



CEGID HR | PARIS
CONNECTIONS | 9 JUIN 2016

**LES RESSOURCES HUMAINES
FACE À LA TRANSFORMATION DIGITALE**

→ Résumé

La digitalisation est un phénomène visible en point de vente avec des impacts multiples sur le personnel en magasin. Elle est également un vecteur indispensable, au niveau du services RH de l'enseigne.

En effet, le digital devient également un support à privilégier dans le cadre des recrutements, de la mise en place d'un espace communautaire collaboratif ainsi que dans les domaines de la détection des potentiels internes ou bien encore de la mise en œuvre de E Learning.



Retail et impact de la digitalisation du point de vente

Avec la transformation digitale du point de vente, quels sont les impacts sur la gestion des ressources humaines ?

→ Intervenants



**Yann
LOYER**

Consultant Avant-vente

Cegid

Spécialiste métier sur le
domaine du retail



**Gilles
TRIGARI**

Directeur Alliances & Avant Vente

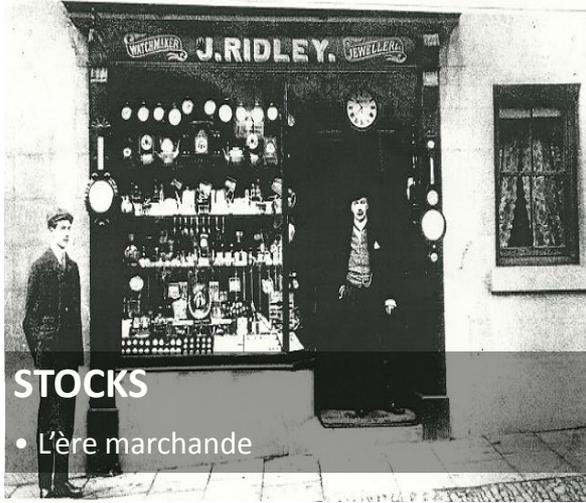
Cegid

Développement du Business avec l'Ecosystem
Direction de l'avant vente Entreprise



Les tendances du marché

→ La digitalisation du point de vente, c'est quoi ?



Evolution de la distribution

➔ Tendance : La communication

7 Milliards de
média dans le
monde 👍📱



→ Tendance : L'économie de partage

Un nouveau paradigme pour la gestion du dernier kilomètre?



Un marché prévisionnel évalué à **335B\$** pour l'économie de partage en 2025(PwC, 2015)

Une relation full digitalisée



11 milliards en 2015
26,7 milliards de dollars en 2019. (Source IDC)

→ Tendance : Les objets connectés

D'après GFK, **2 Milliards** d'objets connectés se vendront entre 2015 et 2020 en France

Les « Wearables » & le Retail

Des nouveaux usages pour vos
Consommateurs et vos **Vendeurs**.
Une démultiplication des points de
contact

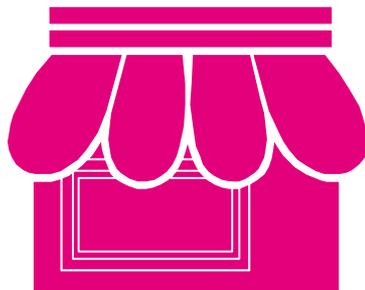


➔ Back to Basic

Dans cette profonde transformation, le magasin reste pour **73%** des consommateurs un lieu incontournable avant un acte d'achat.

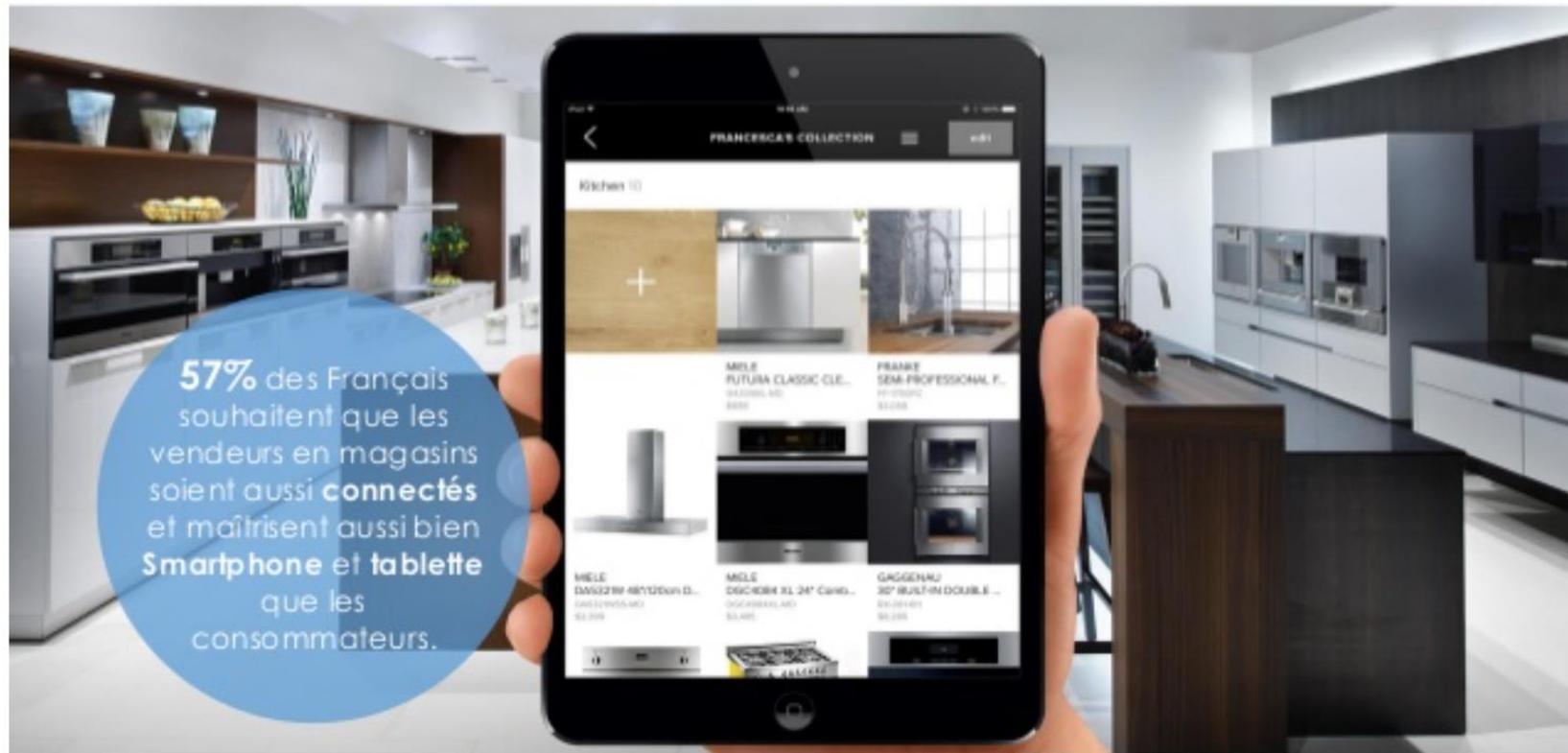
Le magasin **est loin d'être mort!** Il doit être repensé:

