



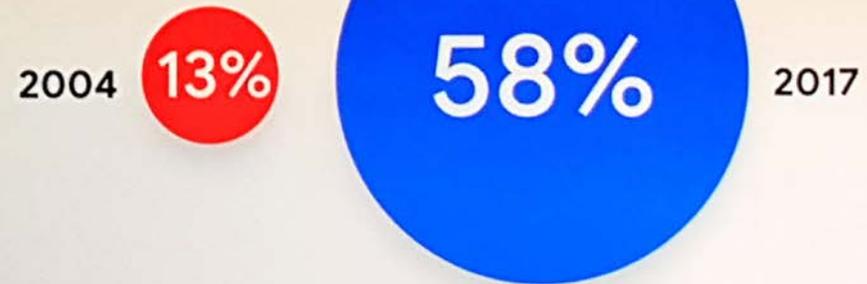
Les bouleversements technologiques et leurs impacts sur le commerce et les articles de puériculture



1/ la vie des clients dans le commerce a bien changé

Le changement majeur :
58% des ventes totales
aux Etats-Unis influencées
par le digital !

In-store sales influenced by a digital touch point



Source: Forrester Web-Influenced Retail Sales Forecast 2004 & 2017

La distribution n'est plus un point de passage obligé le consommateur est acheteur et vendeur : Le Bon Coin

4

leboncoin DÉPOSER UNE ANNONCE OFFRES DEMANDES MES FAVORIS BOUTIQUES MESSAGES [Se connecter](#)

Toutes catégories

Recherche dans le titre uniquement Annonces **★ Urgentes** uniquement

Toute la France Ville ou code postal

Toutes 128 852 Particuliers 126 817 Professionnels 2 035 Tri : Plus récentes

-  **Garde robe**
Ameublement
Saint-Savinien 17350
50 €
Aujourd'hui, 11:48
-  **Matelas + literie = 15 euros**
Ameublement
Paris 75005
15 €
Aujourd'hui, 11:48
-  **Table basse**
Ameublement
Mudaison 34130
35 €
Aujourd'hui, 11:48
-  **ANORDNA LYX neuf rangement tiroirs Ikea**
Ameublement
Saint-Cloud 92210
5 €
Aujourd'hui, 11:48

Sur Google en 1 an, les recherches « ouvert maintenant » ont triplé et les recherches « livraison le même jour » ont doublé

5



AUBERT PARIS POISSONNIERE

Site Web

Itinéraire

Enregistrer

3,0 ★★☆☆☆ 104 avis Google

Magasin de puériculture à Paris

Chaîne dédiée aux bébés proposant vêtements et mobilier et articles pour la toilette, les repas et l'éveil.

Adresse : 11 Boulevard Poissonnière, 75002 Paris

Horaires : **mardi** 10:00–19:30
mercredi 10:00–19:30
jeudi 10:00–19:30
vendredi 10:00–19:30
samedi 10:00–19:30
dimanche Fermé
lundi 10:00–19:30

[Suggérer une modification](#)

Téléphone : 01 40 39 90 71



Mais attention à ce que postent les clients avis et photos

6

L

Ludivine Salaun

2 avis

★★★★★ il y a 3 mois -

Depuis la naissance de ma fille je n'y étais pas retournée car très déçue ! Et voilà que 2 ans plus tard je décide d'y aller mais encore à mon grand desaroi une déception ! Hormis les délais d'attente car peu de car peu de vendeur, Je paie un coût de livraison supplémentaire croyant que celle ci allait être plus rapide ce que me confirme la vendeuse (48h) ; n'ayant pas de nouvelle de mon colis j'appelle le service client voyant sur mon ticket de caisse que le délai n'était pas de 48h mais d'une semaine , et là j'ai comme réponse que c'est une date prévisionnelle rien n'est sûr !!!! En bref ne faites pas comme moi vérifiez votre délai sur le ticket, n'écoutez pas les propos des vendeurs et surtout prenez les options les moins chères sur la livraison car les délais seront les mêmes !

👍 J'aime

Rangement au top!!



Samir Boudjennad

AOÛT 2016



Les clients consultent les avis et partagent leur expérience sur les réseaux sociaux

7

Usages des réseaux sociaux

70 %

des e-acheteurs consultent souvent les avis clients avant de réaliser leurs achats

Consulter les avis clients avant de réaliser un achat



Partager l'expérience d'achat sur les réseaux sociaux



■ Très souvent ■ Souvent ■ De temps en temps ■ Parfois ■ Jamais

En % des e-acheteurs - source : Baromètre Fevad/CSA - janvier 2018

Les clients peuvent acheter à n'importe quel vendeur, n'importe où avec le phénomène des market places : l'exemple Amazon

8



...et acheter à l'étranger en e-commerce est devenu une réalité (Fevad, juillet 2018)

9

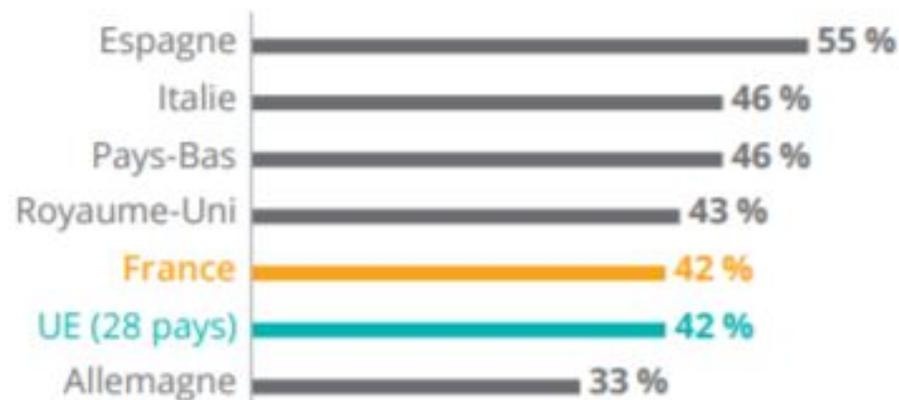
Achats à l'international

42 % des e-acheteurs Français

42 % des e-acheteurs européens

Ont commandé par internet en 2017 des biens ou services auprès des vendeurs d'autres pays (de l'UE ou hors l'UE)

source : Eurostat - 2017.



En % des e-acheteurs - source : Eurostat - 2017 .

Ils prennent l'habitude de se faire livrer

34% des e-acheteurs sont abonnés à un service de livraison

10



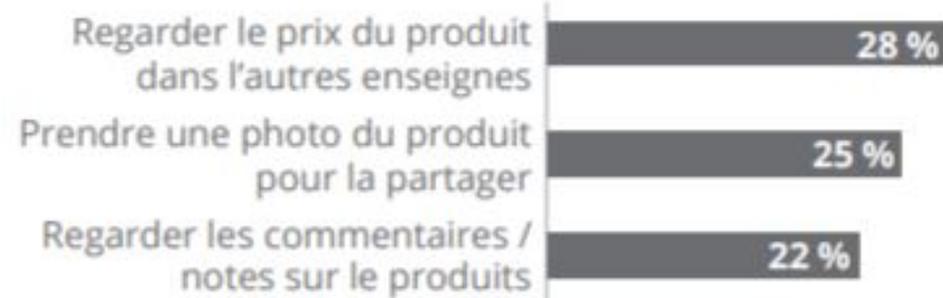
Ils utilisent massivement leur smartphone en magasins

11

Usages marchands du mobile en magasin

60 %

des internautes équipés d'un téléphone mobile ont déjà utilisé leur mobile en magasin pour :



source : étude Fevad/Médiamétrie - janvier 2018.

Ils consomment autrement et achètent d'occasion

12



L'importance de l'expérience client : l'exemple Amazon

13



L'expérience client est devenu un vrai enjeu de business

14

#OBSCONSO

FIDELITE AUX MARQUES ET ENSEIGNES

48%

des Français ont fait une infidélité ou ont abandonné une marque à laquelle ils étaient habitués ces derniers mois.



48%

des Français sont amenés à quitter une marque ou une enseigne à cause d'un manque de reconnaissance.



64%

des Français abandonnent une marque ou une enseigne suite à une mauvaise expérience.



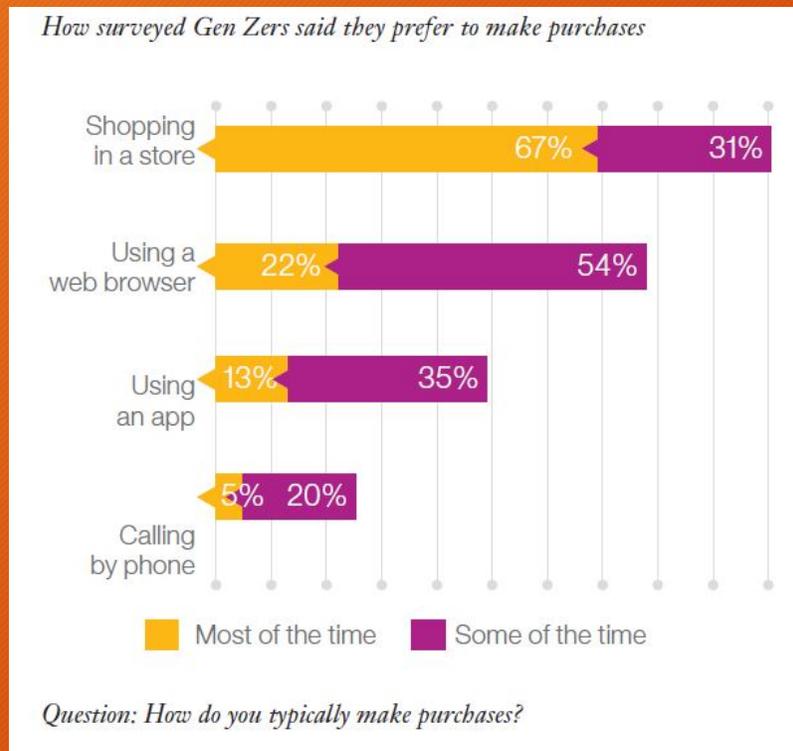
52%

des Français peuvent quitter une marque non par lassitude mais par coup de foudre pour un concurrent.



