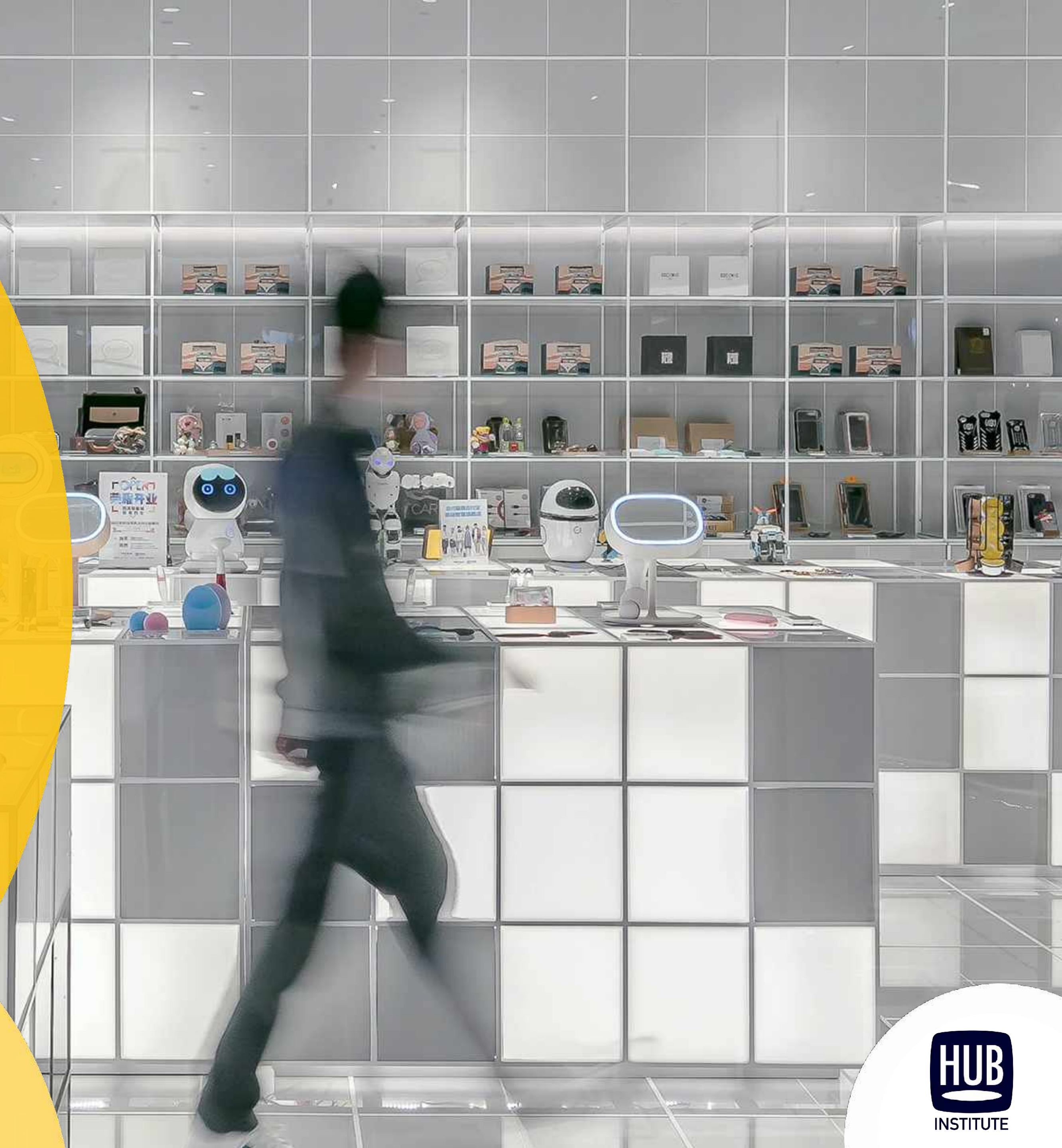


[EXTRAIT]

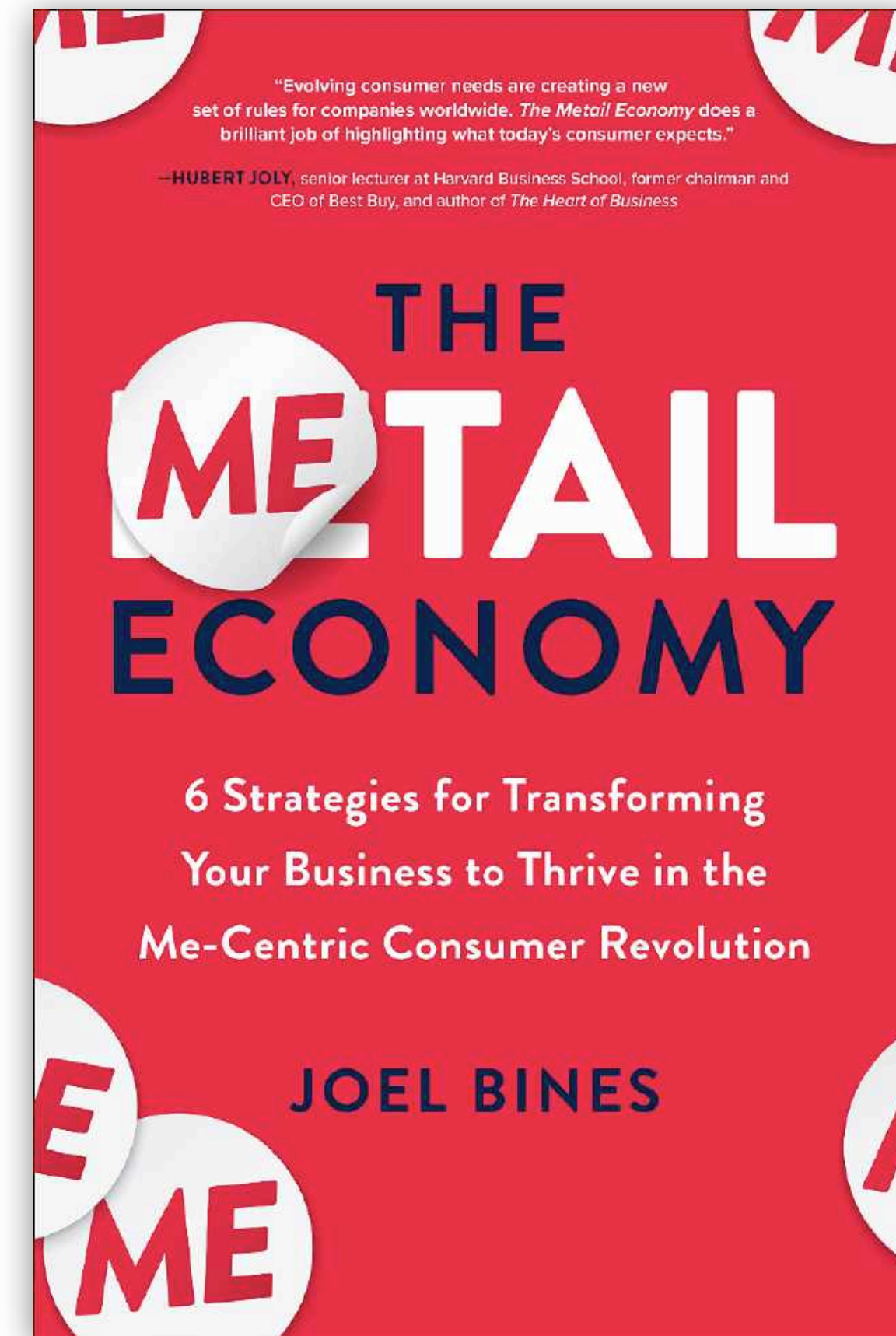
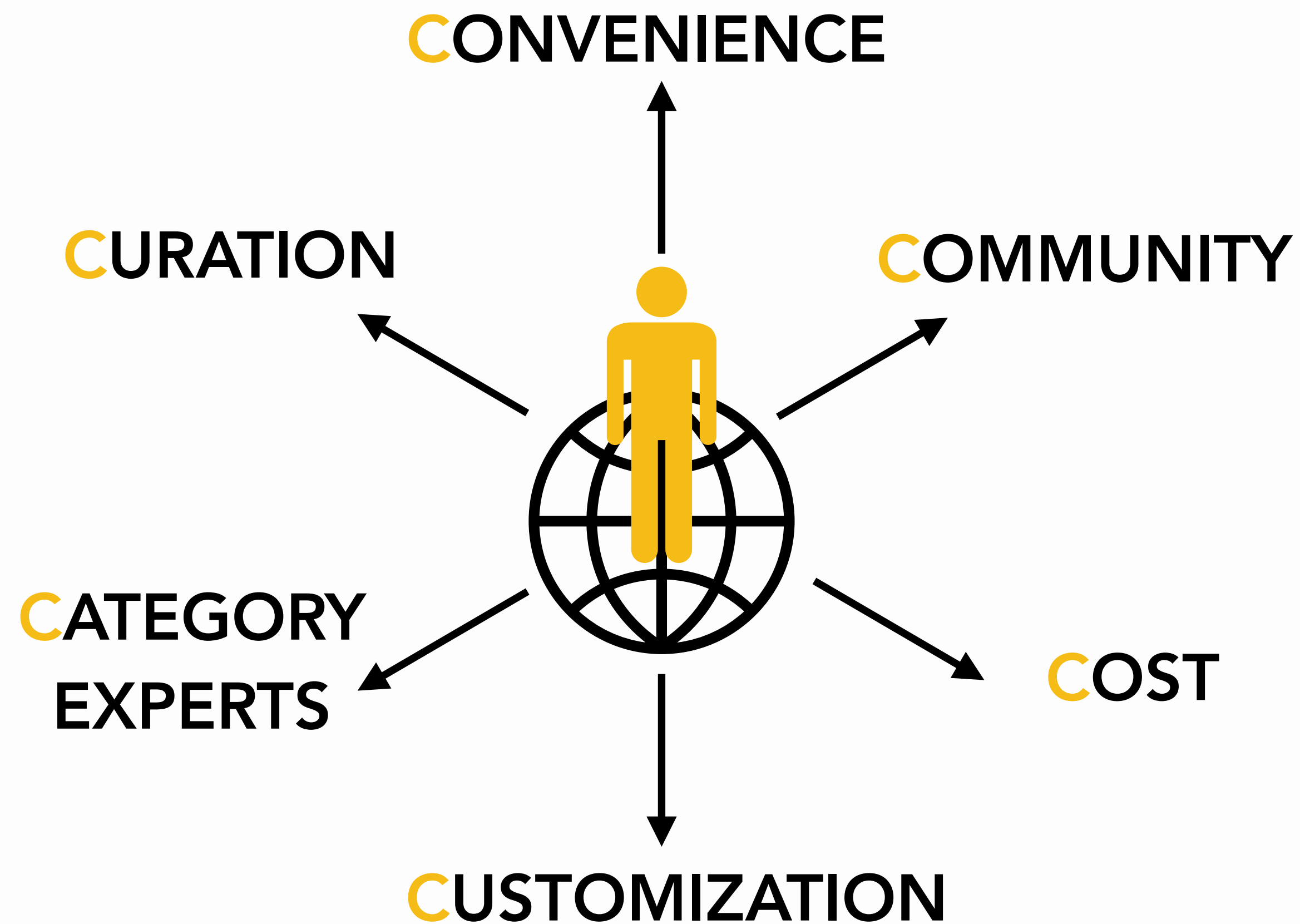
RETAIL & E-COMMERCE

S'ADAPTER AUX BESOINS
DES CONSOMMATEURS
EN TEMPS DE PERMACRISE



« LE CONSOMMATEUR D'AUJOURD'HUI A PLUS DE POUVOIR QUE LE ROI SOLEIL N'EN A JAMAIS EU. »

NOS INSIGHTS AU SEIN DU HUB REPORT « RETAIL & E-COMMERCE : S'ADAPTER AUX BESOINS DES CONSOMMATEURS EN TEMPS DE PERMACRISE » SONT INSPIRÉS DE 6 DÉFIS PRÉSENTÉS DANS LE LIVRE "THE METAIL ECONOMY" DE JOEL BINES





EDITORIAL

RETAIL & E-COMMERCE :

S'ADAPTER AUX BESOINS
DES CONSOMMATEURS
EN TEMPS DE PERMACRISE

CLAIRE PLASSART
SENIOR INSIGHT ANALYST
@HUB INSTITUTE

Dans un contexte de permacrise et de mutations constantes, la dynamique du pouvoir entre les marques et les consommateurs s'est inversée : aujourd'hui, ce sont ces derniers qui ont le contrôle, et leurs exigences dictent les règles du jeu. En effet, le consommateur ne dépend plus de l'offre physique d'un magasin unique : il est maître de ce qu'il veut acheter et où. L'enjeu est de taille pour les entreprises : comment attirer le consommateur et l'inciter à l'achat ? En d'autres termes, comment relever le défi de l'expérience client ?

L'expert retail Joel Bines a théorisé 6 piliers de l'expérience client, détaillés dans le livre "The MEtail Economy", pour guider ses lecteurs vers ce nouveau paradigme. Le HUB Institute s'est appuyé sur cette analyse pour proposer un HUB Report mettant en perspective chaque pilier avec les bonnes pratiques déjà mises en places par les retailers.

Découvrez comment les entreprises s'adaptent aux nouvelles attentes des clients face à l'inflation, travaillent à proposer un parcours client fluide, à proposer des produits toujours plus pertinents et personnalisés, et évoluent au delà de la vente pour créer et animer une communauté.

Bonne inspiration !



Sommaire

RETAIL & E-COMMERCE : S'ADAPTER AUX BESOINS DES CONSOMMATEURS EN TEMPS DE PERMACRISE



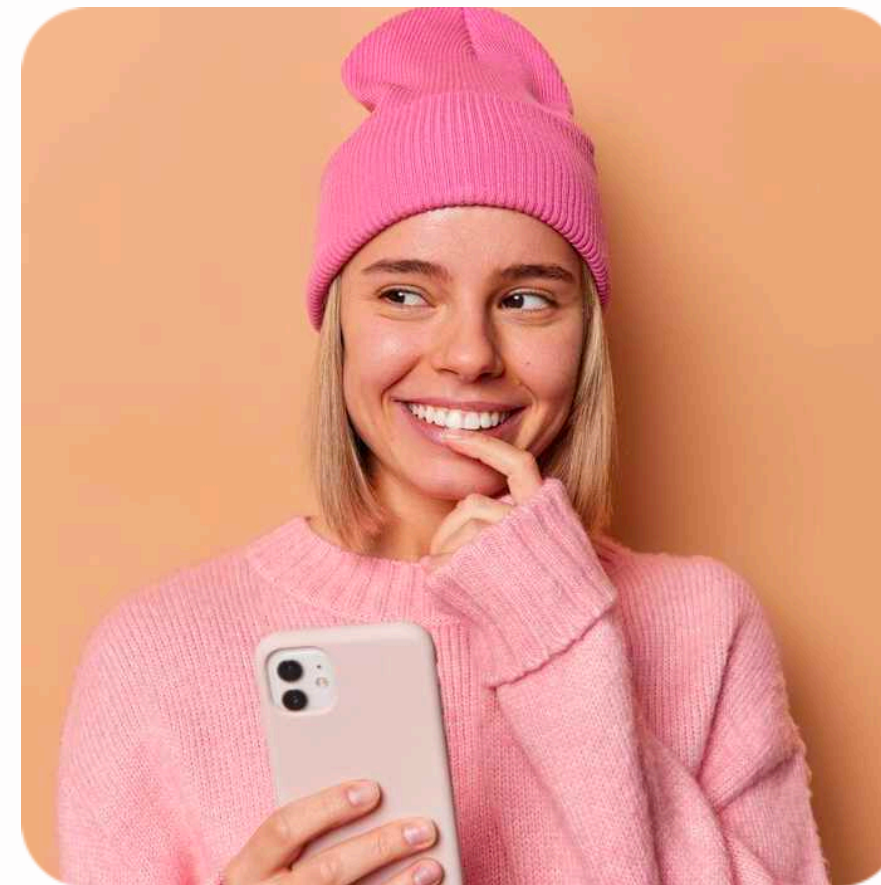
Cost : *L'inflation
perturbe la relation client*



Convenience :
Faciliter le parcours client



Category Experts & Curation :
*Donnez à vos clients
ce qu'ils méritent*



Customization :
*« Sélectionné & fait pour moi »
is the new black*



Community :
*S'intégrer plus profondément
dans la vie des consommateurs*

TÉLÉCHARGEZ LA VERSION COMPLÈTE DU RAPPORT



LE HUB REPORT « RETAIL & E-COMMERCE : S'ADAPTER AUX BESOINS DES CONSOMMATEURS EN TEMPS DE PERMACRISE » CONTIENT :

- 5 TENDANCES ANALYSÉES EN DÉTAIL
- + DE 260 SLIDES D'INSIGHTS
- UNE VISION 360° DE L'ÉCOSYSTÈME DE RETAIL & E-COMMERCE

JE TÉLÉCHARGE

The logo for Hub Reports, featuring the word "Hub" in a small, white, sans-serif font inside a dark blue rounded square, followed by the word "Reports" in a larger, bold, white, sans-serif font.

