

Livre blanc
**La prévention des pertes dans le
secteur alimentaire**

**Comment la prévention des
pertes peut améliorer le bien
être des employés et
l'expérience des clients dans
la distribution alimentaire**



Comment la prévention des pertes peut améliorer le bien être des employés et l'expérience des clients dans la distribution alimentaire

Le secteur alimentaire s'adapte rapidement à l'évolution des demandes des consommateurs. Un client peut désormais trouver dans tous ses magasins des gammes de produits qui étaient peu présentes il y a cinq ans : aliments bio, sans gluten, sans lactose, végétaliens - la liste s'allonge.

La recherche de la commodité et de la sublimation de l'expérience client prennent également de plus en plus d'importance. Toutefois, les magasins ont toujours besoin d'être équipés de systèmes de surveillance des articles. Et ces systèmes contribuent rarement à rendre les courses plus agréables... Ce livre blanc explique comment les retailers alimentaires peuvent améliorer leurs réponse aux alarmes, afin d'optimiser les ventes tout en améliorant l'expérience client et la satisfaction des employés.

<u>Sommaire</u>	page
1. Why is customer experience becoming more important for food retailers?	4
2. How do Electronic Article Surveillance systems affect customer experience and employee happiness?	5
3. How to take away the stress from the store staff by optimal antenna positioning	6
4. Combining customer friendliness and employee happiness	8



La faible réaction aux alarmes est l'une des plus grandes faiblesses des systèmes EAS

1. Pourquoi l'expérience client est-elle de plus en plus importante pour le secteur alimentaire ?

L'odeur du pain fraîchement cuit, le sourire amical d'un vendeur, le réglage de l'éclairage pour que les légumes et la viande paraissent plus frais. Ce ne sont que quelques exemples qui ont été introduits dans le secteur de la distribution alimentaire au cours des dernières années, qui améliorent l'expérience des clients et les incitent à revenir.

Les clients recherchent non seulement des aliments variés, mais aussi plus de commodité et une expérience plus conviviale et positive à l'intérieur du magasin ; autant de raisons pour les retailers alimentaires de continuer à optimiser leurs magasins.

Malheureusement, le vol à l'étalage reste une réalité dans ce secteur. L'expérience montre que les systèmes de surveillance électronique des articles (EAS) sont un excellent moyen de dissuasion, qui contribue à réduire les vols à l'étalage.

Mais reconnaissons qu'une fausse alarme EAS ne participe pas à une expérience positive dans le magasin. C'est pourquoi certains retailers alimentaires ont même préféré assumer leurs pertes, plutôt que d'utiliser l'EAS dans leurs magasins.

2. Comment les systèmes de surveillance électronique des articles affectent-ils l'expérience des clients et le bien-être des employés ?

Pour être efficace, un système EAS doit donner à un potentiel voleur à l'étalage le sentiment que :

- l'article qu'il désire voler va générer une alarme
- et que le personnel du magasin va y réagir et prendre des dispositions

Posez-vous la question suivante : lorsque vous faites vos courses, combien de fois voyez-vous un membre du personnel répondre à une alarme de l'EAS ?

Et ce, surtout s'il n'y a pas d'agent de sécurité à proximité de la sortie ?

Bien sûr, on pourrait augmenter le nombre d'agents de sécurité dans chaque magasin, mais cela augmenterait considérablement les coûts.

De plus, être approché par un agent de sécurité peut se révéler très embarrassant pour un client déclenchant une alarme à cause d'une étiquette rigide mal retirée. L'expérience qui en ressort est très négative.

Mais souvent dans le secteur alimentaire, c'est l'assistant de caisse qui est censé réagir aux alarmes EAS. Et le faible taux de réponse à ces alarmes est l'une des plus grandes faiblesses de l'EAS. Après étude de ces cas de figure en situation réelle, il s'avère que la grande majorité est due au stress : il est très désagréable pour une caissière d'arrêter de scanner les articles du client en cours pour appeler un client, qui a probablement le dos tourné et qui s'en va déjà.

En réduisant le stress de l'assistant, vous améliorez les taux de réponse aux alarmes

3. Comment soulager le stress du personnel du magasin en positionnant l'antenne de manière optimale ?

Comme mentionné plus haut, le faible taux de réponse aux alarmes est l'une des plus grandes faiblesses de l'EAS. Si par exemple, seulement 20 % des alarmes sont traitées, le retour sur investissement potentiel est considérablement réduit. L'aspect positif est qu'en réduisant le stress de l'assistant de caisse, vous améliorez la réponse aux alarmes, de manière plus conviviale. Et cela améliore le retour sur votre investissement de votre système EAS. Quel est le rapport entre le positionnement de l'antenne et le niveau de stress de l'assistant de caisse, et donc la réponse à l'alarme ? Les exemples ci-dessous vous permettront de le comprendre.



