



## EMPLOIS & CERTIFICATIONS

### DANS LES ENTREPRISES DU COMMERCE ET SERVICES DE L'AUDIOVISUEL, DE L'ÉLECTRONIQUE ET DE L'ÉQUIPEMENT MÉNAGER

## PRINCIPAUX FACTEURS DE TRANSFORMATION DU SECTEUR ET LEURS IMPACTS STRATEGIQUES

### UNE ÉVOLUTION DU COMPORTEMENT DES CONSOMMATEURS

#### Des exigences renforcées

- **Produit** : des attentes élevées sur la qualité, le rapport qualité-prix, la durabilité et la différenciation du produit
- **Expérience d'achat** : une expérience « sans couture » de la recherche d'information jusqu'à la possession du produit et une obtention rapide du produit
- **Services additionnels** : une exigence dans les services accompagnant l'acte d'achat (de la recherche d'information à l'installation du produit au domicile, voire à la maintenance/SAV)
- **Marque** : une attention portée à la marque et son e-réputation, sa marque employeur, ses démarches RSE (Pour certains profils de consommateurs)
- **Une attente particulière sur la relation client**

- Une tendance marquée à maintenir le nombre de points de vente physique
- Digitalisation des magasins
- Evolution des espaces de vente pensés pour faire vivre une expérience client
- Diversification de l'offre de service produits sur l'ensemble des étapes du parcours client

#### Des consommateurs uniques et autonomes

- **Profils de consommateurs diversifiés** : demandes et usages différents selon les profils (âge, CSP et territoire)
- **Une demande de personnalisation** sur la relation client durant l'achat, se prolongeant après l'expérience d'achat

- Innovation produit et élargissement des gammes de produit
- Optimisation de la chaîne logistique
- Stratégie d'interconnexion entre les différents points de contacts
- Stratégie de réagencement des magasins

#### Evolution des usages

- **Consommation et information à la demande** : acheter ou s'informer rapidement, à tout moment, tout endroit, ou via tous dispositifs (ordinateur, smartphone, magasin...).
- **Achats responsables** : consommateurs-acteurs en recherche d'achats responsables
- **Influence entre consommateurs** : intérêt et prise en compte des avis et expériences vécues par les autres consommateurs.

- Renforcement du marketing digital
- Stratégies de vente et de reprise : développement de politiques RSE et de ventes diversifiées
- Développement de nouvelles modalités de vente
- Des outils et SI robustes pour répondre à l'exigence de rapidité de traitement des commandes
- Gestion renforcée de la e-réputation et de la marque employeur

# PRINCIPAUX FACTEURS DE TRANSFORMATION DU SECTEUR ET LEURS IMPACTS STRATEGIQUES

## UNE ÉVOLUTION DE L'ÉCOSYSTÈME ET DE L'ENVIRONNEMENT

### Essor de l'économie servicielle

- De nouvelles prestations additionnelles à l'acte d'achat
- De nouveaux services, en présentiel ou distanciel
- Développement du marché de l'occasion/reconditionné

- Développement de nouvelles activités et de nouveaux services (ateliers de démonstration, d'installation, ...)
- Des services associés à l'essor du marché de l'occasion et du reconditionné

### Développement de nouvelles technologies

- **Une évolution rapide des produits et des gammes de produits :**
  - Plus de produits associés à plus d'usages (domotique pour personnes âgées, gadgets...)
  - De multiples générations d'un même produit
  - Un cycle de vie produit plus court et plus fréquent
- **Des produits de plus en plus pointus en termes de nouvelles technologies :**
  - Les produits auparavant électromécaniques tendent à incorporer de manière quasi systématique des composants logiciels. Ainsi, on note une croissance des dysfonctionnements liées au « soft » dans la connexion ou l'interconnectivité entre les produits.
  - De plus, les produits connectés sont associés à des applications et un environnement de connexion, qui sont évolutifs dans le temps. Les sources de dysfonctionnements dans l'usage des produits connectés sont multiples ou nouveaux.
- **Arrivée de la 5G : un changement majeur dans le secteur au cœur de l'actualité**
  - Une technologie qui fait débat actuellement
  - Des entreprises au positionnement contrasté sur le sujet : à traiter à court terme (cette année) à moyen terme ?
  - La 5G, au cœur des enjeux de nouvelles technologies et des préoccupations environnementales