Pour autant, il n'existe aucune fatalité d'ailleurs la génération Z née après 1995 plébiscite les magasins

15



- *« Sur plus de 20 000 interviews, 98% de la Génération Z disent qu'ils veulent toujours acheter en magasin. »*

Etude IBM 2017

En résumé les bouleversements sont profonds :
tous fabricants et commerçants doivent s'adapter

16

Digital

Mobile

E-commerce

Informations,
Contenu, avis
clients

Nouvelles
formes de
consommation

2/ Comment cela va impacter le commerce de puériculture ?

L'arrivée d'un enfant : un enjeu crucial pour le commerce de puériculture

(Source : Baromètre Institut des Mamans, FJP avril 2017)

18

- ▶ **Pour la venue d'un enfant, les mères dépensent en moyenne 1 242€ en produits de puériculture.** 50% des mères dépensent plus de 1000€.
 - **Les plus gros postes de dépenses sont en toute logique la grosse puériculture (444€) et le mobilier pour la chambre de bébé (329€),** qui représentent respectivement 36% et 27% du budget total.
 - Elles dépensent ensuite **167€ en petite puériculture, 179€ en textile (en dehors des vêtements) et 122€ en autres produits.**
- ▶ **Pour la venue d'un 1^{er} enfant, les mères dépensent plus pour les produits de puériculture : 1 560€ en moyenne.** La moitié des primipares ont dépensé plus de 1 456€.
 - Elles ont acheté pour en moyenne **584€ de produits de grosse puériculture, 402€ de mobilier pour la chambre, 208€ de produits de petite puériculture, 207€ en textile (hors vêtements) et 158€ en autres produits.**

L'arrivée d'un enfant : un enjeu crucial pour le commerce de puériculture, tout le commerce !

(Source : Baromètre Institut des Mamans, FJP avril 2017)

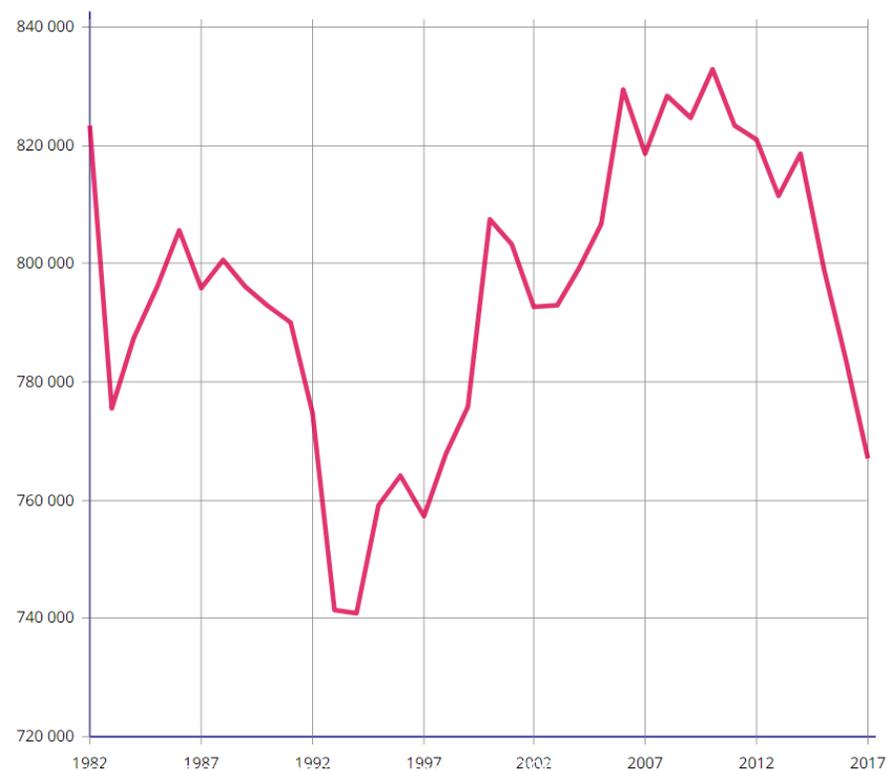
19

- ▶ **8 mères sur 10 ont déjà acheté des produits de puériculture sur internet.** Une plus grande proportion d'acheteuses online auprès des habitantes d'IDF (92%) et au niveau de diplôme supérieur à bac+2 (86%).
 - Elles y achètent tout type de produits : **55% du textile (hors vêtement), 52% des produits de grosse puériculture et de petite puériculture.** En revanche, **l'achat online de mobilier pour la chambre de bébé** est moins courant (31%).
 - Le plus souvent, les mères se tournent vers des **spécialistes « bébés »** : **68%** des acheteuses online ont acheté sur un site de GSS, un pure player ou directement sur le site de la marque. Elles sont tout de même **56% à acheter sur des sites généralistes** comme Amazon, Cdiscount...

Sur la puériculture, le marché dépend de l'évolution de la natalité (Insee 2017)

20

Naissances en 2017



Note : données 2017 provisoires.

Champ : France hors Mayotte jusqu'en 2013 et y compris Mayotte à partir de 2014.

Source : Insee, statistiques de l'état civil.

Conséquences pour le marché puériculture :

-6% en valeur en 2016

-4% en valeur en 2017

(GFK)

Pour la puériculture, un marché très dépendant de la natalité mais de plus en plus convoité

21



Le marché est très bataillé

22

Spécialistes

Généralistes

Pure players
Spécialistes
Allo Bébé

Pure players
généralistes
Amazon,
Cdiscount

Occasion
Le Bon Coin
eBay

Sur quels sites les mères vont acheter ? Pas de fatalité, les spécialistes sont concernées

23

(Source : Baromètre Institut des Mères - FJD - 19/05/2017)

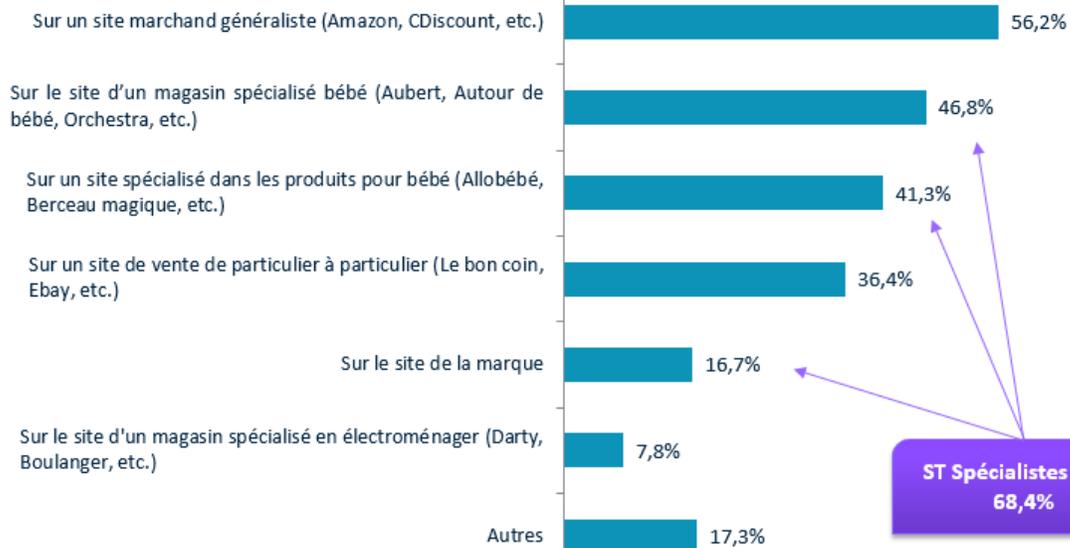
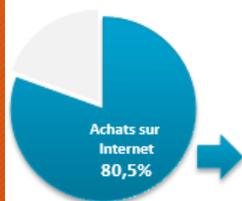
Achats sur internet

Pour leurs achats de puériculture sur internet, les mères privilégient les **spécialistes bébé** : les sites de GSS, les pure players ou directement sur le site de la marque (68%). Néanmoins, **plus de 50%** des acheteuses online achètent des produits de puériculture sur des **sites marchands généralistes** de type Amazon, Cdiscount ...

