

## Comment mettre l'IoT au service de l'expérience utilisateur

Caisses connectées, bornes connectées, vitrines connectées, ... l'IoT envahit le secteur du Retail. Enthousiasmante, cette transformation de fond se heurte toutefois à une difficulté centrale : son déploiement à très grande échelle, aussi nécessaire que complexe pour entrer de plain-pied dans le Retail 4.0, selon l'analyse de Sébastien Marché, directeur d'ExpertTeam (groupe HELPLINE).



*Par Sébastien Marché, Directeur d'ExpertTeam, Groupe HELPLINE*

Pendant longtemps, le Retail a été un secteur qui en termes d'IT a cherché une stabilité très forte engendrant de facto des changements à vitesse assez lente... Encore aujourd'hui, il n'est pas rare de voir des systèmes de caisse datant de 8 ans ou plus. Mais depuis quelques années, le secteur a amorcé une profonde transformation.

Avec la digitalisation de l'expérience client et des processus métier, tout change. L'IoT est au cœur de cette transformation : d'un bout à l'autre de la chaîne de consommation, à tous les niveaux, les objets connectés facilitent et améliorent la vie du consommateur comme celle de l'entreprise, leur offrant une expérience toujours plus attractive et efficace.

Le point de vente concentre à lui seul un nombre croissant d'innovations basées sur l'IoT. Des enseignes d'articles de sport équipent leurs rayons d'étiquettes connectées qui, gérées à distance, permettent de modifier et régler les prix en temps réel (promotions, changements de collections, réapprovisionnements, etc.). Elles facilitent le travail des équipes tout en améliorant l'expérience des consommateurs qui auront toujours des prix à jour.

Des chaînes de cinéma s'équipent de bornes autonomes pour simplifier l'accès aux salles, grâce à la possibilité d'acheter son billet sans attendre en caisse ou d'imprimer un billet prépayé sur internet ou de gérer son compte de fidélité ou encore de choisir sa place dans la salle. Des géants de la distribution alimentaire mettent en place des vitrines connectées pour prolonger l'expérience du consommateur, donner la possibilité de faire des achats au travers de catalogues numériques ou encore attirer de nouveaux clients à travers de nouvelles offres (ex. des frigos connectés en entreprises permettant une offre alternative et de qualité à la fameuse cantine ou aux fameux sandwiches...).

## Une logistique de plus en plus connectée

Au-delà du point de vente en lui-même, l'IoT transforme également toute la chaîne logistique, notamment au travers de l'entrepôt connecté et du transport connecté. Ce ne sont que quelques exemples qui illustrent les innombrables innovations basées sur l'IoT qui peuvent aujourd'hui être mises au service du distributeur et du consommateur. Mais entre un projet pilote et un déploiement à très grande échelle sur l'ensemble des points de vente d'un réseau, il y a une grande différence. Et c'est précisément ce cap qui doit être franchi pour que les marques et les enseignes entrent dans l'ère du Retail 4.0.

Industrialiser les infrastructures et les processus C'est en passant à (très) grande échelle que l'IoT permet de doper les ventes et d'optimiser la supply chain. Or de tels déploiements impliquent des infrastructures IT (parfois) nouvelles et des nouveaux objets... connectés. C'est donc une véritable industrialisation des infrastructures et des processus qu'il faut créer, déployer et opérer. Et ce d'autant plus qu'elle concerne non seulement la gestion du déploiement et du cycle de vie des actifs connectés, mais également celle de toutes les applications qui les animent. Avec la digitalisation, la technologie va en effet très vite, et ses évolutions touchent l'utilisateur quasiment en temps réel.

A l'échelle individuelle, nous pouvons tous constater sur nos smartphones la fréquence à laquelle se succèdent les mises à jour du système d'exploitation et, encore plus, des applications mobiles. Cela est également vrai pour l'environnement IoT. On ne s'en rend peut-être pas bien compte, mais cette fréquence peut donner le tournis si l'on repense à celle qui prévalait il y a encore peu de temps. Windows 10 est sorti en 2015, succédant à Windows 8 qui était sorti en 2012, succédant à Windows 7 sorti en 2009, lui-même succédant à Windows Vista sorti en 2006.

A chaque fois, trois années s'écoulaient avant qu'il ne soit nécessaire de migrer vers une nouvelle version de l'OS. Et encore, c'est sans compter le nombre d'entreprises qui préféraient « sauter » une version afin de repousser encore davantage l'échéance de la migration. Windows 10 – qui existe aussi sous une déclinaison Windows 10 IoT – a radicalement changé la donne.

Désormais, les mises à jour et les évolutions sont distribuées de manière continue et automatique, supprimant la nécessité d'effectuer des migrations de facto plus régulièrement qu'auparavant. Cette rupture n'est toutefois pas aussi simple à gérer qu'il n'y paraît. Les mises à jour de l'OS peuvent être chronophages (ex. une mise à jour de n Go pour une caisse sous Windows10 IoT « mal » alimentée sur la partie réseau est problématique...).

Ensuite, elles ont des répercussions sur les applications de l'entreprise, qui doivent suivre et évoluer elles aussi. En somme, désormais, c'est comme si vous changiez de système d'exploitation tous les 6 mois. Les bornes connectées, les caisses connectées, l'entrepôt connecté, le transport connecté, les forces de vente connectées... toute cette chaîne est animée par des dizaines, souvent des centaines d'applications dont les mises à jour doivent être gérées et pilotées au même rythme que le système d'exploitation. Ce changement de paradigme induit une croissante nécessité d'agilité au cœur des exploitants de l'IT et des métiers. L'industrialisation des infrastructures et des processus IoT est une tâche particulièrement complexe qui est trop rarement prise en compte dans les stratégies de transformation digitale dans le Retail. Elle est pourtant l'une des clés incontournables pour assurer la réussite des déploiements à grande échelle et l'entrée dans l'ère du Retail 4.0.