



ÉTUDE DE CAS :

Révolutionner l'expérience d'achat en magasin avec des technologies d'achat automatisés

L'un des plus grands détaillants de vente en ligne au monde collabore avec Ricoh pour lancer un magasin intelligent, sans caisse, sans paiement automatique, sans file d'attente.



ENTREPRISE ET DÉFIS

Ce géant mondial multimilliardaire du commerce en ligne vend une large gamme de biens de consommation de marque et de sa propre marque. Il dispose d'un vaste réseau de centres de distribution et gère également l'emballage et la distribution pour des vendeurs tiers. L'entreprise emploie des milliers de personnes dans chacun de ses centres opérationnels, notamment des centaines de travailleurs saisonniers lors de pics de demandes.

Les longues files d'attente laissent les clients frustrés, ce qui peut entraîner une baisse de la fréquentation pendant les heures de pointe. Afin de faire ses courses plus rapidement et facilement, un détaillant de vente en ligne leader du secteur a envisagé de lancer un magasin sans caisse où les clients prennent les articles qu'ils veulent, partent et payent automatiquement. Comment faire en sorte que ce concept révolutionnaire devienne une réalité ?

« Nous cherchons constamment de nouvelles façons d'exploiter les derniers développements technologiques pour créer des produits innovants et offrir un service haut de gamme aux clients. Ricoh joue un rôle essentiel pour nous aider à atteindre ce but. »

Témoignage d'un Porte-parole de l'entreprise



OBJECTIFS

En tant que géant du commerce en ligne et leader mondial du secteur, cette organisation joue un rôle significatif en bouleversant le secteur du commerce de détail depuis des dizaines d'années et en offrant en ligne une large gamme de produits de haute qualité, à des prix compétitifs, avec une livraison le jour-même ou le jour suivant.

Désireuse de profiter de son succès en ligne, l'entreprise s'est donnée comme objectif de transformer l'expérience d'achat traditionnel en boutique. Le but étant de garder les avantages des grandes enseignes, tels que la possibilité de découvrir physiquement les produits et de saisir instantanément les articles dont vous avez besoin, et de supprimer les inconvénients : les longues files d'attente, les temps d'attente aux caisses en self-service et les retards d'approbation des employés pour certains achats.

L'entreprise a alors imaginé une version nouvelle et audacieuse des achats en magasin : imaginez si vous pouviez entrer dans un magasin, choisir les articles que vous voulez et tout simplement partir car le système encaisserait automatiquement le paiement.

La conception finale impliquerait une vision et une intégration informatique brevetée avec des détecteurs de mouvement et des capteurs de poids, des portails d'entrée intelligents et une intelligence artificielle (AI) de pointe.

Après avoir testé des boutiques prototypes aux États-Unis, l'entreprise a cherché un partenaire IT qui pourrait transférer le format aux grandes enseignes européennes. Le succès dépendait du fait que l'infrastructure technologique complexe devait fonctionner 24 heures sur 24, sans interruption.



SOLUTIONS

Pour offrir cette expérience d'achat radicalement nouvelle et ultra-pratique, l'entreprise a engagé la [Service Advantage Team](#) de Ricoh. Les experts de Ricoh aident à configurer, à surveiller en permanence et, si nécessaire, à réparer les technologies qui soutiennent le nouveau magasin.

Afin de mettre à niveau ses connaissances sur la gamme sophistiquée de caméras, capteurs, portails, solutions AI et infrastructure IT de soutien, l'équipe Ricoh a participé à un programme de formation complète de six semaines. Les ingénieurs de Ricoh ont ainsi pu bénéficier d'une expérience pratique et d'une compréhension approfondie de toutes les technologies du magasin. Après cette orientation initiale, Ricoh a travaillé en étroite collaboration avec l'entreprise afin de condenser le programme de formation en une semaine et demie, ce qui a permis à Ricoh de développer rapidement son service de support sur le terrain pour les solutions brevetées de l'entreprise.

Ricoh a également mis en place une hotline consacrée à la maintenance via son [Centre des opérations de service](#), ce qui permet aux employés des magasins d'augmenter le nombre de tickets d'assistance technique pour les réparations ou les nouvelles installations. Situé à Varsovie (Pologne), ce centre d'appels fonctionne 24 heures/24 et 7 jours/7, afin que les problèmes soient résolus dès leur apparition.



Après avoir étudié de nombreux autres fournisseurs de services IT, Ricoh est apparu, pour l'entreprise, comme un partenaire solide ayant l'expérience et les connaissances requises pour soutenir les technologies qui feraient fonctionner son nouveau magasin. Dès lors, notre mission a consisté à leur prouver qu'ils avaient raison.

Connor Heywood
Coordinateur des opérations
Ricoh Europe





Grâce à notre partenariat avec Ricoh, nous pouvons maintenant offrir une expérience d'achat révolutionnaire à nos clients.



Porte parole de l'entreprise



AVANTAGES

Grâce au soutien de Ricoh, l'entreprise a ouvert son nouveau magasin innovant en moins de deux mois. Aujourd'hui, les clients de Londres (Royaume-Uni) peuvent bénéficier de l'expérience d'achat ultra-pratique, « sans passage en caisse ».

Un porte-parole de l'entreprise commente : « Grâce à notre partenariat avec Ricoh, nous pouvons maintenant offrir une expérience d'achat révolutionnaire à nos clients. Savoir que l'équipe Ricoh est toujours disponible pour résoudre les problèmes techniques pouvant survenir nous offre une tranquillité d'esprit et nous aide à fournir sur place une des expériences d'achat les plus fluides au monde. »

Inspirée par le succès de son magasin au Royaume-Uni, l'entreprise travaille actuellement avec Ricoh sur l'ouverture de boutiques supplémentaires et le déploiement de formats similaires en France et en Allemagne.

Connor Heywood déclare : « Pour aider l'entreprise à développer rapidement ses opérations, nous avons créé de nouveaux programmes de formation pour transmettre aux ingénieurs de Ricoh les connaissances nécessaires à l'installation et au soutien de certaines des technologies les plus innovantes, utilisées aujourd'hui. »

Le porte-parole de l'entreprise conclut ainsi : « Nous cherchons constamment de nouvelles façons d'exploiter les derniers développements technologiques pour créer des produits innovants et offrir un service haut de gamme aux clients. Ricoh joue un rôle essentiel pour nous aider à atteindre notre objectif et nous sommes impatients de continuer à travailler avec eux pour concevoir les achats du futur. »

À PROPOS DE RICOH

Ricoh dynamise les espaces de travail numériques en utilisant des technologies et des services innovants, permettant ainsi à chacun de travailler de façon plus agile.

Grâce à ses connaissances et ses capacités organisationnelles acquises depuis 85 ans, Ricoh est un fournisseur leader de solutions de gestion documentaire, de services informatiques, de services audiovisuels, d'impression industrielle et arts graphiques, d'appareils photos numériques et de systèmes industriels.

Le Groupe Ricoh, dont le siège se situe à Tokyo, a des activités importantes dans le monde entier et offre à ses clients ses produits et services dans environ 200 pays et régions. Au cours du dernier exercice de mars 2021, le Ricoh Group a réalisé un chiffre d'affaires mondial de 1 682 milliards de yens (environ 15,1 milliards USD).

Pour plus d'informations, veuillez consulter le site www.ricoh-europe.com