

Turbulences à l'horizon, **mais pas de quoi annuler le réveillon**

Quatre grands défis auxquels les entreprises doivent faire face cette année et nos stratégies pour les surmonter.



Table des matières

3 **Au menu des Fêtes 2022 : des résultats financiers réjouissants**

4 **Quatre obstacles auxquels devront faire face les entreprises durant les Fêtes :**

1. L'inflation
2. Les perturbations de la chaîne d'approvisionnement
3. La pénurie de personnel
4. La pandémie

9 **Nos quatre stratégies pour les vaincre :**

Stratégie no° 1 : Dressez une liste et vérifiez-la deux fois. Commencez à gérer vos stocks en temps réel.

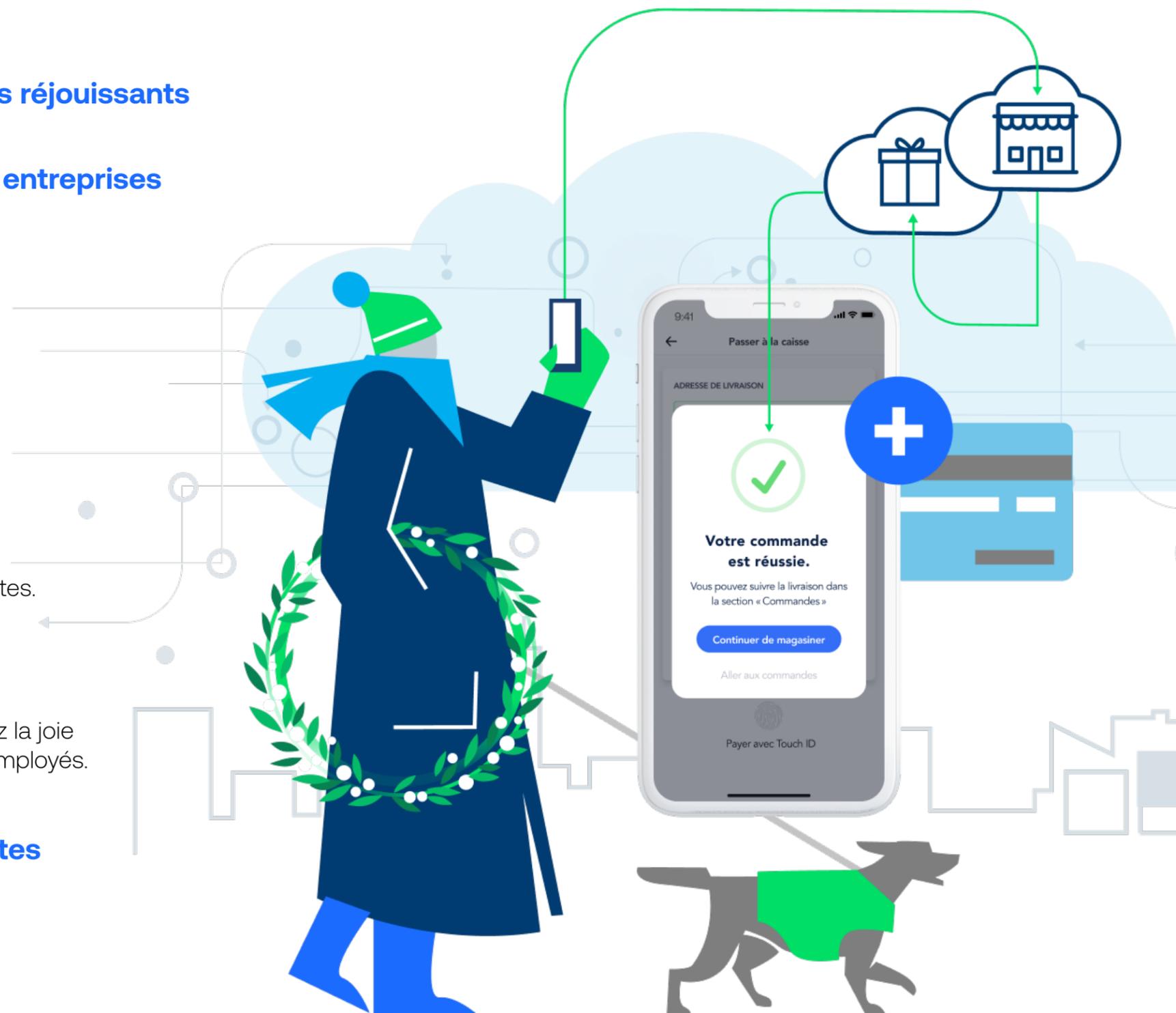
Stratégie no° 2 : Aidez les clients à boucler leurs achats des Fêtes. Diminuez leurs préoccupations financières.

Stratégie no° 3 : Offrez l'efficacité en cadeau. Permettez à votre clientèle de magasiner quand, où et comment elle le désire.

Stratégie no° 4 : Servez votre clientèle avec le sourire. Répandez la joie dans toutes les directions : du côté des clients et du côté des employés.

15 **Améliorez vos résultats pendant le temps des Fêtes**

16 **Sources**



En cette période des Fêtes de 2022, **égayez vos résultats financiers**



À l'approche de la frénésie de magasinage des Fêtes, sachez répondre aux attentes de la clientèle et accroître vos revenus en vous préparant à bien affronter les turbulences économiques, quel que soit votre secteur d'activité.

