



MONEXT

Quelles transformations ?

Pour **Monext**, la révolution au sein de points de vente se tramait depuis longtemps : le contexte sanitaire n'a fait qu'accélérer la réflexion des enseignes sur les questions de digitalisation, de la connaissance clients et du mobile. Plus qu'un choix stratégique, c'est devenu une obligation pour réinventer la relation avec le consommateur et tenter de le ré-enchanter durablement". Pour cela, le spécialiste du paiement a identifié quelques tendances solides, à court terme, sur lesquelles les commerçants peuvent s'appuyer.

Améliorer la relation clients avec un conseil personnalisé on et off-line avec :

- les outils de clienteling afin d'accompagner le vendeur dans son acte de vente personnalisé. **Monext** propose, ainsi, d'améliorer la connaissance client à travers l'agrégation et l'analyse des données de paiement ;
- répondre à l'exigence d'immédiateté et simplifier la vie des clients

en s'adaptant à leurs besoins, contraintes : acheter immédiatement un article sur le stock web, adapter les modes de livraison, mixer les paniers (achats en magasin et compléments en ligne ou l'inverse)... **Monext** gère, dans tous ces cas de figure, les déclencheurs du débit client, la réconciliation simple, afin de répondre en temps réel aux diverses exigences ;

- la personnalisation des parcours et les recommandations sur mesure. Adossé à la solution **Dotaki**, **Monext** permet, désormais, aux commerçants, de profiler leurs acheteurs et personnaliser le check-out en fonction des profils, de leur besoin de réassurance, ou encore de leur aversion au risque.

La multiplication des contacts à travers l'optimisation de démarches multicanales :

- e-réservation, web in store, drive... "Toutes ces formules associent la réactivité du numérique et le maintien du lien social", souligne **Monext**

qui aligne le paiement aux parcours afin de ne pas freiner les achats débit à l'expédition ou réception de commande, permettre au client de ne pas ressortir sa carte pour effectuer un achat complémentaire en boutique...

- La disparition de l'irritant "attente". **Monext** propose des solutions pour effectuer le paiement au bon moment du self-check out. Avec **Minut'Pass**, une solution de virtualisation de la file d'attente ou de la prise de RDV, full-web, en marque blanche et embarquant le paiement, **Monext s'attaque aux irritants les plus forts de l'expérience clients**. Le paiement est également embarqué dans la conversation via la solution de paiement en ligne de **Monext**, intégrée dans la solution de commerce conversationnel **Webotit**.

Intégrer et simplifier l'acte de paiement dans l'unification des parcours est un enjeu important, "mais pas le seul. Il ne représente qu'une pièce du puzzle omnicanal", estime **Monext**. C'est la raison pour laquelle l'entreprise a décidé de constituer un écosystème de partenaires, experts voire disruptifs, complémentaires dans leur positionnement au sein de la chaîne de valeur du commerce unifié. De quoi adresser plus facilement des solutions clé en mains répondant aux enjeux majeurs d'un commerce en transformation.



KEYNEOSOFT
Rentrée digitale

Pour cette rentrée, **Keyneosoft** lance 3 nouvelles offres digitales complètement packagées et facilement intégrables sur le web ou en magasin afin de rassurer les clients ou les collaborateurs dans leurs achats. Le click & collect magasin est une offre dédiée à ceux qui souhaitent proposer un nouveau canal de vente entièrement digital sur leurs offres et stocks magasin. Elle comprend un site marchand dédié présentant l'offre et les stocks du magasin, et tout le back-office de gestion du catalogue et des stocks, de préparation de commande et de gestion du retrait. Le self scan et paiement mobile permettent d'accélérer le passage en caisse et rendre le client le plus autonome possible dans ses achats et son paiement. La solution comprend une application mobile IOS et Android de self scan et paiement mobile et son back-office d'administration (catalogue produits, promotions et push, suivi de l'activité). **Keyneosoft** développe et teste actuellement deux solutions avec des détaillants dans la mode ou le bricolage. La prise de rendez-vous avant visite en magasin (depuis le site web ou l'application de l'ensemble), avec un conseiller ; et la file d'attente virtuelle en magasin qui permet aux clients de rentrer dans une file (points conseil, SAV, carte maison, stands...) via une application "welcomer" ou vendeur, une borne ou tablette en magasin ou une application client. Elle peut être couplée d'une application vendeur de personnalisation de produits, tel que déployée actuellement chez **Devred**.