8

Q : Et plus précisément, sur quel(s) type(s) de sites Internet ? Plusieurs réponses possibles

Base : 242 mères ayant un enfant de 0-35 mois achetant des produits de puériculture sur internet



Même si par exemple le mobilier de la chambre ne s'achète pas sur Internet

24

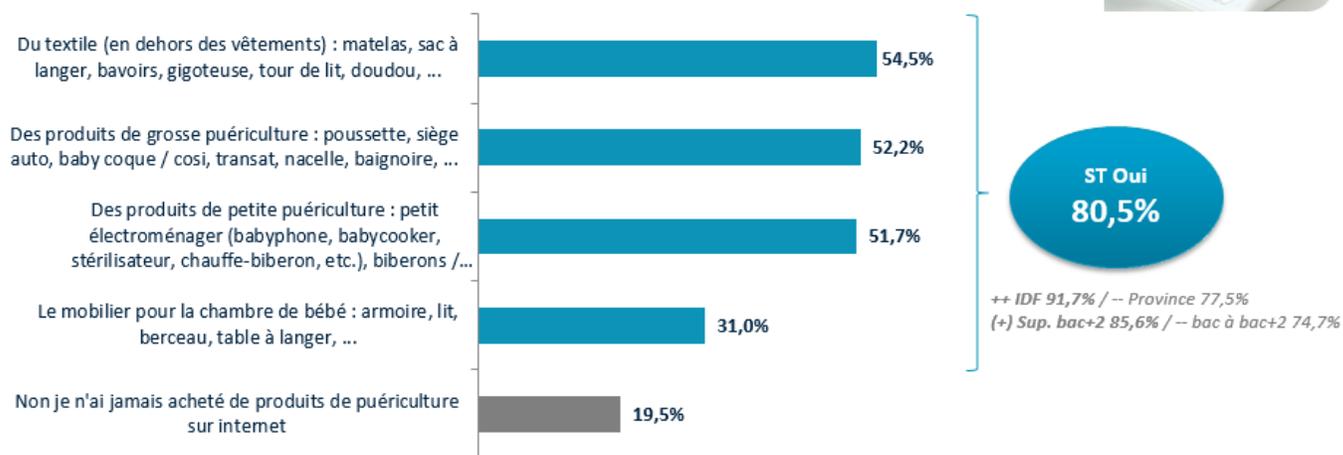
Achats sur internet

8 mères sur 10 ont déjà acheté des produits de puériculture sur internet. Plus d'une sur 2 y a déjà acheté du textile, des produits de grosse ou de petite puériculture. En revanche, l'achat de mobilier pour la chambre de bébé y est moins courant (31%)

7

Q : Avez-vous déjà acheté des produits de PUERICULTURE pour Xxx sur Internet ? Si oui, lesquels ?

Base : 300 mères ayant un enfant de 0-35 mois



Les plus fortes dépenses...ne correspondent pas forcément à ce que l'on voit en magasin

Aubert

25



Les plus fortes dépenses...ne correspondent pas forcément à ce que l'on voit en magasin

Bébé 9

26



Quelles attentes sur les magasins spécialisés ?

(Source : Baromètre Institut des Mamans, FJP avril 2015)

27

Point clés – Les magasins spécialisés

3

- ▶ **2/3 des mères jugent les enseignes spécialistes incontournables pour les achats de petite et grosse puériculture.**
 - Un taux qui atteint 73% chez les mères primipares.
- ▶ **Pour améliorer leur service, ces magasins devraient mettre en avant la disponibilité, le rôle/conseil des vendeurs :**
 - Avec si possible une plus grande disponibilité/présence et donc un plus grand nombre de vendeurs (38%) → une demande très forte des primipares (50%) qui ont besoin de plus de conseils
 - En proposant par ex. des prestations types : rendez-vous avec des vendeurs pour un moment dédié aux parents / futurs parents (32%)



Quelles attentes sur les magasins spécialisés ? Le digital a un grand rôle à jouer avant et pendant la visite magasin

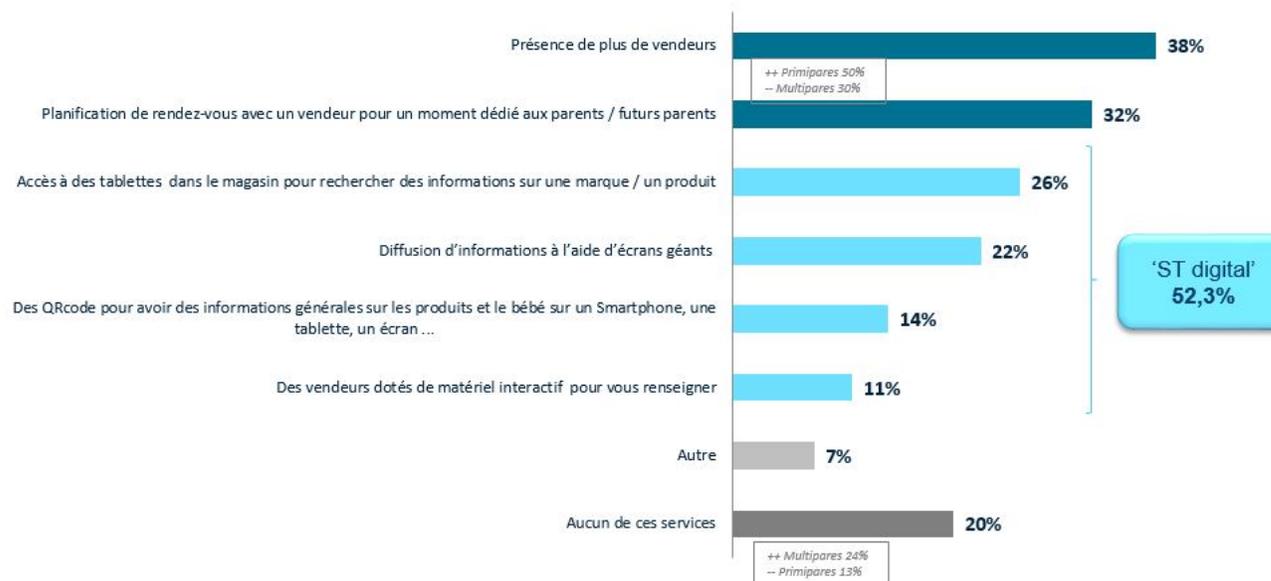
28

(Source : Baromètre Institut des Mamans, FJP avril 2015)

Des mères en attentes de conseils : 38% souhaiteraient ... plus de vendeurs dans ces enseignes (un taux qui atteint 50% chez les primipares)

6

Quels services pourrait vous proposer un magasin spécialisé pour rendre l'achat de produits pour votre bébé plus agréable ?
Base : 300 mères d'enfants âgés de 0-35 mois



Frank Rosenthal Conseils babycool 0309

Prendre rendez-vous en magasin, pas si simple !

29

The screenshot shows the bébé 9 website interface. At the top left is the logo 'bébé 9' with the tagline 'Born to be happy'. A search bar contains the text 'Chercher un article, une marque...'. To the right is a button 'Trouver mon magasin'. Below the search bar is a navigation menu with categories: CHAMBRE BÉBÉ, TEXTILE, POUSETTE, SIÈGE-AUTO, REPAS, TOILETTE, EVEIL, LISTE DE NAISSANCE, and SOLDES ET PROMOTIONS. The breadcrumb trail reads 'BÉBÉ 9 > RECHERCHE'. The main heading is 'RÉSULTATS DE LA RECHERCHE : PRENDRE RENDEZ-VOUS EN MAGASIN'. Below this, it indicates '119 articles' and a pagination control showing '1 2 3 Suivant > Dernier >'. Four product cards are displayed:

- La douche en délire** by YOOKIDOO: A baby in a bathtub with a colorful shower toy. A pink banner indicates a -12% discount. A diagonal banner says 'EXCLU WEB'. The URL below is 'w.bebe9.com/reche...'.
YOOKIDOO
- Trotteur 2 en 1 Classic - Ivory** by BANINNI: A white baby walker with colorful toys.
BANINNI
- Stéril'Express évolutif 2 en 1** by BEABA: A grey baby sterilizer.
BEABA
- Goupillon 2 en 1 Bleu** by DODIE: A blue baby brush.
DODIE

Prendre rendez-vous en magasin, pas si simple !

30



CONTACTEZ-NOUS

HERBLAY / MONTIGNY LES CORMEILLES

Horaires :

Lundi : 10h à 19h30
Mardi : 10h à 19h30
Mercredi : 10h à 19h30
Jeudi : 10h à 19h30
Vendredi : 10h à 19h30
Samedi : 10h à 19h30
Dimanche : 10h à 19h

Coordonnées :

Boulevard Victor Bordier
En face de Kiabi
95370 MONTIGNY LES
CORMEILLES
01 39 97 64 26

Contactez mon
magasin

Liste de naissance
Je prends RDV



Prendre rendez-vous en magasin, pas si simple !

31

CONTACTEZ-NOUS

Civilité * Madame Monsieur

Nom * Prénom *

Email * Confirmer email *

Téléphone *

Objet de votre demande * Votre magasin

Votre message *

Pièces jointes :

5 pièces jointes possibles (pdf, jpeg, png, doc, docx, txt)

Je ne suis pas un robot 
Confidentialité - Conditions

Prendre rendez-vous en magasin, pas si simple ! Autour de Bébé

32

adbb autour de bébé Courbevoie (ancien New Baby)



Adresse postale

12 rue Baudin
92400 Courbevoie
France

Téléphone

☎ 01.47.88.05.36

Horaires d'ouverture

lun. : 14:00 - 19:00
mar. : 10:00 - 19:00
mer. : 10:00 - 19:00
jeu. : 10:00 - 19:00
ven. : 10:00 - 19:00
sam. : 10:00 - 19:00
dim. : Fermé

[✉ Contacter le magasin](#) [📍 Recevoir les coordonnées par mail](#) [🗺 Itinéraire vers ce magasin](#) [🕒 Suivi de commande en magasin](#) [👤 Liste de naissance](#)

LES SERVICES PROPOSÉS À ADBB AUTOUR DE BÉBÉ COURBEVOIE (ANCIEN NEW BABY)

- Paiement et suivi liste de naissance en temps réel
- SAV
- Montage meubles
- Vendeurs conseil
- Carte de financement
- Livraison
- Liste de naissance en magasin
- Prêt de véhicule
- Carte cadeau
- Carte de fidélité
- Vente à distance
- Liste de naissance Internet
- SAV Poussettes
- Règlement par CB à distance