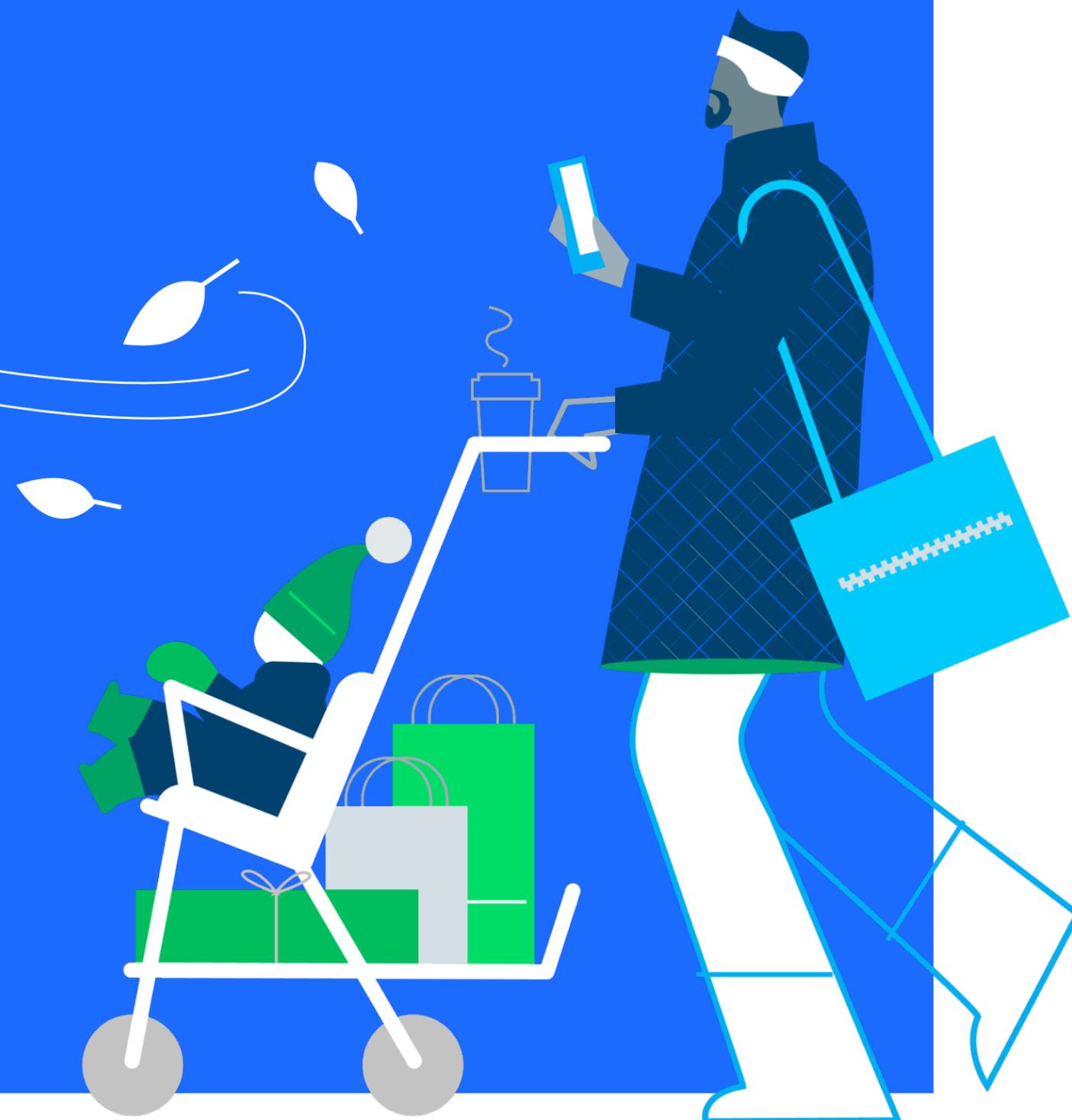
- La hausse des prix dans le **commerce de détail** se traduira par une baisse des ventes en nombres, en volumes ou en valeur.
- Les **restaurants** pourraient voir leur clientèle diminuer ou commander des plats moins chers.
- Les consommateurs pourraient espacer davantage leurs visites dans les **salons d'esthétique et les boutiques de produits de beauté**.
- Les **voyageurs** pourraient retarder leurs voyages ou opter pour de plus courts séjours ou bien des destinations moins coûteuses.

Les entreprises qui se préparent maintenant pourront transformer ces défis en occasions.

La vôtre sera-t-elle prête?

Quatre défis économiques à surveiller

Le temps des Fêtes est la période la plus occupée pour les entreprises du monde entier. Et cette année, la période de magasinage présente sa part de défis économiques. L'**inflation**, les **perturbations de la chaîne d'approvisionnement**, la **pénurie de personnel** et la **pandémie** auront une incidence sur la disponibilité, le coût et l'accessibilité des biens et des services dans tous les secteurs, partout sur la planète.





1. L'inflation

Un verre de lait ou pas avec les biscuits au père Noël?

Hausse des coûts d'énergie et du logement. Offre limitée des biens de consommation. Pénurie de ressources naturelles. Tous ces facteurs contribuent à des niveaux d'inflation sans précédent. Consommateurs et entreprises en subissent les contrecoûts.

