

Le vendeur idéal : invisible et infailible

Par **Philippe Hugron**, Président et fondateur de Dakis inc.

À l'épicerie, vous rencontrez maintenant des systèmes libre service de paiement. Dans certaines pharmacies, vous pouvez vous-même faire la finition et imprimer vos photographies. Au bureau, on vous demande d'exécuter vos transactions avec les fournisseurs en temps réel. Jamais n'avez-vous eu autant de contrôle sur vos transactions. Le rôle que vous jouez n'a d'ailleurs pas fini de prendre de l'importance

De jour en jour, vous vous surprenez peut-être de voir apparaître autant d'appareils libre service. Des mini clubs vidéo automatisés, des écrans tactiles à l'accueil des cinémas, d'autres sur des paniers d'épicerie, où sont donc les frontières du libre service et pourquoi cette multiplication ? Pourquoi ? Pensez-y : vous l'avez demandé. Auriez-vous recours aux services d'une institution financière qui ne vous donnerait pas accès à un réseau de guichets automatiques ? Vous qui ne vous souvenez même plus de l'occasion à laquelle vous y avez fait votre premier retrait.

Le rapport des gens avec les outils libre service est ancré depuis longtemps et n'a cessé d'évoluer. Vous n'avez d'ailleurs pas à sortir de chez vous pour profiter du libre service. Effectivement, c'est peut-être devant votre téléviseur que vous avez choisi et commandé la dernière nouveauté cinématographique. Et même si Internet n'est pas encore votre moyen d'achat principal, il est certainement devenu une référence en matière d'information pré-achat. Quoiqu'il en soit pour vous personnellement, sachez que le rythme annuel des ventes en ligne double environ tous les quatre ans.

LA RECHERCHE AU SERVICE DU CONSOMMATEUR

C'est, en grande partie, la confiance que vous éprouvez envers vous-même qui favorise le déploiement des nouvelles technologies en magasin. En effet, les nouveaux outils libre service apparaissent exactement au rythme auquel vous les adoptez. Tout repose donc sur la capacité et la motivation du grand public à apprendre et à utiliser les nouvelles applications, capacité qui n'est plus un problème depuis l'arrivée, sur la carte démographique, de la e-génération. En ce qui touche la motivation, pensez seulement à votre propre tendance, un tantinet paradoxale, à ne jamais vouloir vous sentir harcelé ou pressé par un vendeur « trop présent » tout en désirant une réponse instantanée à vos moindres interrogations. C'est exactement ce que vous offre le libre service : magasiner quand vous le voulez, où vous le voulez et comme vous le voulez.

Votre quête de l'expérience d'achat parfaite occupe d'ailleurs les cauchemars des détaillants. Ceux-ci, quoi que vous en pensiez, ne souhaitent rien d'autre que de mieux vous servir. Ce sont votre satisfaction et votre fidélité qui les gardent en affaires. C'est la raison pour laquelle plusieurs entreprises s'attaquent au problème. Il y a déjà plus d'un an que Fujitsu a implanté, avec grand succès, ses systèmes de paiement automatique dans nos épicerie. Les

compagnies aériennes installent un plus grand nombre de kiosques, vu leur achalandage élevé et afin de pouvoir vous offrir les prix les plus bas. Dans les pharmacies et magasins à grande surface, des systèmes comme *QuickPIX* de Touchpoint Solutions vous permettent de faire votre finition et impression de photos. De même, le géant Microsoft approche agressivement l'industrie du détail avec son programme SRI (*Smarter Retailing Initiative*) qui vise l'achat via de multiples canaux allant du kiosque public à votre propre téléphone mobile ! Certains commerçants, enfin les plus avant-gardistes d'entre eux, commencent aussi à intégrer dans leur établissement des outils de recommandation d'achat, de véritables vendeurs virtuels, qui vous fournissent des conseils basés sur vos besoins et votre profil. Ces systèmes sont particulièrement populaires dans le domaine des articles électroniques et de sport.

La disponibilité de la technologie et notre aptitude grandissante à l'utiliser tombent d'ailleurs plutôt bien. Le dernier diagnostic du Comité sectoriel de la main-d'œuvre du commerce de détail de 2004 affirme que près de la moitié des commerçants juge le taux de roulement de leurs employés de vente « problématique ». C'est un fait accompli, on manque de personnel compétent et expérimenté. Ça n'ira pas en s'améliorant.

OÙ CELA NOUS MÈNERA-T-IL ?

Si vous entrez dans la danse : loin. Très loin. La mise au point d'assistants virtuels au magasinage est en plein essor. Tout a été planifié. La reconnaissance de la parole et de vos émotions facili-

tera la communication de vos besoins, tandis que les techniques de synthèse de la parole à partir du texte généré en langage naturel permettra à l'expert de vous répondre. Vous aurez bientôt fini de poursuivre les assistants aux ventes dans les grandes surfaces. Surtout si tout finit par pouvoir se faire à partir de votre propre téléphone. Effectivement, les nouveaux appareils à mode numérique et multi bandes vous permettront non seulement d'échanger de l'information de vive voix, mais leur écran de meilleure qualité vous permettra de visualiser simultanément les produits recommandés. Tout cela, pendant que vous suivez les indications du même expert, qui vous indiquera bien sûr le chemin à suivre pour vous rendre à la bonne tablette. S'il s'agit de l'achat d'une bouteille de vin, pariez qu'il en profitera aussi pour vous recommander quelques bons petits fromages d'accompagnement...

L'avènement de ces nouvelles technologies peut laisser songeur mais sachez que vous auriez peut-être tort de les sous-estimer et de les éviter. Elles feront éventuellement partie de nos vies et les premiers à les avoir adoptées auront par le fait même déterminé leur évolution. Les grands développeurs sont impatients de connaître les attentes des gens et ils adapteront certainement leurs produits à l'opinion des premiers « poseurs de tendances ». Aussi bien vous impliquer et donner votre avis. Croyez-nous, il est possible que vous connaissiez, de votre vivant, l'expérience de magasiner un patin à glace en compagnie d'une vedette de la Ligue nationale de hockey qui, recréé en trois dimensions, vous expliquera de vive voix quel produit vous conviendrait le mieux. D'ici là, bon magasinage !