Accueil, relation
Expérience, émotion
Connexion, partage
Service, attention



« Le vendeur devient
l'acteur majeur de la
transformation digitale »

→ Un parcours d'achat connecté



→ Un axe clé : Le vendeur augmenté

LE VENDEUR AUGMENTÉ



Du latin *venditor augmentare*
/vɑ̃.dœʁ/ masculin¹, expression désignant :

Personne physique qui procède à une vente ou réalise un acte de vente à l'aide d'outils numériques résolument **connectés** permettant d'enrichir la relation interpersonnelle à l'aide de données croisées.

¹ définition issue du Dictionnaire Larousse

→ Où en êtes vous ?



Personnal
Shopper

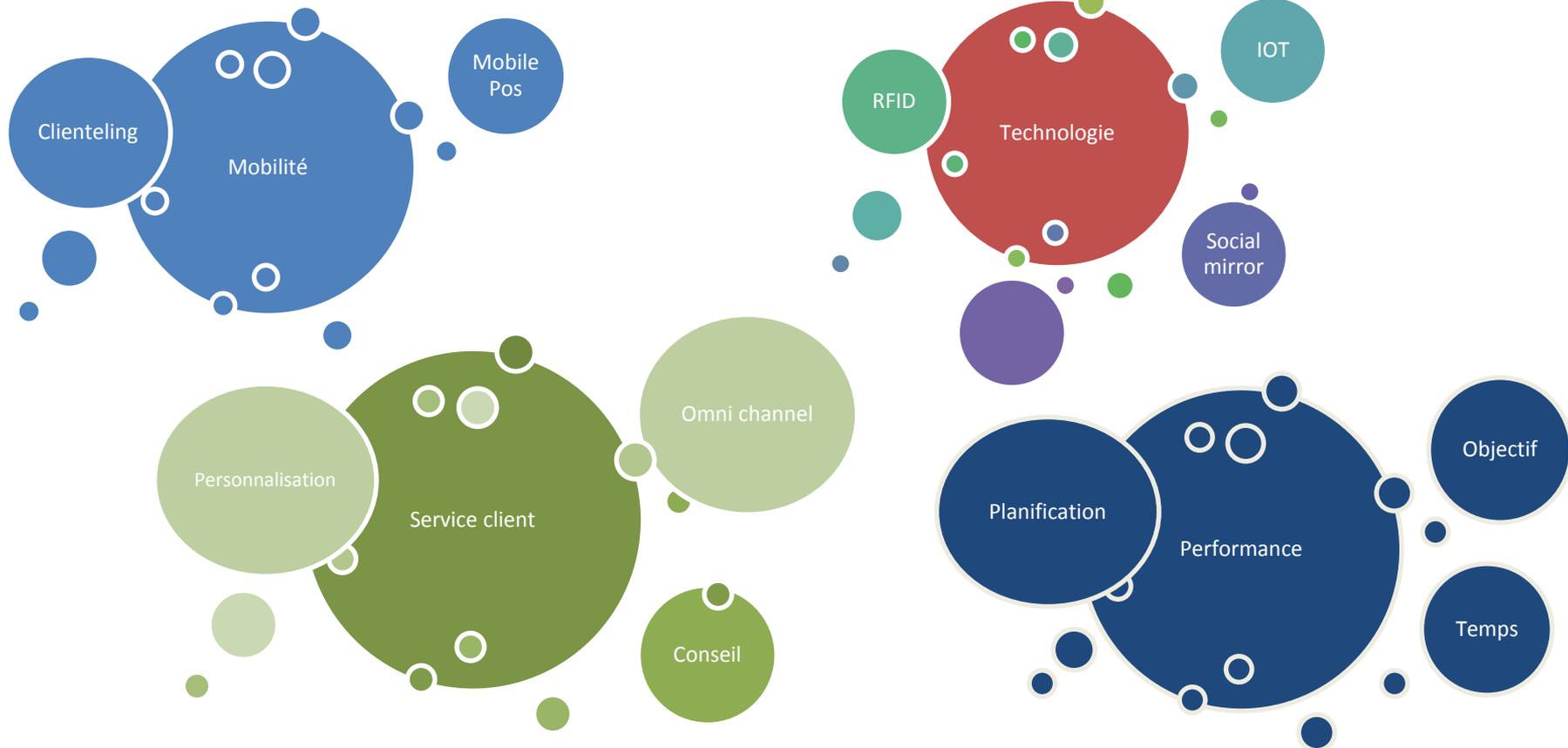
Coach

Connected
People

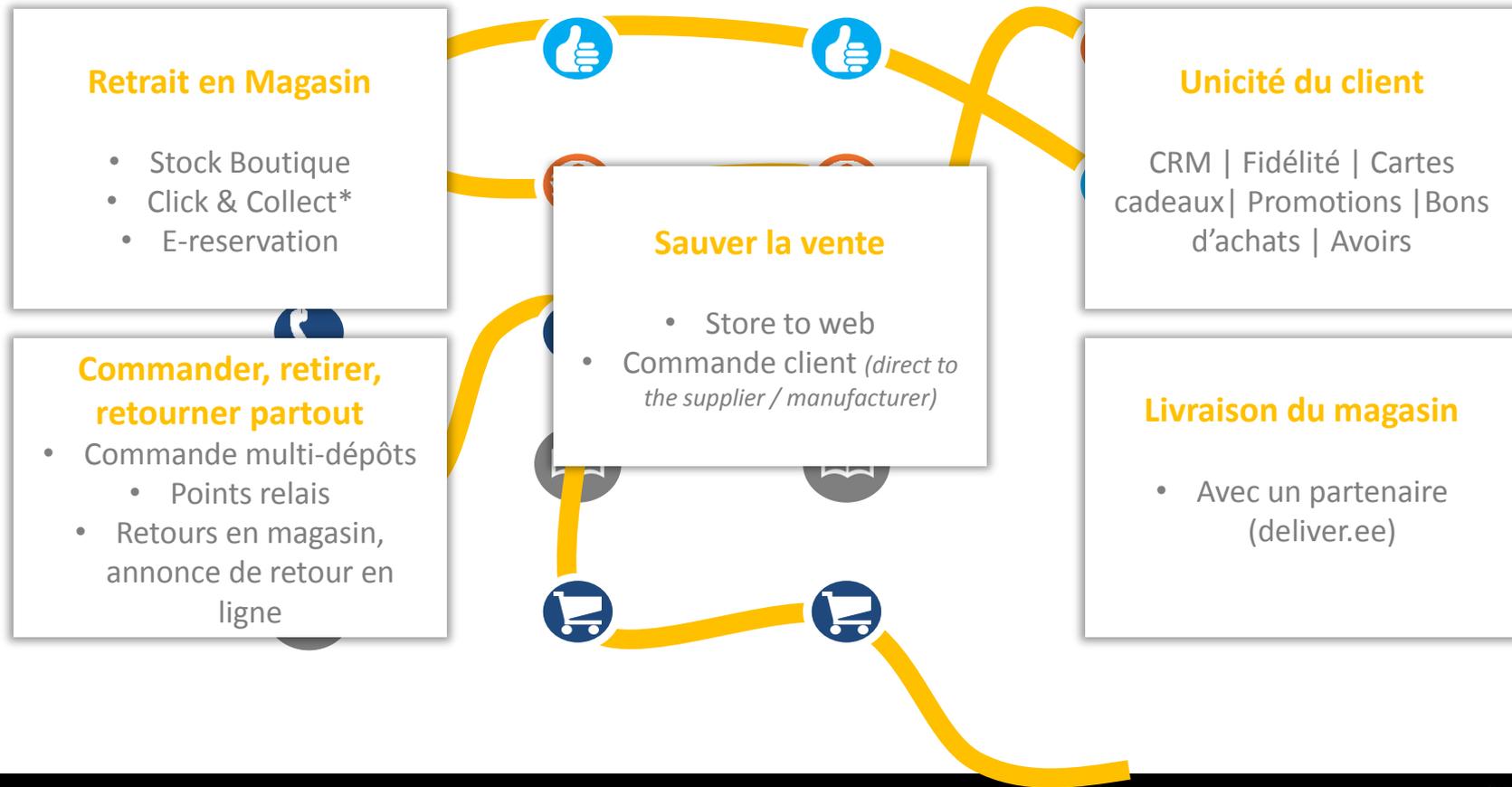


Les impacts de la digitalisation du point de vente

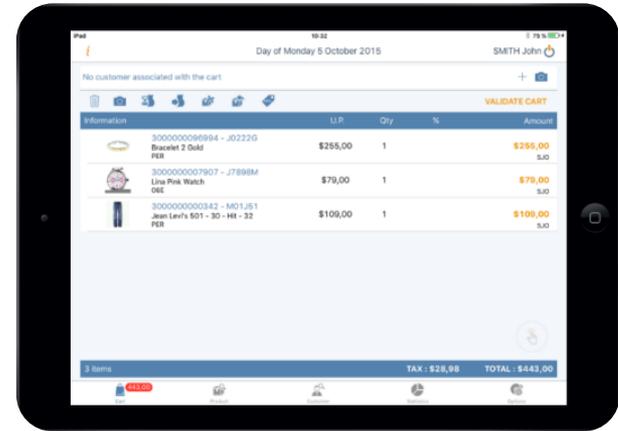
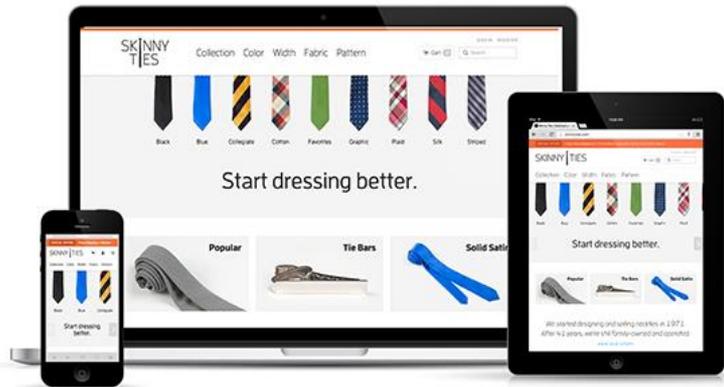
→ Impacts vendeur en magasin



→ Y2 Retail Une solution Omnichannel



➔ Y2 Retail Une solution mobile



→ Y2 Retail Une solution décisionnelle opérationnelle