Le résultat? Des prix plus élevés et un revenu disponible amoindri.

- Les consommateurs achètent moins de biens non essentiels ou choisissent des options plus abordables. Ils commencent à exiger de meilleurs salaires pour aider à compenser les coûts plus élevés.
- Les entreprises sont frappées de part et d'autre : les attentes salariales et le coût des biens sont plus élevés. Les prix augmentent à nouveau.

Le cercle vicieux se poursuit. Sitôt abordable, le coût des biens cesse de l'être. On ne peut plus s'offrir les mêmes choses avec notre dollar (ou n'importe quelle autre monnaie) qu'il y a un an ou même six mois.

Phénomène mondial

Les consommateurs et les entreprises du monde entier subissent les effets de l'inflation.

- En **Amérique du Nord**, les comportements d'achat ont changé en milieu d'année alors que 85 % des consommateurs américains ont déclaré avoir changé leurs habitudes de magasinage en raison de l'inflation¹. Les Américains et les Canadiens cherchent des rabais, repoussent les achats importants, conduisent moins et se rabattent sur des marques génériques plus abordables.
- Dans toute l'**Europe**, les consommateurs décrivent les augmentations de prix comme majeures. Près de 75 % ont modifié leurs habitudes de magasinage en 2022, notamment en se procurant de plus petites quantités, en retardant des achats importants ou en passant à des marques moins chères².
- À l'inverse, de nombreuses régions de l'**Asie-Pacifique** ont connu un « besoin pressant de dépenser » après le confinement, ce qui a éclipsé l'inflation et l'incertitude. La Chine, où le confinement continue de perturber l'économie, fait exception.

Alors que l'inflation bouleverse les économies du monde entier, les acheteurs cherchent davantage de rabais et courent les aubaines.

2. Les perturbations de la chaîne d'approvisionnement

Est-ce qu'il y aura des cadeaux sous le sapin cette année?

Bien après la pandémie, les problèmes liés à la chaîne d'approvisionnement continuent de se répercuter sur la disponibilité des biens, alors que la baisse de la demande et les pénuries de personnel sont venues perturber l'économie mondiale. Plus récemment, les reconfinements en Chine et le conflit entre la Russie et l'Ukraine ont aggravé ces problèmes. Ajoutons à cela les coûts élevés du carburant, et on a une idée des conséquences sur les entreprises et les consommateurs.

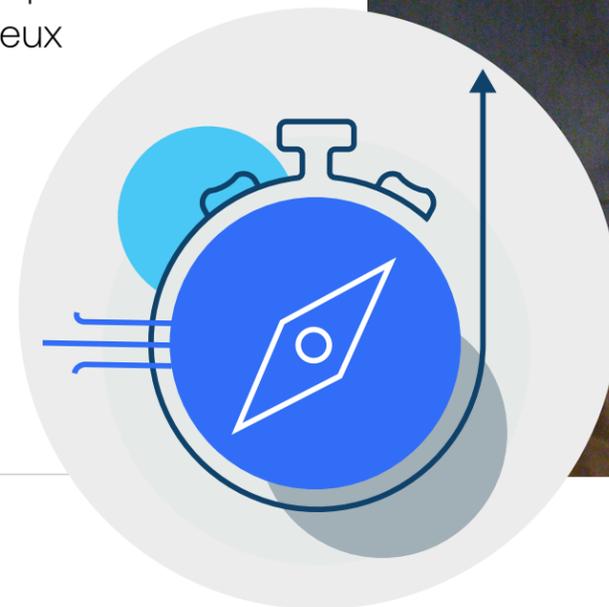
Ces délais entraînent la diminution ou l'épuisement des stocks. La hausse des prix du carburant contribue à l'augmentation des coûts d'expédition et de livraison, ce qui se traduit par une hausse globale des prix des biens et des services. Par conséquent, l'abordabilité et la disponibilité des biens et des services sont touchées de plein fouet.

2x

Un envoi de la Chine vers les États-Unis prend en moyenne plus du double du temps à arriver à destination qu'il y a trois ans³.

116 jours

Un conteneur en partance de la Chine prend maintenant 116 jours pour arriver en Europe, soit presque deux fois plus de temps qu'en janvier 2020⁴.





3. La pénurie de personnel

Du personnel heureux, ça se trouve?

Tandis que les clients reprennent leur magasinage en boutique ou recommencent à fréquenter les restaurants, les entrepreneurs peinent à trouver et à garder du personnel. Les secteurs de la vente au détail et des aliments et boissons sont parmi les plus durement touchés. Nombre de commerces ont réduit leurs heures d'ouverture ou fermé leurs portes les jours où aucun employé n'était disponible.

Lorsqu'une entreprise dénicher de bons employés, elle doit faire en sorte de les garder. La technologie peut aider.