Hub Reports

RETAIL & E-COMMERCE

S'ADAPTER AUX BESOINS
DES CONSOMMATEURS
EN TEMPS DE PERMACRISE

HUBINSTITUTE.COM





COST : L'INFLATION PERTURBE LA RELATION CLIENT

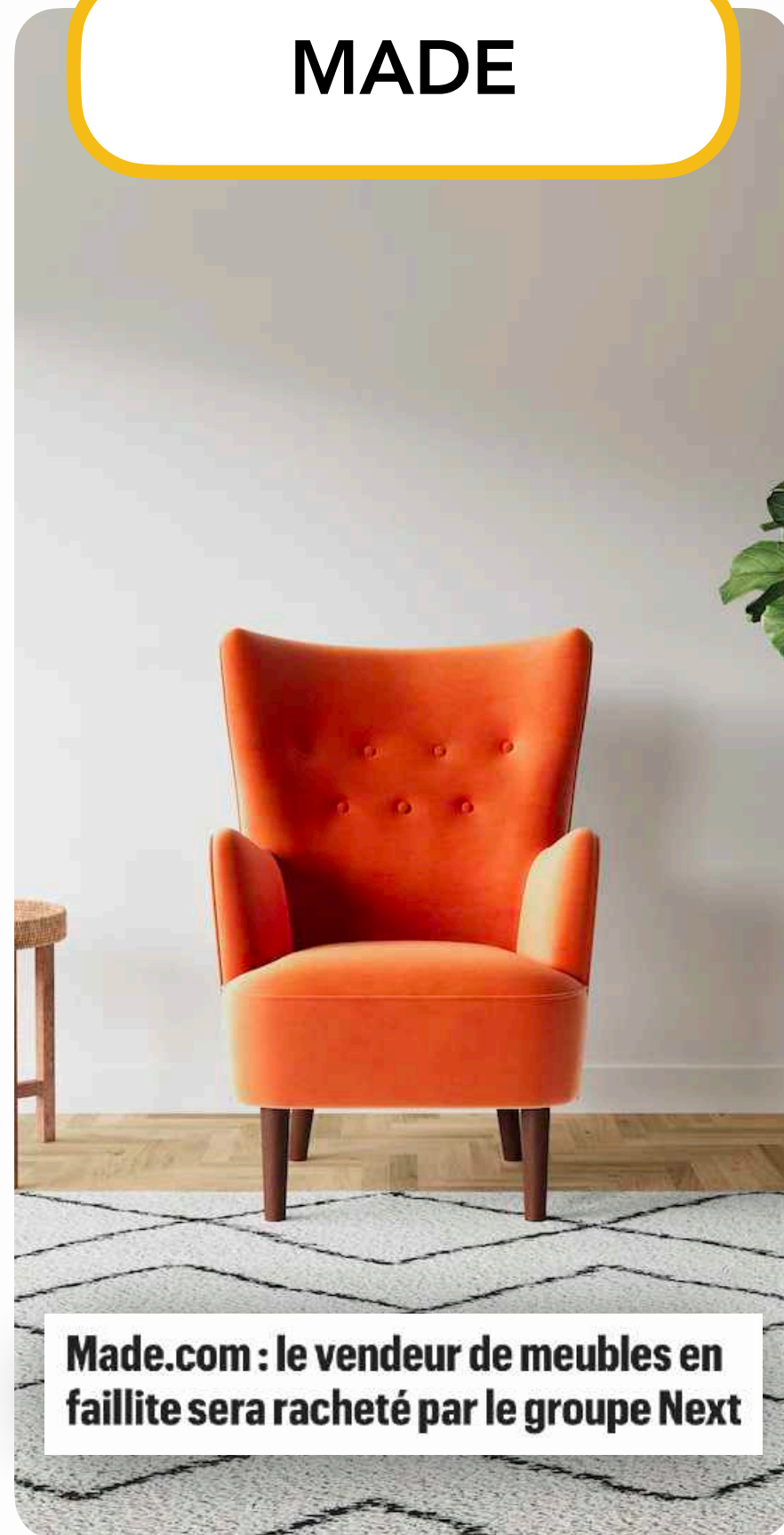
01



SOUS LA PRESSION DE L'INFLATION

DÛ AU CONTEXTE ÉCONOMIQUE DIFFICILE, PLUSIEURS MARQUES SE RETROUVENT AU BORD DE LA FAILLITE

MADE



Made.com : le vendeur de meubles en faillite sera racheté par le groupe Next

Victime de la conjoncture et des difficultés logistiques en Asie, Made.com met la clé sous la porte.

CAMAIEU



« Camaïeu, c'est mort ce soir » : déstockage, larmes et incompréhension avant fermeture définitive

Les 514 boutiques de Camaïeu ont baissé le rideau définitivement le 1er octobre 2022, 2600 salariés ont perdu leurs emplois.

KOOKAI



L'enseigne de prêt-à-porter Kookaï placée en redressement judiciaire

La marque Kookaï a annoncé le 1 février 2023 son placement en redressement judiciaire, dû "aux difficultés économiques que rencontre le secteur du prêt-à-porter en Europe".

GO SPORT



Faillite de Go Sport : où sont passés les 36,3 millions d'euros ?

GO SPORT est au bord de la faillite et en redressement judiciaire en « état de cessation des paiements ».

SAN MARINA



La liquidation judiciaire de San Marina est actée: 680 postes supprimés

Le 20 février 2023, San Marina a été placée en liquidation judiciaire, entraînant la fermeture de 163 magasins.

INFLATION : UN DÉFI REDOUTABLE POUR LES CONSOS ET LA GRANDE CONSO

DIFFÉRENTS TYPES DE RÉACTION DES ENTREPRISES / INFLATION

EXPLIQUER



SHRINKFLATION



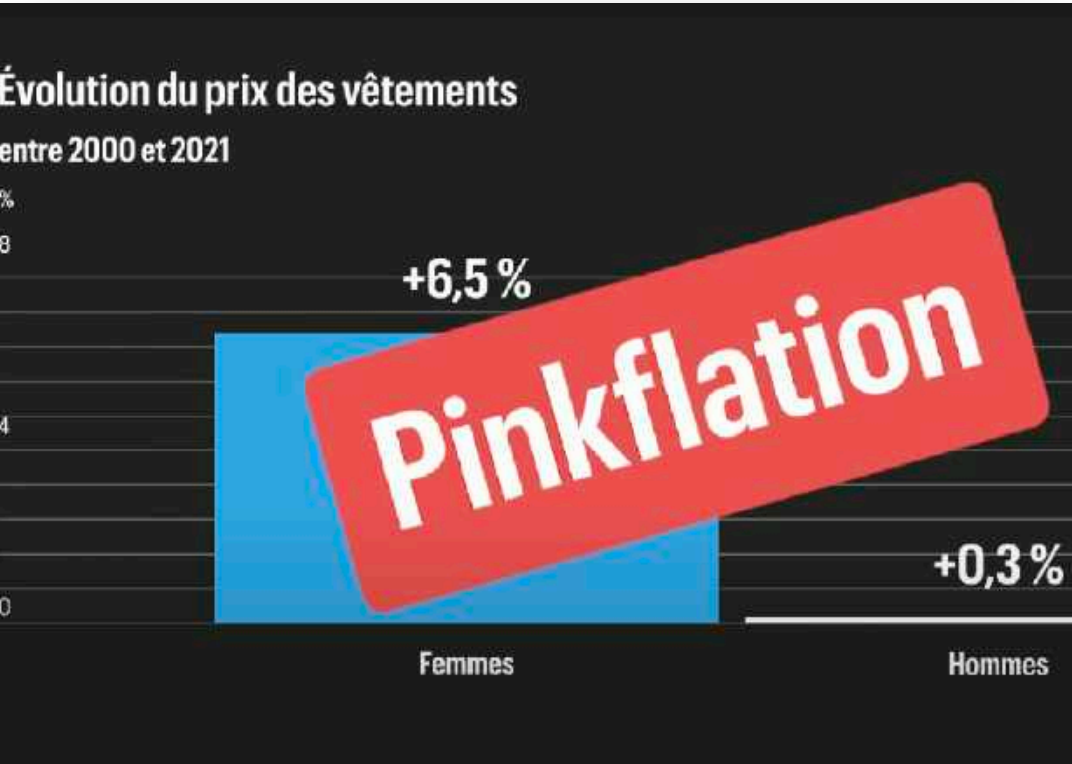
BAISSER LES PRIX



INNOVER



PINKFLATION



RALENTIR OU STOPPER



FAILLITES



39% des PME envisagent une réduction de leurs gammes de produits avec des arrêts de production, faisant craindre un mouvement de désindustrialisation dans les mois à venir

INNOVATION : AFFRONTER LE CHAOS EN SE RÉINVENTANT

LES MARQUES/RETAILERS DOIVENT DIVERSIFIER LEUR BUSINESS MODEL/STRATÉGIE

DISCOUNTS & CONTRÔLE DES COÛTS



Les retailers contrent l'inflation grâce aux soldes et en bloquant les prix

ABONNEMENT



Fidéliser le client et pérenniser ses revenus

LOCATION



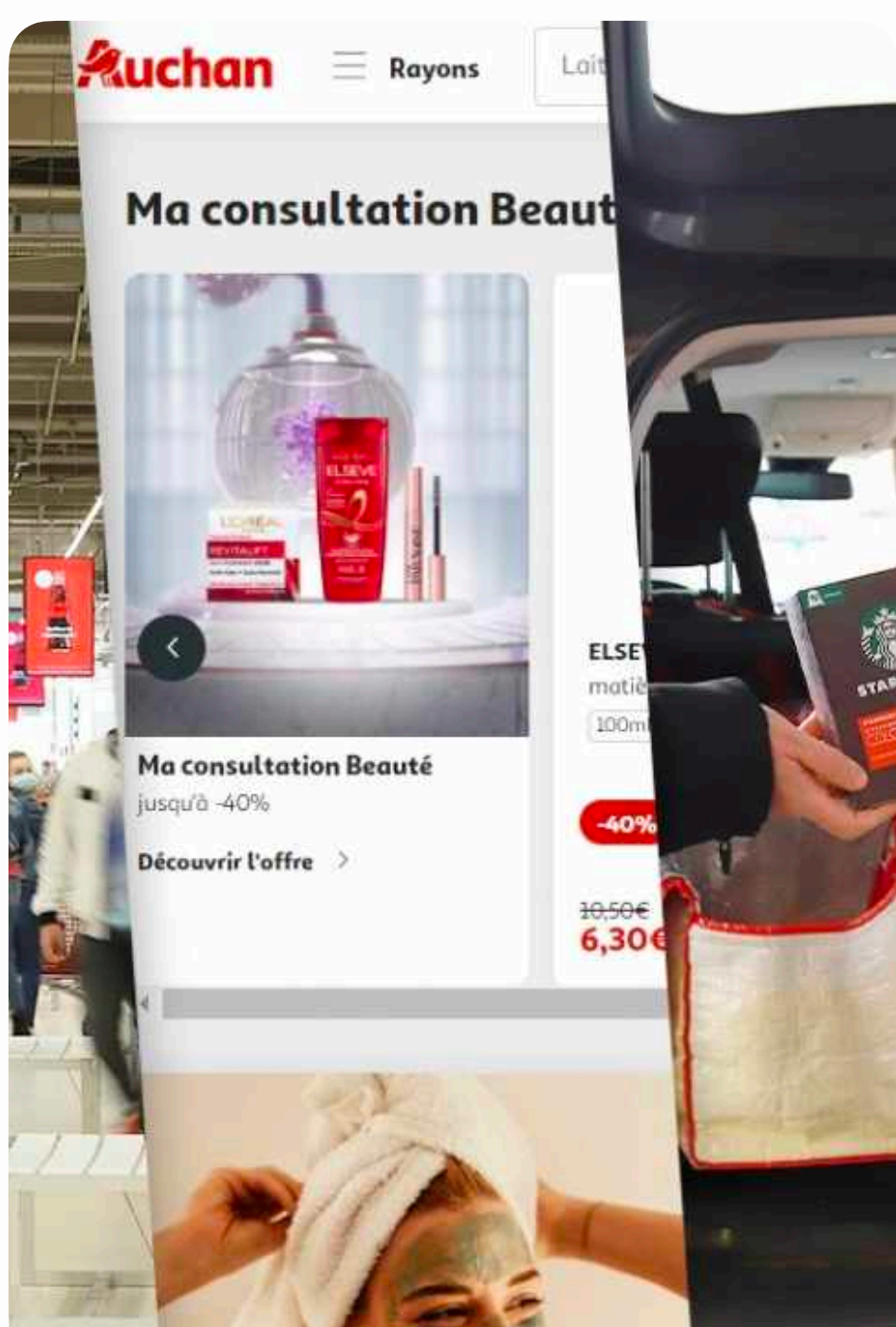
Constituer des revenus supplémentaires + être + proche des attentes & pratiques des consommateurs

SECONDE MAIN



Développer de nouveaux revenus en étant plus durables

RETAIL MEDIA



Après Amazon, les retailers créent de nouveaux revenus avec leur données clients

A shopping cart is shown on the right side of the image, partially obscured by a large orange circle. The circle contains the text 'DISCOUNTS & CONTRÔLE DES COÛTS' in white, bold, sans-serif font. In the background, behind the orange circle, there are faint, large, semi-transparent symbols: a percentage sign (%) and a dollar sign (\$).

DISCOUNTS & CONTRÔLE DES COÛTS

The background features a collage of business-related images. A large, semi-transparent yellow circle is centered over the image. To the left, there is a blue and white geometric pattern resembling a molecular or network structure. To the right, a person in a white shirt is partially visible, looking down. The overall theme is business and innovation.

NOUVEAUX BUSINESS MODÈLES



RETAIL MEDIA

DE NOMBREUX TOP RETAILERS US & FR ONT OUVERT LEUR RÉGIE MEDIA



amazon



amazonadvertising

ebay



ebay Ads

Walmart+



Walmart Connect



Retail Media+



Kroger PRECISION MARKETING POWERED BY 451

instacart



instacart ads



ROUNDEL



Cdiscount



Cdiscount Advertising



Carrefour



Carrefour LINKS

FNAC DARTY



My RETAILINK by FNAC DARTY

Casino

Intermarché



INFINITY ADVERTISING

POUR ALLER PLUS LOIN : DÉCOUVREZ LE HUB REPORT « RETAIL MEDIA : LE NOUVEL ELDORADO DES RETAILERS & DES MARQUES »



RETAIL MEDIA : *le nouvel Eldorado des retailers & des marques*

www.hubinstitute.com



CETTE PARTIE CONTIENT +50 SLIDES SUPPLÉMENTAIRES



NOS HUB REPORTS COMPLETS SONT DISPONIBLES
À L'ACHAT À L'UNITÉ OU AU TRAVERS DE NOTRE MEMBERSHIP
ANNUEL, EN FORMAT SOURCE.