heure Journée

jeu 08 sept

Fonction	Prénom	Nom	Contrat	Travail	09 00	10 00	11 00	12 00	13 00	14 00	15 00	16 00	17 00	18 00
< Sans >	Andréa	DUFOUR	0	04:00										
	François	LAUDET	0	09:00	09:00 - 18:00									
										14:00 - 18:00				

Assistant Re
Manager

Standards Avancés

Code Libellé
Créateur ADMIN Création à partir du 01/01/1900 Mise à jour à partir du 01/01/1900

Session initialisée
Session initialisée par délai
Session écartée par délai
Session validée

Filtres Présentations

Utilisateur	Code	Libellé	Initialisée	Validée	Date début (objectif)	Date fin (objectif)
ADMIN	VTE09	Objectifs de vente 2009			01/01/2009	12/31/2009
ADMIN	VTE2010	Objectifs de vente 2010			01/01/2010	12/31/2010
ADMIN	VTE2011	Objectifs de ventes 2011			01/01/2011	12/31/2011
ADMIN	VTE2012	Objectifs de ventes 2012			01/01/2012	12/31/2012
ADMIN	VTE2013	Objectifs de ventes 2013			01/01/2013	12/31/2013
ADMIN	VTE2015	Objectifs de vente 2015			01/01/2015	12/31/2015

Disponible et intégré

Etats standards
Tableaux croisés