75%

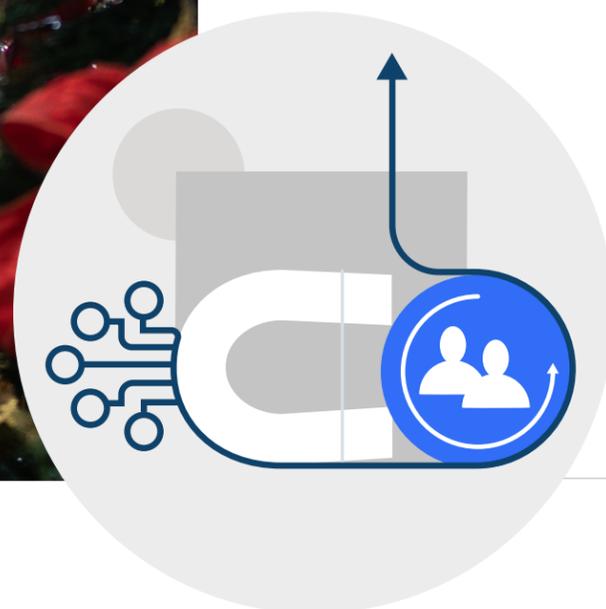
Une stupéfiante proportion de 75 % des restaurateurs en sous-effectif affirme que leur établissement roule avec un effectif réduit de plus de 10 %⁵.

69 %

Le taux de rotation du personnel dans les commerces de détail américains a atteint 69 % en 2020⁶.

85 million

On s'attend à une pénurie mondiale de talents de plus de 85 millions de travailleurs d'ici 2030, soit à peu près l'équivalent de la population de l'Allemagne⁷.



4. La pandémie

Le paysage changeant du commerce

De manière sous-jacente, la pandémie a contribué à l'inflation, aux perturbations de la chaîne d'approvisionnement et à la pénurie de personnel. Pour ces seules raisons, elle mérite d'être pointée du doigt. Cependant, ce dont on oublie souvent de parler, c'est de son impact à long terme sur le commerce à l'échelle planétaire.

La COVID-19 a modifié le commerce à jamais. Les clients s'attendent maintenant à ce que les entreprises offrent diverses façons de magasiner : en personne, en ligne ou à distance. Que ce soit en boutique ou au restaurant, les clients utilisent de plus en plus des modes de paiement sans contact. Et ils exigent une expérience connectée et facile d'un canal à l'autre.

La clientèle s'attend à régler ses achats rapidement et sans risque. Payer en argent comptant ou par carte de crédit physique est devenu chose du passé pour plusieurs. Maintenant, on veut des modes de paiement sans contact.

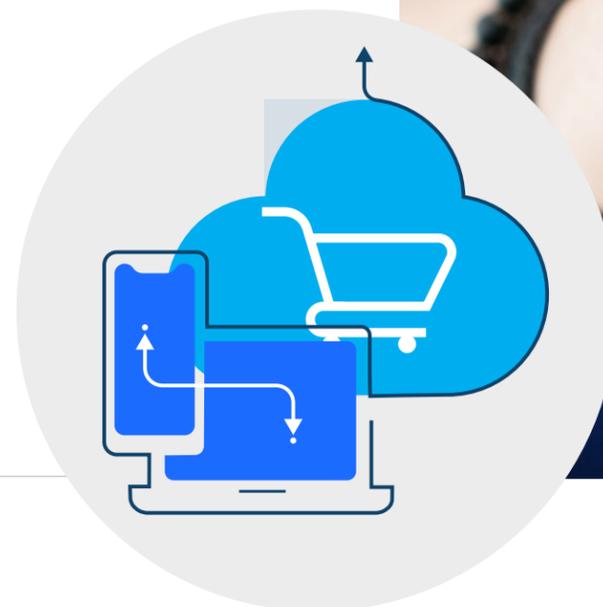
Les acheteurs ont suivi ces tendances pour assurer leur sécurité pendant la pandémie. Mais ils les ont adoptées en raison de leur simplicité.

85 %

Toutes générations confondues, il y a près de 85 % des consommateurs qui préfèrent magasiner via une combinaison de canaux numériques et physiques⁸.

48 %

48 % des consommateurs refusent même de magasiner chez les commerçants qui n'acceptent pas les paiements sans contact⁹.



Un emballage de défis qui offre aussi son lot d'occasions

Les difficultés économiques auxquelles font face les entreprises sont énormes, ce qui a une incidence sur l'abordabilité, la disponibilité et l'accessibilité des biens et des services. Mais ces défis offrent aussi des possibilités.

