

Chère Lectrice, Cher Lecteur

Tous les distributeurs ont aujourd'hui pris conscience que le consommateur recherche non seulement le meilleur produit au meilleur prix, mais que son acte d'achat sera d'autant plus probable que le cheminement pour le concrétiser sera facile et agréable : « L'Expérience Client », l'ensemble des démarches du client pour acheter un bien ou un service, depuis la recherche d'informations jusqu'à sa mise à disposition, est le sujet de toutes les attentions, puisqu'elle conditionne la croissance des ventes et la fidélisation des clients.

Nos modes de consommation sont en plein bouleversement, et bien malin qui pourra prédire quel modèle prédominera demain. Il est d'ailleurs fort probable que de nombreuses

manières de consommer se développent en parallèle, sans qu'émerge un type au détriment des autres. Ce qui est certain, c'est que le digital sera au cœur du processus, depuis le front office, le back office, et toute la logistique jusqu'à la livraison au client.

Pour répondre aux enjeux de chaque secteur et étendre sa couverture fonctionnelle même au-delà des portes de l'entrepôt, KNAPP verticalise et digitalise son offre, que ce soit dans la Santé, l'Alimentaire, le Commerce de détail, le Commerce de gros ou le Commerce en ligne, au profit d'une Expérience Client sans cesse améliorée.

En voici quelques illustrations dans cette newsletter !

Bonne lecture,

Brice Gaujard
Directeur Ventes France

Stéphane Conjard
Directeur Général France

Source:

Creating Consumer Experience



LA CLÉ DE LA SATISFACTION TOTALE DU CLIENT EST LA DISTRIBUTION OMNISCANALE. CHAQUE CLIENT PEUT CRÉER SA PROPRE EXPÉRIENCE CONSOMMATEUR INDIVIDUELLE.

TRADITIONNEL

Le bon vieux magasin physique



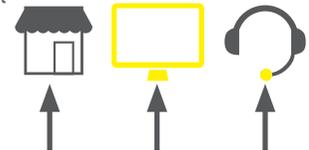
E-COMMERCE

Les achats en ligne ont explosé ces dernières années



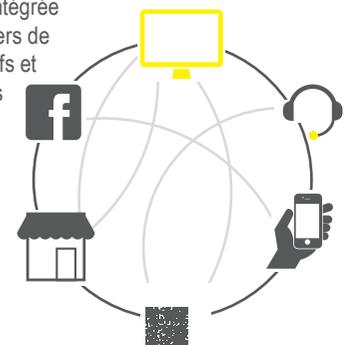
MULTI-CANAU

De multiples canaux séparés que les clients peuvent utiliser indépendamment



OMNISCANAL

Une expérience intégrée et continue à travers de multiples dispositifs et points de contacts





La nouvelle expérience en boutique

plus de temps pour le conseil dans le secteur Healthcare et Retail grâce aux terminaux d'information et à l'automatisation intelligente

Le monde bouge. Nous sommes en pleine évolution. Avec nos nouvelles technologies de digitalisation et d'automatisation en plein essor, nous révolutionnons l'interaction avec nos clients au quotidien, pour une expérience shopping moderne dédiée à une génération de clients privilégiant les achats en ligne, et ce dans les pharmacies ou dans les commerces de détail. Il s'agit d'offrir aux clients une expérience durable dans les boutiques et un service unique. Les transformations des modes de consommation et les exigences en matière de disponibilité des produits 24h/24 et 7j/7 grâce au commerce électronique ou aux achats via mobile, nous font pénétrer dans l'ère de l'omnicanal. Et dans le

même temps, la tendance au régional et au durable n'a jamais été aussi forte. Une contradiction insoluble ?

Chez KNAPP nous répondons : sûrement pas. Des trajets de livraison plus courts signifient une mise à disposition plus rapide. Les produits régionaux génèrent des transports plus courts et moins de kilomètres parcourus, c'est une empreinte carbone réduite. Des technologies qui ont fait leurs preuves, perfectionnées pendant plus de 20 ans, font du besoin croissant en solutions d'automatisation intelligentes une réalité. Les solutions des entreprises KHT et adcommander du groupe KNAPP améliorent le service aux clients à l'aide de robots et d'afficheurs numériques





lors des achats dans les pharmacies ou les boutiques. Des capacités de stockage plus élevées sur des surfaces de stockage nettement plus petites permettent un gain de place pour les surfaces de vente et une baisse des frais de loyer. Les robots Apostore et INDU-Store, systèmes d'automatisation pour le secteur Healthcare et Retail, allient confort des consommateurs et technologie pour une expérience omnicanal complète.

Des technologies intelligentes pour des clients heureux

Des processus interconnectés garantissent une utilisation des ressources optimale et fournissent aux employés l'accès aux données nécessaires à tout moment – pour un conseil personnalisé aux clients. Les solutions d'automatisation offrent aux clients plusieurs possibilités : le self-service aux terminaux dans les boutiques ou la délivrance flexible 24h/24 et 7j/7 via une borne extérieure. Tandis que le robot prélève vite et bien les marchandises commandées, les employés peuvent répondre en toute tranquillité aux questions de manière détaillée. Des écrans d'affichage à haute résolution évitent les frais liés aux modifications saisonnières des vitrines et projettent des présentations valorisantes des produits visibles depuis la zone extérieure. Un « shelf », un rayonnage interactif, permet de gagner sur tous les tableaux : les clients ont accès aux échantillons de test et des codes QR leur permettent de consulter des informations numériques. La boutique devient un showroom, les produits sont stockés de manière sûre et permettent des inventaires simples, rapides et sans erreur.