Cubes

Retail dashboard 2015

Non comparable

Magasins Produits Géo Vendeur Clients Stocks Omnicanal

Rechercher

Top 20 CA 2015

Vendeur	CA 2015	Répartition	Rang 2015	CA 2014 au 2015	Evolution 2015/2014	Rang 2014	Rang 2015	Retours 2015	% Retours / CA
Stéphanie WELY	4 227	2.26%	1	966	+337.54%	67	-66	55	1.29%
Rachel KRE	4 095	2.19%	2	3 796	+7.88%	2	0	28	0.68%
Julia PERIS	4 003	2.14%	3	1 932	+107.16%	42	-39	108	2.62%
Lyn MUH	3 991	2.13%	4	2 872	+38.95%	10	-6	42	1.05%
Angel BEJULEZ	3 854	2.06%	5	3 878	-0.37%	1	4	4	0.10%
Laurence FERREIRE	3 765	2.01%	6			132	-126	44	1.17%
Nathalie LEBARRIER	3 681	1.97%	7	2 391	+53.92%	22	-15	54	1.44%
Martine TEVERNI	3 413	1.82%	8	1 751	+94.96%	48	-40	17	0.51%
LEA MICHEL	3 338	1.78%	9			134	-125	91	2.65%
Pauline LERAY	3 202	1.71%	10	2 128	+50.48%	33	-23	9	0.29%
Total	187 291	100.00%	160	164 438	+13.90%			2 903	1.53%

Plus de critères

Mise à jour 12/04/2016 15:17:12

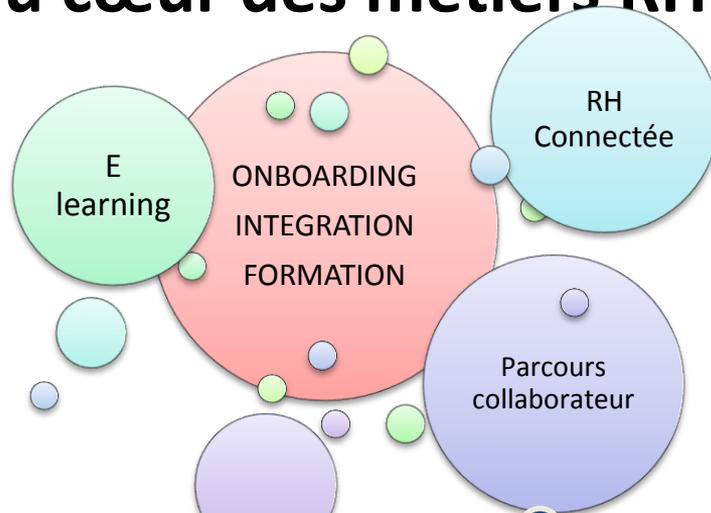
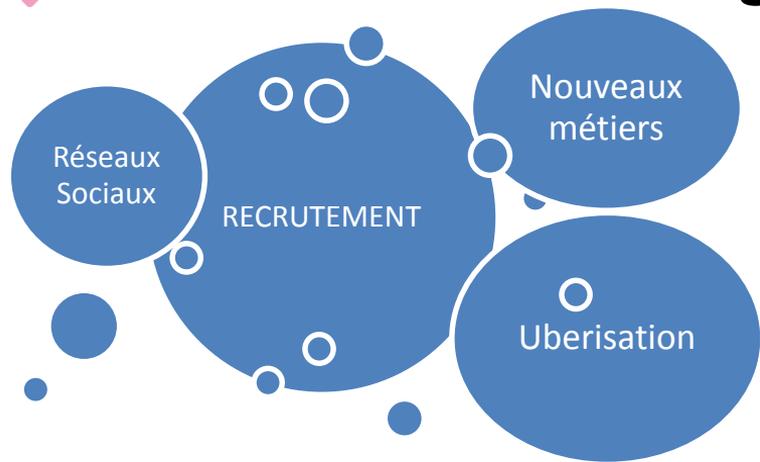
Digitalisation de la RH