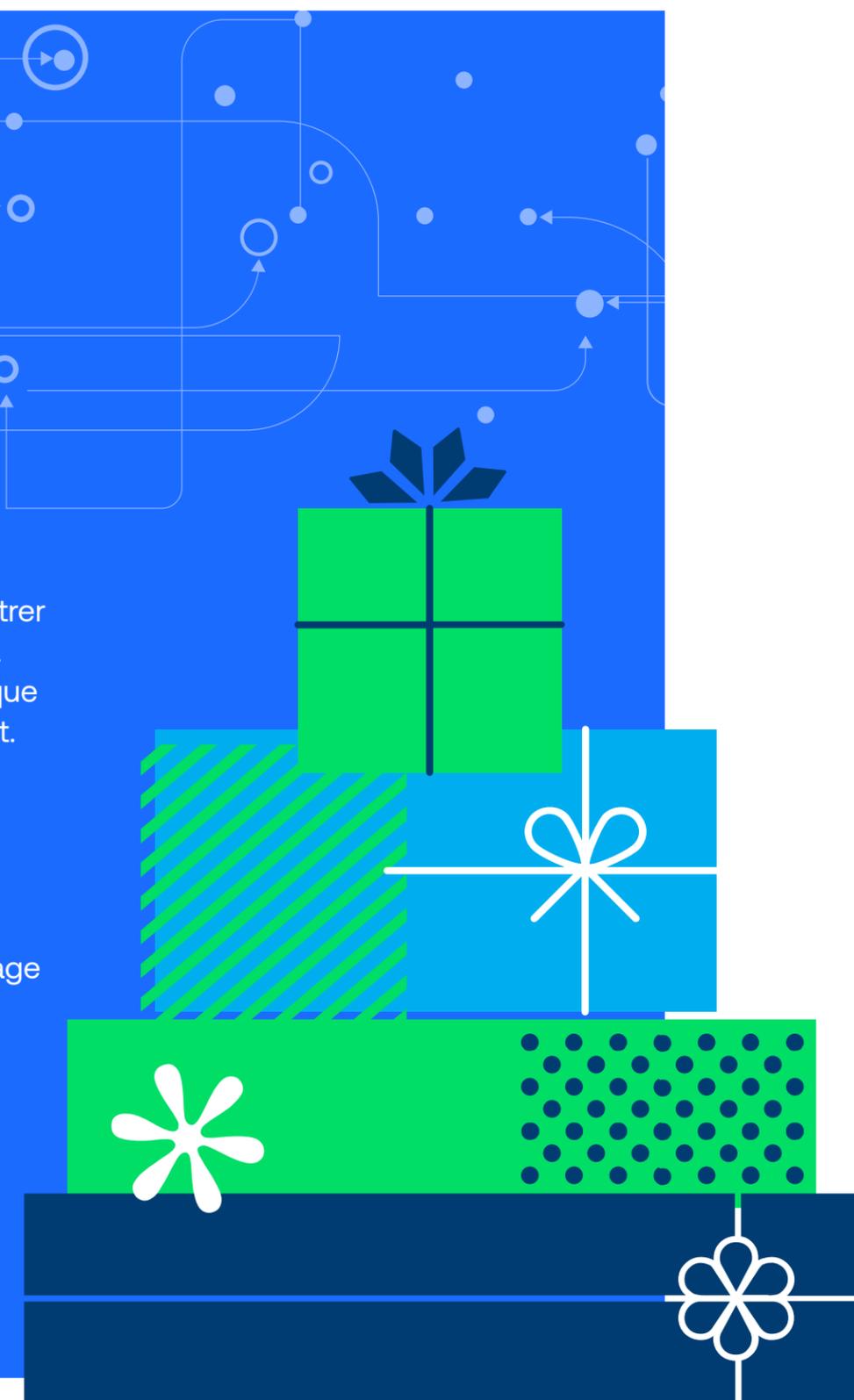
La clé? Abordez les défis de front en répondant à ces questions simples.

- Mes produits ou mes services sont-ils disponibles?
- Sont-ils abordables?
- Sont-ils faciles à obtenir?
- Mes clients (et mes employés) sont-ils comblés?

Les stratégies suivantes vous aideront à concentrer vos efforts sur les besoins de votre clientèle et à offrir une expérience de magasinage agréable, que ce soit en personne, en ligne ou en déplacement.

- **Disponibilité** : gérez les stocks en temps réel.
- **Abordabilité** : offrez les options de paiement que vos clients préfèrent.
- **Simplicité** : créez une expérience de magasinage omnicanal unifiée.
- **Service** : mettez la technologie à contribution.

Voici ce que vous pouvez faire pour vous préparer.





STRATÉGIE NO° 1

Dressez une liste et vérifiez-la deux fois

Gérez les stocks en temps réel

Les consommateurs sont résilients. Pour se prémunir contre les problèmes de disponibilité et d'abordabilité, ils magasinent plus tôt, cherchent des rabais, optent pour des solutions de rechange moins coûteuses et sélectionnent plus soigneusement ce qu'ils achètent et les manières dont ils dépensent leur argent.

42 %

Quelque 42 % des acheteurs du monde entier prévoient acheter leurs cadeaux plus tôt cette année par rapport à 2021¹⁰.

75 %

Pour des articles en rupture de stock, plus de 75 % des consommateurs claquent la porte plutôt que d'attendre que les magasins réapprovisionnent leurs étagères¹¹.

Les clients vous feront confiance pour leurs prochains achats.

Notre [solution de PDV](#) infonuagique vous aide à gérer vos stocks avec précision et offre un puissant logiciel de systèmes administratifs qui facilite la gestion de votre entreprise.

Assurez-vous que vos biens et vos services sont disponibles.

Puisque les problèmes d'approvisionnement demeurent préoccupants, surveillez de près votre inventaire pendant les Fêtes. En gérant les stocks en temps réel, vous faites en sorte que votre clientèle ne se retournera pas vers la concurrence.

1. Restez à l'affût de vos stocks en tout temps et sur tous les canaux grâce à des données à l'unité près en temps réel.
2. Recevez des alertes lorsque les stocks sont bas. Vous pourrez ainsi passer une commande à temps pour éviter leur épuisement et la perte de ventes.
3. Devancez les besoins de votre clientèle en analysant les données transactionnelles afin d'optimiser les stocks.

Malgré les retards de la chaîne d'approvisionnement, la gestion proactive de vos stocks vous aidera à garder vos tablettes bien garnies pendant les Fêtes, et même après.

