

AVEC SON ÉCOSYSTÈME PHYGITAL

## Rexel dévoile "l'agence du futur"

À l'occasion de son salon biennal Rexel Expo qui s'est tenu à Paris du 14 au 18 octobre, le distributeur a présenté toutes ses « transformations en cours » pour « faciliter le quotidien physique et digital » des clients.

Lors de l'édition 2017, Rexel levait le voile sur une évolution de son concept d'agence axé sur le comptoir et la libre circulation accompagnée. À l'époque, Christian Roche (alors directeur marketing clients et désormais directeur marketing de l'offre Energieasy) évoquait un dispositif destiné à « créer une meilleure interaction client-vendeur ». Cette logique, le co-leader du marché l'a poussée encore plus loin sur Rexel Expo 2019, un rendez-vous placé sous le signe du digital et des services.

À travers ses différents stands (Habitat, Industrie, Tertiaire, EnR, Câblage...), le distributeur a voulu « montrer à la filière toutes ses transformations pour faciliter encore plus le métier de nos clients, quel que soit le point de contact : l'agence physique, l'e-shop ou le rendez-vous avec un commercial sur le chantier », confie Dominique Valencia, directeur du marketing opérationnel de Rexel France. Au cœur de ce dispositif,



À Rexel Expo Paris, le groupe a valorisé ses 5 « expériences clients » destinées à « simplifier le quotidien ». Durant les 5 jours du salon, les visiteurs ont pu noter leurs appréciations sur l'appli Rexel. Ce retour permettra de prioriser l'ordre de déploiement des 5 solutions sur le terrain.

le slogan « Simplifiez votre quotidien dans nos agences de proximité » a fait écho au fil rouge du salon.

### Tunnel digital

Selon Dominique Valencia, cette édition nationale du salon était l'occasion de présenter l'ensemble des services digitaux qui permettent aux grands comptes, mais aussi aux TPE-PME artisanales de « se créer leur propre

écosystème web personnalisé... en quelques clics ». Avec trois thèmes majeurs centrés sur la proximité, le mode projets – à l'image du nouveau configurateur de câblage Volt@ – et les spécialités métiers.

« Qu'il s'agisse, par exemple, de programmation pour l'éclairage, ou d'implémenter de l'intelligence dans les systèmes de pilotage de l'énergie, il y a une dilution de plus en plus prégnante de ces spécia-

lités entre les segments du résidentiel, de l'industrie et du tertiaire où l'on trouve des TPE de moins de dix salariés hyper-spécialisées sur ces marchés », constate le manager.

D'ailleurs, près de 40 % du chiffre d'affaires réalisés en tertiaire seraient générés sur cette typologie de clients, estime-t-on chez Rexel. C'est dans cet esprit qu'a évolué Esabora : la suite logicielle dédiée aux installateurs et que

le groupe fait monter en puissance depuis plus de quatre ans. Aujourd'hui, « entre 10 000 et 12 000 contrats utilisateurs » auraient été signés. Cet « écosystème » hébergé sur le cloud permet aux entreprises de « bénéficier d'un dispositif complet » : notamment, études (plans 3D, BIM) et gestion de chantiers, tarifs personnalisés ou encore suivi des achats en ligne. ● S. Vigliandi

## Les 5 expériences Rexel & "l'agence du futur"



### Gondoles connectées

Grâce à des puces électroniques embarquées sur les packagings (liaisons radio et wifi), le dispositif permet au client d'interagir via le smartphone ou avec un écran LCD placé au-dessus du rayon. Il visualise plus facilement les informations techniques des produits et affiche les conditions tarifaires de chaque client. « Une aide au choix facilitée et un gain de temps pour l'installateur », selon Denis Lalande, chef des ventes Rexel Ile-de-France.

### Réalité augmentée

En linéaire, chaque référence dispose de son codes-barres. Via l'appli Rexel, le client visualise toutes les informations produits, mais aussi son statut personnel : tarifs, cumul de points fidélité, etc. Le tout sur un écran LCD et sur smartphone. « Cette solution trouve notamment un intérêt lorsque tous les emballages sont plus ou moins identiques et que les éléments techniques inscrits sur le packaging ne sont pas très lisibles », confie Anthony Auvray, chargé de développement en solutions digitales pour le Nord-Ouest de la région parisienne.



### LS et signature électronique

Si courant 2017 PUM Plastiques a déployé la fonction « Comptoir Flash » sur son appli marchande, Rexel revendique « aller encore plus loin » que le « simple » dispositif coupe-file. Le client fait ses achats « en toute autonomie » et règle par CB ou vial paiement en compte. Intérêt ? La signature électronique du bon de livraison (BL) qui figure dans l'appli Rexel. En agence, il y aura « des contrôles aléatoires » de ces « e-BL ».

### Casiers connectés

Comme d'autres enseignes BtoB, le groupe va déployer son dispositif de retrait des commandes 24 h/24 dans le but de « capter le transfert des commandes vers le digital ». Son projet click & collect et les casiers connectés sont en test à l'agence de Paris-Nation.



### Reconnaissance numérique des articles

Après la Chine, le Royaume-Uni et l'Inde, la France lance un débat sur la reconnaissance faciale avec l'appli gouvernementale Alicem. De son côté, Rexel expérimente la reconnaissance des produits en les photographiant avec un smartphone. En un clic, son appli fournit toutes les informations techniques sur le produit, mais aussi les données personnelles du client (tarifs, cumul de points fidélité, suivi de commandes, etc.).