

Innovations et services à la Convention Darty



Convention Darty 2015

Le 5 octobre dernier, Régis Schultz, président de Darty, a convié, une fois n'est pas coutume, les journalistes à découvrir la Convention Darty. Un salon traditionnellement réservé aux seules forces de vente de l'enseigne. Ces derniers se forment aux dernières nouveautés de fin d'année sous la houlette des spécialistes de la centrale, avant de s'attaquer à la mise en place dans les 277 magasins de l'enseigne (53 sous franchise). En entrant dans le Pavillon Baltard, on se retrouve face à un immense magasin Darty, réparti par univers (image, son, multimédia, PEM et GEM) avec au cœur, l'atelier de réparation Darty. Un événement qui a permis à Régis Schultz de rappeler les nouveaux services développés par l'enseigne. « L'innovation est plus que jamais au cœur de l'activité de Darty, la stratégie omni-canal porte ses fruits. » En effet, 1 600 vendeurs ont été équipés de tablettes dans 90 magasins Darty, il y a deux ans, et le déploiement à l'ensemble du parc sera terminé d'ici un an. « Grâce à la tablette, le conseiller peut aller beaucoup plus loin dans la relation avec le client : prix online, stock, avis clients, etc. », explique Régis Schultz.

Parmi les autres solutions qui facilitent le parcours d'achat chez Darty, le « Bouton Darty », digital (via une application) ou physique, permet par exemple d'obtenir immédiatement un rendez-vous avec un conseiller. Un an après le lancement, les résultats sont très encourageants puisque 125 000 personnes se sont équipées. « C'est bien au-delà de nos objectifs », indique Régis Schultz. Et le service s'améliore encore, grâce à l'intégration de la fonction vidéo. Via son smartphone et le Bouton Darty, le client montre au conseiller l'équipement en panne. « Nous pensons être en mesure de réparer avec cette solution d'assistance près de 70% des problèmes à distance » précise Régis Schultz. L'enseigne devient ainsi le premier distributeur en Europe à proposer une expérience d'assistance téléphonique en vidéo. Dans la même démarche de conseil, Darty déploie également la prise de rendez-vous gratuite avec un expert, sur Darty.com ou directement en magasin pour valider un choix, demander un conseil technique, etc.



Régis Schultz,
Président de Darty

Un magasin toujours plus connecté

Dans un univers toujours plus connecté, le parcours client et le tunnel d'achat ne cessent de se complexifier. Pour acheter un produit, le consommateur recherche des informations sur le web, recueille des avis sur les réseaux sociaux ; il se rend ensuite en magasin pour voir le produit, demander des conseils au vendeur, avant très souvent de retourner sur le web pour finaliser son achat et se le faire livrer directement à domicile. Dans ce contexte, Darty doit renforcer ses liens avec ses millions de clients sous peine d'en perdre beaucoup en route. L'atelier de réparation présent en magasin pour réparer son

Alors que le rapprochement capitalistique avec la Fnac a été rendu public le 6 novembre dernier, Darty prépare la fin d'année et innove avec de nouveaux services pour renforcer ses liens avec ses clients. Un enjeu stratégique de fonds pour l'avenir de Darty et désormais de la Fnac.



Le Blu-ray,
la passion
du cinéma



smartphone ou son PC, est une première solution pour renforcer les liens avec le client. L'enseigne a aussi créé en ligne une communauté d'utilisateurs qui s'entraident autour d'un produit. Ce partenariat, mené avec la société Wibilong est, une vraie réussite avec déjà 13 000 post par semaine. En moyenne, une question d'un utilisateur génère plus 10 réponses. C'est un modèle collaboratif particulièrement vertueux pour un distributeur comme Darty. Le site de l'enseigne reçoit en effet plus de 2 millions de visiteurs chaque semaine. Toujours dans cette démarche d'amélioration de l'expérience client, l'étiquette électronique avec le tag NFC, en test dans le magasin République à Paris, doit également améliorer l'expérience en magasin. Il

apporte un accès simple et immédiat à toute l'information disponible sur un produit (avis, prix, etc.) sur le point de vente. Autre preuve de cette volonté de Darty d'aller plus loin dans les services, le lancement d'une marketplace services, va permettre aux clients de choisir un artisan pour l'installation d'une arrivée d'eau, des travaux de peinture, etc. (petits travaux dans la limite de 5 000 euros). Le modèle « Click & Collect » (marque déposée par Darty), développé depuis plus de 5 ans par l'enseigne se perfectionne encore avec la possibilité offerte à Paris d'une livraison sous 2 heures (partenariat avec Colisweb) pour les colis de moins de 30 kg. Enfin toujours pour créer des liens plus forts avec ses clients, l'ouverture le dimanche de 7 magasins Darty dans les zones touristiques à Paris, et le passage à 12 dimanches pour les autres points de vente (contre 5 auparavant) va également contribuer à l'avenir à faire de l'enseigne un compagnon du quotidien des Français.



EXPERIENCE THE PREMIERES

DIVE INTO FILMS
WITH CINANDO

CINANDO
More than just a database