

# VISIBILITÉ DE LA DÉMARQUE

La PUISSANCE de l'intégration de la RFID au niveau des articles et de la prévention des pertes



**Sensormatic**  
by Johnson Controls

# RÉSUMÉ

---

Les départements de Prévention des pertes (*Loss Prevention*, LP) se heurtent à deux obstacles dans leurs tentatives de contrôler la démarque (ou démarque inconnue) affectant le commerce de détail.

---

Premièrement, la définition de la démarque est elle-même imprécise : souvent, elle identifie les pertes financières au niveau de la catégorie plutôt que les événements individuels au niveau UGS. Elle regroupe également les pertes dues au vol à l'étalage, au vol interne et au crime organisé contre le commerce de détail, ainsi que les fautes de calcul et les erreurs commises par les fournisseurs qui ne relèvent pas de la responsabilité de la LP. Deuxièmement, l'analyse et les résultats de la LP sont en grande majorité rétroactifs, ce qui s'avère très utile pour gérer les effectifs et réduire les pertes sur le long terme, mais bien peu efficace pour intervenir en temps réel ou pour s'adapter rapidement aux nouvelles techniques de vol visant le commerce de détail.

L'intégration d'informations RFID au niveau des articles et de données de prévention des pertes permet de comprendre en temps réel quels sont les articles qui disparaissent, ainsi que le moment et la manière dont cela se produit. Ces nouveaux éléments sont ce que nous appelons la « visibilité de la démarque » (EPC comme EAS), qui exploite les technologies de surveillance électronique des articles (*Electronic Article Surveillance*, EAS) et de vidéosurveillance, et les nouvelles technologies de visibilité du code produit électronique (EPC, Electronic Product Code) grâce à l'identification par radiofréquence (*Radio-Frequency Identification*, RFID), pour donner un aperçu complet des pertes, au niveau UGS et en contexte, au moment où elles se produisent. La visibilité de la démarque (EPC comme EAS) fait passer les efforts de prévention des pertes à un nouveau niveau pour aider les enseignes à :

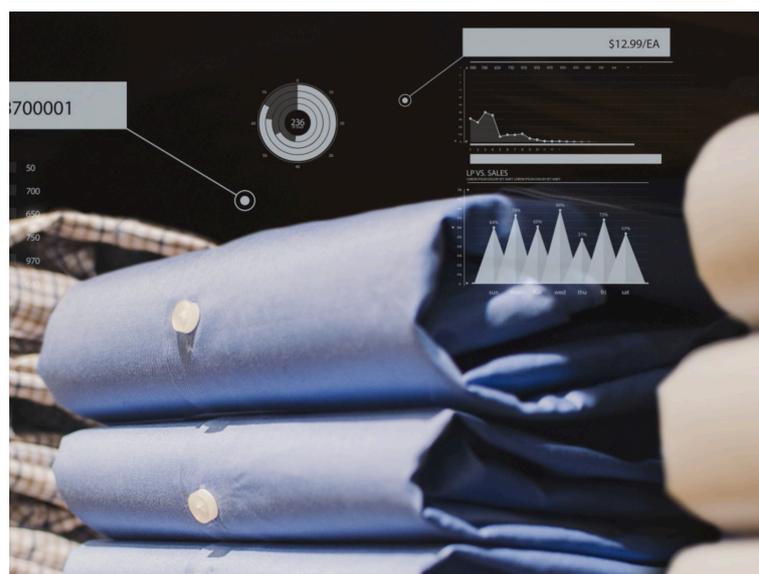
- Identifier et gérer la démarque dans le commerce de détail quelle qu'en soit la source, en temps réel
- Faire la différence entre la démarque réelle en magasin et d'autres formes d'altération d'inventaire
- Identifier les sources de démarque, en magasin et dans la totalité de la chaîne logistique
- Remplacer un suivi intervenant après les faits par une réponse en temps réel et des analyses prédictives



La visibilité de la démarque améliore l'efficacité de la prévention des pertes, et corrige en même temps les erreurs et les écarts dans la visibilité des stocks. En intégrant de multiples technologies et bases de données de magasin, la visibilité de la démarque offre un environnement de vente plus intelligible, responsable et, en fin de compte, plus rentable.

