



# Le guide ultime pour stimuler les ventes et la fidélité des entreprises de l'industrie de la maison et du jardin

Dernière modification avril 2024





# L'achat de produits pour la maison et le jardin peut commencer par un défilement en ligne sur votre canapé et se terminer dans la salle d'exposition d'un détaillant sur votre prochain canapé.

Ce secteur d'activité n'est pas étranger aux attentes de plus en plus omnicanales des acheteurs d'aujourd'hui.

De plus en plus de détaillants de l'industrie de la maison et du jardin élargissent leurs activités de commerce électronique, et les acheteurs sont impatients de profiter de ces options. En 2023, jusqu'à 20 % des consommateurs mondiaux ont acheté des produits pour la maison et le jardin en ligne sur une base mensuelle. Le commerce physique n'est toutefois pas près de disparaître. Quel que soit le rendu numérique d'un produit, les vitrines en ligne ne peuvent pas reproduire le fait de s'allonger sur un matelas ou d'admirer une plante Monstera en personne. Le défi consiste à offrir une expérience agréable et mémorable partout où un client magasine.

Pour les entreprises de l'industrie de la maison et du jardin qui gèrent plusieurs points de vente ainsi qu'une boutique en ligne, l'unification de ces canaux est plus facile à dire qu'à faire. C'est là qu'un système de point de vente (PDV) crée une ligne directe. Le bon système de PDV relie les points, à la fois pour une entreprise et ses clients, entre la navigation numérique, le magasinage en personne dans les salles d'exposition et l'expédition des commandes à la maison. En revanche, le mauvais système de PDV peut coûter aux détaillants de l'industrie de la maison et du jardin des ventes durables et la fidélité de la clientèle.

Dans ce guide, nous soulignerons les fonctionnalités logicielles et matérielles à prioriser lorsque vous envisagez un système de PDV pour une entreprise de l'industrie de la maison et du jardin.



# Défis sectoriels et solutions de PDV

Les entreprises de l'industrie de la maison et du jardin font face à des défis uniques en matière de vente omnicanal :

- **Stocks encombrants** : De nombreux produits sont lourds ou fragiles, difficiles à ramasser, à expédier ou à déplacer dans une salle d'exposition.
- **Saisonnalité** : Les produits du jardin sont très saisonniers et ont souvent une courte durée de conservation.
- **Faible affinité avec le client** : De nombreux consommateurs achètent des biens pour la maison et le jardin peu fréquemment ou à des occasions précises, comme après un déménagement ou une rénovation.
- **Manque d'efficacité du personnel** : Même les meilleurs employés du commerce de détail peuvent voir leurs talents entravés par une technologie qui ne répond pas à leurs besoins.

Ces complexités peuvent être à l'origine de maux de tête pour les entreprises et de frictions inutiles pour les clients. Pour mettre ces points faibles en contexte, envisagez un parcours omnicanal typique pour acheter un nouveau matelas :

Un consommateur commence son parcours d'achat en parcourant les sites Web de plusieurs marques, y compris un magasin où il a acheté des draps le mois dernier. Il examine d'abord différentes options sur le site Web, puis dans l'étape de réflexion, il peut visiter un magasin de détail à proximité pour les essayer. Après avoir trouvé leur coup de cœur dans une salle d'exposition, il demande à un membre du personnel de passer une commande pour l'expédition. Mais au comptoir, le membre du personnel confirme qu'il n'est pas en stocks en magasin et qu'il ne peut pas vérifier si le matelas est en stock en ligne ou dans un autre magasin de détail.

Le magasin ne dispose pas non plus des informations relatives au dernier achat du client, de sorte qu'il est impossible d'effectuer un suivi ultérieur sans avoir à tout enregistrer à nouveau. Frustré, le client abandonne. Le magasin perd une vente et le client quitte avec une mauvaise impression.

Chaque étape de cette expérience peut être améliorée grâce à un système de PDV conçu pour les besoins précis des entreprises de l'industrie de la maison et du jardin. Voici comment le PDV Shopify aide les détaillants à transformer ces enjeux en tactiques qui permettent d'acquérir, de conserver et de satisfaire plus de clients pour finalement augmenter les revenus et réduire les coûts.



