

The background is a solid blue color. It features several abstract shapes: a vertical white bar in the top left, a large black hand-like shape in the top right, a pink leaf-like shape on the left, a large black oval in the center, a light green leaf-like shape on the bottom left, a light green teardrop shape on the bottom right, and a cluster of pink dots in the bottom left corner.

SAINT MACLOU NATION

Tout Saint Maclou dans 150M²

Sur la place de la Nation, SAINT MACLOU a ouvert son premier concept de **magasin hyper-urbain connecté**. L'objectif est simple : proposer sur 150M² toute l'offre de produits et de services qui s'exprime habituellement dans des surfaces de 1500 à 2000M²

Pour cela, **Saint Maclou a innové**, pour complètement **repenser son modèle**.

Fiche signalétique :

150
Mètres carrés

6000
Échantillons
interactifs RFID

1
Table de style
tactile RFID

4
Personnes

4
Écrans
Scan RFID

2
Écrans tendance
inspiration



Un magasin show-room sans stock :

Tous les achats des clients (possibles sur 20 000 références), sont en **retrait en magasin ou livrés à domicile sous quelques jours.**



Capitaliser sur la proposition de solutions et non uniquement sur la vente de produits :

- **Partir du projet de Beau** du client pour l'accompagner et le conseiller au mieux
- **Développer et communiquer** nos services (conseil déco, sur-mesure, personnalisation, prise de cotes au domicile, pose, etc.)
- **Expliquer aux clients** son intérêt à faire réaliser son chantier par Saint-Maclou : poseurs salariés formés, interlocuteur unique, résultat garanti....



Faciliter l'accès à toute l'offre de Saint Maclou :

- Aucun produit en **dimensions réelles**,
- Un **très grand nombre d'échantillons** (6 000) peu consommateurs de surface
- **Une grande variété de produits**, coloris, matières, styles, présentés



Un usage du digital raisonné et utile pour faciliter la projection du client dans son projet.

- Les échantillons **physiques intègrent tous la technologie RFID** pour permettre **l'interaction** entre les clients et les produits
- En s'appuyant sur les outils web, les échantillons permettent l'accès à une **information enrichie**.



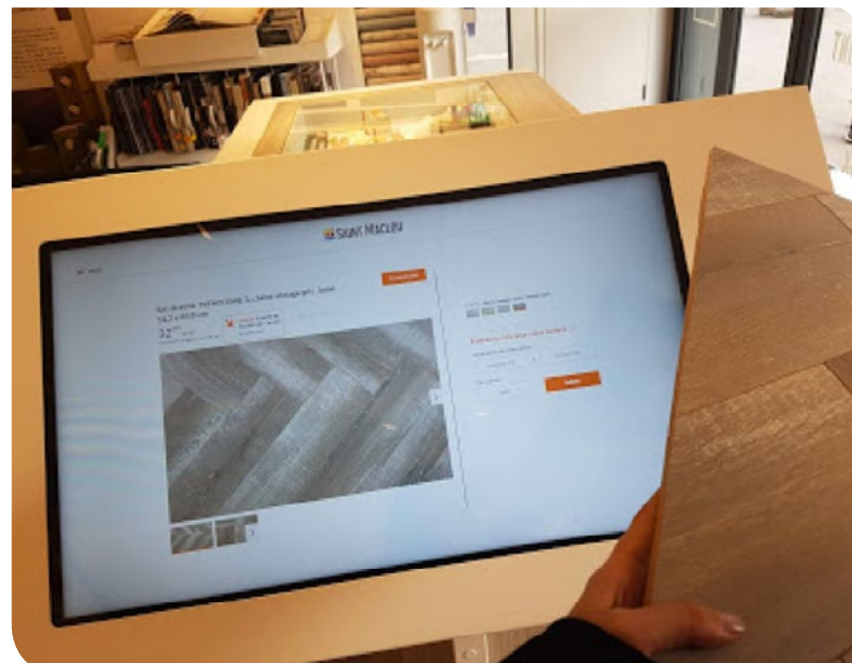
Au rayon tapis, avec un échantillon entre les mains, le client accède via un écran aux déclinaisons de tailles, aux tarifs, au motif du tapis dans son entièreté alors que les échantillons sont présentés sur un format de 30cm x 30cm