STRATÉGIE NO° 2

Aidez les clients à cocher tous les **articles sur leur liste de cadeaux**

Diminuez les préoccupations financières pendant les Fêtes

L'inflation contribue peut-être à de fortes hausses de prix, mais il existe des façons d'aider les gens à se procurer tout ce qu'il faut pour des Fêtes réussies. Aidez les clients à boucler les petits et les gros achats des Fêtes en leur permettant d'acheter des cadeaux maintenant et de les payer au fil du temps. « [Achetez maintenant, payez plus tard](#) » est une option de paiement populaire. Elle peut aider vos clients à se procurer des articles à offrir en cadeau à Noël, et même après.

680 milliards

Méthode de plus en plus populaire, le paiement par versements représentera la somme astronomique de 680 milliards de dollars en transactions à l'échelle mondiale d'ici 2025¹².

Aidez la clientèle à payer les cadeaux par versements

Notre solution « [Achetez maintenant, payez plus tard](#) » permet à vos clients de gâter leurs proches en leur donnant plus de temps pour payer leurs achats.





STRATÉGIE NO° 3

Offrez l'efficacité **en cadeau**

Permettez à vos clients de magasiner quand, où et comment ils le désirent pendant les Fêtes cette année

Les préoccupations liées à la chaîne d'approvisionnement et aux pénuries de personnel nuisent grandement à la convivialité du magasinage des Fêtes. La plupart des gens sont déjà surchargés pendant les Fêtes. Facilitez-leur la tâche grâce à une expérience personnalisée, connectée et transparente en ligne, en magasin ou en déplacement.

Offrez à la clientèle l'expérience de magasinage omnicanal qu'elle espère et récoltez-en les fruits.

Que ce soit pour magasiner des cadeaux sur un ordinateur portable en fin de soirée, faire leurs emplettes sur un appareil mobile en sirotant un café au déjeuner ou ramasser leurs achats en boutique en après-midi, les clients s'attendent à une expérience de magasinage connectée et harmonieuse.

10x

Les acheteurs omnicanaux (c.-à.-d. ceux qui utilisent à la fois des canaux physiques et numériques) dépensent quatre fois plus que les clients qui ne fréquentent que les magasins et dix fois plus que les clients qui utilisent uniquement le numérique¹³.

Offrez une expérience client uniforme et omnicanal

Notre solution de [paiements unifiés](#) offre une expérience d'achat uniforme dans tous les canaux, à tous les emplacements et sur tous les appareils.

Offrez plus d'options de paiement que la clientèle affectionne

Peu importe où vos clients magasinent, assurez-vous d'offrir leurs modes de paiement préférés au moment le plus important : à l'achat.

1/2

Près de la moitié des clients achètent davantage auprès d'entreprises qui offrent leur mode de paiement favori¹⁴.

Voici quelques options de paiement populaires que vous pourriez envisager pour votre entreprise.

- Les **portefeuilles numériques** permettent le **paiement sans contact** et sans tracas, à la fois sûr et rapide, en magasin comme en ligne. Les gens sont de plus en plus à l'aise d'effectuer des transactions numériques. D'ailleurs, celles-ci pourraient représenter plus de la moitié des transactions de commerce électronique d'ici 2024¹⁵.
- Le **lien de paiement** transforme tout canal numérique (texto, courriel, commerce social et plus encore) en caisse virtuelle simple et sécurisée. Les entreprises peuvent générer rapidement et facilement un hyperlien permettant à leur clientèle de payer n'importe où, n'importe quand.

- Les **achats en ligne et la cueillette en magasin** ont gagné en popularité depuis la pandémie. Les clients effectuent des achats en ligne rapidement et facilement, puis ramassent leurs articles à leur convenance en magasin ou en bordure de trottoir quelques heures plus tard. Ce pourrait être un compromis acceptable cette année pour pallier les longues files d'attente exacerbées par la pénurie de personnel.

Que vos clients magasinent tôt pour éviter les problèmes de disponibilité et d'abordabilité ou à la dernière minute, aidez-les en leur offrant une expérience de magasinage omnicanal pratique et uniforme.

Les modes de paiement préférés de votre clientèle en cadeau

Assurez-vous d'accepter les modes de paiement préférés de vos clients, y compris [PayLink](#), les [portefeuilles numériques](#) et d'autres [modes de paiement](#).



STRATÉGIE NO° 4

Servez votre clientèle avec le sourire

Gardez vos clients (et vos employés) heureux

Ne laissez pas la pénurie de personnel vous empêcher de faire le bonheur de vos clients et de vos employés durant le temps des Fêtes. Vous pouvez faire plaisir aux deux!

- Mettez vos systèmes à niveau avec la technologie la plus récente pour automatiser les tâches manuelles et améliorer l'efficacité du personnel.
- Diminuez le temps de formation des employés grâce à des solutions logicielles et à des appareils faciles à utiliser.
- Permettez aux employés d'accepter des paiements de n'importe où : en magasin, en ligne ou en déplacement.

Investir dans la technologie de pointe présente des avantages considérables pour les entreprises. Cela peut réduire les tâches manuelles (taper des données sur un clavier ou saisir des chiffres manuellement sur une tablette) et accorder plus de temps aux employés pour se consacrer au service à la clientèle. Des employés heureux attirent des clients heureux.