# Gérer les stocks dans les vitrines et les salles d'exposition

## Défis

### Gestion manuelle des stocks

Les détaillants ayant plusieurs points de vente au détail et une certaine forme de traitement des commandes en ligne savent que la gestion des stocks entre les canaux peut être méticuleusement manuelle. Sans une vue unifiée des stocks sur la surface de vente dans les salles d'exposition de détail, le personnel ne peut pas savoir où se trouvent les stocks, ou il doit laisser les clients attendre pendant qu'ils vérifient dans l'arrière-boutique.

Pour les articles plus grands, il n'est pas toujours possible (ou raisonnable) d'afficher chaque style ou couleur dans une salle d'exposition, mais les clients veulent toujours connaître toutes les options disponibles dans l'allée sans fin. Les détaillants de produits pour la maison et le jardin ont également besoin d'une vision précise de leurs stocks pour pouvoir proposer diverses options de traitement des commandes, que nous aborderons dans la section suivante.




### Articles saisonniers

Les détaillants qui vendent des produits de jardinage savent que les plantes sont particulièrement saisonnières et que certaines sont périssables. Cela rend la prévision de la demande pour les saisons à venir particulièrement importante. Mais c'est difficile à faire sans avoir mis en place de vastes systèmes de données historiques et d'analyse.

## L'utilité d'un bon système de PDV

Le bon système de PDV optimise automatiquement les niveaux de stocks et synchronise les stocks entre les canaux, que ce soit dans une vitrine, un entrepôt ou un centre de traitement des commandes distinct. Il permet aux entreprises de mieux prévoir la demande et de produire des rapports de faibles stocks, et permet au personnel de l'arrière-magasin à la surface de vente de comprendre les stocks en temps réel.

## Principales caractéristiques à prendre en considération

-  **Outils de prévision de la demande** qui aident les détaillants de l'industrie de la maison et du jardin à se préparer aux pointes saisonnières ou à la disponibilité limitée de la chaîne d'approvisionnement
-  **Analyse précise des stocks** accessible sur tous les appareils connectés afin que le personnel de vente au détail comprenne l'état des stocks
-  **Synchronisation des stocks dans le commerce électronique et la vente au détail en magasin** pour rendre possibles différentes options de traitement des commandes

# 40%

de temps en moins consacré au rapprochement des stocks\*



## L'avantage du PDV Shopify

Les entreprises qui utilisent le PDV Shopify peuvent trouver des données de stocks en temps réel dans plus de 1 000 magasins et entrepôts. Plus important encore, ils permettent de gagner un temps précieux, sinon ils passent à chercher manuellement des informations sur les stocks. Les clients qui sont passés au PDV Shopify ont indiqué avoir passé 40 % moins de temps à rapprocher les stocks. Cela signifie plus de temps pour ce qui compte : aider les clients, stimuler les ventes et faire croître l'entreprise.



# Traitement des commandes pour les produits de petite et de grande taille

## Défis

### Répondre aux attentes des clients en matière de traitement des commandes

Dans l'industrie de la maison et du jardin, les clients s'attendent à une variété d'options de livraison et de ramassage, peu importe à quel point le produit est encombrant ou fragile. Mais de nombreuses entreprises ont du mal à relier des processus de traitement disparates pour répondre à ces attentes.




Certains clients préfèrent que les achats en magasin soient expédiés à leur domicile, tandis que d'autres préfèrent commander en ligne et ramasser en magasin pour éviter le risque de dommages pendant la livraison. Les détaillants risquent de perdre des ventes s'ils ne peuvent pas répondre à ces préférences diverses.

Ces attentes représentent un défi dans la sélection d'un système de PDV qui peut unifier le traitement des commandes pour n'importe quel article, peu importe où il est stocké ou comment un client veut le recevoir.

## L'utilité d'un bon système de PDV

Un système de PDV performant pour l'industrie de la maison et du jardin peut simplifier le traitement des commandes afin que les détaillants puissent offrir l'option qui convient le mieux à chaque client. Les entreprises peuvent offrir des services de traitement comme l'achat en ligne, la cueillette en magasin (buy online, pick up in store, BOPIS), l'achat en magasin et l'expédition à domicile, ou enregistrer le panier d'un client et l'envoyer par courriel pour l'achat en ligne plus tard, le tout dans le même système.