La « Table de style » permet d'associer des couleurs et des matières afin de se projeter et ainsi faire son choix plus facilement. Il intègre également la recommandation stylistique de Saint Maclou via des menus cachés accessibles aux vendeurs. Une fois le projet abouti, le client peut sauvegarder ses vues et les envoyer sur l'adresse mail de son choix.



En scannant l'échantillon, le client accède à la fiche produit, à des photos du produit mis en situation. Il peut également simuler le prix en fonction de sa surface.



La conception des outils digitaux s'est faite en partant de l'observation des principaux points de frustration des clients :

Verbatim :

- Je peux voir des ambiances sur mon écran d'ordinateur à la maison mais avec la frustration de ne pas pouvoir avoir le produit en main
- Je peux toucher les produits en magasins mais je n'ai pas accès à l'information enrichie et aux mises en situation.
- Je suis frustré de ne pas pouvoir me représenter le résultat de la combinaison de plusieurs produits que j'ai sélectionnés.

L'ergonomie et l'intégration dans le parcours d'achat et de vente s'est fait avec les équipes du magasin, associées à la conception des outils dès le début du projet.

Capitaliser sur une relation de qualité entre le vendeur et le client

- Un **parcours très assisté** lié au type d'achat projet de nos clients
- Passer d'une posture de "vendeur de produits" à une posture de **"conseiller projet Déco"**
- Revendiquer la relation via un **interlocuteur unique garant du résultat**



Des conseillers de vente disponibles en magasin qui peuvent même se déplacer chez certains clients pour les aider dans leurs choix (prise de RDV en ligne)

CONCLUSION

- Un changement radical de culture et de business model
- Une fédération de toute l'Entreprise autour d'un projet commun
- Un travail de merchandising autour de la systématisation des échantillons interactifs
- La digitalisation utilisée de manière raisonnée et orientée clients

UN CONCEPT QUI PERFORME

RÉSULTAT ÉCONOMIQUE

CA +50% depuis la réouverture du magasin (17/5/2018)

RÉSULTAT QUALITATIF

Gain score NPS de plus de 50 points

NOTRE **RÉCOMPENSE** POUR AVOIR **OSÉ INNOVER**

RÉFÉRENCES

Vidéo de présentation :

https://www.blogger.com/video.g?token=AD6v5dylv-f_0oDXdKDAK4qX9nPxe7XLR2_czaXRmxMWtRNsAzBV5dlaJ0mTXu8pao_RyD1wkia2D3slV3LtmHz_cHDLhLrVSzm2GYII1K697QjjeHXoj-Tgb1eWnN0qSzi1bcVNlfvc

Références presse :

http://leblogdiamart.blogspot.com/2019/03/saint-maclou-nation-decryptage-du_25.html

<https://www.source-a-id.com/id/tendances-comprendre/16275-saint-maclou-devoile-son-tout-nouveau-concept-store>

<https://www.lemoniteur.fr/article/saint-maclou-revendique-la-reussite-de-son-nouveau-concept-de-showroom.2015124>

<https://www.lsa-conso.fr/saint-maclou-veut-refaire-toute-la-maison,307331>

<https://www.maison.com/decoration/marques/saint-maclou-espace-voue-deco-9480/>

<https://www.usine-digitale.fr/article/comment-taktus-veut-reinventer-l-achat-en-magasin-avec-une-experience->

<https://presse-cie.com/wp-content/uploads/2018/07/20180705-Communiqu%C3%A9-presse-Taktus-Saint-Maclou-1.pdf>

<https://byfrenchies.com/saint-maclou-new-look/>

<https://www.journaldutextile.com/saint-maclou-passe-au-merchandising-3-0>