REJOIGNEZ NOTRE COMMUNAUTÉ DE
120+ ENTREPRISES POUR ACCÉDER À
TOUS NOS INSIGHTS.

DEVENIR MEMBRE

The image shows the cover of a Hub Reports publication. It features a blurred photograph of a person walking through a modern retail store with white shelving units. A large yellow semi-circle is overlaid on the left side of the cover, containing the Hub Reports logo and the title of the report. The Hub logo is in the top left corner, and the Hub Institute logo is in the bottom right corner.

HUB Reports

RETAIL & E-COMMERCE

S'ADAPTER AUX BESOINS
DES CONSOMMATEURS
EN TEMPS DE PERMACRISE

HUBINSTITUTE.COM



CONVENIENCE :
FACILITER
LE PARCOURS
CLIENT



RETAILTAINEMENT, LE POUVOIR DE LA DOPAMINE

WOOLRICH : LE RETOUR DE LA DÉMO EN CRASH TEST

TESTEZ VOTRE DOUDOUNE DANS UN VRAI ESPACE ENNEIGÉ! FUN X EXPERIENCE X PREUVE PRODUIT



LOUIS VUITTON MISE SUR LE RETAILTAINMENT À L'ÉCHELLE MONDIALE

UN MAGASIN COMME UNE GALERIE ? MAXIMISER L'INSTAGRAMMABILITÉ

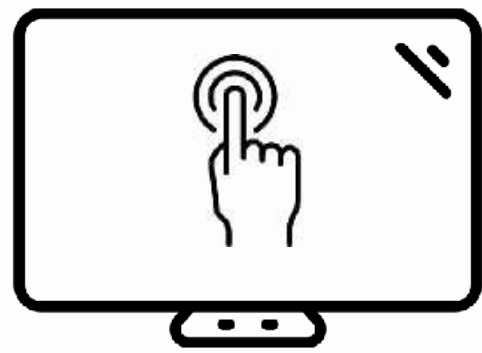


A hand holding a smartphone displaying a shopping list app in a grocery store aisle. The phone screen shows the title "Shopping List" and a list of items. The background is a blurred grocery store aisle with shelves of products. A large yellow circle is overlaid on the image, containing the text.

**DIGITAL IN STORE,
MOINS MAIS MIEUX ?**

LE DIGITAL INSTORE, TOUJOURS PLUS DE TECHNOLOGIES

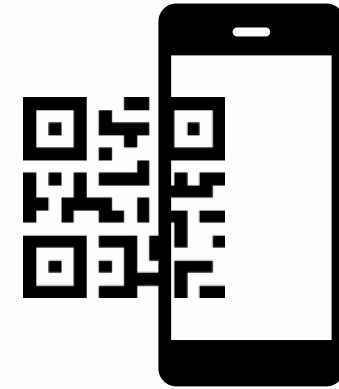
DE NOMBREUSES POSSIBILITÉS, MAIS LE CONSOMMATEUR OBTIENT-IL UNE VALEUR AJOUTÉE RÉELLE ?



Les écrans interactifs



Les tablettes interactives



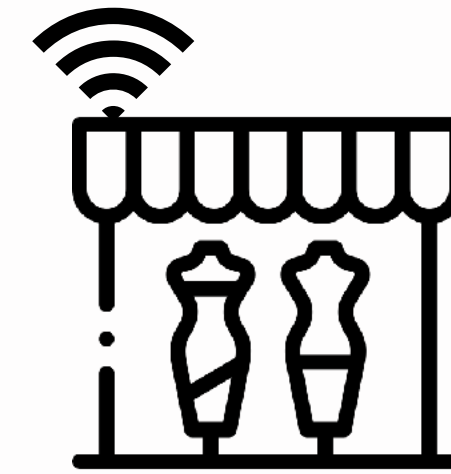
Les QR codes à scanner via son portable



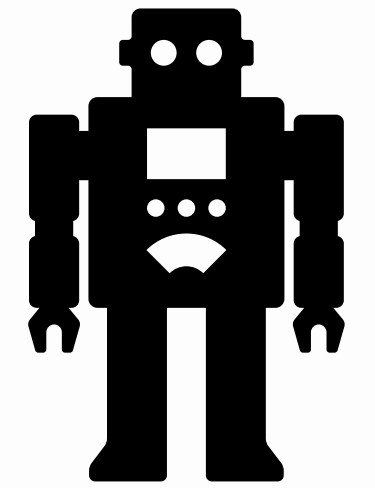
Holograms



Le miroir connecté



Les vitrines connectés



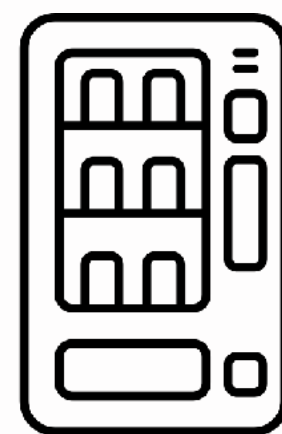
Les robots



La technologie RFID



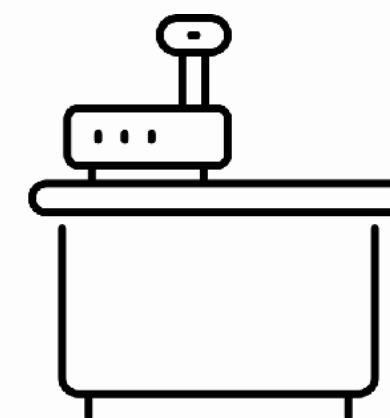
Les rayons connectés



Les distributeurs automatiques



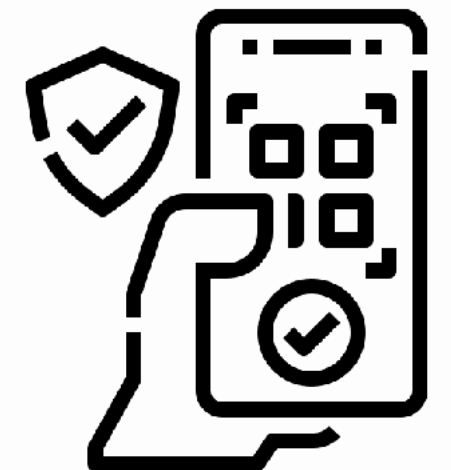
Le chariot connecté



La caisse autonome



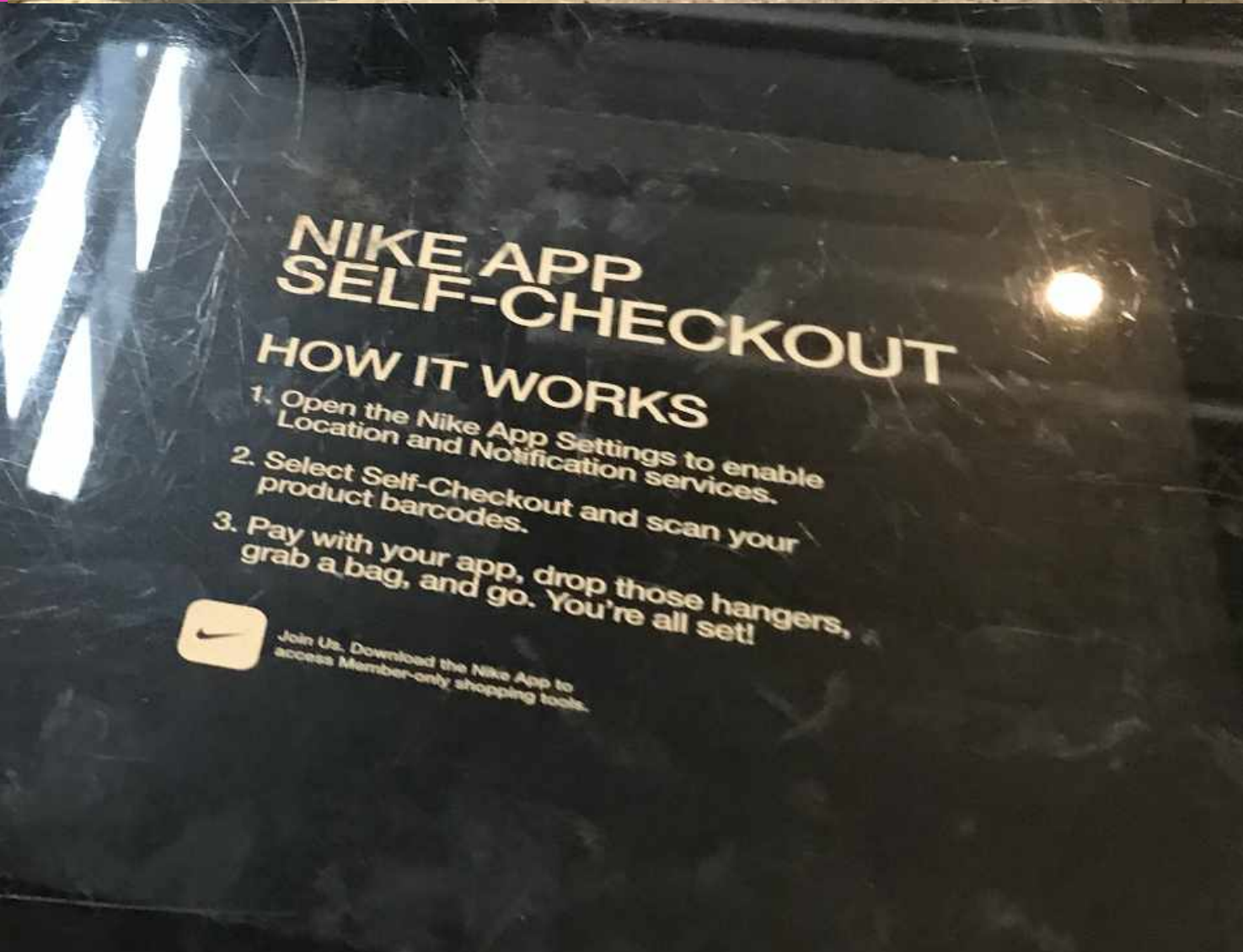
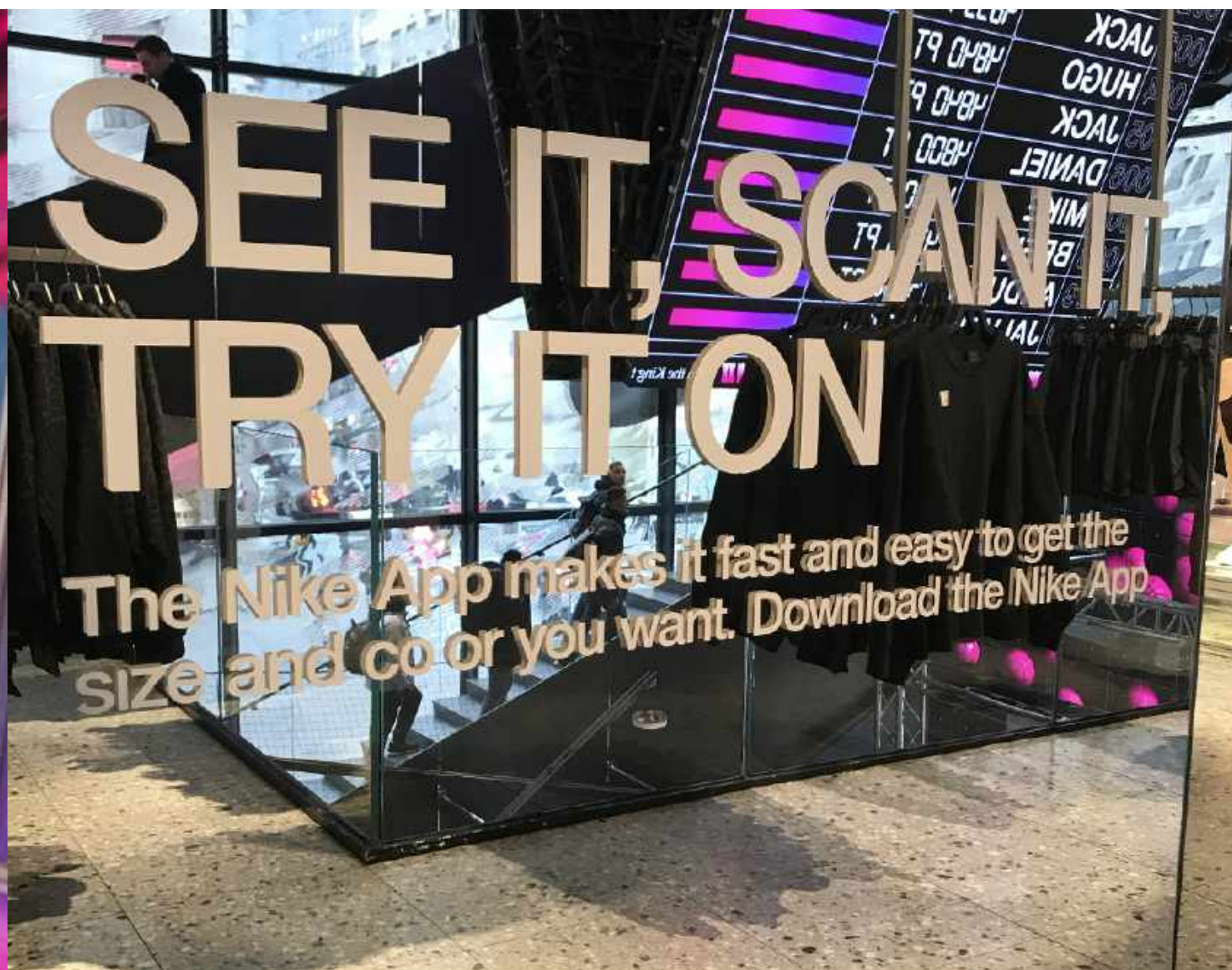
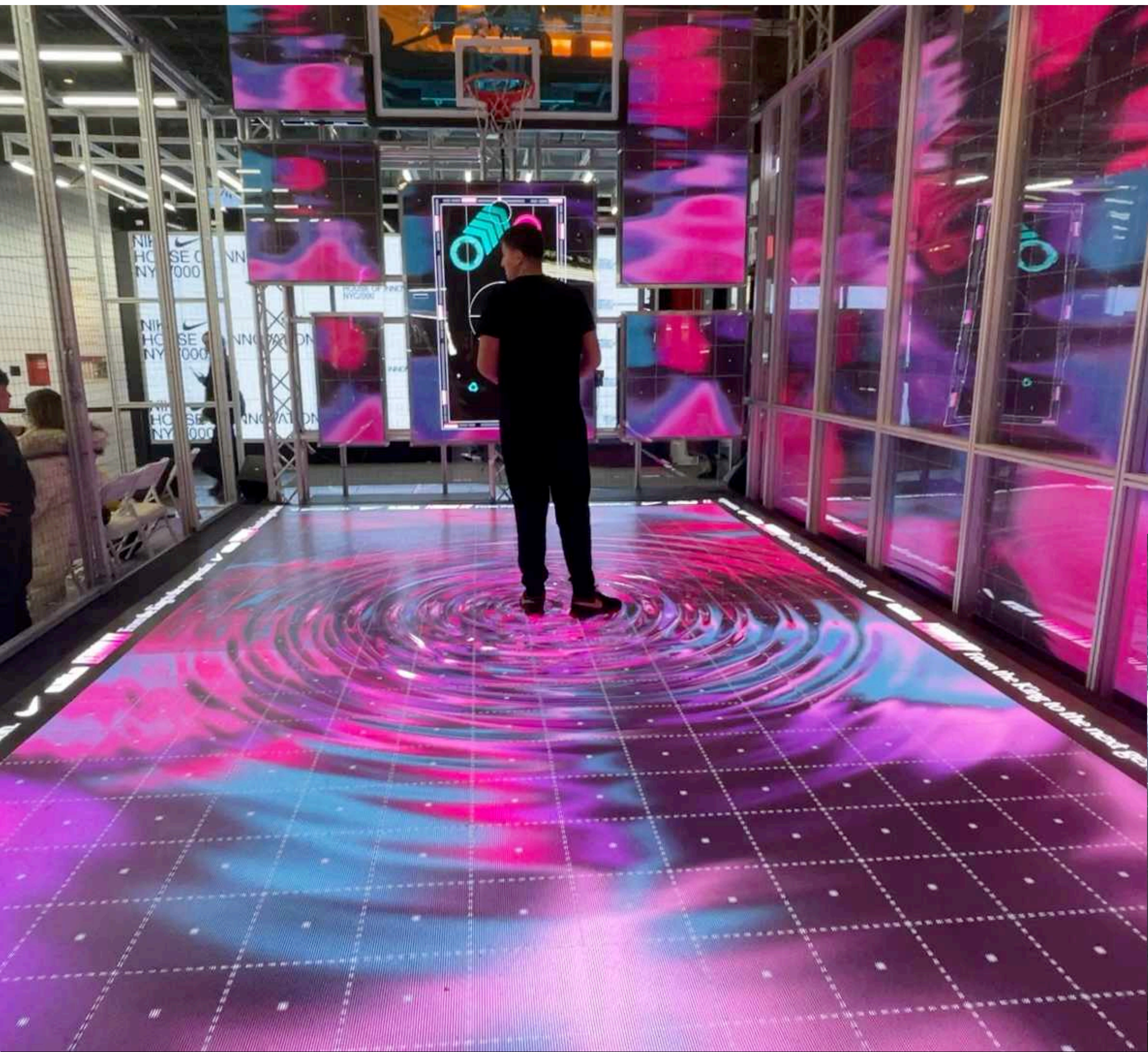
La technologie NFC



Le paiement via mobile/app

NIKE HOUSE OF INNOVATION : MOINS DE DIGITAL...