## Principales caractéristiques à prendre en considération

- 
**Options de traitement omnicanal** comme BOPIS, expédition à domicile et envoi de panier à achat en ligne afin de répondre aux préférences de traitement variées des clients
- 
**Une vue centralisée des stocks dans les centres de traitement** des commandes pour faciliter le traitement des commandes en magasin pour les membres du personnel
- 
**Évolutivité** à mesure que les entreprises se développent dans de nouveaux points de vente au détail ou lancent des gammes de produits



### L'avantage du PDV Shopify

Les détaillants de l'industrie de la maison et du jardin avec plusieurs points de vente au détail et vitrines en ligne peuvent utiliser le PDV Shopify pour convertir tous les types de clients, où qu'ils commencent leur parcours d'achat. Un arrière-guichet unifié permet aux détaillants de rester agiles alors qu'ils font évoluer leurs activités, ouvrent de nouveaux points de vente au détail et présentent de nouveaux produits et de nouvelles options de traitement.

# Créer une expérience unique et transparente en magasin

## Défis

### Processus de paiement incohérent

L'expérience en magasin fait partie intégrante de l'industrie de la maison et du jardin. Les clients n'arrêteront jamais de venir en magasin pour toucher, sentir et voir des articles de près, même s'ils commencent leur recherche en ligne ou la termine en achetant en ligne.

Une expérience positive dans une salle d'exposition peut rapidement se détériorer lorsqu'il est temps de payer. Les articles lourds et fragiles ne peuvent pas être facilement déplacés vers la caisse et un client pourrait devoir marcher jusqu'à une partie distincte du magasin pour payer. De plus, les magasins n'acceptent pas toujours toutes les options de paiement courantes, ce qui pourrait décourager bon nombre de clients.

### Manque d'options de paiement flexibles

Pour les articles plus chers, les détaillants peuvent manquer l'occasion de finaliser les ventes s'ils n'offrent pas d'options de paiement flexibles comme acheter maintenant et payer plus tard pour la vente au détail en magasin. Le paiement par versements a gagné en popularité au cours des dernières années. 60 % des acheteurs américains utilisaient une forme de modalités de paiement échelonnées au cours de la dernière année.

# 60%

des acheteurs américains ont utilisé une forme de plan de paiement fractionné au cours de l'année écoulée

## L'utilité d'un bon système de PDV

Un système de PDV qui combine un logiciel de paiement avec du matériel facile à utiliser, comme un appareil portable ou une tablette, permet au personnel de finaliser la vente directement sur le plancher de la salle d'exposition. Le PDV mobile et les lecteurs de codes à barres permettent aux entreprises de configurer des présentoirs et des salles d'exposition immersives où les clients peuvent passer à la caisse en personne, mais commander différents styles ou couleurs en ligne.


Le bon système de PDV offre également aux clients plus de flexibilité de paiement. Une option est d'acheter maintenant et de payer plus tard, un mode de paiement attrayant qui permet aux clients de diviser les achats coûteux en paiements plus petits. Une autre fonction utile est une ébauche de commande, qui permet aux détaillants d'envoyer une facture aux clients en magasin pour qu'ils paient plus tard avec un lien de paiement sécurisé. Avec les ébauches de commandes, les clients peuvent effectuer des tâches importantes comme consulter un partenaire ou prendre des mesures avant de s'engager à l'achat.





# Créer une expérience unique et transparente en magasin

## Principales caractéristiques à prendre en considération

- 
**Logiciel de traitement des paiements sécurisé intégré dans du matériel prêt à l'emploi** pour un processus de paiement convivial
- 
**Intégration avec des modes de paiement populaires** pour satisfaire les préférences de paiement des clients
- 
**Renseignements consolidés sur les commandes, les stocks et les profils de clients** pour une meilleure gestion des relations avec les clients
- 
**Fonctionnalité d'ébauche de commande** pour une flexibilité de paiement améliorée

Le PDV Shopify donne aux détaillants le pouvoir de convertir plus de clients avec une expérience de paiement simple et sans friction. Les clients qui sont passés à Shopify PDV ont signalé une augmentation de 40 % du taux de conversion du magasin et un passage à la caisse 200 % plus rapide.