Evolution des usages

Pour les générations Y *Digital Native*
la relation avec l'entreprise est:
Connectée
Digitale

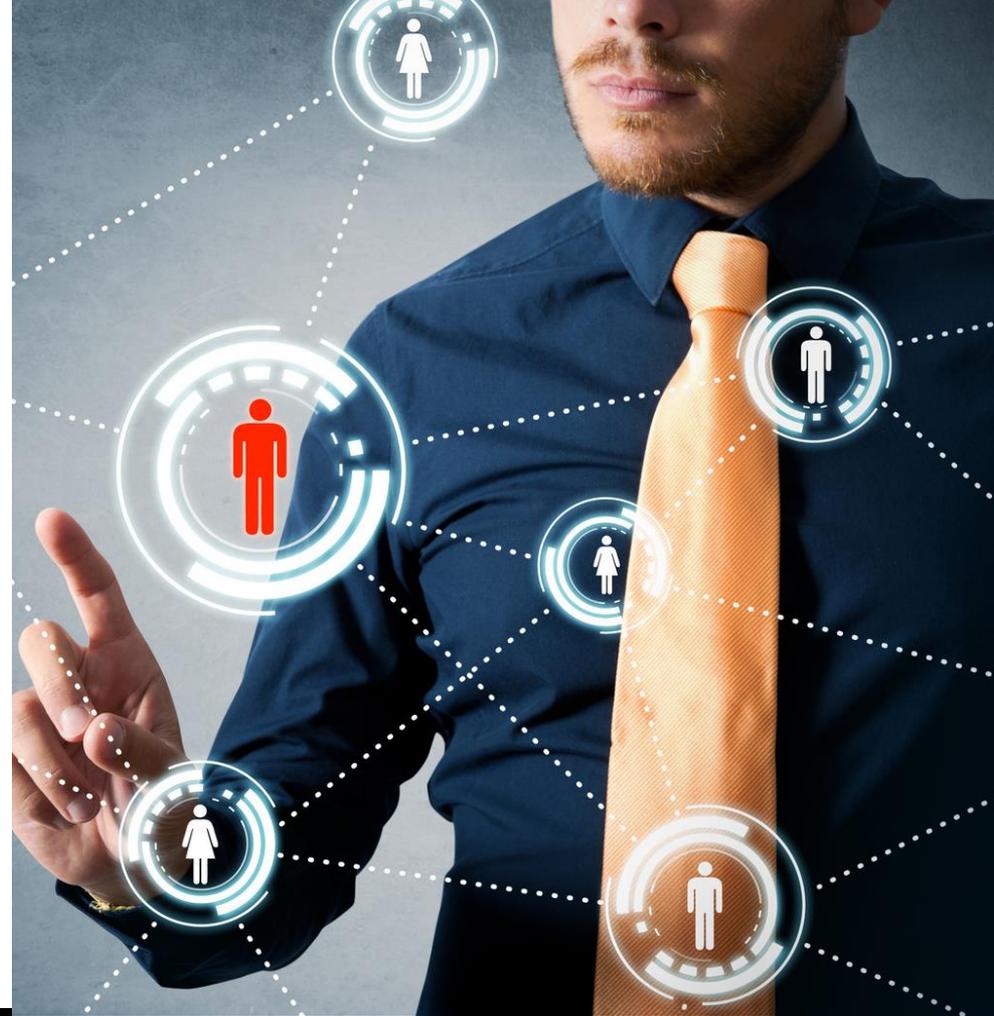
Des usages personnels et
professionnels identiques

→ La transformation digitale au cœur des métiers RH





Le recrutement est le
métier RH le plus
impacté par
l'émergence du
numérique.