Prendre rendez-vous en magasin, pas si simple ! Aubert

33

AUBERT PARIS

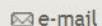


AUBERT PARIS
11 boulevard Poissonnière
Métro 8 et 9 - Station Grands
Boulevards
75002 PARIS
France

Tél : 01.40.39.90.71

Lundi : 10h-19h30
Mardi : 10h-19h30
Mercredi : 10h-19h30
Jeudi : 10h-19h30
Vendredi : 10h-19h30
Samedi : 10h-19h30
Dimanche : Fermé

Envoyer les
coordonnées



Je prépare mon itinéraire 

AUBERT PARIS GOUVION

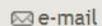


AUBERT PARIS GOUVION
37-39 Boulevard Gouvion Saint
Cyr
75017 PARIS
France

Tél : 01.44.09.03.57

Lundi : 10h-19h
Mardi : 10h-19h
Mercredi : 10h-19h
Jeudi : 10h-19h
Vendredi : 10h-19h
Samedi : 10h-19h
Dimanche : Fermé

Envoyer les
coordonnées

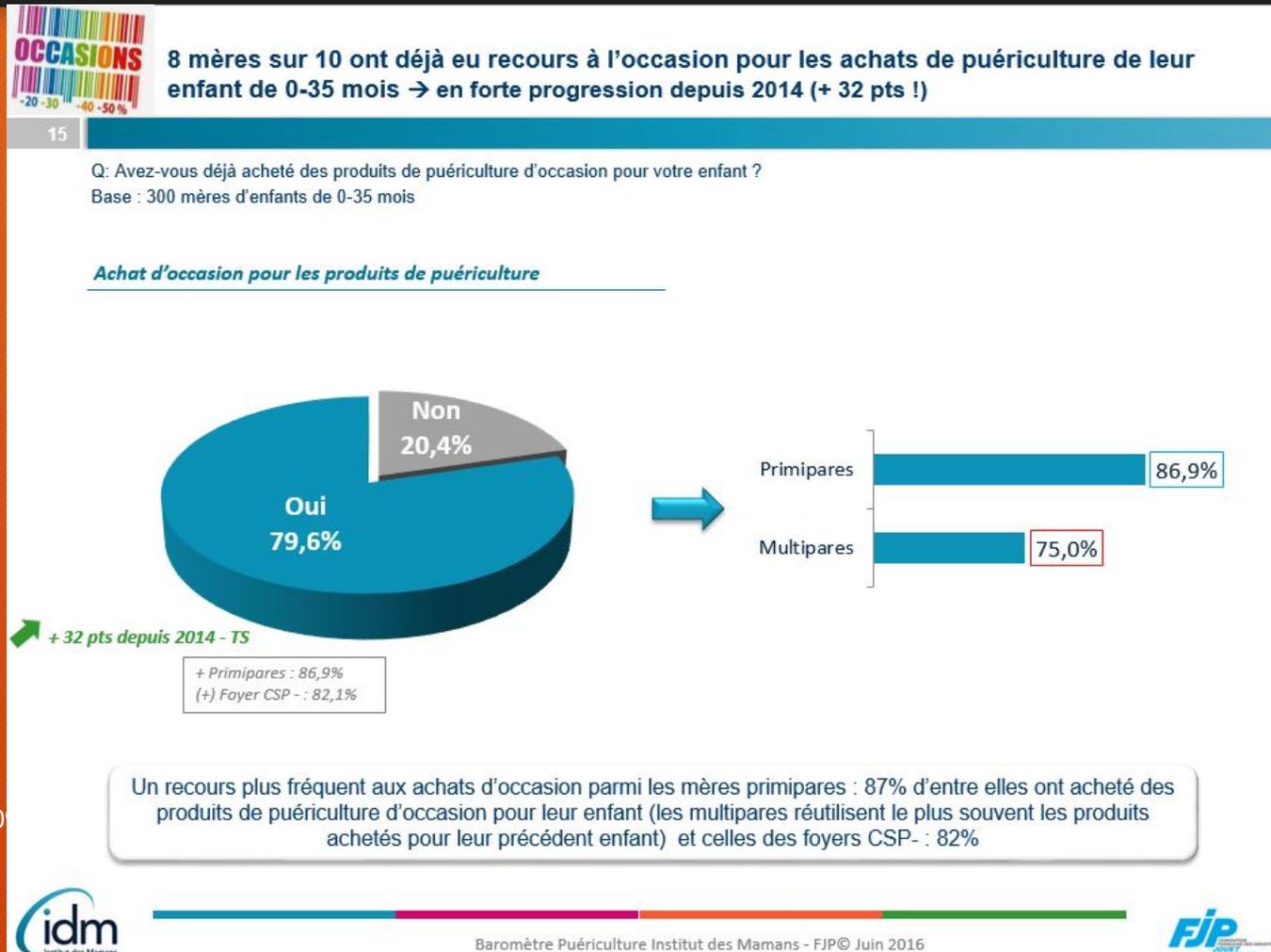


Je prépare mon itinéraire 

Le phénomène de l'occasion touche 8 mères sur 10 !