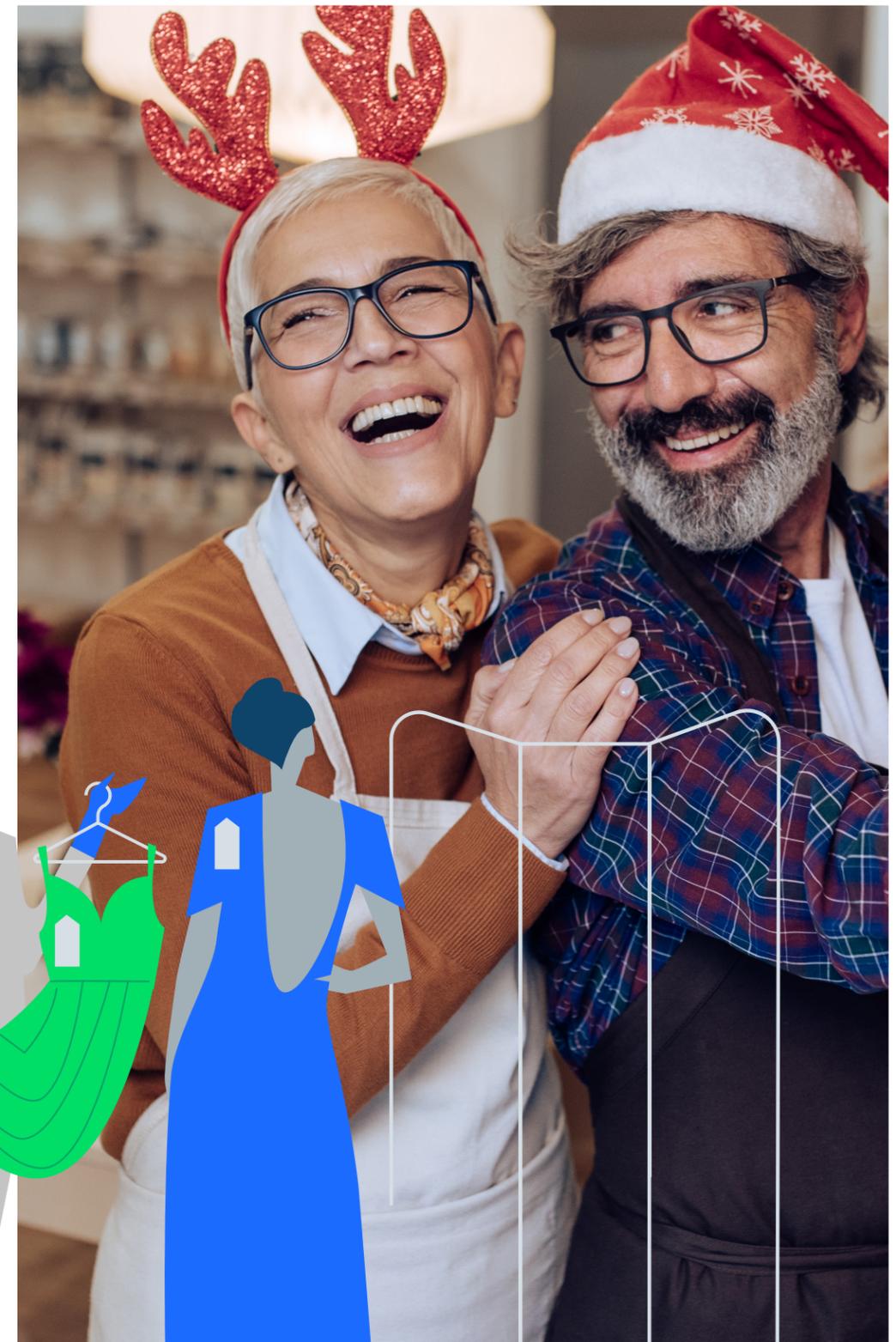
54 %

Les gestionnaires affirment à 54 % que la technologie désuète est la plus grande source de frustration de leurs employés¹⁶.

La technologie vous aide non seulement à éviter les longues files d'attente et les clients insatisfaits, mais elle peut aussi contribuer à garder les employés motivés et à les rendre plus productifs.

Mettez la technologie à contribution

Gérez votre entreprise l'esprit tranquille grâce à nos outils infonuagiques de pointe. Notre [solution PDV mobile](#) est prête à être utilisée en quelques minutes.