## 40%

augmentation du taux de conversion en magasin

## 200%

paiement en magasin plus rapide\*



### L'avantage du PDV Shopify

Le matériel de traitement de paiement mobile du PDV Shopify, POS Go, permet aux clients de passer instantanément à la caisse avec des modes de paiement populaires et de toucher pour payer, même sur le plancher de la salle d'exposition. Les entreprises peuvent également utiliser la Trousse de comptoir de terminal du PDV Shopify pour un passage à la caisse simplifié et transparent, avec des reçus détaillés envoyés directement au courriel d'un client et des options d'inscription pour les communications marketing.

# Fidéliser les clients dans un marché vertical à faible affinité

## Défis

### Favoriser la fidélité à la marque

Il est difficile pour les entreprises de l'industrie de la maison et du jardin de créer des relations durables avec les clients lorsque beaucoup magasinent seulement lors des moments de pointe, comme après un déménagement ou une rénovation. Et une fois qu'ils ont fait cet achat, ils n'ont peut-être pas de raison de revenir dans un magasin pendant un certain temps. Après avoir offert une excellente expérience d'achat, les détaillants doivent intégrer des programmes de fidélisation et fournir une touche personnalisée pour inciter les clients à revenir.

### Exploiter les données des clients




La difficulté à établir des relations durables avec les clients se résume souvent à des données incomplètes. Sans une image instantanément accessible de l'historique des achats d'un client et de ses préférences sur tous les canaux, il est difficile de faire des recommandations et d'offrir des rabais de loyauté pertinents. Il est encore plus difficile de comprendre ce qu'un client pourrait vouloir acheter, puis d'envoyer un suivi personnalisé et opportun après la visite pour l'inciter à revenir.

## L'utilité d'un bon système de PDV

Un système de PDV fondé sur des données aide les entreprises de l'industrie de la maison et du jardin à créer des profils de clients robustes qui alimentent des rabais et des programmes de fidélisation plus efficaces.

Les designers d'intérieur sont des clients clés dans l'industrie de la maison et du jardin. Ils représentent une occasion de fidélisation pour les détaillants avec un système de PDV qui aide à entretenir la relation. Les designers qui travaillent dans le secteur reçoivent souvent des rabais de gros et des programmes de fidélisation par l'entremise de leur employeur qui les incitent se rendre chez un certain détaillant, mais il incombe au détaillant de saisir leurs intérêts et préférences pour ajouter une touche personnelle. Un système de PDV peut rendre l'enregistrement et la mise en œuvre de ces préférences beaucoup plus faciles.

## Principales caractéristiques à prendre en considération

-  **Outils de saisie de courriels** que le personnel peut utiliser avec les clients en magasin pour lancer des campagnes de marketing et des rabais personnalisés
-  **Intégration du service à la clientèle et des profils de clients** pour permettre des recommandations en direct et des offres de fidélisation
-  **Intégration avec des applications de fidélisation tierces** pour des outils étendus de gestion de la relation client



## L'avantage du PDV Shopify

Avec le PDV Shopify, les entreprises ont accès à des mesures clés des clients comme l'historique des achats, les dépenses à vie et d'autres préférences. Ces mesures facilitent la présentation d'offres de fidélité personnalisées, de rabais et d'autres avantages, en particulier pour les designers et les décorateurs. Les utilisateurs du PDV Shopify peuvent également choisir parmi une vaste gamme de solutions tierces pour mieux gérer les relations avec les clients dans l'[App Store Shopify](#).



# Maintenir l'efficacité du personnel

## Défis

### Responsabiliser et récompenser le personnel des ventes

Le personnel des ventes peut faire ou briser l'expérience de magasinage d'un client en magasin. Compte tenu de toute la réflexion qui entre dans le cadre d'un achat important de maison, les acheteurs s'attendent à un service attentionné de première qualité, surtout s'ils visitent le magasin. Cela est doublement vrai pour les acheteurs fréquents comme les professionnels du design.