→ Des nouveaux métiers et des profils génération Y et ... Z

Enjeux: trouver les bonnes compétences



- Data Analyst
- Chief Data Officer
- Web Marketer
- Designer Digital
- ...
- Vendeur Digital

→ La connection digitale avec le candidat



- Espace Dédié Candidats
 - Prise de RDV en Ligne
 - Chat en ligne
 - ...
- Workflow efficace de recrutement
- Candidature & Tests en Ligne
- Réseaux Sociaux

→ Les technologies digitales au service du recrutement



- Entretiens Vidéos (ex: Skype)
- Enregistrements d'entretiens digitaux
- Entretiens multi-participants, multi sites

→ Démultiplication des Réseaux de Recrutement



- Connections avec les multi-diffuseurs d'offres en ligne (Smartpost, Multiposting...)
- Réseaux Sociaux professionnels et personnels
- Followers personnels ou professionnels
- Recrutement International

→ Des viviers structurés de candidats



- Matrice de configuration de postes
- Partage de Vivier
- Communication digitale sur la marque et ses opportunités

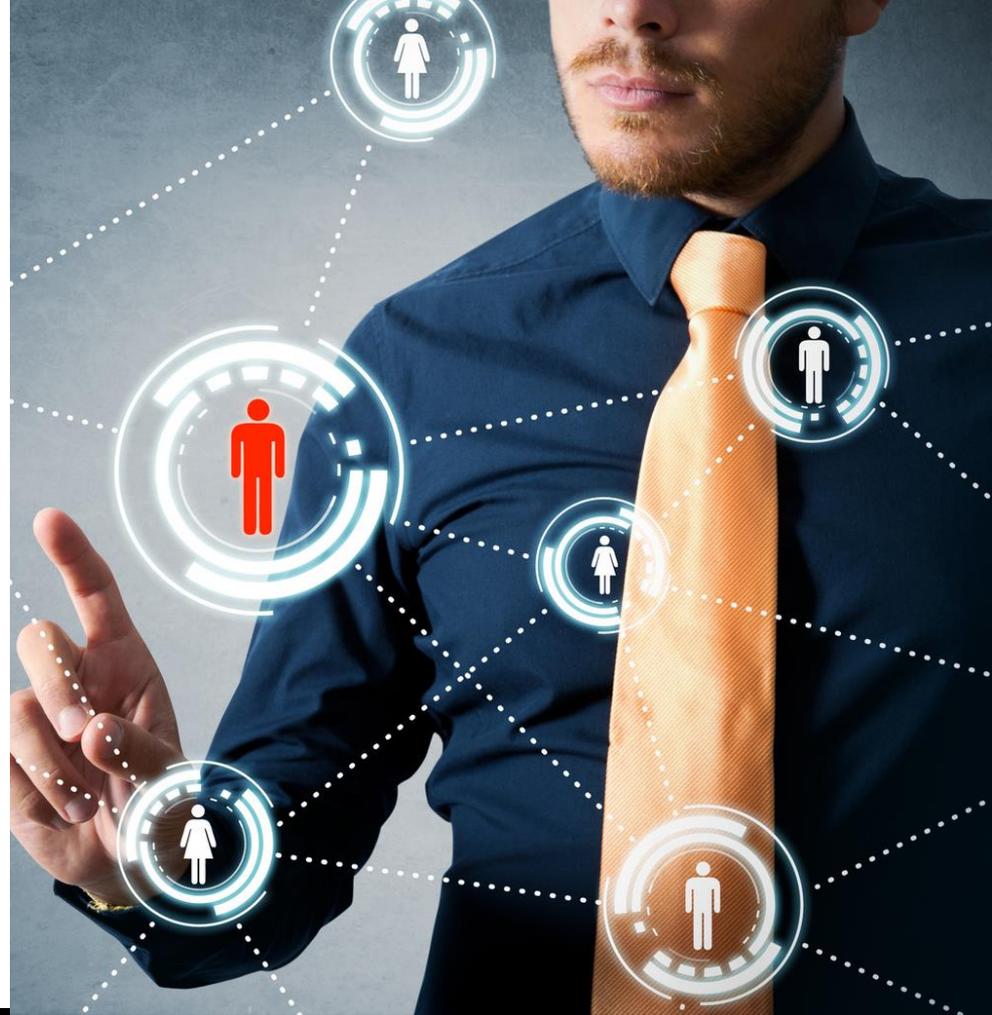
→ Quelques particularités du recrutement en point de vente

- Volatilité des candidats - Turn Over
- Gestion RH complète sur TPV Ecran Tactile
 - Recrutement Local en Point de Vente
 - Consultation des candidats
 - Eap
 - ...
- Lien avec le siège indispensable (Workflow d'embauche, vivier, candidats...)
- Dématérialisation totale



ONBOARDING

Quelques clés pour
réussir une intégration
digitale



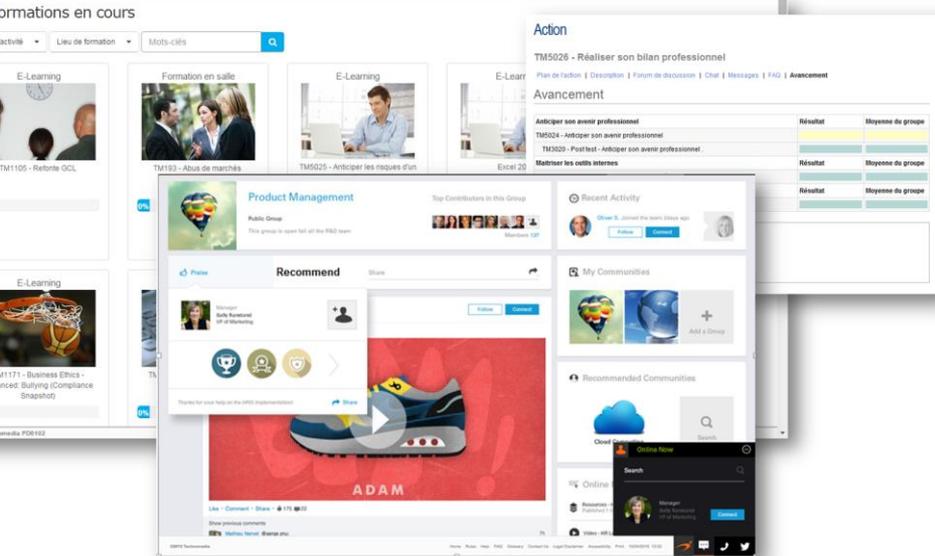
→ Une relation RH digitale avec le salarié



