

# ECHANGEUR

BY  BNP PARIBAS  
PERSONAL FINANCE

## DITES « ALEXA OPEN SMARTAISLE » POUR TROUVER LE WHISKY DE VOS RÊVES !

Vous voulez acheter du whisky mais tous les vendeurs sont déjà occupés avec d'autres clients ? Au lieu d'attendre bêtement en rayon, **demandez conseil à *SmartAisle***, le **meuble conseiller de vente à commande vocale** qui vous trouve la bouteille adaptée à votre envie, en moins de deux minutes.

### LE FAIT : QUAND UN MEUBLE DEVIENT CONSEILLER DE VENTE !

Vous souhaitez offrir une bouteille de whisky à votre beau-père mais malheureusement vous n'y connaissez pas grand-chose. Pour ne pas commettre d'impair, vous voici contraint d'attendre patiemment qu'un vendeur se libère et vienne vous conseiller et ce, en espérant qu'il s'y connaisse réellement en whisky ! Ou sinon pour ne pas perdre inutilement votre temps, dirigez-vous vers le meuble ***SmartAisle*** installé au cœur de cinq magasins de l'enseigne américaine **BevMo!**



Tout a commencé avec le caviste indépendant new-yorkais [Bottlerocket](#) qui a été le premier à tester la solution créée par [The Mars Agency](#) appelée alors *Bottle Genius*. L'enseigne a vu son chiffre d'affaire croître de **20% suite à la mise en place**. Désormais cette solution renommée **SmartAisle** est déployée dans la chaîne **BevMo!**

Concrètement, il s'agit d'un **conseiller de vente à commande vocale installé au cœur du rayon**. Son rôle ? Vous permettre de trouver la bouteille adaptée à votre envie en moins de deux minutes chrono.



Une fois face au meuble, il vous suffit de dire « **Alexa, open SmartAisle** » pour que l'expérience débute. **L'assistant vocal d'Amazon vous pose alors une série de questions afin de cerner votre besoin**. Pour quelle occasion souhaitez-vous acheter une bouteille ? Quels sont vos goûts ? Combien voulez-vous dépenser ? Immédiatement analysées par l'intelligence artificielle, vos réponses permettent d'identifier les trois bouteilles qui, parmi la cinquantaine de disponibles, correspondent le plus à votre envie du moment. Le meuble se charge alors de vous les montrer grâce à un balisage lumineux. Il ne vous reste plus qu'à choisir celle que

vous allez acheter.

## LE DÉCODAGE : VERS UNE SIMPLIFICATION ET UNE AUTOMATISATION DU PARCOURS CLIENT

Pour engager durablement le client, deux axes coexistent actuellement. Le premier : **lui proposer un parcours simple, automatisé qui lui permet de gagner du temps, d'être efficace.** Des exemples ? Amazon, le drive, le self-checkout... Deuxième axe : **faire vivre au client une expérience différente, unique voire magique.** C'est clairement la carte que jouent les enseignes actuellement en transformant progressivement leurs magasins en lieux de vie.

**Les assistants vocaux s'inscrivent eux clairement dans la première logique, celle de la simplification et du gain de temps.** Mais leur rôle s'arrête-t-il là ? Avec *Il était une fois une brique*, l'enseigne française Fnac et LEGO innovent avec un **calendrier de l'Avent qui délivre sur Google Home une histoire quotidienne du père Noël.** Ici, c'est au **cœur du foyer que l'expérience se passe** tous les jours du mois de décembre. Un moment qui peut aussi être celui d'un partage entre enfants et parents et ce, autour d'une enceinte connectée..

**Avec SmartAisle, les assistants vocaux quittent la maison pour entrer en point de vente** avec un objectif différent. L'expérience n'est en effet pas au cœur du dispositif. C'est bien la **recherche de chiffre d'affaires à court terme qui prime.** Peu coûteux, le dispositif tente de **créer du trafic en point de vente** grâce au bouche-à-oreille généré. Mais son bénéfice réel est bien évidemment de suppléer efficacement les vendeurs s'ils sont débordés ou si le client ne souhaite pas leur parler.



**Grâce à l'intelligence artificielle, l'automatisation du conseil permet au client de trouver et d'acheter la bonne bouteille en moins de deux minutes.** Comment ? Chaque whisky est qualifié non pas en fonction de ses caractéristiques physiques (saveurs, marque, origine, etc.) mais selon l'usage qui peut en être fait. Blended malt, rye ou single cask : seuls les initiés comprennent et maîtrisent le langage technique associé à l'alcool. En vulgarisant son usage, **BevMo!** le rend de fait accessible au plus grand nombre. **Une démarche qui peut ou doit être intégrée dans le plan de formation des vendeurs afin qu'ils s'adaptent au degré de connaissance de chaque consommateur pour éviter de parler en permanence avec un jargon de connaisseur.**

ECHANGEUR, une marque de BNP Paribas Personal Finance

BNP PARIBAS Personal Finance – Etablissement de crédit – S.A. au capital de 529 548 810 € – Immatriculée sous le n° 542 097 902 RCS Paris Siège Social :  
1, Boulevard Haussmann – 75009 PARIS – ORIAS n° 07 023 128 ([www.orias.fr](http://www.orias.fr)) – [www.bnpparibas-pf.com](http://www.bnpparibas-pf.com)

TVA Intracommunautaire : FR 60 542 097 902