Source : Baromètre Institut des Mamans, FJP avril 2016

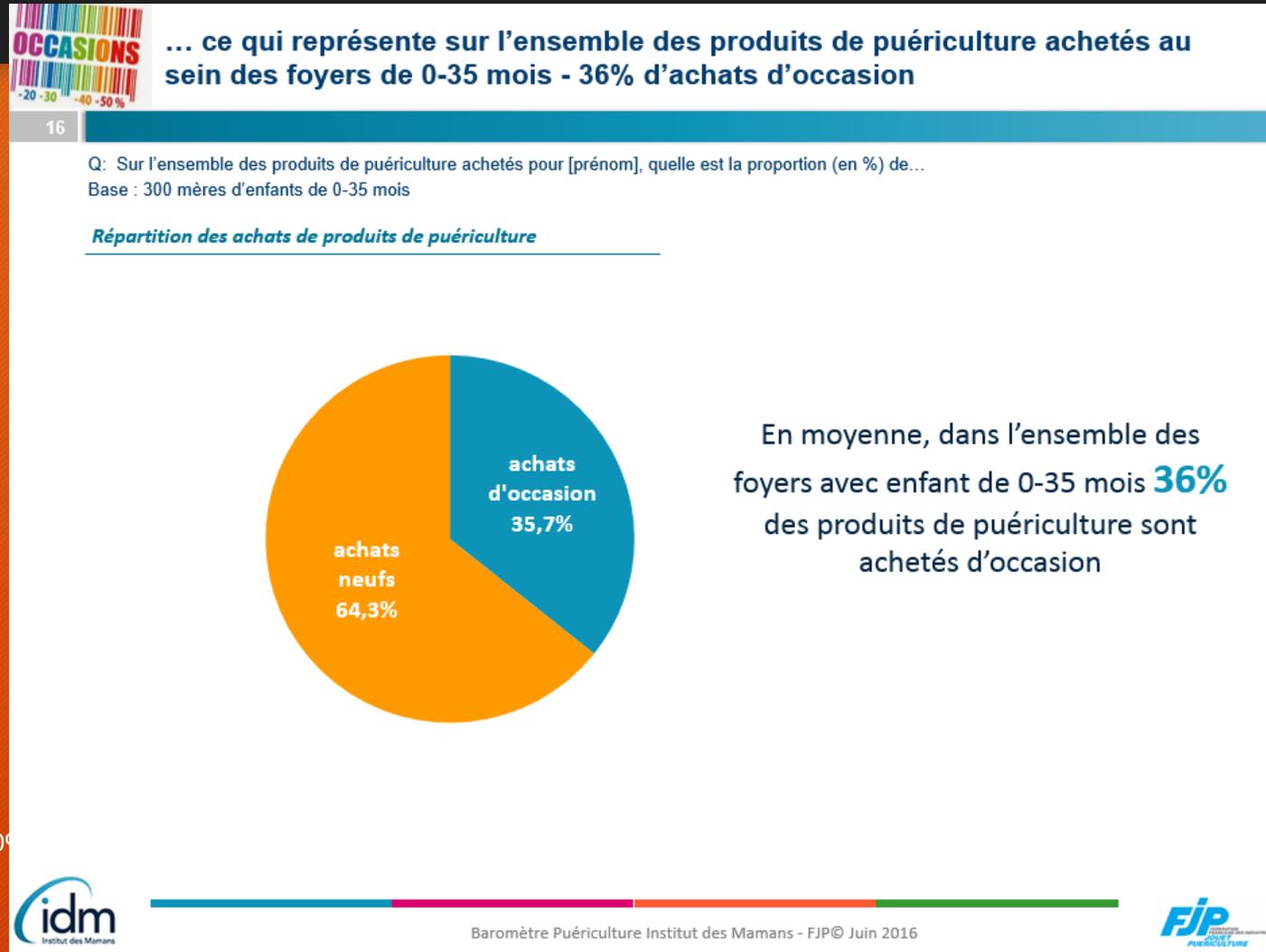
34



ET ça pèse énormément sur le marché

Source : Baromètre Institut des Mamans, FJP avril 2016

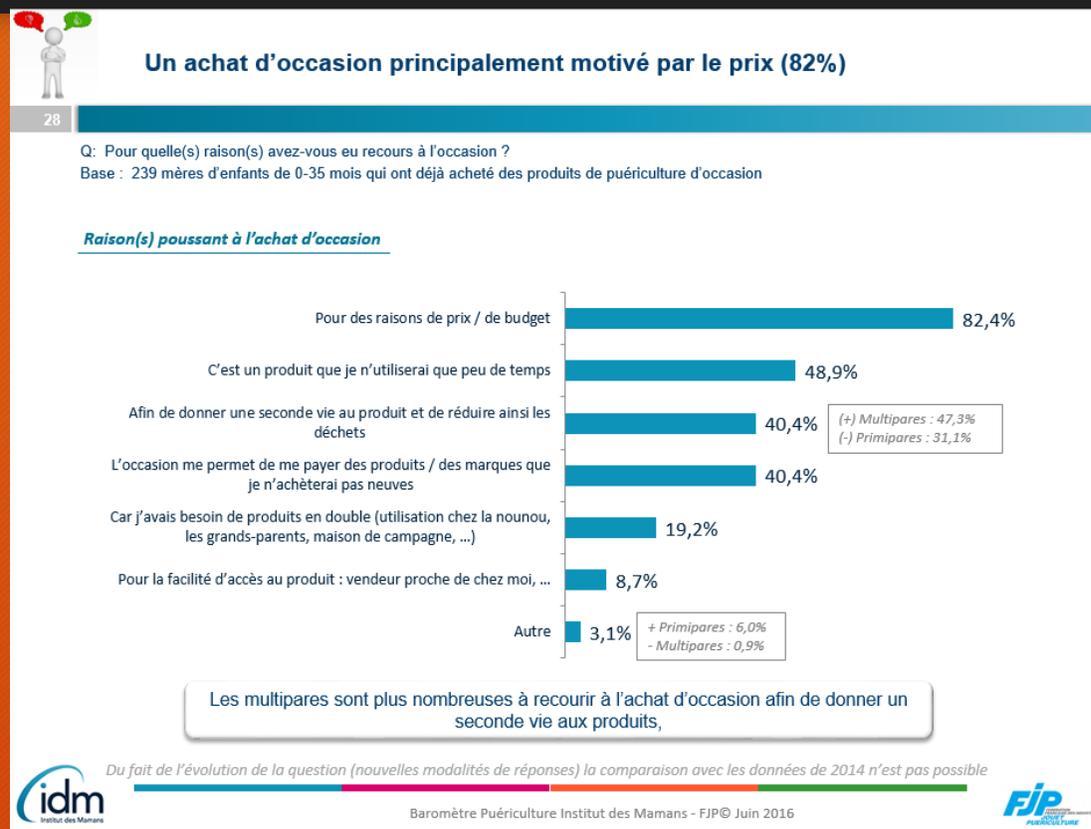
35



La principale motivation est le prix Se payer du haut de gamme au meilleur prix

Source : Baromètre Institut des Mamans, FJP avril 2016

36



3/ Quelles pistes pour optimiser la collaboration marques enseignes ?

L'intérêt commun des différents acteurs

38

Fabricants/Marques	Enseignes spécialisées puériculture
Un circuit clé dans le business	L'offre est essentielle et les grandes marques ont une place obligatoire dans les concepts
Une marque référente se doit d'être présente dans les enseignes spécialistes de puériculture	La nécessité de rendre visible les marques différenciation avec Internet et l'occasion
Apporter du contenu aux enseignes	Renforcer avec les marques le contenu délivré
Stratégie marketing de valorisation	Argumentation en direct face aux clients

S'inspirer de la valorisation des marques dans une enseigne spécialiste : Best Buy (Etats-Unis)

39



Exemple de valorisation des marques dans une enseigne spécialiste : Best Buy (Etats-Unis)

40



Exemple de valorisation des marques dans une enseigne spécialiste : Fnac

41



Exemple de valorisation des marques dans une enseigne spécialiste : Fnac

42



Exemple de valorisation des marques dans une enseigne spécialiste : Fnac

43



4/ Quelles technologies prendre en compte prioritairement ?

Ce que prévoient les entreprises Américaines

45

TECHNOLOGY/TACTIC THAT U.S. MARKETING LEADERS SEE AS "THE NEXT BIG THING" IN SEARCH MARKETING, MAY 2017

% of respondents

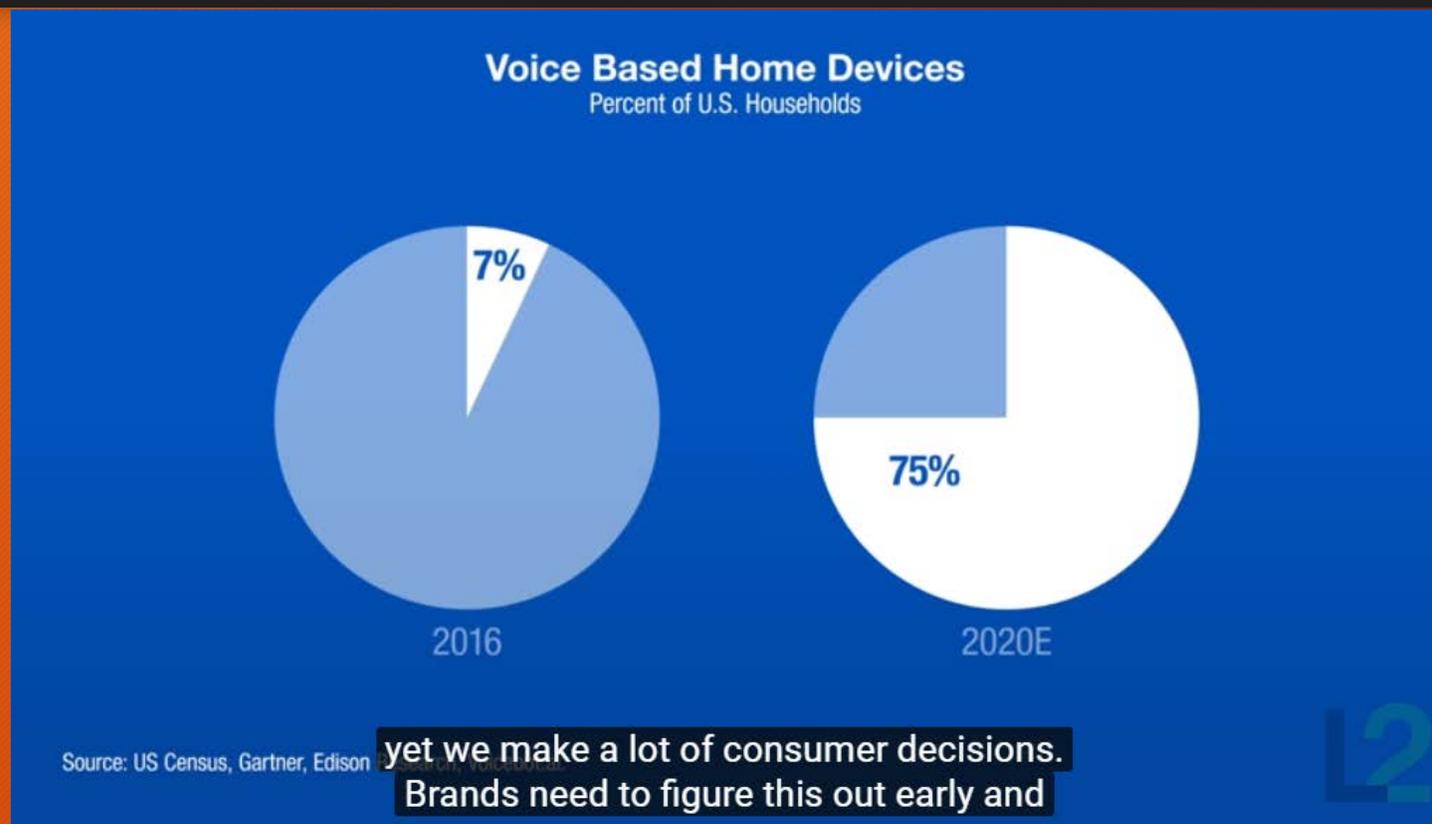


Note: n=252

Source: BrightEdge, "The Future of Content Marketing"
conducted by SurveyMonkey, June 20, 2017

Un marché qui va exploser : les assistants vocaux

46



Un marché qui va exploser : les assistants vocaux

47



Avec la promo, l'équipement est très rapide

48



Buy any Google Home product and save up to \$25 on a future Walmart order*



LEARN MORE

*Google Home product must be purchased from Walmart. Offer ends January 15, 2018. Terms and conditions apply.



TARGET



ONLY \$29.99
11/23-11/24



Amazon
Free to Shop FOR FREE

Save On Gifts for Dad
Father's Day is June 17th

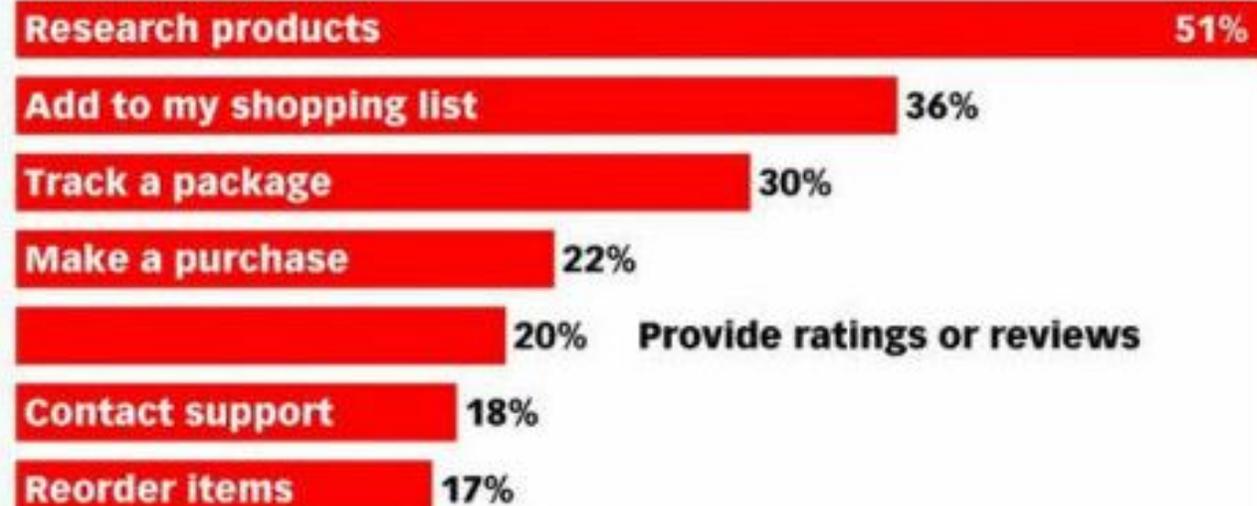
Product	Original Price	Discounted Price
Echo Spot 2 Pack	\$259.98	\$219.98
Echo 3 Pack	\$299.97	\$249.97
Bundle & Save (echo dot + fireTVstick)	\$89.98	\$74.98
echo show	\$229.99	\$149.99

Pour quels usages ?