ÉCRANS MEDIA / INCLUSION / CUSTO / UNE APP MOBILE ET UN ESPACE INTERACTIF AU REZ DE CHAUSSÉE



A person is shown from the side, wearing a white VR headset. They are holding a transparent, rectangular object in front of their face. A large, semi-transparent yellow circle is overlaid on the image, containing the text 'VIRTUAL SHOPPING & 3D COMMERCE' in white, bold, sans-serif capital letters. The background is a blurred indoor setting with warm lighting and bokeh effects from lights in the distance.

VIRTUAL SHOPPING & 3D COMMERCE

LE COMMERCE 3D EXPLOSE : MOINS DE BUDGET POUR UNE MEILLEURE EXPÉRIENCE

N'ATTENDEZ PAS LE METAVERSE POUR EXPLOITER LES MÉDIAS SYNTHÉTIQUES !

CREATION D' ASSETS 3D



3D Photo Studio As A Service pour créer des produits /campagnes / actifs ou modèles photoréalistes (photo, vidéo,...) plus rapidement et à moindre coût

- [Omi](#) (FR) & [Nfinite](#) (FR/US)
- [Plicar](#)
- [So Real](#) (CH) pour scanner des objets précieux
- [Z-WEAVE](#) (Korea) pour les vêtements
- [Lalaland](#) (NL), [Zmo](#), [Vue.ai](#) pour des photos de produits de haute qualité sur le modèle, sans photoshoots.
- Midjourney, Dall-e, Stablediffusion...

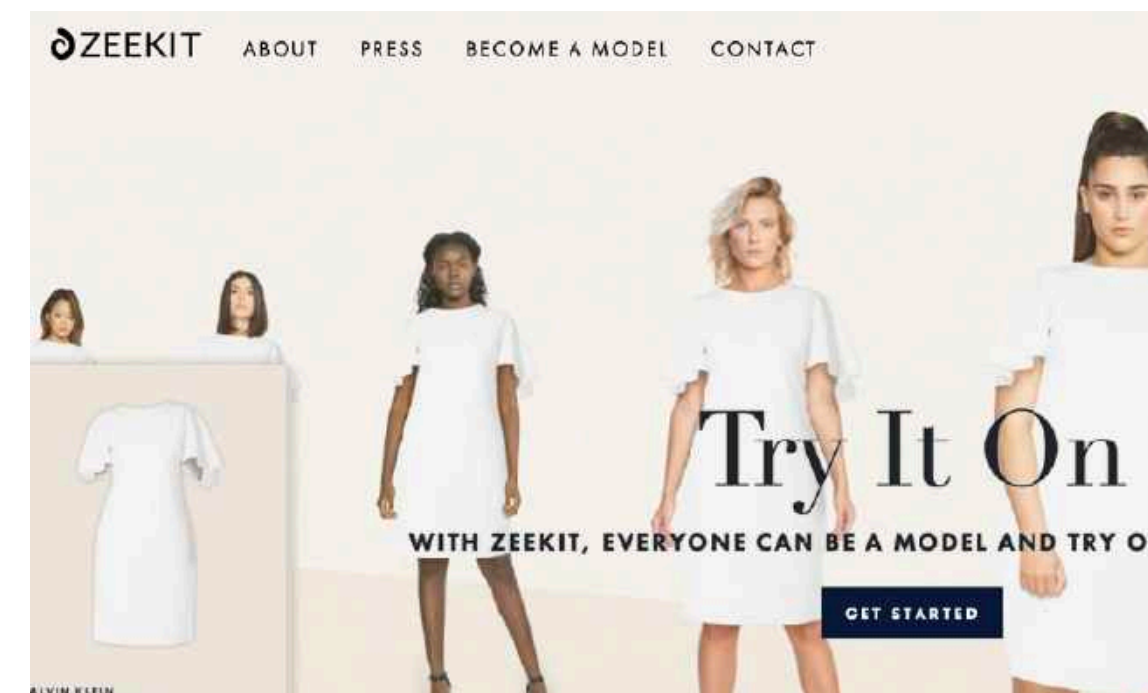
SHOWROOM VIRTUEL



À partir d'environnements de shopping en 3D, il y a eu de nombreuses (mais souvent pas très réussies) expériences de shopping virtuel 🙄.

- [Byondxr](#)
- [Obsess](#)
- [Salesfloor](#)
- [NexTech AR](#)
- [Threekit](#) & [Expivi](#) (NL)
- B2B 3D showcase : [retail-vr](#)

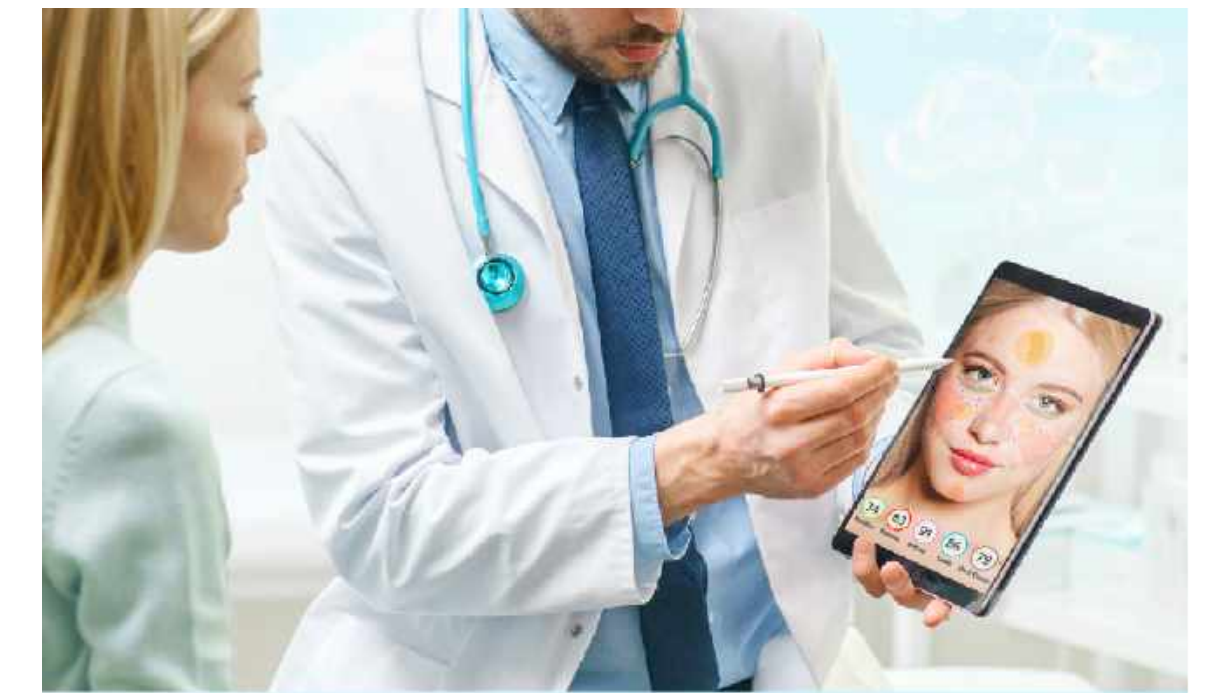
AR / VIRTUAL TRYON



Une expérience d'achat plus interactive pour les marques de mode grâce à une technologie permettant de tester pratiquement n'importe quel vêtement ou article de beauté, bijou,...

- [Fitting Box](#) pour lunettes (FR)
- [Hapticmedia](#) pour bijoux (FR)
- [Tangiblee](#) pour bijoux
- [PulpoaAR](#), [Modiface](#), [Perfect Corp](#) pour cheveux, maquillage, & beauté...
- [Zeekit](#), [Revery](#), [3dlook](#), [FitAnalytics](#) (Snap), [Wanna Buy](#), [Reactive reality](#) pour la mode
- Réalité augmentée en magasin

LIVE DIAGNOSTIC



Grâce à l'utilisation d'une technologie de pointe en matière d'intelligence artificielle et d'apprentissage profond, les consommateurs peuvent accéder à des consultations et à des recommandations personnalisées dans toute une série de catégories, telles que la beauté, les soins capillaires, les soins de la peau, la mode et les accessoires.

- [Yuka](#) pour la nourriture
- [Clear Fashion](#)
- [Clean Beauty & Beautylitics](#)
- [Modiface](#), [Perfect Corp](#) & [YouCam Makeup](#)
- [Binah.ai](#)

SOCIAL COMMERCE

avec le soutien de

Reetags

VIDEO SHOPPABLE

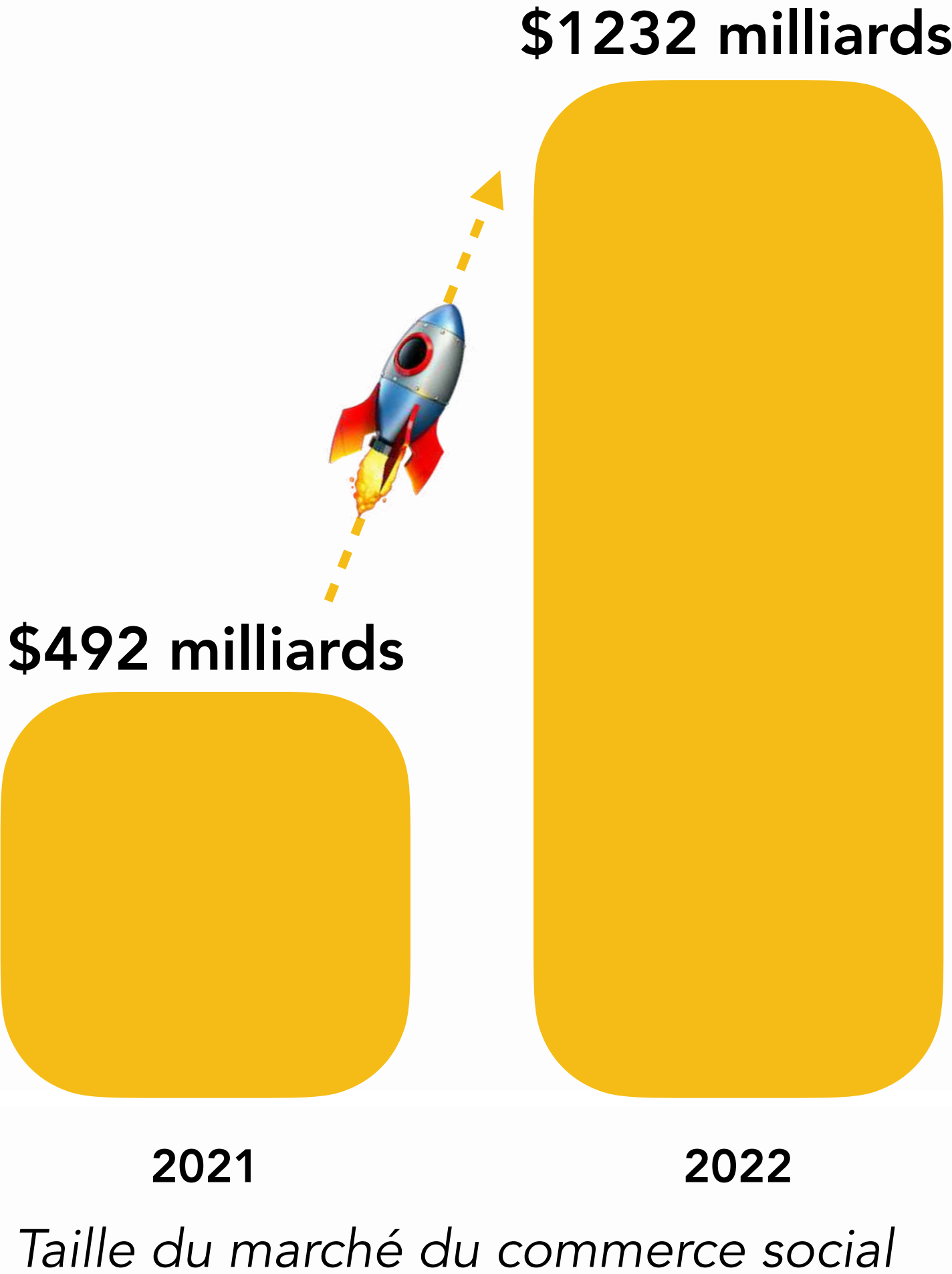
LE SOCIAL COMMERCE VA TRIPLER D'ICI 2025

AUJOURD'HUI, 10% DE TOUTES LES DÉPENSES D'E-COMMERCE SONT EFFECTUÉES VIA LE SOCIAL COMMERCE. D'ICI 2025, CE NOMBRE ATTEINDRA 17%



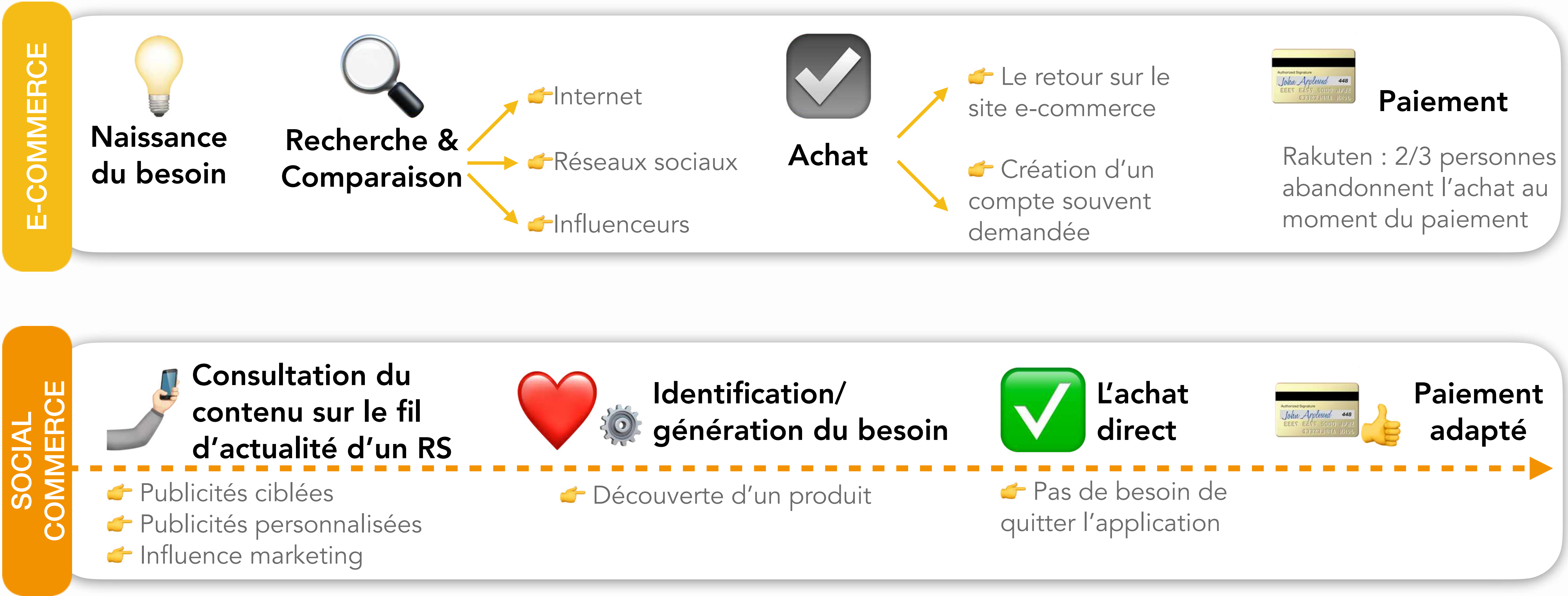
64% → 2 milliards d'acheteurs dans le 🌐

des utilisateurs des réseaux sociaux interrogés ont déclaré avoir effectué un achat via le social commerce en 2021



