

« 550 boutiques Bouygues Telecom connectées »

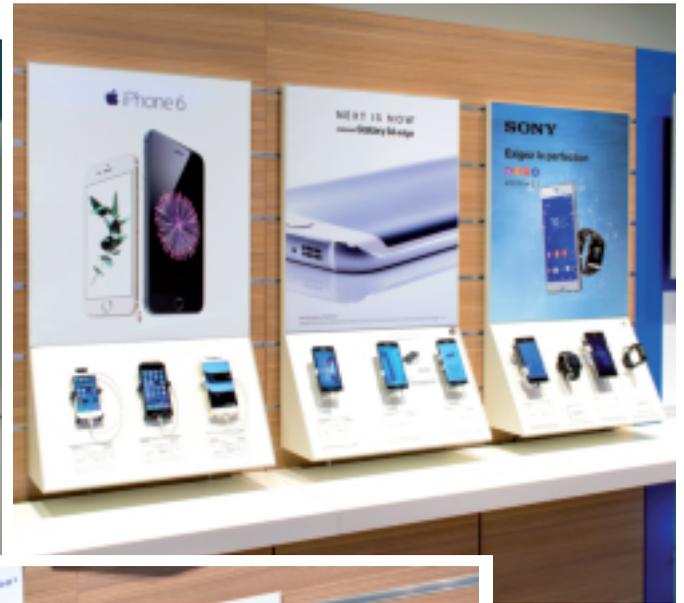
Fort de ses 550 boutiques, le réseau de Bouygues Telecom est le premier à expérimenter le 100 % dématérialisé en boutique grâce à ses 2 500 conseillers désormais équipés de tablette.



Bouygues dispose d'une force de frappe importante grâce à ses 550 boutiques qui représentent en moyenne un million de visiteurs par semaine. La rénovation de ce réseau était donc une priorité dans le plan de modernisation initié par l'opérateur depuis 2012. Un nouveau concept est en cours de déploiement depuis février dernier. 80 boutiques l'ont déjà adopté à ce jour, (115 à fin 2015 et 550 à fin 2017 dont 300 détenus en propre et 250 en franchise). Ce nouveau concept s'appuie notamment sur une dématérialisation totale des dossiers clients grâce à des conseillers équipés de tablette.

Car l'heure est à la simplification chez Bouygues Telecom. Le groupe a en effet entamé une transformation en profondeur pour s'améliorer à tous les niveaux. L'opérateur a par exemple réduit drastiquement le nombre de ses forfaits. De même, en boutique, la simplicité est à l'ordre du jour. L'offre a été resserrée, le magasin éclairci. Le nouvel espace de vente s'organise autour de la « maison connectée contemporaine » avec des pôles smartphones et tablettes, accessibles à 100 % en libre-service, et un pôle accessoires et objets connectés. Toute l'organisation a été revue pour

rendre les conseillers plus disponibles pour le client. Les comptoirs ont disparu. Seul un guichet accueille systématiquement chaque client, celui-ci étant ensuite orienté en fonction de sa demande. Le conseiller dispose de l'ensemble du dossier du client sur la tablette. Il peut sans délai intégrer l'ensemble des pièces nécessaires (via numérisation), valider les contrats par signature électronique, les renvoyer immédiatement par mail, etc. Tout est fait sur place, en direct et sans attente. La boutique retrouve ainsi son rôle central dans le dispositif de vente et redevient ainsi un outil puissant de fidélisation.



« Le nouveau concept permet des gains significatifs de productivité avec une croissance à 2 chiffres et une hausse de plus de 2 points de taux de transformation », explique Pascal Béchu, directeur risque client de Bouygues Telecom. « De plus les vendeurs apprécient le nouveau concept qui leur donne un rôle plus important et fluidifie leur activité. Ce gain est encore supérieur pour les boutiques Premium. »

En effet pour les emplacements à fort potentiel (les grandes villes comme Paris, Lyon Marseille, etc.), Bouygues Telecom a créé un concept de boutique Premium sur des surfaces plus importantes, 90 m² en moyenne (vs 50m² pour une boutique classique). Les deux premières boutiques Premium ont ouvert à Vélizy (78) et Paris République (75) à la rentrée. Ce concept intègre de nouveaux espaces d'expérience : un espace « Lounge »

(fauteuil à disposition, mur de TV) et c'est sans doute le plus intéressant, un espace événementiel avec une table centrale permettant la démonstration des dernières technologies (objets connectés, jeu vidéo, etc.). Les boutiques deviennent ainsi un réel lieu d'expérience. Les thèmes

présentés étant renouvelés tous les 2 mois en moyenne. Désormais, les résultats doivent être au niveau des investissements. La période de Noël sera évidemment le test ultime pour valider l'ensemble pour Bouygues Telecom.

Bouygues Telecom en bref

- 14 millions de clients (dont 11,4 clients mobiles)
- 550 boutiques
- C.A. 2014 : 4,4 milliards d'euros
- 7 500 collaborateurs
- 4 500 conseillers de vente

AFTERGLOW™
LVL 5 CASQUE FILAIRE STEREO ACTIF



DISPONIBLE POUR **PLAYSTATION 4** ET **XBOX ONE™**

LVL 3 CASQUE FILAIRE STEREO



LVL 1 CASQUE CHAT MONO