49

Ways in Which US Virtual Assistant Users Shop with Their Assistants, Nov 2017

% of respondents



Note: ages 21-65

Source: Narvar, "Connecting with Shoppers in the Age of Choice," April 17, 2018

237041

www.eMarketer.com

Ce que les consommateurs aimeraient

50

Zoom sur ce que les propriétaires d'enceinte à commande vocale aimeraient recevoir de la part des marques :

Des informations sur des offres, des produits soldés ou des promotions



Des informations et des conseils personnalisés qui me facilitent la vie



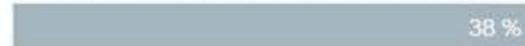
Des informations sur des activités ou des événements à venir



Des informations sur les entreprises (adresses de magasins, horaires d'ouverture, etc.)



Un accès au service client ou à l'assistance



Les enseignes et marques doivent prendre ce tournant : une solution travailler ensemble

51



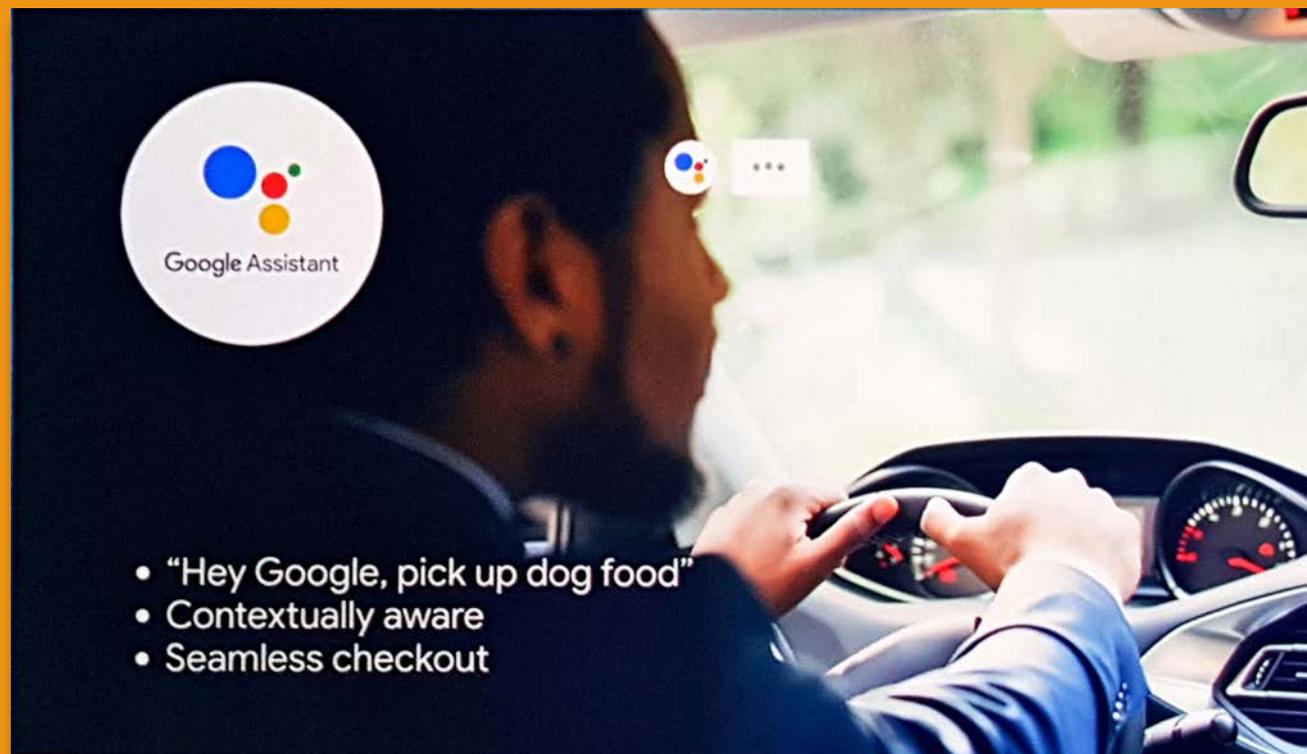
NOUVEAU

**« Ok Google,
je veux parler à Darty »**



Tous les services Darty
à portée de voix

Le développement de l'assistant dans la voiture



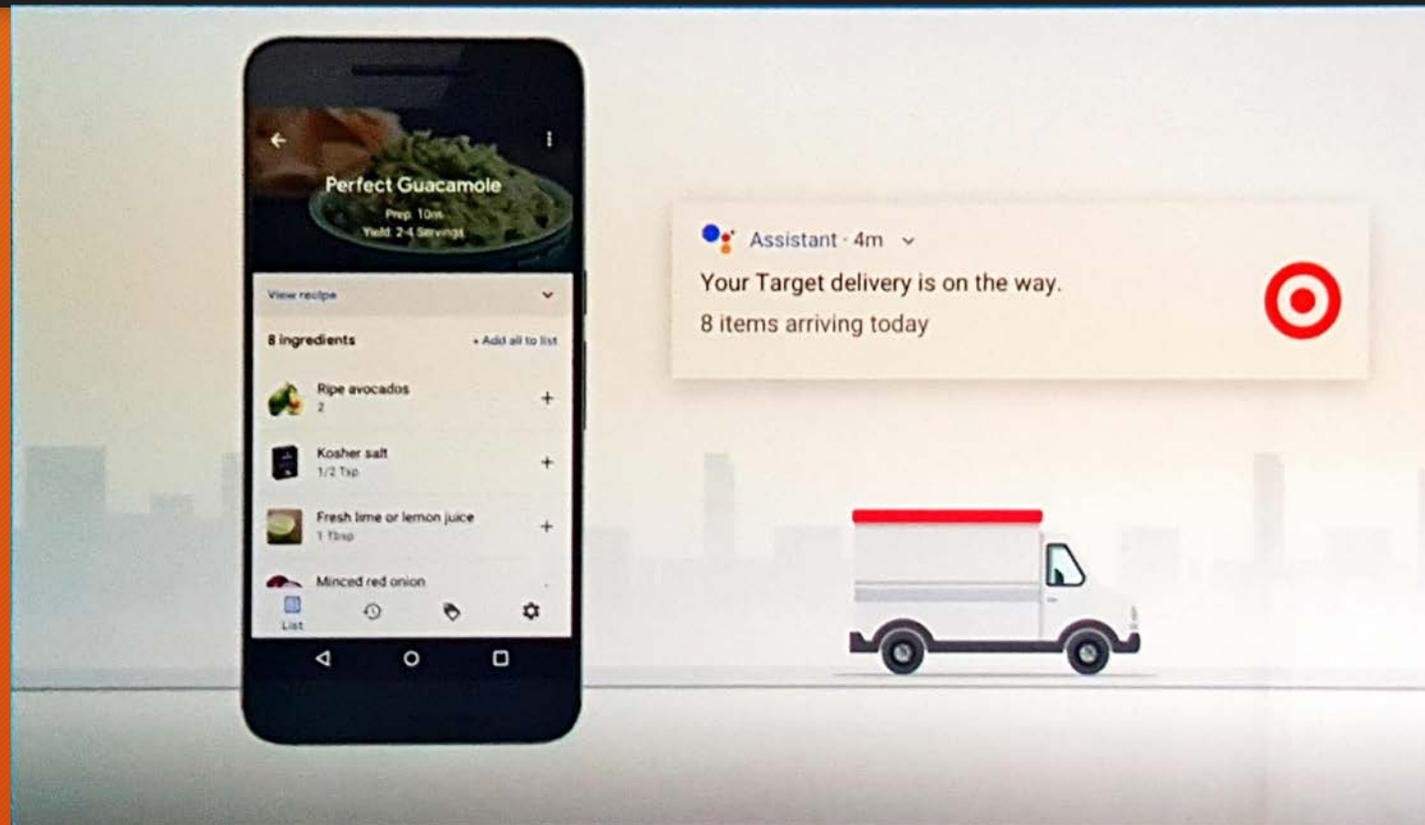
A la recherche d'une expérience client améliorée : la réalité virtuelle