Juste avant la sortie, près de la rue

Positionner ses antennes antivol à la sortie est la solution la moins coûteuse. L'inconvénient de cette stratégie est la faible réaction du personnel aux alarmes, comme l'assistant de caisse est occupé avec un nouveau client. Réagir à une alarme dans ce cas de figure entraîne des désagréments pour tous : l'assistant de caisse, le nouveau client et, bien sûr, celui qui sort avec l'article ayant déclenché l'alarme... qui pourrait être simplement une étiquette sur un article payé qui n'a pas été enlevée ou désactivée.

Pour améliorer les taux de réponse dans ce cas, un agent de sécurité peut être une solution. Mais si elle est coûteuse, elle est également très souvent ressentie comme embarrassante pour le client.



A la fin de la voie de paiement

Cette solution présente un niveau d'investissement plus élevé par rapport au positionnement des antennes en sortie, mais permet un taux de réponse aux alarmes bien plus grand.

L'inconvénient de cette solution est que, si l'antenne est encombrante, elle peut gêner le client dans ses déplacements avec le chariot.

En cas d'alarme dans cette configuration, l'assistant est généralement déjà passé au client suivant. Il doit alors s'arrêter afin d'interpeller le premier client.

Cela perturbe le flux en ralentissant à la fois le client ayant provoqué l'alarme et qui finit de ranger son chariot, et le client qui vient de commencer à faire scanner ses articles.

Comme cela peut être gênant pour les deux clients, cela est plus stressant pour l'assistant ; ce qui en résulte un taux de réponse à l'alarme en dessous des 100%.



Double caisse

Lors d'une double caisse avec l'antenne au milieu, l'assistant n'est jamais sûr à 100% du client ayant déclenché l'alarme, et peut ainsi ne pas oser répondre à l'alarme pour ne pas créer de situation embarrassante.



A la caisse

Si une antenne est placée juste au point de paiement, le client n'a généralement pas encore payé lorsque l'alarme est déclenchée.

Comme le client n'a pas encore payé, le vendeur est en mesure de réagir à une alarme de manière naturelle : il est toujours en contact visuel avec le client et n'a pas terminé la transaction. En cas d'alarme - qui peut aussi être silencieuse, avec juste une LED - le client n'a pas besoin d'être rappelé devant tout le monde.

Et il n'y a alors pas d'allusion gênante et stressante - non dite - suggérant que le client essaie de voler un article. Le client peut ainsi mettre l'article "oublié" sur le tapis et payer, transformant ainsi une éventuelle perte en une vente.



La rapidité à la caisse est d'une importance capitale

4. Combiner convivialité pour les clients et bien-être des employés

Nedap a développé l'antenne de caisse "Checkout Antenna", une solution EAS placée si près du client que celui-ci a tout placé sur le tapis mais n'a pas encore payé.

Comme le client doit se rapprocher de l'antenne pour payer, la détection de 75 cm (d'une étiquette 4x4) est plus que suffisante. En fait, même les étiquettes plus petites, généralement utilisées pour les produits de santé et de beauté, seront détectées.

La rapidité de traitement à la caisse est d'une importance vitale pour les clients.

Même lorsqu'elle est fixée à une caisse existante, l'antenne ne dépasse que d'environ 3 cm dans l'allée : elle ne gêne ainsi pas le client lorsqu'il pousse son chariot.

D'un point de vue technique, il est possible de placer l'antenne juste devant le terminal POS car :

- elle est suffisamment petite pour être placée sans dépasser l'écran du terminal de point de vente, de sorte que le contact visuel ne soit pas réduit.
- une nouvelle technologie Nedap réduit le champ de détection latéral à moins de 10 cm, de sorte que les articles qui ne sont pas encore scannés ne créent pas d'alarme
- en réduisant l'embarras et le stress des clients et du personnel du magasin, la réaction d'alarme est pratiquement de 100%. Et en voyant que les alarmes ne restent plus sans réponse, un voleur à l'étalage potentiel décidera de ne pas prendre le risque.

visit our website to
LEARN MORE

Des questions?

Nous avons les réponses

Chaque industrie a ses propres défis et opportunités. Nedap Retail crée des solutions uniques, adaptées à votre secteur d'activité, pour vous aider à tirer pleinement parti des nouvelles technologies dans le cadre de la transformation de votre entreprise.

Contactez votre partenaire local certifié Nedap <https://www.nedap.info/contactez-nous>