- Simplification et automatisations de toutes les démarches administratives
- Dématérialisation de tous les documents.
Coffre Fort

→ Une relation RH digitale avec le salarié

Vers une relation connectée



- Espace portail Salarié
- Crm Everywhere (Ndf, Congés, mobilité; déplacements...)
- Accès EAP, parcours professionnel, objectifs...
- CHAT RH, messagerie instantanée
- Gestion de communautés

➔ Vers des formations online



- Plateformes administratives et logistiques
- Publication de catalogues
- Mise en place d'outils digitaux (chat, forum...) avec les services formations ou formateurs

→ Particularités Onboarding en point de vente

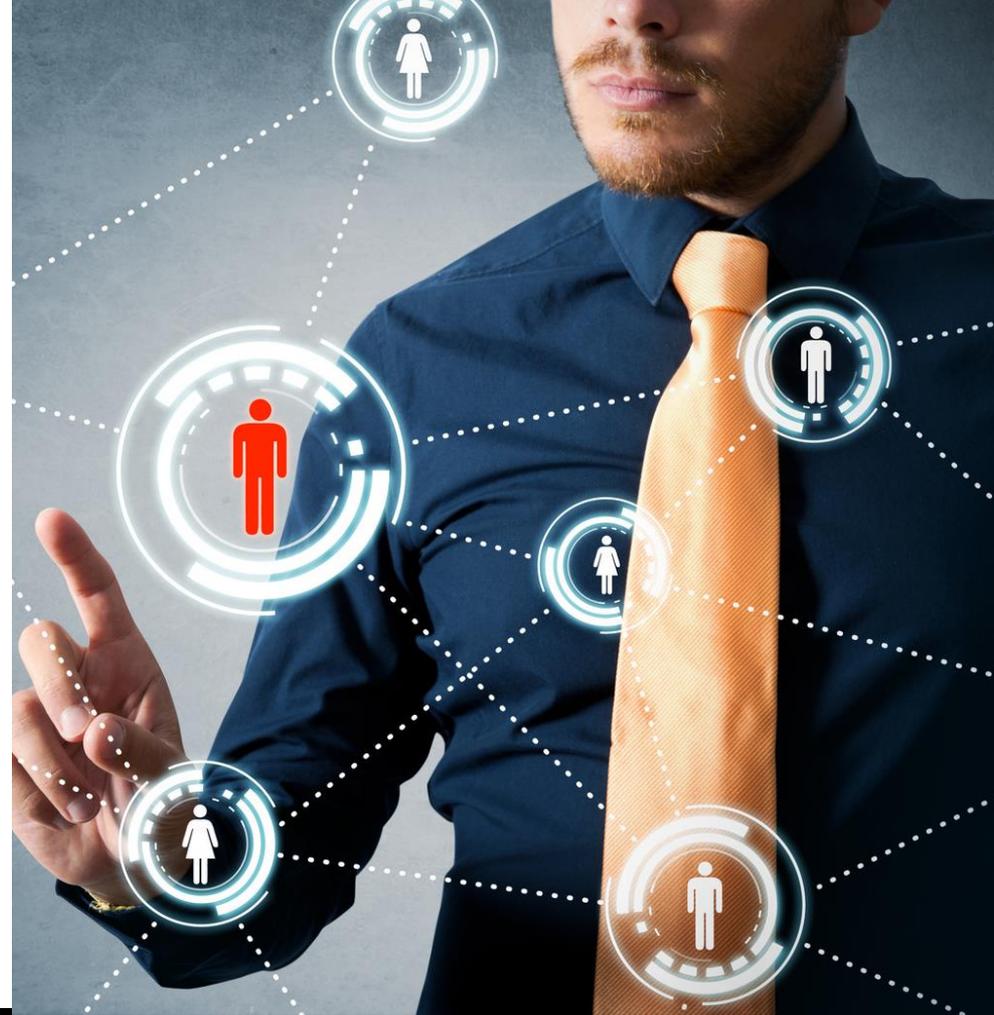
- Workflow de formation
- Formation de tous les utilisateurs en elearning
- MOOC*: parcours de formation ouverts pour se former à distance
- COOC (externe).
- Utilisation de vidéos de démonstration
- Accès à l'ensemble du dossier salarié et à l'ensemble des process Rh à distance

**Massive Open Online Course*



Définir, mesurer et
récompenser la
performance

Identifier les talents et
les conserver



→ Gestion de la performance



- Définition des indicateurs de mesure de performance
- Des critères spécifiques à chaque métier et fonction
- Evaluation pointue
- Identification des potentiels
- Gestion des incentives, rémunération, intéressements....

→ Quelques particularités en point de vente

- Objectifs locaux en magasin
- Objectifs journaliers
 - chiffres affaires, qualité de la donnée client,
 - Panier moyen
 - Mesure de satisfaction client
 - Mesure du cross selling - upselling
 - ...