LE SOCIAL COMMERCE LINÉARISE LES ÉTAPES LORS DE L'ACHAT D'UN PRODUIT EN LIGNE

CENTRALISER L'ACTE D'ACHAT SUR UNE MÊME PLATEFORME GRÂCE AU SOCIAL COMMERCE
> REPÉRER UN PRODUIT SUR UN RÉSEAU POUR ENSUITE CHERCHER SUR INTERNET DES MOYENS DE L'OBTENIR



REETAGS : LA VIDÉO SHOPPABLE SUR VOTRE E-COMMERCE AUGMENTE DE 15% VOTRE CA

 FRANCE

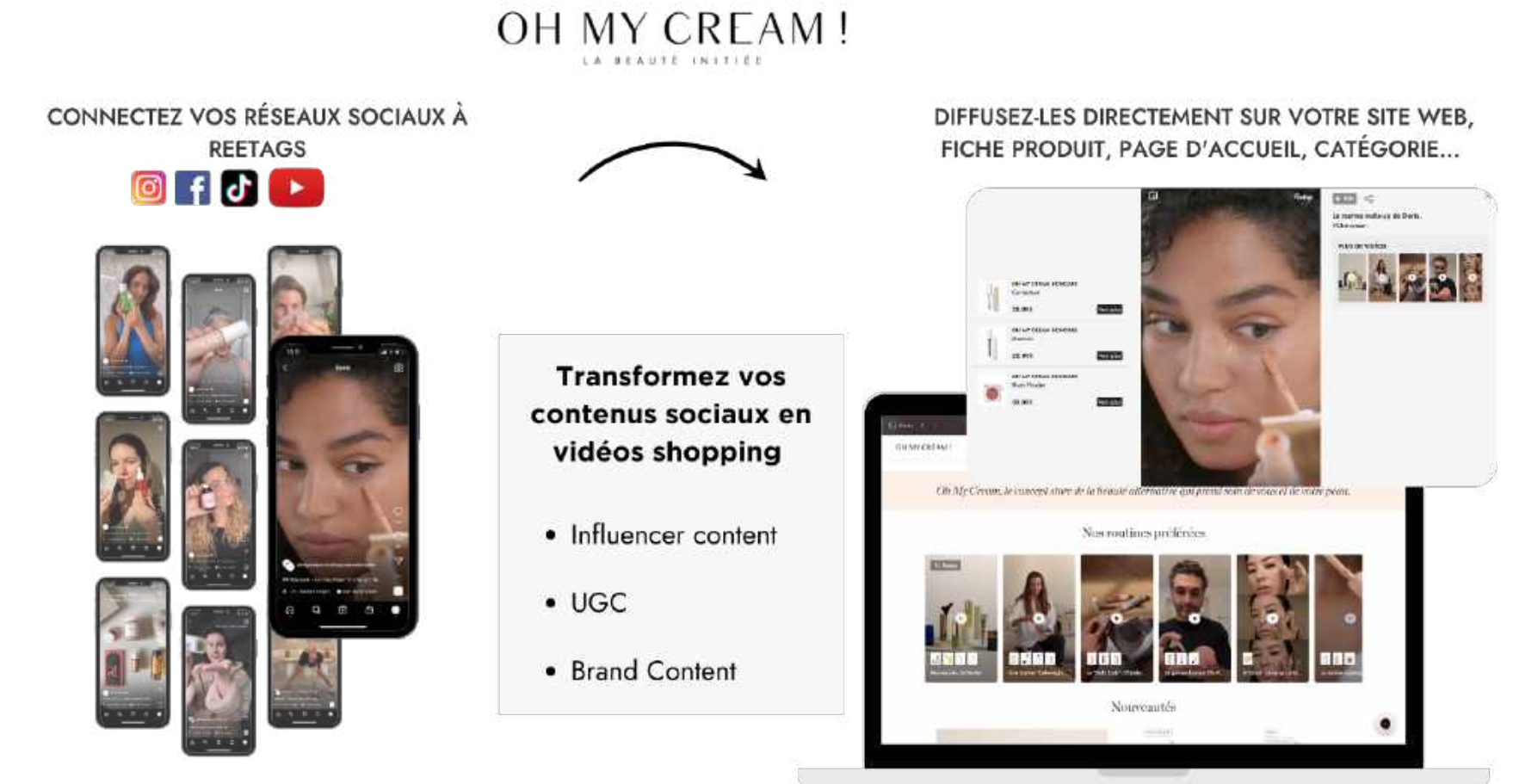
DESCRIPTION

Une marque crée en moyen +180 vidéos par an qu'elle diffuse uniquement sur les réseaux sociaux. Un manque à gagner conséquent quand on sait que Reetags permet l'exploitation de ces mêmes vidéos sur le e-commerce de la marque, tout en ajoutant des fonctionnalités shoppables pour un parcours sans couture.

- ROI X9
- +40% du panier moyen
- 17% taux de conversion
- Amélioration du SEO Installation simple et rapide
- Data Analyse (engagement et transformation)

INNOVATION

Cette tendance fait partie d'un changement plus large vers des expériences d'achat vidéo immersives qui permettent aux consommateurs de mieux se connecter avec les marques et les produits. Cette innovation arrive au bon moment, dans un contexte d'augmentation des coûts d'acquisition via les ads.



OH MY CREAM!
LA BEAUTÉ INITIÉE

krème

PATYKA
PARIS

L'ORÉAL

LA MAISON DU CHOCOLAT
PARIS

Reetags

VIDEO SHOPPABLE

POUR ALLER PLUS LOIN : DÉCOUVREZ LE HUB REPORT « RENOUVEAU SOCIAL MEDIA & INFLUENCE : 10 TENDANCES À SUIVRE »



RENOUVEAU SOCIAL MEDIA & INFLUENCE : 10 TENDANCES À SUIVRE

www.hubinstitute.com



A hand holding a smartphone over a payment terminal, with a large yellow circle overlaying the image. The text "FACILITER LE PAIEMENT" is written in white capital letters across the center of the yellow circle.

FACILITER LE PAIEMENT

VERS DE NOUVELLES FORMES DE PAIEMENT

QUI UTILISENT DE PLUS EN PLUS L'IA ET LA BIOMÉTRIE

PEER-TO-PEER



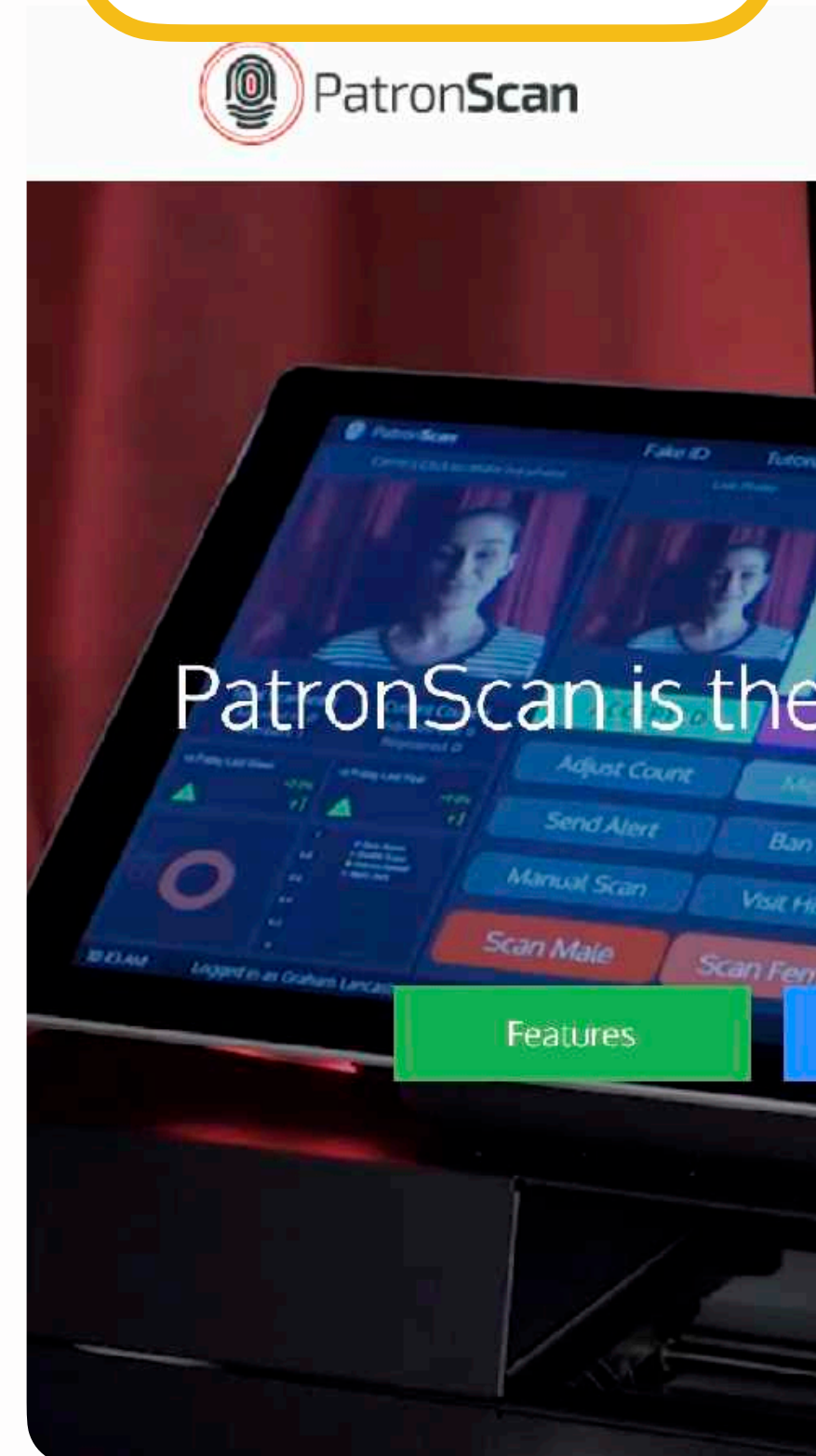
Paieement de pair
à pair

BNPL



Buy Now Pay Later,
pour régler ses achats
sur plusieurs mois

CONTRÔLE DE L'ÂGE



Scan des identités
dans les bars US

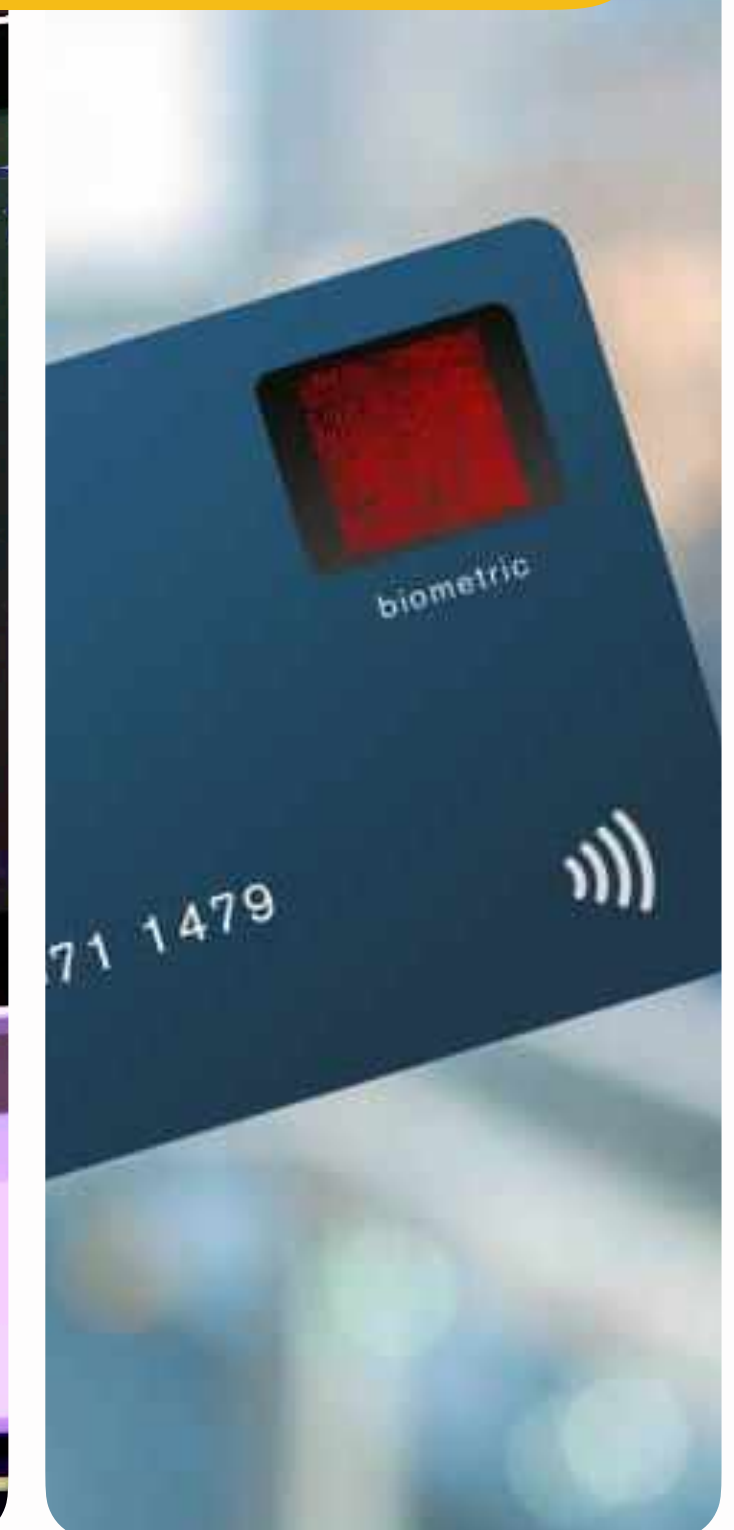
IA & BIOMÉTRIE



Amazon One



Smile to Pay
d'Alibaba



Samsung x Mastercard :
Carte biométrique
avec scanner
d'empreintes



VERS LES MAGASINS AUTONOMES



QUICK COMMERCE & LIVRAISON

LIVRAISON À LA MAISON SANS CONTACT DIRECTEMENT DANS LE FRIGO

DES ACTEURS PROPOSENT UN SERVICE DE LIVRAISON À DOMICILE EN L'ABSENCE DU CLIENT :

