d'influencer la décision du consommateur tout au long du cycle d'achat* ».

Frédéric Jardine, Chef de projets chez Nature & Découvertes complète grâce à son expérience de la solution : « *Grâce à l'offre de Generix Group, nous avons pu améliorer l'expérience client en gérant les opérations commerciales via une seule et même interface. Un projet qui était pour nous indispensable pour réussir la vente en mobilité en magasin et qui a généré une hausse du chiffre d'affaires en store-to-web.* » Il conclut : « *Avec Generix Omnichannel Sales, nous avons également amélioré la gestion en interne. En effet, il existait jusqu'à présent un mix de plusieurs outils et une multitude de mots de passe différents. La solution nous a donc simplifié la vie. Côté service client, elle a permis de favoriser plus de réactivité, d'efficacité et donc de fournir une meilleure qualité de réponse au client final.* »

* Etude MARKESS by exaegis pour Generix Group – juillet 2018.

À propos de Generix Group

Generix Group est un éditeur de solutions SaaS, expert de la Supply Chain Collaborative et de la vente omnicanale. Présent dans plus de 60 pays grâce à ses filiales et son réseau de partenaires, ses services applicatifs sont utilisés par près de 6 000 entreprises dans le monde. Les 550 collaborateurs du groupe accompagnent au quotidien des clients comme Nature & Découvertes, Maisons du Monde et Feu Vert, dans la transformation omnicanale de leurs réseaux de vente.

La gamme **Generix Omnichannel Sales** libère la vente omnicanale des silos technologiques et organisationnels, en favorisant la collaboration entre les métiers du marketing, de la vente et de l'IT. Elle accélère le business des retailers et redonne le pouvoir d'influencer la décision du consommateur tout au long du cycle d'achat.

Au-delà des solutions, l'entreprise propose également à ses clients un accompagnement métier et du conseil afin de les aider à gagner en performance opérationnelle.

Créée en France en 1990, **Generix Group** est coté en bourse sur le marché Eurolist d'Euronext Paris, compartiment C (ISIN : FR0004032795). Pour en savoir plus : www.generixgroup.com

Contacts presse : Profile – 01 56 26 72 10

Nathalie Grigorieff – ngrigorieff@agence-profile.com ou Stéphanie Noel – snoel@agence-profile.com