La mobilité et évolution dans l'entreprise



→ Evolution et mobilité : leviers contre la volatilité

Enjeux: garder les potentiels en les faisant évoluer



- Programme de mobilité dynamique
- Basé sur les performances, potentiels, compétences, formations...
- Mobilité de poste ou géographique
- Cœur des systèmes RH



https://www.mcdonalds.fr/faq/emploi



FAQ - L'



Partager le navigateur WebEx ▾

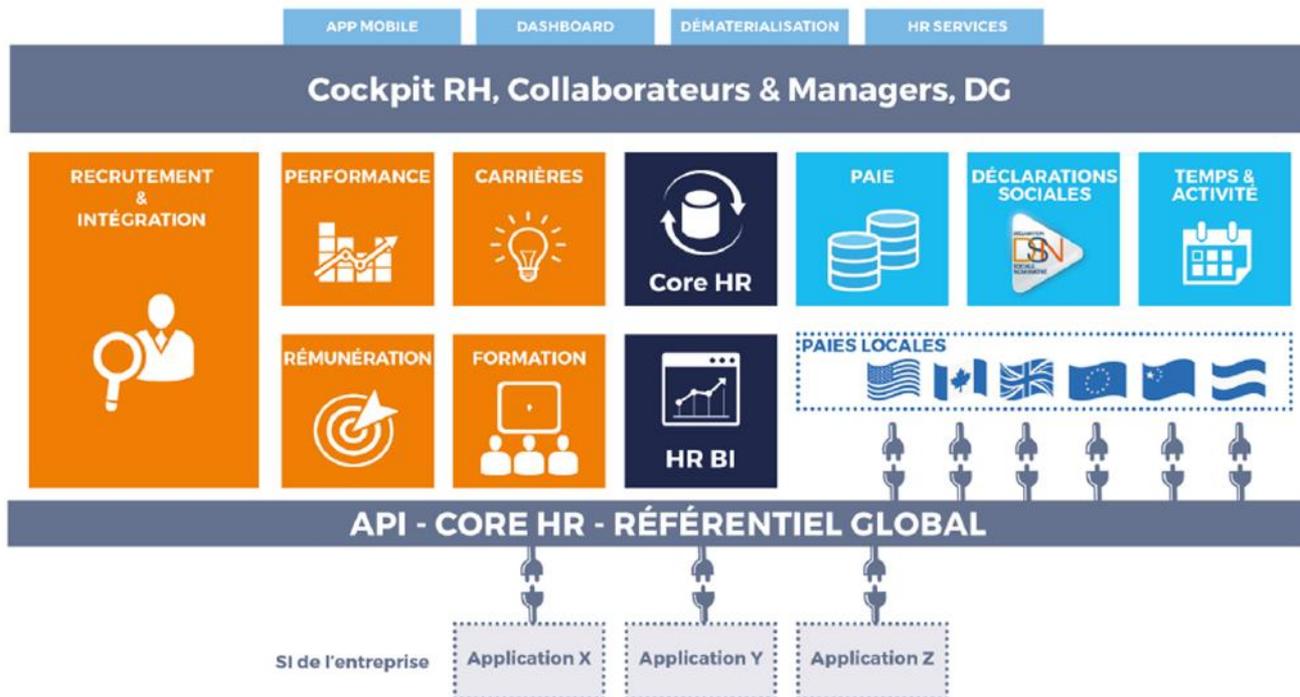
Quel est le profil idéal pour devenir Équipier chez McDonald's ?

Étudiants, jeunes à la recherche d'un premier emploi, mères et pères de famille, seniors, tous les profils sont chez McDonald's. Chaque équipier a ses raisons de rechercher un emploi à temps partiel. Mais tous ont envie de concilier au mieux leur vie personnelle et leur vie professionnelle. Et chez McDonald's, ce choix n'empêche en rien l'évolution de carrière. Près de 72% des directeurs/directrices de restaurant ont commencé leur carrière comme équipier*. Normal, quand il s'agit d'avancer chez McDonald's, seules les compétences comptent.

** Etude réalisée par l'institut de sondage Synovate-Groupe IPSOS-2012.*



→ Une réponse globale, internationale en SaaS







A retenir

- Malgré l'évolution des différents acteurs liés au commerce, de la technologie, de la mobilité, de l'interactivité. Malgré la suppression des contraintes physiques, la numérisation des acteurs, des supports et des produits, le magasin reste le fer de lance de l'enseigne, il est un composant essentiel du parcours d'achat. Le vendeur est au cœur du débat, avec des attentes fortes des clients.

De nouveaux profils magasin mais aussi centraux apparaissent. Ces nouveaux profils imposent une nouvelle approche RH qui se doit, à son tour, d'être digitale

- Pour les générations Y Digital Native, la relation avec l'entreprise est connectée et digitale. Les usages personnels et professionnels se confondent.

Les axes à privilégier sont :

Un recrutement s'appuyant sur les réseaux sociaux et via des processus de sélections en ligne

Du Onboarding permettant de créer un environnement propice au développement des compétences

Définir des KPI pour détecter et conserver les talents

Pour lutter contre la volatilité du personnel, mettre en avant des perspectives d'évolution et mobilité

de



Pour aller plus loin

<http://www.stores-and-stories.fr/dossiers/2016-lexperience-client-revolution>

<https://www.mcdonalds.fr/emploi/travailler-mcdonald-s>

<http://www.connected-store.com/vendeur-augmente-aujourd'hui-qui-peux-se-permettre-de-dire-non-a-un-client-catherine-barba-11379>

<http://www.fevad.com/etudes-et-chiffres/enquete-fevad-lsa-sur-l-avenir-du-e-commerce-vu-par-les-dirigeants-des-principaux-sites-de-e-commerce#topContent>