53



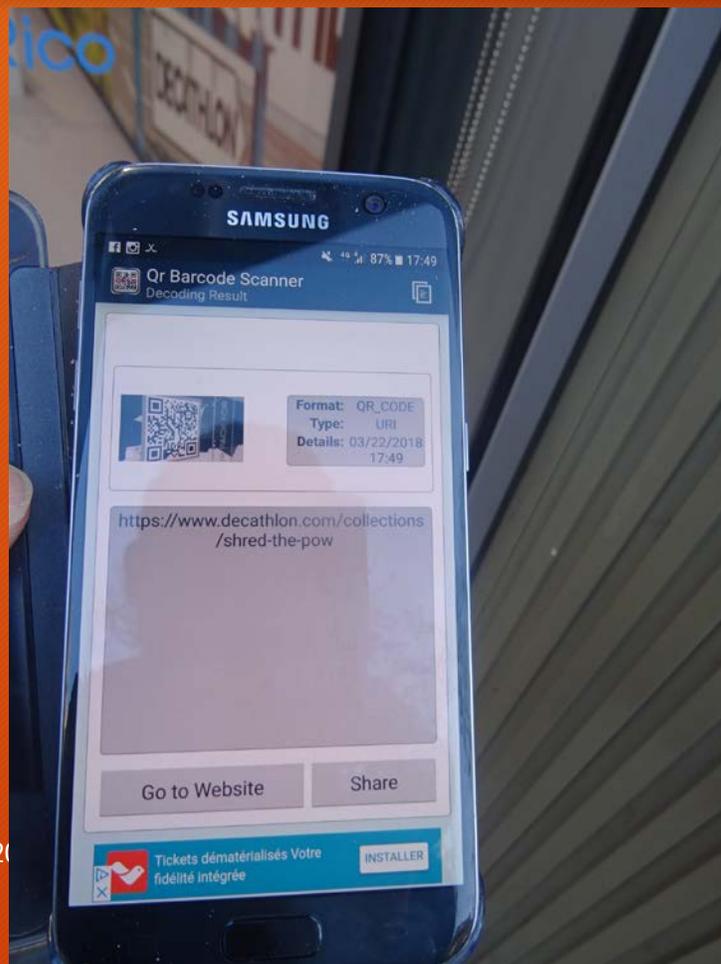
L'importance du mobile pour suivre ses livraisons

54



Decathlon aux US : plus de techno et d'expérience

55



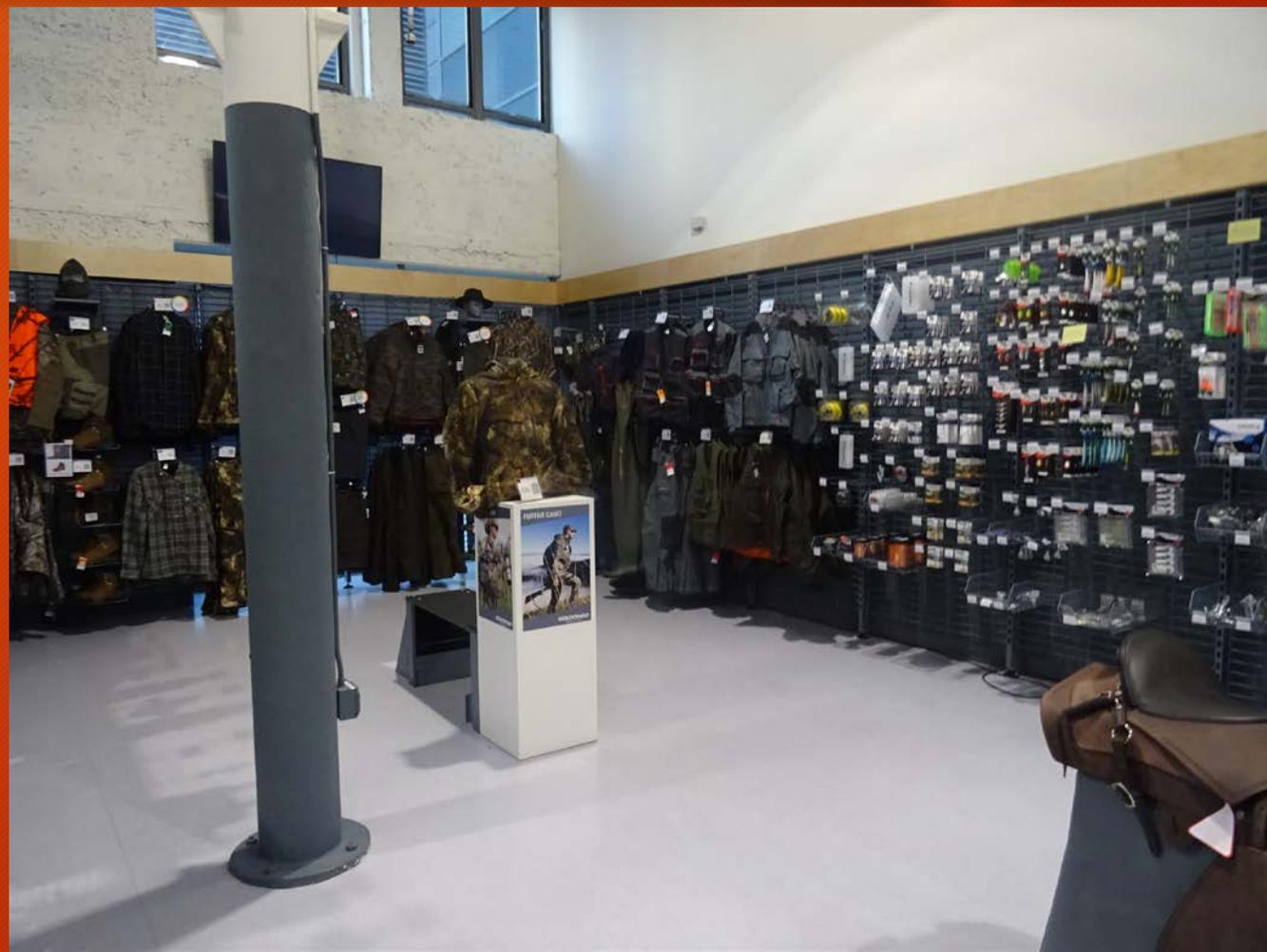
Decathlon aux US : plus de techno et d'expérience

56

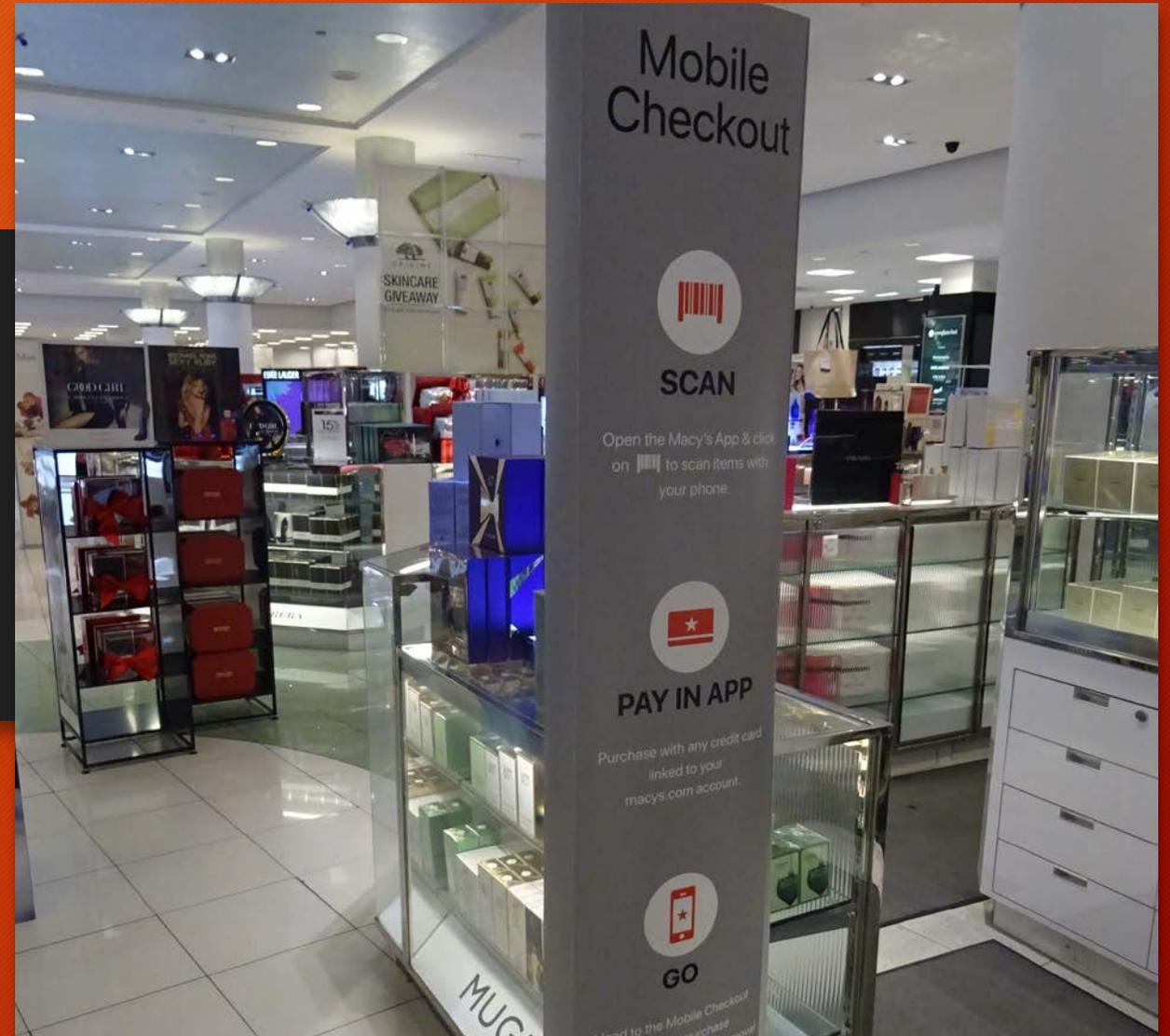


Fini les caisses : encaissement mobile et iPad

57



Le paiement par mobile déjà dans 100 Macy's



Whole Foods et la livraison en 2 heures avec Amazon Prime (ici à San Francisco ville pilote)

59



Pour la livraison, tout ira encore plus vite !

