

Darty repense son espace services

Le magasin Darty de Boulogne-Billancourt inaugure le nouveau concept de l'espace services. L'objectif consiste à améliorer la prise en charge des clients et à atteindre 25 % de réparation des produits sur place.

A Boulogne-Billancourt (92), la rénovation du magasin Darty ne passe pas inaperçue. Ainsi, depuis fin septembre et après deux mois de travaux, l'entrée a été dégagée de tout meuble sur une dizaine de mètres et le regard porte désormais jusqu'au fond du magasin. « Nous avons abaissé les gondoles et réduit la taille des affiches pour une meilleure vision », indique François Gazuit, directeur général de Darty Ile-de-France. Une allée centrale très large, façon Champs-Élysées, incite également plus facilement le visiteur à s'avancer vers le fond du magasin. Mais, au-delà du souhait de l'enseigne d'aérer son concept, la grande nouveauté de cette boutique porte sur l'espace services, dont toute l'organisation a été repensée afin de mieux gérer la prise en charge des clients.

Ainsi, trois bornes tactiles ont été installées, sur lesquelles le client renseigne les raisons de sa venue : click&collect, échange de produits, retour d'article défectueux, récupération de produit ou recherche de pièce détachée. « C'est évolutif, pointe le

50
Le nombre d'espaces services rénovés sur ce concept d'ici à un an

10 minutes
Durée moyenne visée pour la prise en charge d'un client en SAV, avec des solutions immédiates dans 25 % des cas

45%
Part des ventes omnicanales des commandes web du groupe Fnac-Darty
Source : Darty

responsable du réseau Ile-de-France. *On peut imaginer à l'avenir rajouter la prise de rendez-vous pour un financement.* »

Attendre sans faire la queue
Cette prise en charge digitale permet d'orienter le visiteur vers le bon endroit et de prioriser les flux, pour les personnes handicapées ou en fonction de la nature de la visite. En effet, un client qui vient récupérer un

produit réparé demande un temps de traitement plus court que quelqu'un déposant un article défectueux. Or, jusque-là, les deux individus étaient traités selon leur ordre d'arrivée. Désormais, le dispositif ajuste les ordres de passage selon l'objet de la visite et virtualise la file d'attente, en utilisant des petits buzzeurs pour avertir le client quand son tour approche. « La borne d'accueil change la

UN COMPTOIR PAR SERVICE
Click & collect, avec des casiers dès l'entrée du magasin, retrait de marchandises, SAV, financement ou caisse : chaque activité a un comptoir dédié et clairement identifié.



perception du temps d'attente, souligne le dirigeant. De plus, comme le client n'a plus besoin de faire la queue, il peut profiter de ce temps pour découvrir les produits et les offres dans le magasin. Un écran l'informe en permanence de sa position dans la file d'attente. »

Comptoirs dédiés

Darty a également modifié la prise en charge du client en supprimant le traditionnel comptoir au profit de tables hautes et de tabourets de bar. La discussion se fait donc côte à côte, « un moyen de créer une relation de proximité », souligne François Gazuit. Et si le collaborateur n'arrive pas à résoudre le problème, il peut désormais contacter en vidéoconférence les plates-formes techniques du groupe, situées à Paris et à Bezons (95). « Avec l'atelier,

« Les premiers retours de nos équipes et de nos clients sont enthousiastes. Après Boulogne-Billancourt, ce concept a été implanté dans le magasin des Ternes, à Paris, et le sera en 2018 dans plus de 50 sites. »

François Gazuit, directeur général de Darty Ile-de-France



© LAETITIA DUARTE

nous visons un temps de prise en charge de dix minutes, avec des solutions immédiates dans 25 % des cas, indique François Gazuit. En 2016, Darty a géré la réparation de 1,5 million de produits, dont 800 000 envois en atelier. »

Du côté du click & collect, autre service phare de Darty, le changement porte sur l'implantation du casier à l'entrée du magasin

et sur la création d'un comptoir dédié pour les produits encombrants. Là encore, il s'agit de différencier les flux. Avant, le retrait d'un produit acheté en magasin ou en click & collect se faisait au même endroit. Enfin, à côté du casier se rajoute un espace photo. Une première pour Darty. Ce service provient des synergies avec la Fnac.

« Notre second déploiement s'est fait au magasin des Ternes, à Paris, début novembre, détaille François Gazuit. C'est un test taille XXL car la boutique est sur deux niveaux, avec un espace services à chaque étage. Des hôtes guident les clients car les flux sont plus importants qu'à Boulogne. Et d'ici à un an, l'idée consiste à déployer le concept dans au moins 50 magasins, répartis à 50/50 entre la région parisienne et la province. »

CLOTILDE CHENEVOY

ARRIVÉE D'UN ESPACE PHOTO

Nouveauté pour Darty, l'espace photo provient des synergies avec la Fnac. L'enseigne a pris le même partenaire, Cewe.

SOUTIEN VIDÉO POUR LE SAV

Les échanges pour le SAV se font côte à côte. Et si le conseiller n'est pas en mesure de résoudre le problème, il peut contacter une hotline en vidéoconférence.



PHOTOS: SYLVIE HUMBERT



BORNE D'ORIENTATION

À l'entrée du magasin et du SAV, les clients indiquent sur l'une des trois bornes tactiles la raison de leur venue. Le système les oriente ensuite vers le bon endroit et peut prioriser les demandes des clients handicapés ou des femmes enceintes.



FILE VIRTUELLE

Les clients du SAV sont mis virtuellement en file d'attente et n'ont pas besoin d'attendre sur place : ils sont avertis par un buzzer individuel qui vibre quand leur tour arrive.