CARREFOUR



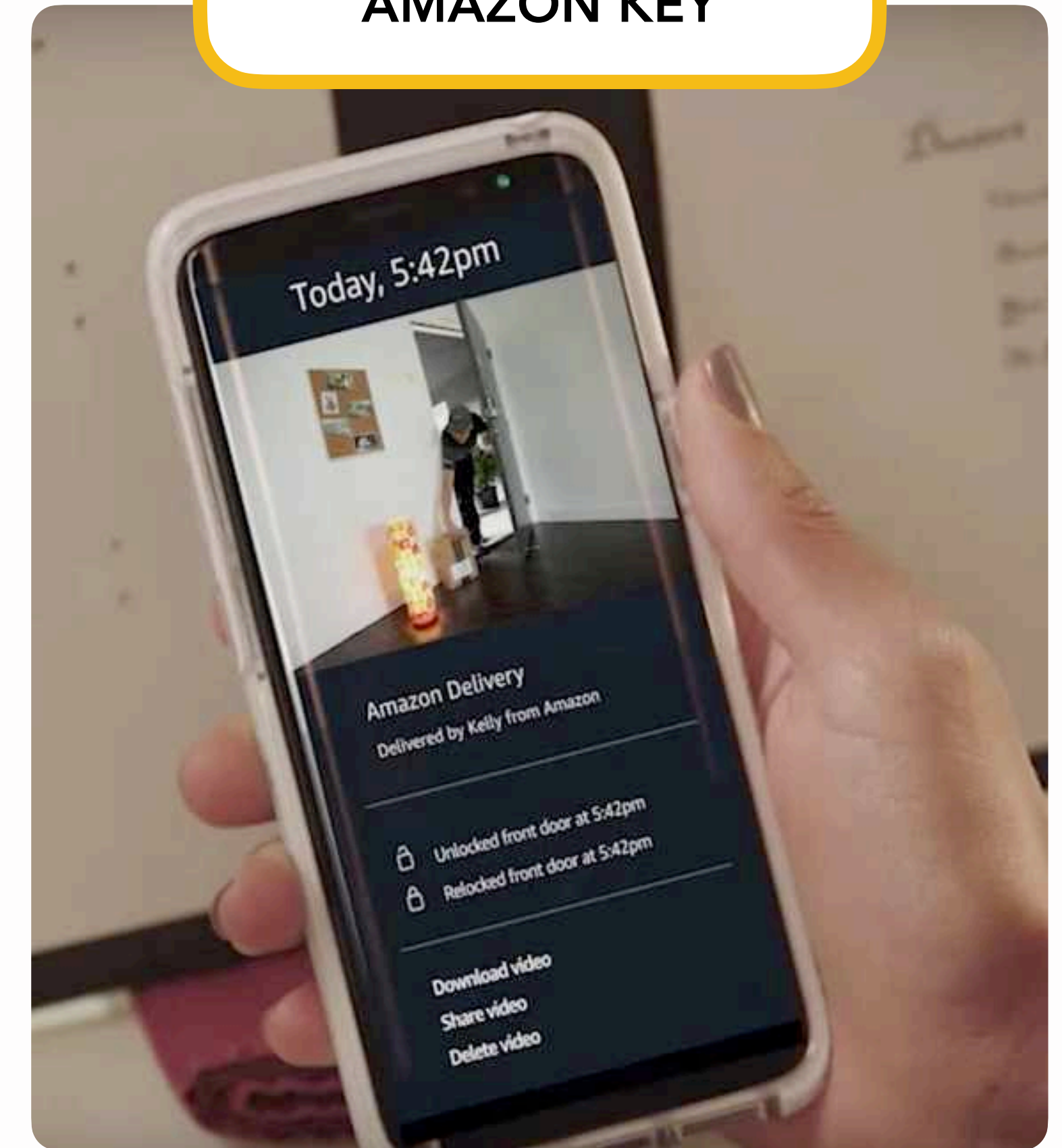
UNE SERRURE CONNECTÉE
(ACTUELLEMENT EN PHASE DE TEST)

WALMART



SUR LA BASE D'UN ABONNEMENT
+ PARTENARIAT AVEC HOME VALET
POUR UNE SERRURE CONNECTÉE

AMAZON KEY



SUR LA BASE DE L'ABONNEMENT PRIME
(DANS LA MAISON, LE GARAGE
OU LA VOITURE)



Vu au  **RETAIL & E-COMMERCE**
FORUM & MEETINGS



Stéphane Lefebvre
Saint Maclou
Directeur Supply Chain



SAINT MACLOU RELÈVE LE DÉFI DU MONITORING DES COMMANDES CLIENTS

LE MONITORING DES COMMANDES RÉPOND AUX BESOINS DES CLIENTS DE VISIBILITÉ ET D'INFORMATION AUTOUR DE **4 AXES** :

- 1** Un axe d'**information simple** :
Où en est la commande client ?
- 2** Un axe d'**alerte/messages** :
Alerter les personnes concernées qu'il y a un risque de retard
- 3** Un axe de **prévision** :
Donner de la visibilité sur la livraison en fonction de l'état de traitement de la commande
- 4** Un axe de **performance** de chaque étape du processus de gestion de la commande :
Identifier ses jalons de dysfonctionnement pour pouvoir les solutionner

CETTE PARTIE CONTIENT +50 SLIDES SUPPLÉMENTAIRES



NOS HUB REPORTS COMPLETS SONT DISPONIBLES
À L'ACHAT À L'UNITÉ OU AU TRAVERS DE NOTRE MEMBERSHIP
ANNUEL, EN FORMAT SOURCE.

REJOIGNEZ NOTRE COMMUNAUTÉ DE
120+ ENTREPRISES POUR ACCÉDER À
TOUS NOS INSIGHTS.

DEVENIR MEMBRE

The logo for HUB Reports, featuring the word "HUB" in a small, white, sans-serif font inside a dark blue rounded square, followed by the word "Reports" in a larger, bold, white, sans-serif font.

HUB Reports

RETAIL & E-COMMERCE

S'ADAPTER AUX BESOINS
DES CONSOMMATEURS
EN TEMPS DE PERMACRISE

HUBINSTITUTE.COM





**CATEGORY
EXPERTS &
CURATION :
DONNER
À VOS CLIENTS
CE QU'ILS MÉRITENT**

DES MAGASINS DE CURATION POUR UNE EXPÉRIENCE SUR MESURE

NEIGHBORHOOD GOODS



NEIGHBORHOOD GOODS propose une sélection de marques et de produits en constante évolution, en ligne ou en magasins physiques.

1 COMMON CATEGORY SHOP



1COMMON représente une sélection soigneusement choisie de marques de mode, de culture et de style de vie, et les aide à établir leur identité de marque ainsi qu'à promouvoir leurs produits de manière créative afin de créer une expérience en magasin exceptionnelle et unique.

CETTE PARTIE CONTIENT +50 SLIDES SUPPLÉMENTAIRES



NOS HUB REPORTS COMPLETS SONT DISPONIBLES
À L'ACHAT À L'UNITÉ OU AU TRAVERS DE NOTRE MEMBERSHIP
ANNUEL, EN FORMAT SOURCE.

REJOIGNEZ NOTRE COMMUNAUTÉ DE
120+ ENTREPRISES POUR ACCÉDER À
TOUS NOS INSIGHTS.

DEVENIR MEMBRE

The logo for HUB Reports, featuring the word "HUB" in a small, white, sans-serif font inside a dark blue rounded square, followed by the word "Reports" in a larger, bold, white, sans-serif font.

HUB Reports

RETAIL & E-COMMERCE

S'ADAPTER AUX BESOINS
DES CONSOMMATEURS
EN TEMPS DE PERMACRISE

HUBINSTITUTE.COM





CUSTOMIZATION : « SÉLECTIONNÉ & FAIT POUR MOI » IS THE NEW BLACK

En partenariat avec

locala

04



AUGMENTED MARKETING AU SERVICE DE LA PERSONNALISATION

SYNTHETIC MEDIA & IA GÉNÉRATIVE : QUAND L'IA PERMET DE CRÉER PLUS RAPIDEMENT

TEXTE

ChatGPT

⚡

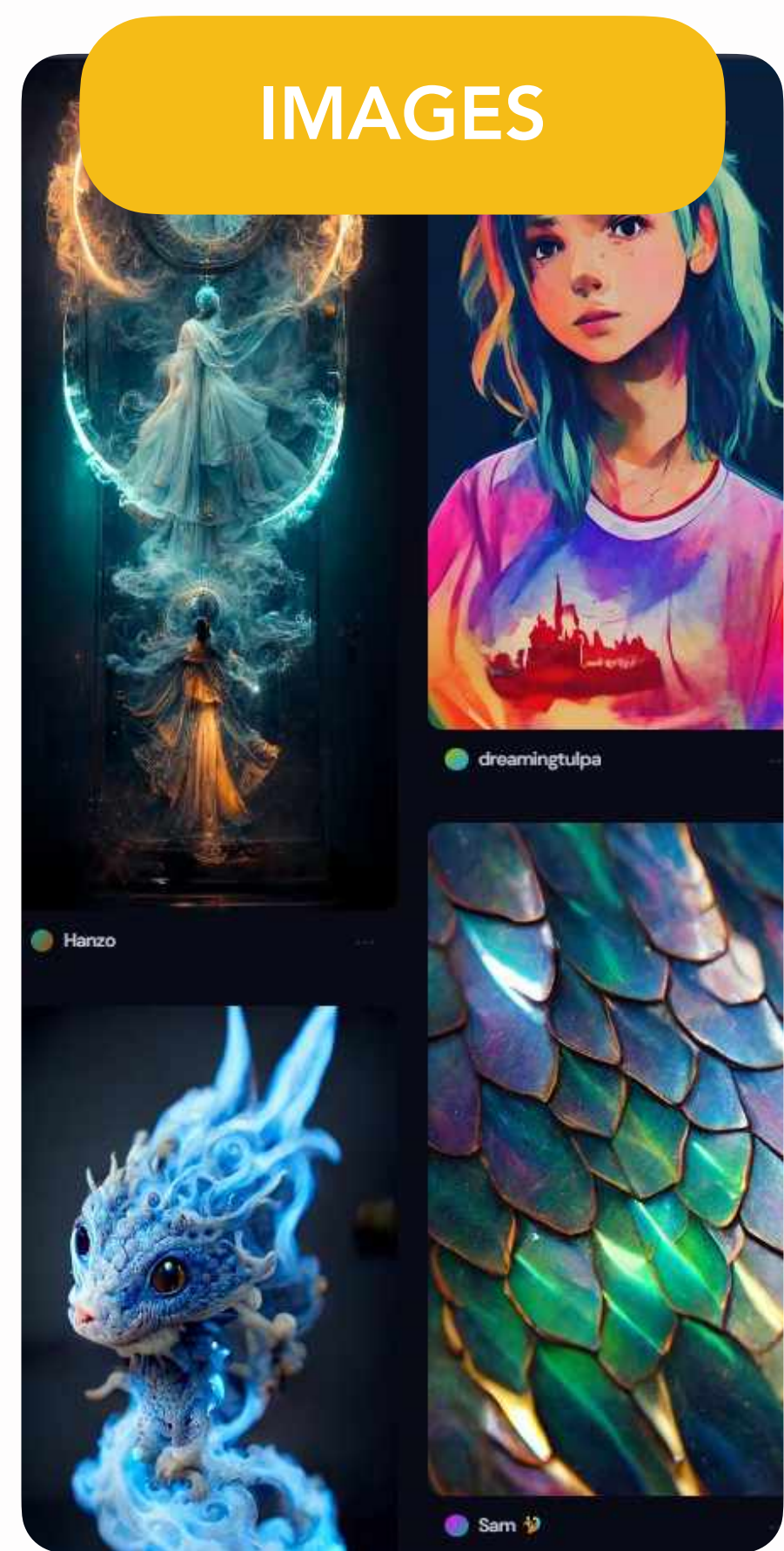
Capabilities

Remembers what user said earlier in the conversation

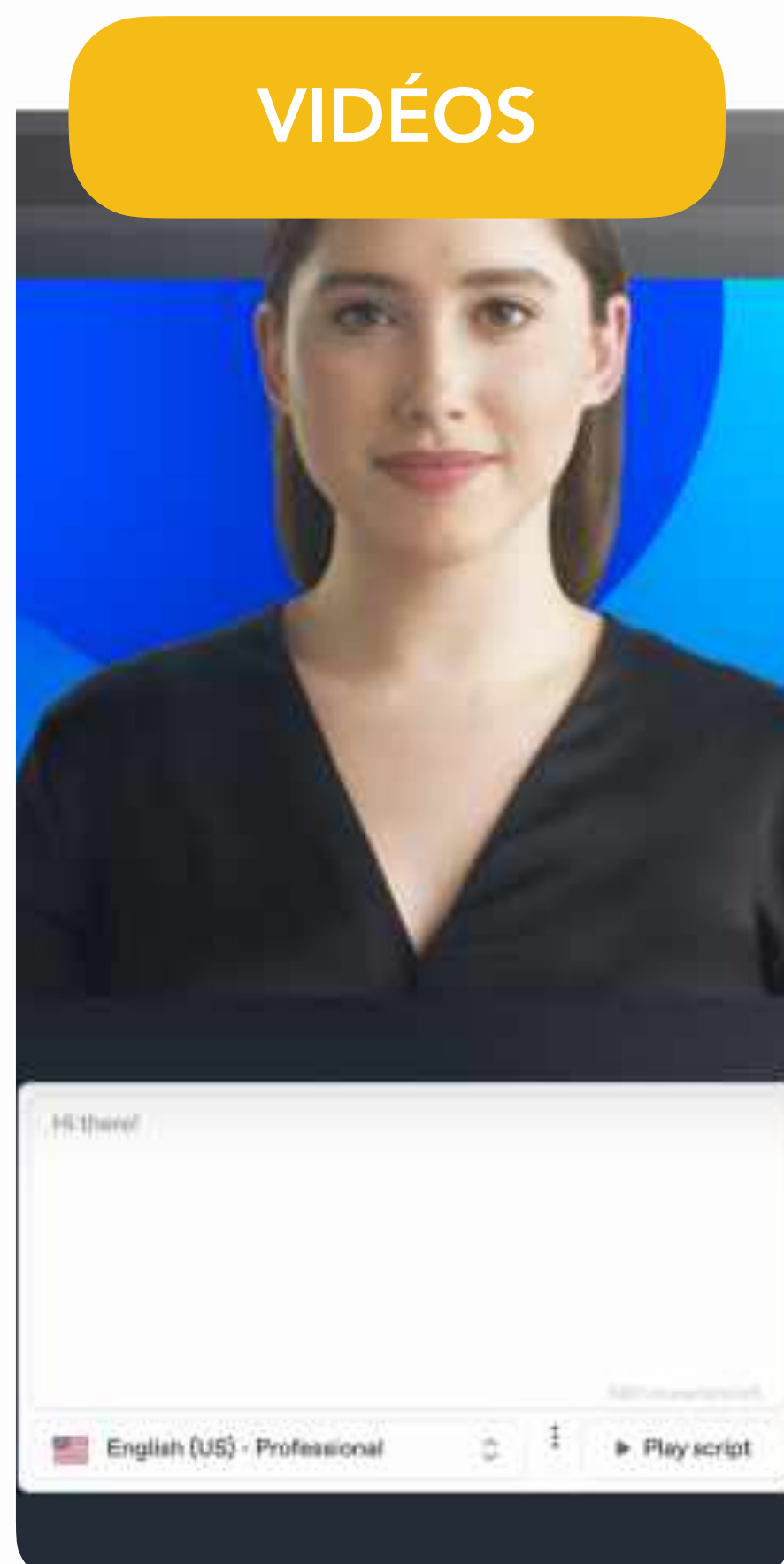
Allows user to provide follow-up corrections

Trained to decline inappropriate requests

ChatGPT est un agent conversationnel développé par OpenAI qui utilise l'IA pour générer du texte et peut ainsi répondre à n'importe quelle requête de l'utilisateur.