Mais même le service de l'employé de vente au détail le plus exceptionnel peut être inhibé par la mauvaise technologie. Plutôt que de se concentrer sur l'aide à un client, il pourrait devoir passer du temps à dépanner un dispositif de PDV désuet, à poser des questions à ses collègues sur l'état en réserve d'un article ou à garder les clients en attente parce que le magasin est sous-effectif pendant les périodes de pointe.

De plus, les détaillants n'ont pas toujours une bonne compréhension du rendement du personnel si les données de vente ne sont pas liées à chaque employé. Cela empêche les détaillants de récompenser et de souligner les réalisations du personnel.

### Intégration rapide du personnel




Essentiellement, les nouveaux membres du personnel ne peuvent pas réussir lorsque les outils qu'ils utilisent rendent l'intégration difficile. Un processus d'intégration plus lent signifie plus de difficulté à mettre à l'échelle et à ouvrir de nouveaux emplacements et à doter en personnel pendant les périodes de pointe.

## L'utilité d'un bon système de PDV

Un système de PDV avec des outils intégrés de gestion du personnel aide les détaillants de l'industrie de la maison et du jardin à gérer le personnel plus efficacement. Les gérants de magasin peuvent suivre le rendement avec des données de vente claires pour récompenser les membres de l'équipe très performants et intégrer rapidement le nouveau personnel avec du matériel intuitif.

Les stocks de produits pour la maison et le jardin ne sont pas les plus faciles à déplacer dans un magasin ou à récupérer dans une arrière-boutique. Les dispositifs de PDV flexibles permettent au personnel d'accéder facilement à toutes les informations relatives aux stocks et aux commandes afin qu'il puisse se concentrer sur le service aux clients et la conclusion des ventes sur le plancher.

## Principales caractéristiques à prendre en considération

-  **Contrôles du personnel et approbations du gérant** tout-en-un dans un PDV unifié pour faciliter l'intégration et la supervision
-  La capacité d'**attribuer des ventes à des membres du personnel spécifiques** afin que les détaillants puissent suivre les commissions et souligner le rendement élevé
-  **NIP du personnel** sur le matériel pour une sécurité accrue

# 90%

de réduction du temps d'intégration du personnel\*



## L'avantage du PDV Shopify

Grâce au PDV Shopify, les entreprises de l'industrie de la maison et du jardin peuvent rationaliser la gestion du personnel en magasin, former efficacement les nouveaux employés, souligner les employés très performants et augmenter ou diminuer le personnel selon la demande. Cela peut se traduire par des économies de temps importantes : les clients qui sont passés au PDV Shopify ont signalé une réduction de 90 % du temps d'intégration du personnel.



## Le point à retenir

Dans un secteur hyper concentré sur l'expansion des offres omnicanaux, le système de PDV d'un détaillant de l'industrie de la maison et du jardin peut avoir un impact majeur sur la santé de son entreprise.

Malgré les défis associés à un catalogue de produits qui est souvent rempli d'articles volumineux, fragiles et coûteux, un système de PDV performant peut rationaliser les ventes et libérer des occasions de croissance. En fin de compte, les magasins physiques peuvent devenir la base d'un détaillant pour la croissance future. Les clients du PDV Shopify profitent de taux de conversion en magasin plus élevés, de délais de paiement plus rapides et d'un gain de temps précieux; il est préférable de passer du temps à stimuler les ventes plutôt qu'à lutter avec une technologie qui les freine.

Ne pas négliger, c'est combien d'entreprises peuvent utiliser leurs données pour apprendre, améliorer et faire évoluer leurs réussites. Lorsqu'on leur pose des questions sur leurs pratiques en matière de données avec le PDV Shopify, 70 % des clients ont convenu que leur entreprise avait une meilleure compréhension de ses données.

Avec le PDV Shopify, les détaillants de l'industrie de la maison et du jardin peuvent adopter l'avenir omnicanal du secteur et offrir des expériences connectées exceptionnelles qui font revenir les clients.

---

**Êtes-vous prêt à faire passer votre entreprise de l'industrie de la maison et du jardin au niveau supérieur?**

**Appelez-nous.**

**1 844 905-4827**

