

RETAIL FORMATS

Inventer les formats de demain

Optimiser les concepts d'aujourd'hui

Diamart Consulting - Janvier 2019

Les magasins ont un bel avenir... à condition de faire évoluer formats et concepts



Upgrade

Au-delà du "refresh" (design et identité), enrichissement permanent du concept par de nouvelles fonctionnalités, notamment omnicanal, pour enrichir l'expérience clients, avec objectif de déploiement rapide.



Intégration chez Sephora de fonctionnalités digitales qui viennent renforcer l'expérience et la relation clients : réalité augmentée, murs à selfie et avis clientes, bar à chignon, diagnostic de peau, etc.

Mais aussi : Leroy-Merlin, Décathlon, Franprix, Maisons du Monde, etc.



Transformation

Évolution en profondeur du format et du concept pour aborder de nouvelles localisations (centre-ville...), intégrer pleinement le digital, passer du produit à la solution, etc.



Ouverture de Leroy Merlin Place de la Madeleine, concept hyper-urbain premium, compacté et adapté à la zone de chalandise. Allocations de surfaces très différentes d'un magasin classique, orientation "projets", accompagnement renforcé via de nombreux services, merchandising de séduction, etc.

Mais aussi : Picwic Le Havre, Probox, show-rooms Point P, etc.



Innovation radicale

Enrichis en expérience, "techno-intensifs", compacts et avec peu de stock pour abaisser le point mort. Parfois en mode "Lab / R&D" n'ayant pas vocation à être déployés.



Invention des Comptoirs Boulanger, format compact (300 m² vs 2000m²) et sans stock. Gammes courtes, mais 100% des produits branchés pour être testés, des vendeurs polyvalents et hyper-formés, et un accent sur les services : cours et ateliers, remplacement d'écran de smartphone, etc.

Mais aussi : Undiz Machine, Darty Alésia, Saint Maclou Nation, Otop, etc.

Use case

Le magasin 2025 de CAMAÏEU

1^{ère} enseigne de prêt-à-porter féminin - CA : 700 M€

The image shows the storefront of a CAMAÏEU store. The brand name 'CAMAÏEU' is displayed in large, light-colored, three-dimensional letters above the entrance. The store interior is visible through the glass windows, showing clothing racks and mannequins. The background is a dark, slightly blurred image of the store's exterior.

Contexte

Les boutiques de mode de 2^{ème} quartile souffrent. Baisse de la consommation, domination des marques mondiales, concurrence du e-commerce, érosion des rendements...

Comment faire du maillage de Camaïeu (le plus grand réseau de cabines de France) un atout, pour offrir au client des valeurs ajoutées uniques et générer de nouveaux revenus ?

Quelle expérience, quelle offre, quels formats, quelles équipes de vente dans un monde 100% omnicanal ?

Comment repenser le magasin de demain comme lieu d'interactions avec les clients, pour garantir sa pérennité ?

Projet

Identification des enjeux et pistes créatives en mode Design Thinking et Open Innovation : pitches d'experts retail, de créatifs et d'étudiants

Benchmark des solutions innovantes : concepts innovants et best practices internationales + revue des solutions retailtech pertinentes

Co-construction avec une équipe Camaïeu pluridisciplinaire : marketing, opérations, digital, SI, offre, etc.

Définition de la cible (Stratégie Concept) et rédaction du cahier des charges des fonctionnalités à tester avant déploiement

Décisions

Une approche en mode R&D : intégration des fonctionnalités dans un magasin Lab, avant déploiement progressif dans le réseau

Des expériences à forte intensité technologique : full RFID, parcours fluide avec caisse autonome, encaissement sur devices vendeurs, extenseurs d'offre digitaux, etc.

Un ajustement plus large du modèle commercial : dédensification de 35% de l'offre sans perte de CA, accueil de marques invitées, visual merchandising plus stimulant, etc.

Pourquoi Diamart Group est le partenaire idéal pour réinventer les formats de magasin

Inspiration

Méthodologies dynamiques (design thinking, open innovation...), apport créatif de UX Retail Design, benchmarks inspirationnels via notre veille permanente Retail Innovation – Ebeltoft : des centaines de concepts innovants décodés dans le monde entier



Réalisation

*Test and learn : culture pragmatique, capacité à réaliser vos pilotes avec UX Retail Design, intégration technologique...
Nous ne sommes pas des consultants
Powerpoint !*



**Intégration 360°
et business
model**



Stratégie

Une compréhension inégalée de l'avenir du retail (expertise), des attentes des clients (méthodologies immersives conçues pour travailler les concepts) et de vos exigences stratégiques



Retail tech

Diamart avec l'Institut du Commerce Connecté occupe une position centrale dans l'univers de la retail tech : nous connaissons les start-up et technologies qui transformeront vraiment expérience clients et business models

Quelques références



Refresh

Aubade

Évolution du concept et actualisation de l'expérience clients



Upgrade

Bouygues Immobilier

Nouveau format d'agence, nouvelle expérience

POINT.P
Matériaux de Construction

Showrooms inspirationnels et nouvelle expérience



Transformation

DARTY

Évolution du positionnement, du business model et du format

LH

LafargeHolcim

Création des premiers négoce du groupe dans les pays émergents



Innovation radicale

**envie de
salle de bain**

Du concept BtoB Cédéo à un concept BtoBtoC inspirational

CAMAÏEU

Projet Magasin 2025 : format enrichi, compacté et intensif en technologie

Inventer le retail de demain, optimiser les performances d'aujourd'hui

52 rue Montmartre - 75002 Paris
01 42 36 00 36

Cédric DUCROCQ
PDG du Groupe Diamart
cducrocq@diamart.fr

Alisson PHILIP
Consultante Senior Diamart Consulting
aphilip@diamart.fr

Références

25 ans de crédibilité
Des dizaines de projets pour les meilleures
enseignes françaises et internationales

Valeurs

Innovation et pragmatisme
100% respect
0% langue de bois

Expertise

40 experts de l'interaction clients, du retail
et des services

Performances

6 M€ de CA
25% du CA à l'international

