




Entrez votre recherche

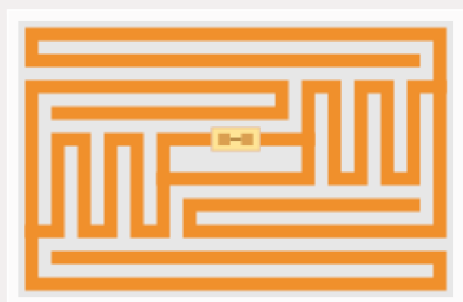
[Home](#) / [Modélisations pratiques \(technologies ou comportements\)](#) / Application de la RFID dans la grande distribution

Application de la RFID dans la grande distribution

7 juin 2014 | Par [Anabelle Milien](#)

 [Laisser un commentaire](#)

Apparue dans les années 1970, la radio fréquence, aussi appelée RFID (Radio Frequency Identification), permet de collecter des données à distance, sans contact nécessaire. Ce procédé nécessite une puce électronique et un lecteur. Le lecteur va envoyer l'énergie nécessaire à cette puce lorsqu'elle passe à proximité de celui-ci, pour qu'elle lui délivre ses informations. En effet, ces puces, de quelques millimètres seulement, contiennent des données personnelles. Si ce système a l'air barbare, nous le retrouvons pourtant dans notre quotidien, aussi bien dans des cadres industriels que grand public (pass métro, télépéage, passeport, animaux domestiques, etc).



La RFID est éthiquement discutable selon beaucoup de personnes. La puce se nourrit d'informations sur son utilisateur, allant jusqu'à tracer son parcours. Ces données, stockées dans de géantes bases, peuvent être utilisées à l'infini par les marketeurs. Mais malgré ces possibilités prometteuses, des consommateurs méfiants et un vide juridique relatif freinent l'utilisation de ces données. Les possesseurs de ces données ne savent pas toujours comment les utiliser à bon



escent. Or, cette data représente une mine d'or pour les entreprises. Pourquoi et comment utiliser cette nouvelle technologie dans le secteur de la grande distribution ?

Améliorer la logistique des produits vers et au sein du point de vente, pour une meilleure gestion des approvisionnements et ainsi le développement des ventes du magasin.

1) **Tracer les produits dès les premières étapes de fabrication, et tout au long de la Supply Chain.** Pour ne pas reproduire de crise semblable à celle de la viande de cheval par exemple, la traçabilité des produits, dès la naissance des animaux pour l'agroalimentaire, ou dès le début de la fabrication des objets, permet de délivrer une information précise sur l'origine des aliments et achats. Apposées sur des objets de valeurs ou de petites tailles, les puces RFID permettent de suivre chaque unité de manière précise, et d'éviter les pertes ou vols.

2) **Faciliter le système de gestion du point de vente.** Les puces RFID, apposées sur les produits, comme chez American Apparel par exemple, permettent de suivre les stocks en temps réel et de se réapprovisionner rapidement. Ainsi, la chaîne logistique est clairement améliorée, et l'enseigne peut répondre aux attentes des consommateurs dans les meilleurs délais.



3) **Aider à l'inventaire des produits en magasin.** Les inventaires sont souvent des étapes longues et fastidieuses, et pourtant nécessaires à la bonne gestion du magasin. Dans la grande distribution par exemple, où les références sont extrêmement nombreuses, les puces RFID permettent de seconder les employés dans cette démarche. Fini le comptage à l'unité des produits, un simple scan d'étiquette permet de faire ce travail et d'éviter les erreurs.

Se mettre au service du consommateur final, augmenter la satisfaction client en répondant à leurs attentes, voire même en les devançant.

4) **Raccourcir au maximum les délais d'expédition et de livraison des articles.**

Toujours dans le domaine de la gestion de la Supply Chain, ce critère a l'avantage d'être directement ressenti par le client final, et à jouer sur sa fidélisation. Il existe des solutions pour identifier plusieurs articles différents sur une palette, et ainsi gérer les commandes en grande quantité, avec un taux faible d'erreur.

5) **Délivrer une information produit et prix fiable et en temps réel.** Les étiquettes de prix dynamiques RFID peuvent être gérées à distance et ne nécessitent pas de ré-étiquetage intempestif lors de changement de prix ou bien de promotion. Le taux de réduction et le prix final sont affichés clairement et de manière électronique, si bien que le consommateur ne s'y perd pas. Ce dispositif permet notamment d'éviter les fraudes en magasin. On peut également imaginer, dans le futur, un dispositif permettant d'avertir le client lorsque la date de validité d'un produit alimentaire ou d'un médicament est dépassée, ou bien lorsque les conditions de conservation d'un produit ne sont pas optimales (température de l'environnement, taux d'humidité, etc).



6) **Proposer des offres promotionnelles ultra ciblées.** Grâce aux cartes de fidélité utilisant la puce RFID, des centaines d'informations sont récoltées à chaque passage en caisse. Ces informations peuvent, et DOIVENT être mises à profit des clients, avec des réductions sur les produits les plus achetés par exemple, ou bien des suggestions de produits, etc. La carte de fidélité serait encore plus efficace si elle était reliée à l'appareil mobile du client, permettant ainsi une interaction.

L'application de la RFID dans la grande distribution semble indispensable pour augmenter la rentabilité de l'entreprise. Cependant, ceci est un système qui se rentabilise sur le moyen/long terme. En effet, le coût des puces RFID reste plus élevé que celui des codes barres, mais elles sont bien plus prometteuses quant aux possibilités de croissance qu'elles garantissent.

📁 Modélisations pratiques (technologies ou comportements)

📌 CRM, électronique, gestion, Grande distribution, puce, Radio Frequency Identification, retail, RFID, Supply Chain