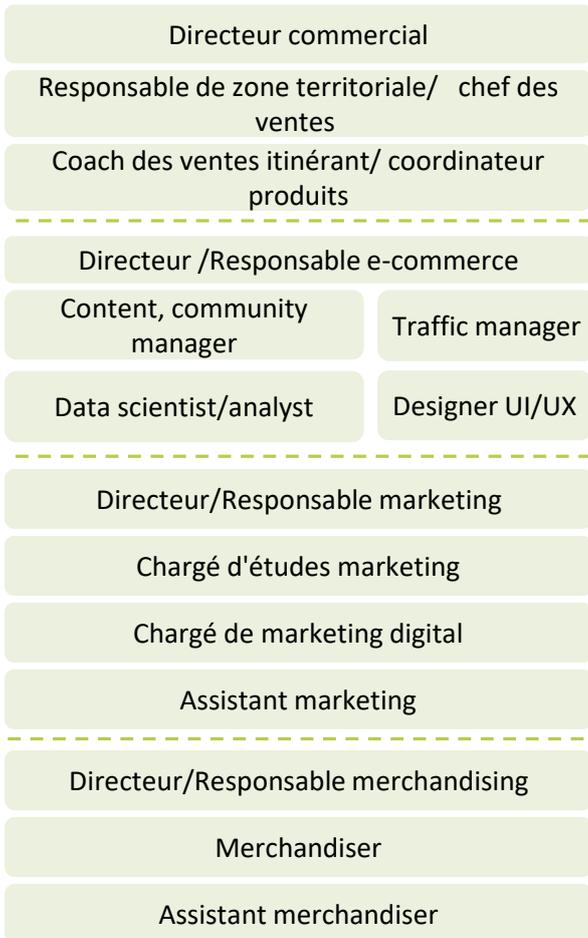
### Digitalisation

- De nouveaux usages clients avec une utilisation en continu du smartphone
- Une digitalisation du parcours client global : de la recherche d'information en passant par la conception jusqu'à la livraison
- De nouveaux outils internes et l'évolution d'outils existants : innovation dans les outils d'aide à la vente, de marketing, de gestion et de conception

- Réactivité et adaptabilité des stratégies commerciales et marketing
- Développement de nouveaux services digitalisés (en ligne et en magasin)
- Acquisition et développement d'outils SI plus robustes, innovants, interconnectés et adaptés aux besoins clients
- Renouvellement des chaînes logistiques (livraison des magasins, à domicile, en point relais dans des temps plus contraints avec des disparités territoriales)