CONCLUSION

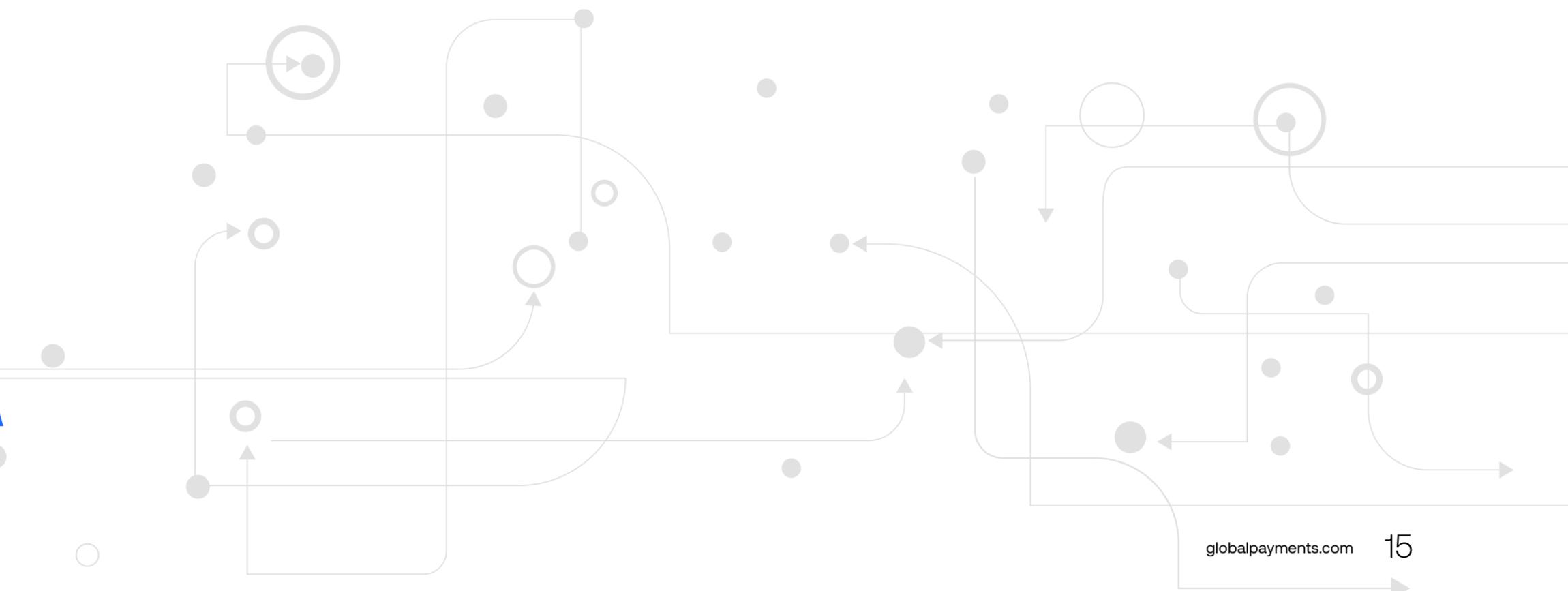
Améliorez vos résultats pendant le temps des Fêtes

En vue de la période d'achats des Fêtes de 2022, vous pouvez transformer ces défis en occasions d'affaires en comprenant bien les obstacles économiques actuels. Assurez-vous que vos produits sont disponibles au moment et à l'endroit souhaités par vos clients, avec des options d'achat abordables et la commodité à laquelle s'attend la clientèle d'aujourd'hui.

Si vous êtes prêt à répondre aux attentes de votre clientèle cette année, communiquez avec nous. Notre équipe peut vous aider à trouver les meilleures options pour votre entreprise.

C'est le temps d'agir!

Parce que les Fêtes sont déjà commencées.



Sources

1. Morning Consult, H2 2022, [The State of Retail and E-commerce](#).
2. McKinsey & Company, sondage du 12 juin 2022, [European consumers increasingly react to the stress of rising prices](#).
3. Flexport, 31 janvier 2022, [Understanding the Ocean Timelines Indicator](#).
4. Statista, 25 mai 2022, [Nombre de jours pour qu'un conteneur soit livré de la Chine à l'Europe de janvier 2020 à mars 2022](#).
5. QSR Magazine, 25 mai 2022, [Employee Retention :The Root to Restaurant Growth in 2022](#).
6. Zippia, 30 août 2022, [27 US Employee Turnover Statistics \[2022\]: Average Employee Turnover Rate, Industry Comparisons, and Trends](#).
7. Korn Ferry, [The \\$8.5 Trillion Talent Shortage](#).
8. CB Insights, 4 mai 2021, [The Technology Driving The Omnichannel Retail Revolution](#).
9. Visa, [The Visa Back to Business Study](#).
10. CNBC, 28 juin 2022, [3 trends to watch as retailers prep for back-to-school, holiday shopping](#).
11. McKinsey & Company, 5 mai 2022, balado, [Taking the pulse of the US consumer](#).
12. Business Wire, 22 septembre 2020, [Buy Now Pay Later Digital Spend, Led by Klarna, PayPal & Afterpay, to Double by 2025: Reaching \\$680 Billion](#).
13. CNBC, 2 mars 2022, [Target thinks it can keep growing sales — here's how the retailer plans to do it](#).
14. Chain Store Age, 30 avril 2021, [Survey: The more payment methods, the merrier your customers](#).
15. PWC, [Payments 2025 & beyond](#).
16. Study Finds, 27 mai 2022, [Old school office: 44% of employers are out of touch with their workers' tech needs](#).

globalpayments

Innovation that delivers.

About us

Global Payments Inc. (NYSE: GPN) is a leading payments technology company delivering innovative software and services to our customers globally. Our technologies, services, and team member expertise allow us to provide a broad range of solutions that enable our customers to operate their businesses more efficiently across a variety of channels around the world.

Headquartered in Georgia with nearly 24,000 team members worldwide, Global Payments is a Fortune 500® company and a member of the S&P 500 with worldwide reach spanning over 170 countries throughout North America, Europe, Asia Pacific, and Latin America.

For more information, visit www.globalpayments.com and follow Global Payments on [Twitter](#) (@globalpayinc), [LinkedIn](#), and [Facebook](#).

©2022 Global Payments Inc. All rights reserved. All other trademarks, product names, and logos identified or mentioned herein are the property of their respective owners. (102022)