Sur Dall-E ou Midjourney, l'IA permet de générer des images à partir d'un texte descriptif, plus le texte est complet, plus le rendu sera qualitatif. Face à cela, les banques d'images adoptent 2 positions : refuser ces images (Getty) ou les vendre (Shutterstock).



Créer des vidéos à partir de texte n'a jamais été aussi simple : taper votre texte et l'IA génère automatiquement le rendu vidéo ! Une solution proposée par Hour One, Descript, Synthesia ou encore Movio.



Pour \$29 et en échange de 10 à 20 photos de soi, Avatars AI peut générer en 2h seulement +120 avatars de soi selon 30 styles différents.



Grâce à l'IA, Kaedin peut générer des rendus 3D à partir de dessins et images 2D.



UNDIZ X CHATGPT : COMMENT L'IA GÉNÉRATIVE DEVIENT UN PARTENAIRE BUSINESS EN 4 POINTS

Copywriting



Rédaction des textes de landing pages

Newsletter



Création de newsletters personnalisées

Traduction



Traduction de textes avec conservation du style

Sparring Partner



Nouvelle manière de présenter les informations

Vu au  **RETAIL & E-COMMERCE**
FORUM & MEETINGS

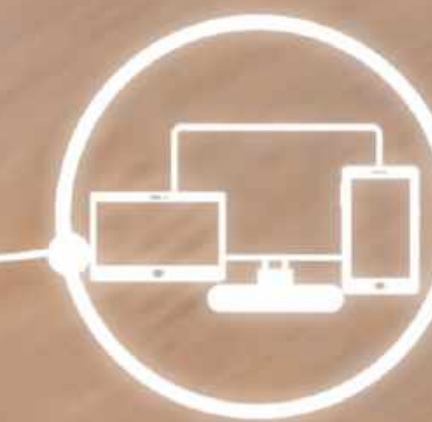


Marie Dardayrol Sandevair

Undiz
CMDO

undiz

MARKETING OMNISCANAL



LOCALA ACCOMPAGNE LES ENTREPRISES VERS UN PARCOURS OMNISCANAL ET DES CAMPAGNES DRIVE TO STORE



Sandrine Préfaut
Directrice Générale Europe

locala

LE COMMERCE MÉDIA RÉPOND AUX TENDANCES ET ENJEUX DE LA PERSONNALISATION

La personnalisation est ancrée dans l'ADN du commerce média, elle s'appuie sur ses piliers data et techno. Locala propose à chaque marque de s'adresser directement à la bonne personne, au bon endroit, grâce à une data riche et granulaire, des insights consommateurs pointus et une forte expertise en géolocalisation. La techno permet d'activer un dispositif omniscanal qui couvre l'ensemble du parcours client et ainsi de pousser le bon message, avec le bon format, au meilleur moment.

QUELS SONT LES COMPOSANTS ESSENTIELS D'UN DISPOSITIF DRIVE TO STORE EFFICACE ?

Notre priorité est de définir, en amont du dispositif, quels sont les clients et prospects à valeur ainsi que les zones à potentiel business. Nous identifions ensuite le mix média, les formats et les messages les plus pertinents, en prenant en compte les comportements et les usages des consommateurs qui diffèrent d'un territoire à l'autre. Enfin, nous mesurons l'impact de chaque levier média, en temps réel, pour générer un maximum de trafic en point de vente.

POUR AUDI, LES OUTILS LOCALA PERMETTENT D'AUGMENTER LES VISITES EN MAGASIN

Nous avons mis en place une campagne omniscannale pour Audi, couplant audio, display mobile et SMS afin d'augmenter le trafic dans 144 concessions. Locala a identifié des zones à fort potentiel business pour chaque concession et activé des ciblage CSP+ et Intentionnistes Auto. Nous avons pu mesurer la performance de chaque levier. Les résultats sont performants, avec plus de 10.000 visites en concessions et un taux de visite multiplié par 6 en combinant tous les leviers média.



AUDI X LOCALA : OPTIMISER SON TRAFIC EN CONCESSIONS GRÂCE À DES ACTIVATIONS OMNICANALES

Audi a souhaité activer une campagne omnicanale (Audio, Display Mobile, SMS) pour augmenter le trafic dans une sélection de 144 concessions et répondre aux enjeux de déstockage de véhicules neufs.

L'activation omnicanale a été orchestrée via 3 canaux (Audio, Display Mobile et SMS) et en 2 temps :

1. Notoriété & intention d'achat :

- Diffusion de spots audios géolocalisés dans les zones de chalandise des concessions Audi
- Diffusion d'un mix formats animés (MPU, Interstitiel, Bannière) avec redirection vers la concession la plus proche

2. Acte d'achat :

Retargeting SMS sur les exposés audio et display mobile pour multiplier les points de contacts auprès de la cible

Vu au



Sandrine Prefaut
Locala
Directrice Générale
Europe



Matthieu Tebaus
Locala
VP Sales France



**PERSONNALISER
LES SERVICES
ET LES PRODUITS**



CETTE PARTIE CONTIENT +50 SLIDES SUPPLÉMENTAIRES



NOS HUB REPORTS COMPLETS SONT DISPONIBLES
À L'ACHAT À L'UNITÉ OU AU TRAVERS DE NOTRE MEMBERSHIP
ANNUEL, EN FORMAT SOURCE.

REJOIGNEZ NOTRE COMMUNAUTÉ DE
120+ ENTREPRISES POUR ACCÉDER À
TOUS NOS INSIGHTS.

DEVENIR MEMBRE

 **Reports**

RETAIL & E-COMMERCE

S'ADAPTER AUX BESOINS
DES CONSOMMATEURS
EN TEMPS DE PERMACRISE

HUBINSTITUTE.COM





**COMMUNITY:
S'INTÉGRER PLUS
PROFONDÉMENT
DANS LA VIE DES
CONSOMMATEURS**

05



FUN, GAMING & POP CULTURE

NETFLIX, UNE NOUVELLE VITRINE POUR LES MARQUES ?

LES SÉRIES ENGAGENT LES COMMUNAUTÉS DES SPECTATEURS ET FONT BONDIR LES VENTES

EMILY IN PARIS



Mode : le juteux business d'« Emily in Paris »
Les Echos



+30% de clics sur les vestes Chanel selon le moteur de recherche Stylight



342% de recherche pour un bob Kangol selon Lyst



194% de recherche pour une veste Courrèges en vinyle

THE QUEEN'S GAMBIT



The New York Times

'The Queen's Gambit' Sends Chess Set Sales Soaring



Suivant la diffusion de la série « Jeu de la dame », les ventes du jeu d'échecs ont augmenté de 125%



Goliath Games, une compagnie américaine, a ainsi vu ses ventes croître de 1000% par rapport à l'année précédente



eBay a déclaré que la vente d'échecs et d'accessoires avait augmenté de 215% sur sa plateforme.

PROPOSER DES SKINS POUR PROMOUVOIR SA MARQUE DANS UN JEU VIDÉO

PRADA



Prada a collaboré avec le studio Ubisoft pour proposer des tenues exclusives aux joueurs de Riders Republic, un jeu multi-joueurs de sports extrêmes.

BALENCIAGA



Certains personnages du jeu Fortnite peuvent être équipés de vêtements et accessoires virtuels de la griffe Balenciaga.

JORDANS



La marque Jordans s'est associée à Fortnite pour proposer des skins gratuits qui pouvaient être gagnés en réalisant des défis autour du basket dans le jeu.

BURGER KING



À l'occasion de la sortie du jeu Call of Duty: Modern Warfare II, Burger King a proposé un menu spécial en restaurant qui donnait accès à un skin gratuit pour le jeu ainsi qu'un bonus.



COMMERCE ENGAGÉ

INNOVER AVEC DES MATÉRIAUX ANCIENS ET NOUVEAUX

LES MARQUES ADOPTENT DES SOLUTIONS AVEC UN IMPACT POSITIF :

Viande sans
viande



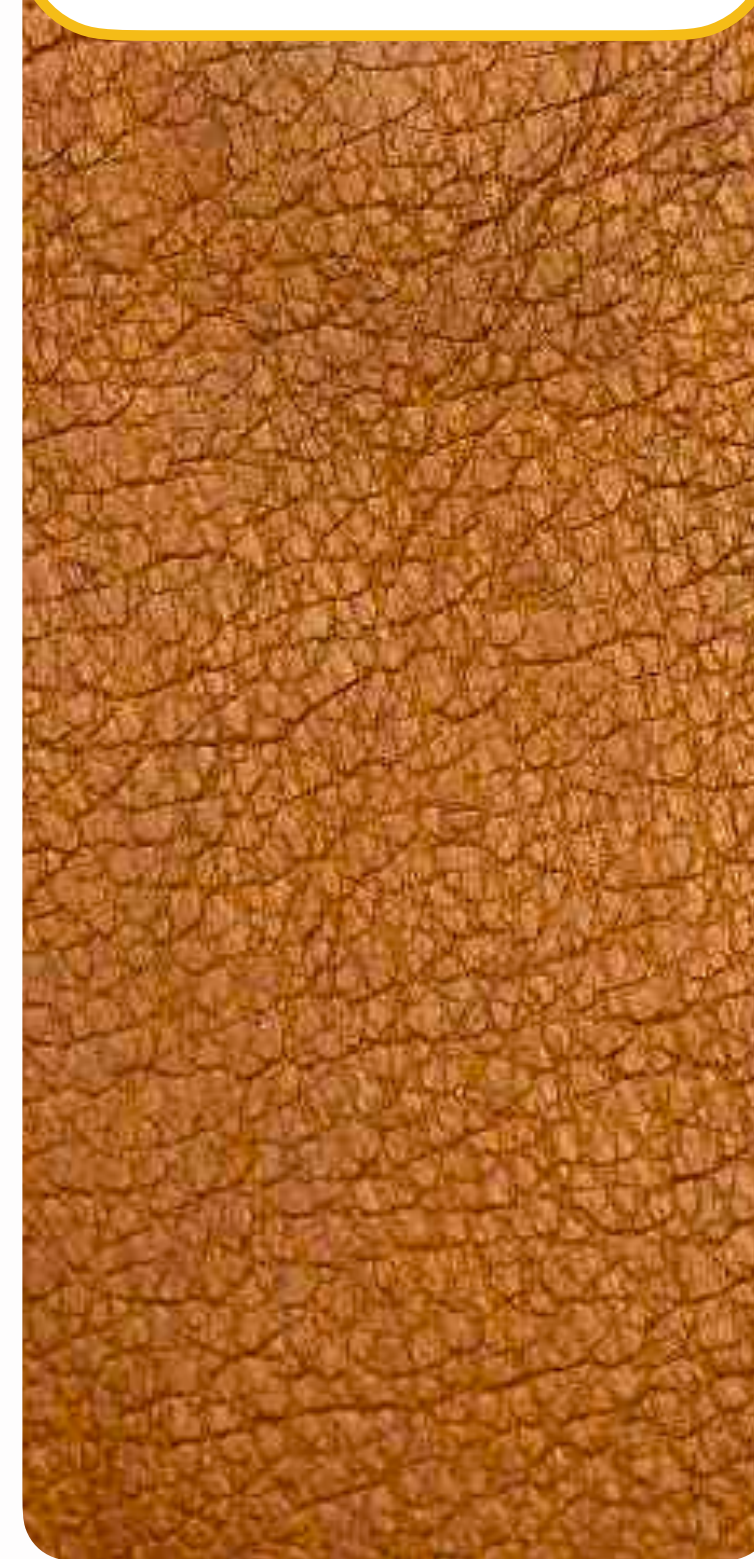
À la base des algues,
ImpossibleFoods, Savoreat,
Revo, Novameat, Redefine
meat

Viande
bioprintée



Meatable, AlephFarms,
Bionovax, Steakholder

Cuir cruelty free



Champignon, algae, cactus,
ananas

Vitamines
imprimées en 3D



Neutrogena Skinstacks,
Nourished

À partir du
marc de café



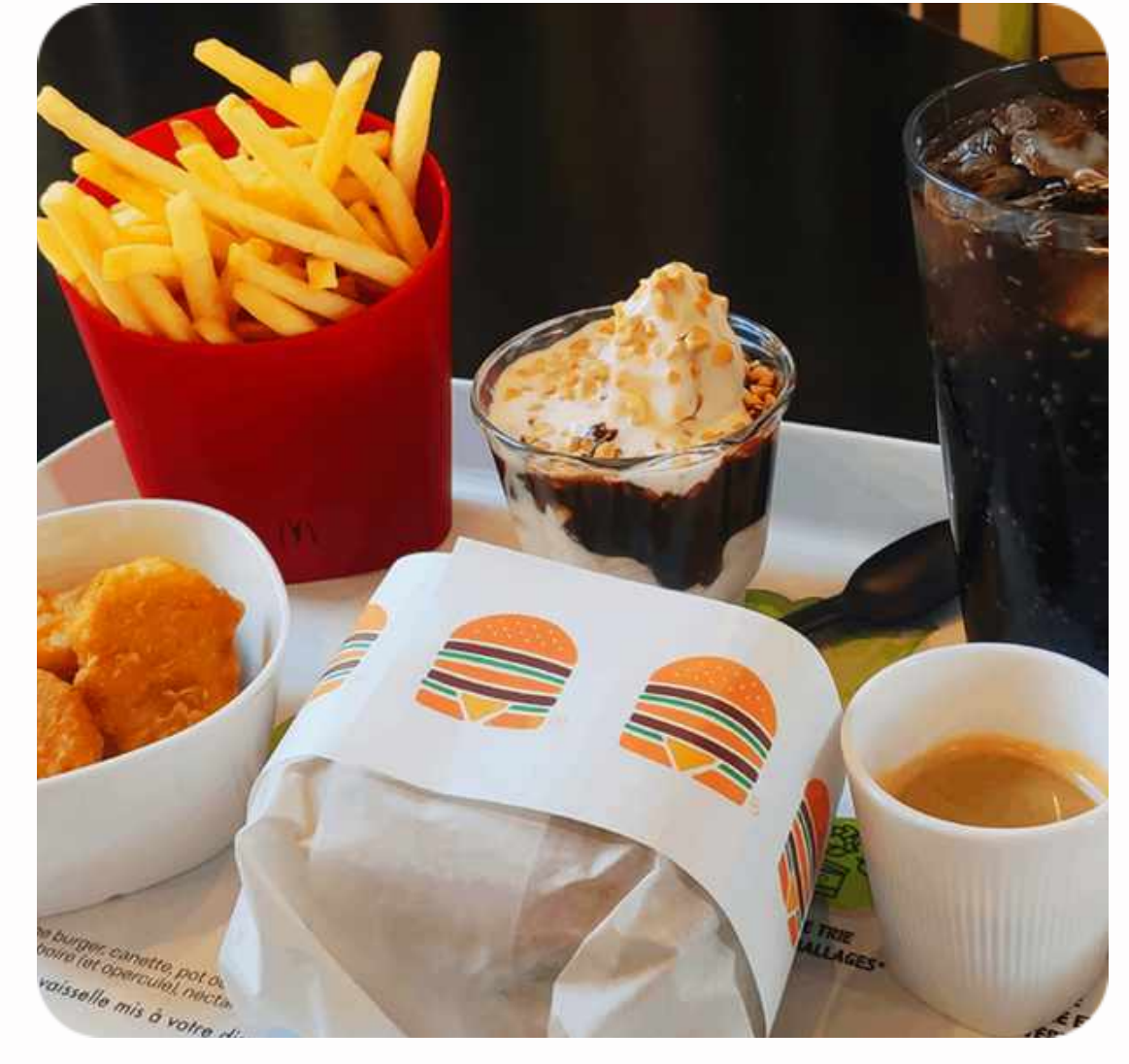
Rekava Tableware

Sans plastique



Plasticoff, Bzeos

DEPUIS LE 1ER JANVIER 2023, LES FAST-FOOD N'ONT PLUS LE DROIT D'UTILISER D'EMBALLAGES JETABLES POUR LE SERVICE À TABLE



KFC, Quick... ces fast food qui ne respectent pas l'interdiction des emballages jetables



A group of diverse people are shown from behind, hugging each other in a warm embrace. The scene is set against a plain white background. A large, semi-transparent yellow circle is centered over the group, partially obscuring them. The text 'COMMERCE INCLUSIF' is written in white, bold, uppercase letters across the middle of the yellow circle.