# CARTOGRAPHIE DES EMPLOIS

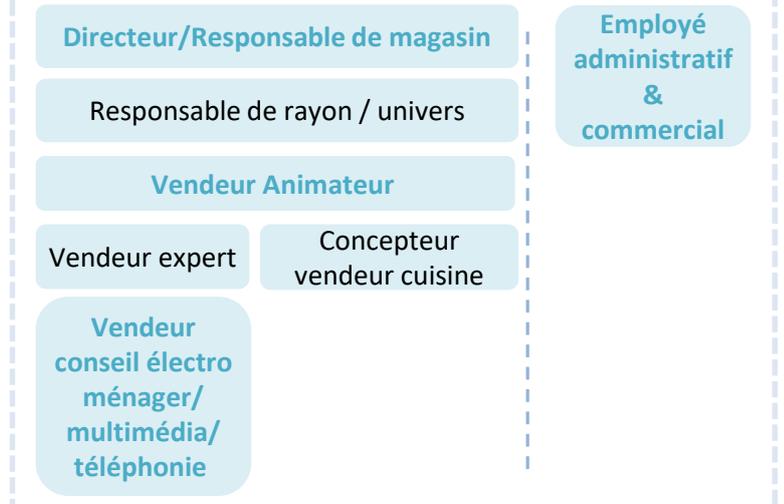
## COMMERCIALISATION



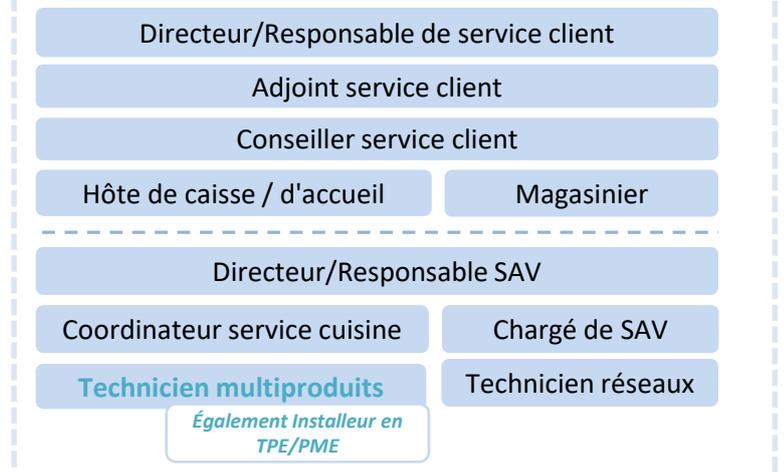
## SUPPLY CHAIN



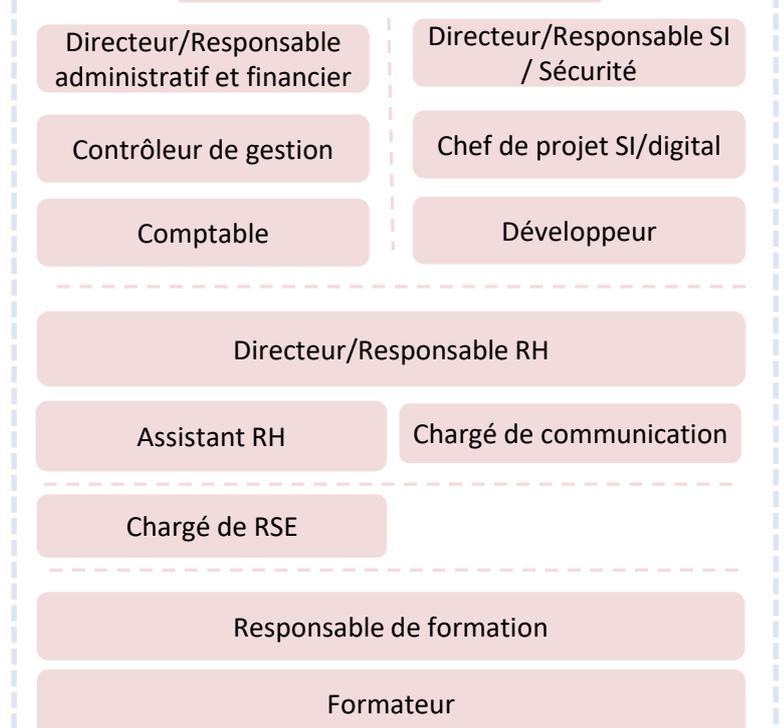
## VENTE



## ACCUEIL / SAV / INSTALLATION



## SUPPORT



# LA BRANCHE DES COMMERCE ET SERVICES DE L'AUDIOVISUEL, DE L'ÉLECTRONIQUE ET DE L'ÉQUIPEMENT MÉNAGER

## La branche en chiffres



66 000  
salariés



20 000  
entreprises



9 Mds d'Euros  
de chiffre d'affaires

Source : Rapport de branche 2020 – Données 2019

## Se former

<https://www.formations-electromenager-multimedia.fr/>



## LES MISSIONS DE L'OBSERVATOIRE PROSPECTIF DU COMMERCE :



### Anticiper et analyser

l'évolution des métiers et des compétences



### Produire et capitaliser

des données statistiques sectorielles, territoriales, thématiques



### Accompagner et outiller

les politiques emploi-formation des branches professionnelles



### Valoriser et promouvoir

les travaux auprès des acteurs de l'emploi et de la formation

Retrouvez toutes les publications de l'observatoire sur

[www.loppcommerce.com/l-observatoire-prospectif-du-commerce/presentation/](http://www.loppcommerce.com/l-observatoire-prospectif-du-commerce/presentation/)

Direction de rédaction : Observatoire prospectif du commerce  
Rédaction : OBEA