Self-service dans un magasin de produits gastronomiques

À la fin 2019, le magasin de produits gastronomiques Kreisler en Autriche proposera cette expérience de shopping particulière. Un robot INDU-Store entrera et sortira du stock en chambre froide les produits régionaux, de manière entièrement automatique.

« Notre projet maintient la création de valeur dans la région, garantit des trajets d'approvisionnement courts et place les spécialités de notre filière alimentaire locale dans une vitrine moderne et respectueuse de l'environnement »

Andreas Höcher,
Développeur de projets chez Kreisler.

Avec une longueur de plus de 20 mètres et une capacité pouvant aller jusqu'à 6 400 articles, il s'agit de la première boutique de spécialités d'Autriche qui soit entièrement automatisée. Les clients commandent leurs produits sur quatre terminaux intuitifs, ils paient en liquide ou par carte. Bernd Stöger, Executive Product Manager, décrit la solution comme « une symbiose entre une distribution durable de produits régionaux et une technologie à la pointe du progrès ». La boutique en self-service 24h/24 et 7j/7 repose sur la digitalisation pour les clients et l'automatisation en arrière-plan. Ainsi, Kreisler offre un service unique accompagnant les spécialités de la région – des pâtes à tartiner au jambon en passant par l'huile de graines de courge – et contribue ainsi efficacement au développement de l'économie locale.

Ces solutions offrent au commerce en magasin un avantage concurrentiel évident et permettent de recourir localement au commerce électronique avec une performance élevée. La densité de stockage élevée sur une surface réduite garantit un avantage significatif à une époque de pression sur les prix forte – sans oublier la protection automatique contre le vol qu'elle apporte. Avec ces boutiques de conception nouvelle, les technologies intelligentes font leur entrée dans l'univers des clients et font de l'automatisation un élément clé de ce concept. Êtes-vous prêt pour la nouvelle expérience de shopping ?



**Boutique en self-service
24h/24
et 7j/7**



**6 400
articles**

Spécialités de la région :
pâtes à tartiner, jambon et
huile de pépins de courge





Zalando

choisit KNAPP comme partenaire pour son nouveau centre de distribution aux Pays-Bas

Zalando charge KNAPP de l'automatisation de son nouveau centre de distribution à Bleiswijk près de Rotterdam. Associant un système de stockage à navettes et la technologie des trieurs à pochettes, un entrepôt d'expédition en ligne hautement efficace et flexible d'une surface de 140 000 m² va voir le jour.

Infos sur Zalando

Zalando est la plate-forme en ligne leader en Europe pour la mode et l'art de vivre. Fondé en 2008 à Berlin, Zalando offre aujourd'hui à plus de 27 millions de clients actifs des produits issus des secteurs habillement, chaussures, accessoires et cosmétiques. La gamme d'articles comprend des marques connues et internationales aussi bien que des labels locaux. L'objectif de Zalando est de devenir la première référence en matière de mode.

www.zalando.com

À l'été 2019, Zalando a commencé à construire son premier centre de distribution néerlandais à Bleiswijk près de Rotterdam. D'ici deux ans, l'installation qui doit créer à moyen terme 1 500 nouveaux emplois, sera opérationnelle. Le centre de distribution pourra accueillir quelque 16 millions d'articles; les jours de pointe, ce sont plusieurs centaines de milliers de pièces qui quitteront l'entrepôt. L'association de la technologie des navettes et du système de trieur à pochettes de Dürkopp rend cette performance possible. « Un partenariat étroit et de longue date nous lie à Zalando et ensemble, avec des solutions innovantes, nous avons fait considérablement avancer les choses grâce à trois gros projets avec des trieurs à pochettes. Je suis très heureux que nous puissions maintenant, en tant que groupe KNAPP, contribuer au développement à venir de notre client avec un concept global intégré », souligne Sigurd Völker, PDG de Dürkopp Fördertechnik GmbH.

KNAPP est LE partenaire pour la logistique Fashion

L'association de la technologie dernier cri pour la mise à disposition automatique des produits suspendus et posés à plat ainsi que notre savoir-faire sectoriel font du groupe KNAPP le partenaire logistique leader pour les entreprises de la mode. Le système de trieur à pochettes de la maison Dürkopp réunit dans l'entrepôt différents systèmes, comme l'OSR Shuttle™ Evo, les buffers pour les retours et les processus manuels. « Le site de Rotterdam va nous permettre de réduire encore plus les délais de livraison vers la Belgique, les Pays-Bas et le Luxembourg, surtout grâce à sa technologie moderne » affirme Carl-Friedrich zu Knyphausen, Head of Logistic Development chez Zalando. Christoph Lafer, Vice President Retail Solutions KNAPP AG, ajoute : « Nous sommes très fiers que Zalando ait choisi notre solution et ait ainsi élargi la coopération existant avec Dürkopp au groupe KNAPP. En tant qu'intégrateur, nous sommes l'interlocuteur unique de la passation de commande à la réalisation et à la maintenance de l'installation dans son ensemble, ce qui est un avantage très clair pour Zalando ».