COMMERCE INCLUSIF

LES GÉANTS DE LA TECH S'ENGAGENT DANS L'INCLUSIVITÉ

ET PROPOSENT DES ACCESSOIRES ADAPTÉS

MICROSOFT



Souris Microsoft Adaptive Mouse



Hub Microsoft Adaptive



Support arrière et de pouce



Joystick Microsoft Adaptive



Bouton BMD Microsoft Adaptive



Double bouton Microsoft Adaptive

SONY



À l'occasion du CES 2023, Microsoft et Sony ont proposé des accessoires inclusifs. Microsoft a lancé une gamme de souris et d'accessoires pour claviers inclusifs tandis que Sony a dévoilé le projet Leonardo, un contrôleur Playstation adapté pour les joueurs handicapés.



WEB3 & METAVERSE

DES PARTENARIATS RETAILERS X NATIFS DU WEB3 DE PLUS EN PLUS NOMBREUX

➔ BÉNÉFICIER D'UNE IMAGE DE MARQUE ET D'UNE EXPERTISE



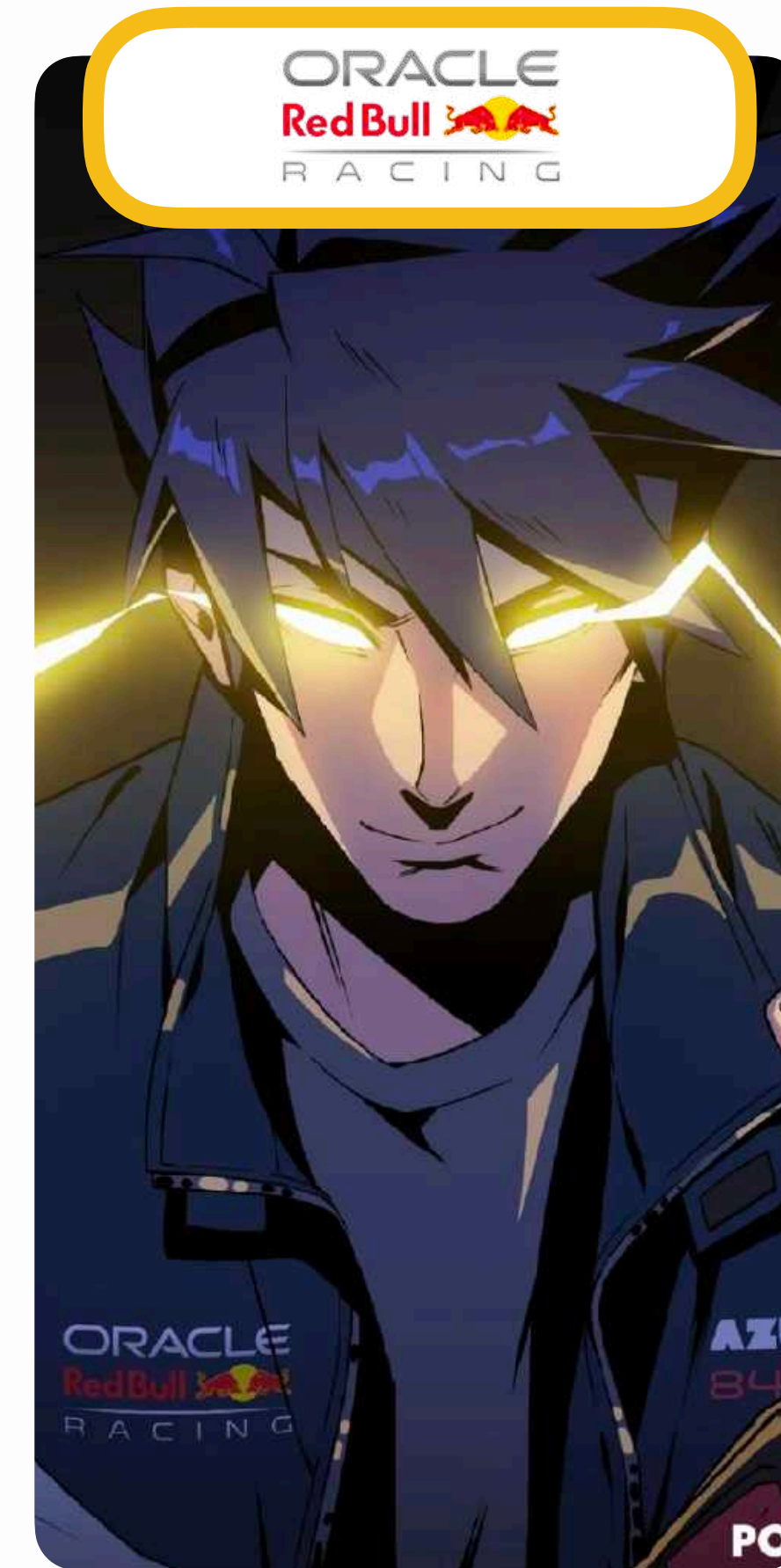
Adidas sort sa nouvelle collection Adidas NFT avec un accord entre la société de chaussures et de vêtements de sport et Bored Ape Yacht Club (BAYC), l'investisseur en crypto-monnaies Gmoney et la série de bandes dessinées Punks Comic.



Clinique s'associe à Daz 3D, créateurs de l'une des collections NFP (personnes non fongibles) les plus inclusives au monde, pour lancer sa première campagne de maquillage NFT : "Metaverse More Like Us"



Baptisée NFTiff, la nouvelle initiative de Tiffany & Co. porte sur la création d'un collier personnalisé aux couleurs des célèbres NFTs Cryptopunk. Une expérience qui relie le monde digital et réel.



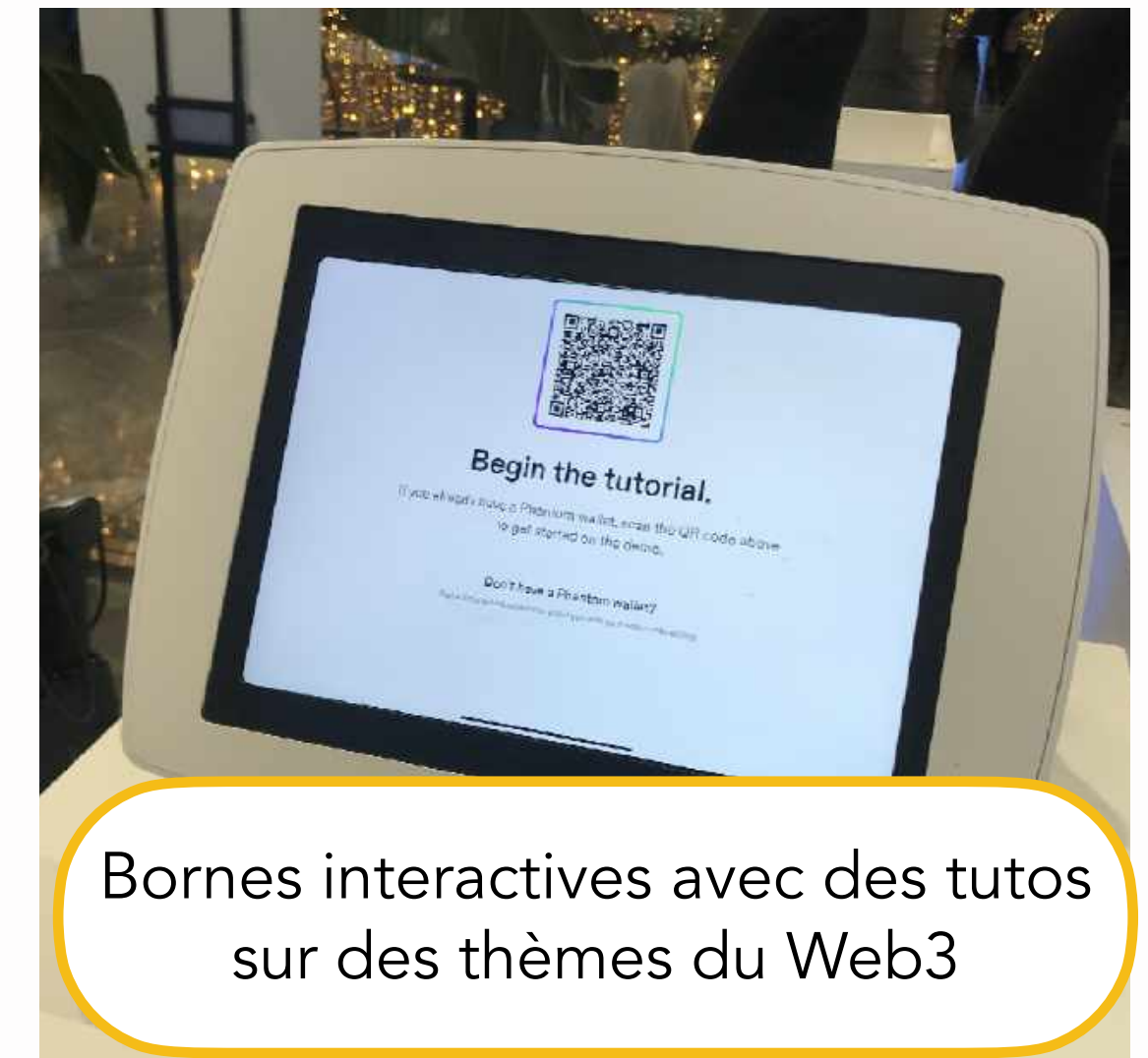
Oracle Red Bull Racing, Bybit et Azuki ont lancé le Lei the Lightning Azuki NFT commémoratif, un NFT sur le thème de la Formule 1 de la collection Azuki.



Jägermeister présente sa première Genesis HAPE (NFTs, collection d'œuvres d'art numériques stockées sur la blockchain), stylisée avec des détails de marque.

LES MAGASINS PHYSIQUES À LA DÉCOUVERTE DU WEB3

LUNETTES STORIES, NFT, HOLOGRAMMES,



STAY TUNED : LE HUB REPORT METAVERSE & WEB3 SORTIRA COURANT 2023



CETTE PARTIE CONTIENT +50 SLIDES SUPPLÉMENTAIRES



NOS HUB REPORTS COMPLETS SONT DISPONIBLES
À L'ACHAT À L'UNITÉ OU AU TRAVERS DE NOTRE MEMBERSHIP
ANNUEL, EN FORMAT SOURCE.

REJOIGNEZ NOTRE COMMUNAUTÉ DE
120+ ENTREPRISES POUR ACCÉDER À
TOUS NOS INSIGHTS.

DEVENIR MEMBRE

 **Reports**

RETAIL & E-COMMERCE

S'ADAPTER AUX BESOINS
DES CONSOMMATEURS
EN TEMPS DE PERMACRISE

HUBINSTITUTE.COM





**POUR ALLER
PLUS LOIN...**

WWW.HUBINSTITUTE.COM

TÉLÉCHARGEZ LA VERSION COMPLÈTE DU RAPPORT



LE HUB REPORT « RETAIL & E-COMMERCE : S'ADAPTER AUX BESOINS DES CONSOMMATEURS EN TEMPS DE PERMACRISE » CONTIENT :

- 5 TENDANCES ANALYSÉES EN DÉTAIL
- + DE 260 SLIDES D'INSIGHTS
- UNE VISION 360° DE L'ÉCOSYSTÈME DE RETAIL & E-COMMERCE

JE TÉLÉCHARGE

The image shows the cover of the "Hub Reports" document. It features a large yellow circle on the left side with the "Hub Reports" logo. To the right of the circle is a photograph of a modern retail store interior with white shelving units and a person walking. The text "RETAIL & E-COMMERCE" and "S'ADAPTER AUX BESOINS DES CONSOMMATEURS EN TEMPS DE PERMACRISE" is displayed in bold black letters. The URL "HUBINSTITUTE.COM" is at the bottom left, and the "HUB INSTITUTE" logo is at the bottom right.

HUB Reports

RETAIL & E-COMMERCE

S'ADAPTER AUX BESOINS
DES CONSOMMATEURS
EN TEMPS DE PERMACRISE

HUBINSTITUTE.COM



CE RAPPORT VOUS A PLU ?

DEMANDER UNE INTERVENTION DANS VOS LOCAUX OU ONLINE



Emmanuel Vivier

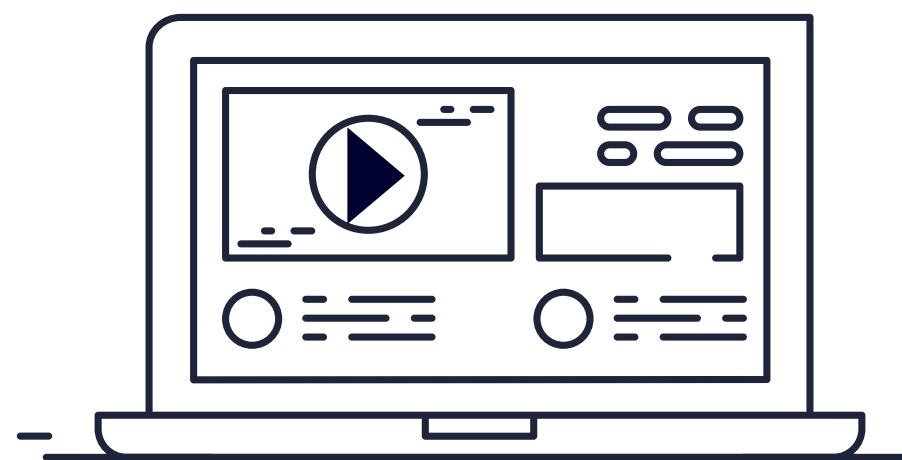
Co-fondateur du HUB Institute
Analyste principal

Demander une intervention

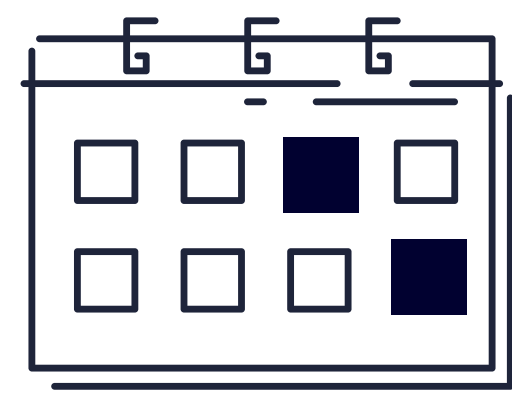


POUR ALLER PLUS LOIN...

SUIVEZ NOS FORMATIONS ET NOS PROCHAINS ÉVÉNEMENTS !



**+ 40 FORMATIONS
DISPONIBLES EN LIGNE**



**VENIR AUX PROCHAINS
RENDEZ-VOUS DES
DÉCIDEURS**



**DÉCOUVRIR LE
MEMBERSHIP**



POUR ALLER PLUS LOIN...

REJOIGNEZ LA COMMUNAUTÉ DES LEADERS DU DIGITAL & DE L'IMPACT POSITIF



Membership

Plus de 120 grandes marques sont déjà membres !



Accès à plus de 20 HUBREPORTS,
nos rapports d'experts annuels



Accès aux 150 conférences physiques,
en ligne ou hybrides



Accès aux 30 déjeuners
et dîners networking



Des services personnalisés
pour accélérer votre organisation

Devenir membre



Contact



Adeline Jouanne

Membership Director

adeline.jouanne@hubinstitute.com



Claudia DIAS

Sales & Marketing Manager

claudia.dias@hubinstitute.com

MERCI

CRÉDITS :

Ce HUB Report est réalisé par le HUB Institute

Chargé.e.s d'étude : Lora Radivojevic, Clément Meunier, Emeline Guerard

Avec l'aide de : Lila Ricci

Sous la direction de : Claire Plassart et Emmanuel Vivier