60



New for Prime
Instant Pickup
Everyday essentials ready for pickup in 2 minutes

Got the app? Browse Instant Pickup now.
Get snacks, drinks, and more in 2 minutes


Order in your Amazon Shopping App
Update your app to ensure you can access Instant Pickup: version 9.15 on iOS and 12.5 on Android


Ready for pickup in 2 minutes
To find Instant Pickup items: tap the menu button at the top of the app, then look for Instant Pickup in Programs and Features.


Pick up locally
Instant Pickup is available in [Berkeley](#), [Los Angeles](#), [Atlanta](#), [Columbus](#), [College Park](#), and [Boston](#). Stop by a location near you to check it out.


Also, add to any order during pickup
Forget something? Browse and add hundreds of items from the pickup screen, available for pickup with your order.

Même ceux qui étaient en retard sur la livraison sont offensifs

61

**COMMANDEZ-LA EN LIGNE,
ON VOUS LA LIVRE MÊME
LE DIMANCHE MATIN.**



Rendez-vous sur [IKEA.fr](https://www.IKEA.fr)

FABRIKÖR
Vitrine

179€
(dont éco-part. 2,30€)



Frank Rosenthal Conseils babycool 03092018

Livraison par transporteur à partir de 30kg. Livraison possible le dimanche matin de 8h à 13h en Île-de-France. Voir conditions détaillées sur www.IKEA.fr/service.
FABRIKÖR vitrine. Acier, revêtu époxy. Tablettes verre trempé amovibles. L81xP42xH113cm.

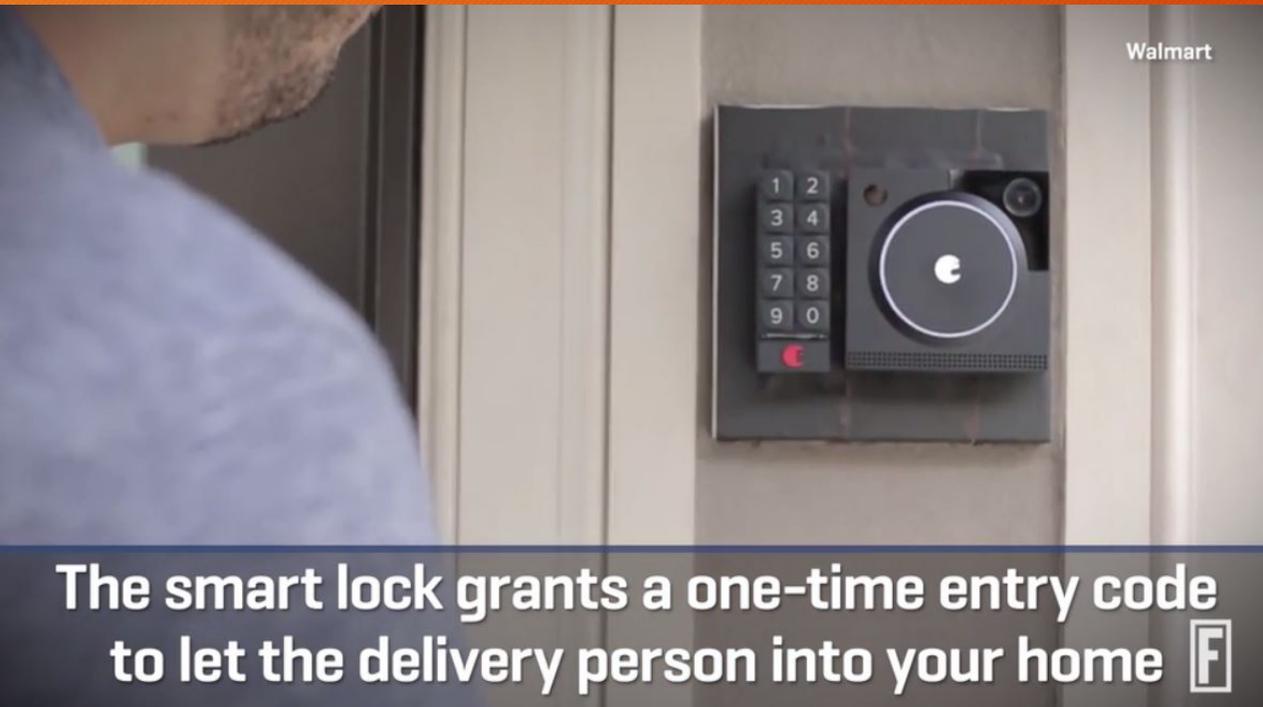
On pourra se faire livrer sans être chez soi Walmart et Amazon et Franprix pour la France

62



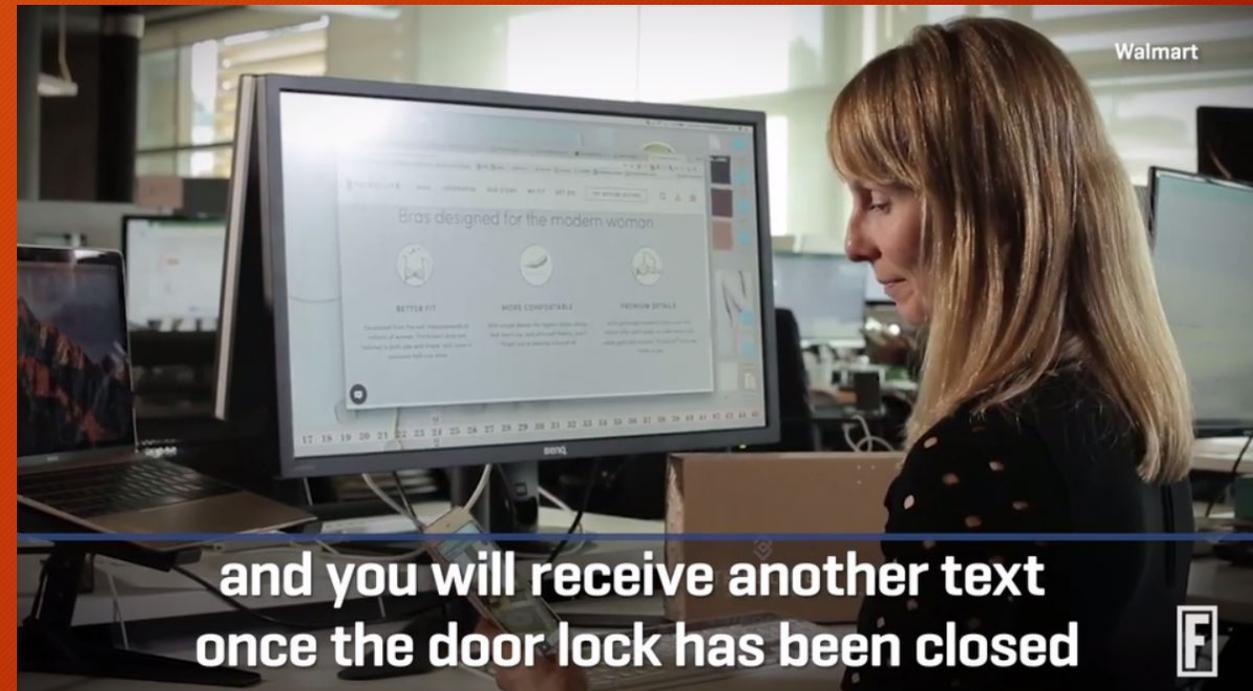
On pourra se faire livrer sans être chez soi Walmart et Amazon et Franprix pour la France

63



On pourra se faire livrer sans être chez soi Walmart et Amazon et Franprix pour la France

64



Pour bébé, la maison sera de plus en plus connectée : l'exemple Amazon aux Etats-Unis

65

WHAT'S POPULAR



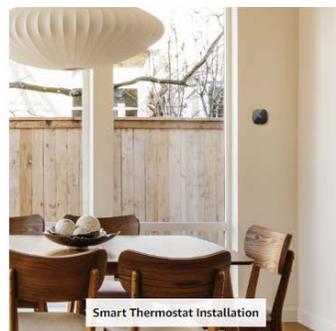
Smart Lock Installation



Smart Security Camera Installation



Ring Video Doorbell Pro Installation



Smart Thermostat Installation



Smart Light Switch Installation



Amazon Expert Home Assessment

Have questions? [Contact us](#)

Your personal tech hero

Our experts are Amazon employees, not contractors. They have been handpicked for their technology experience, passion for customer service, and strong track record. All experts have been background-checked and are licensed and certified where applicable. Think of them like your technology-savvy best friend - they listen to your needs and customize solutions that work for you.



Hands-free convenience with Amazon Alexa

Your expert will connect your device to Amazon Alexa, and will teach you how to use voice commands to control your home. Change the temperature, turn off lights, and get the daily news without lifting a finger.

"Alexa, lower temperature by 2 degrees"

"Alexa, lock the front door"

"Alexa, turn on all the lights"

Pick an exact appointment time

You're busy. We get it. That's why we're open from 8 am to 8 pm, every day of the week. That's also why when you book an appointment, you select a specific time that works for you. No more waiting during long arrival windows wondering when your expert will show up. Simply pick the time you want, and we'll be there.



Pour conclure, face à des clients de plus exigeants, tout un programme !

66

- Valoriser les marques et les caractéristiques produits, les tests, la sécurité
- Répondre aux avis clients quand c'est nécessaire
- Faciliter la vie des clients
ex : pouvoir prendre rendez-vous en magasin
- Développer les services
- Fournir du contenu sur un marché très impliquant
- Anticiper sur les nouveaux marchés : maison connectée



DEVENIR

ULTRA

SPECIALISTE