## Pertes

À l'heure où les marges des magasins subissent une pression importante en termes de concurrence, la « démarque » – les écarts entre l'inventaire physique et les informations contenues dans le système d'enregistrement – peut avoir un impact décisif sur le chiffre d'affaires d'un détaillant. Mais les chiffres actuels relatifs à la démarque peuvent être influencés par des zones d'ombre et des mesures imprécises qui donnent une mauvaise représentation de l'inventaire disponible, déforment les incitations, orientent mal les efforts de correction et portent préjudice aux performances financières.





La valeur de tout écart est ce que l'on appelle la « démarque ».

En principe, les calculs relatifs à la démarque sont simples. Les systèmes de gestion de l'inventaire (IMS) saisissent les données concernant les marchandises entrantes en utilisant la RFID, les codes-barres ou des listes de vérification manuelles. Il suffit ensuite de soustraire les ventes enregistrées sur les terminaux du Point de vente (Point-of-sale, POS), d'y ajouter les retours et d'opérer quelques ajustements au regard d'autres transactions ayant un impact sur l'inventaire. En ce sens, les IMS semblent parfaits pour opérer un suivi de l'inventaire en magasin et en stock au niveau UGS. Sauf que dans le monde réel, les enregistrements UGS sont souvent incomplets et soumis à des altérations issues de diverses sources, catégorisées comme « variations brutes ». Pour remédier à ces erreurs du point de vue comptable, les détaillants procèdent à un inventaire physique des stocks à intervalles réguliers ou à dates fixes pour calculer la variation nette, c'est-à-dire le résultat financier obtenu en soustrayant la valeur de l'inventaire physique (en règle générale, au niveau de la catégorie, pas au niveau UGS) de la valeur de l'inventaire renseignée dans l'IMS.

## LA DÉMARQUE DANS LE COMMERCE DE DÉTAIL DANS LE MONDE

(Pertes totales 99,56 Mrd USD)

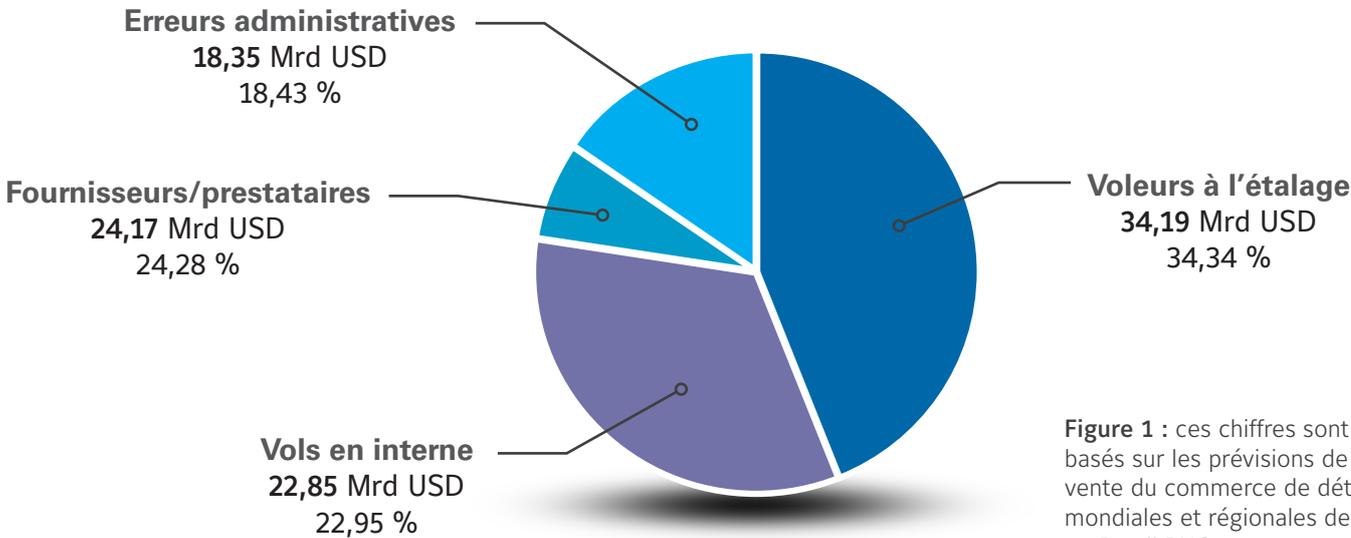


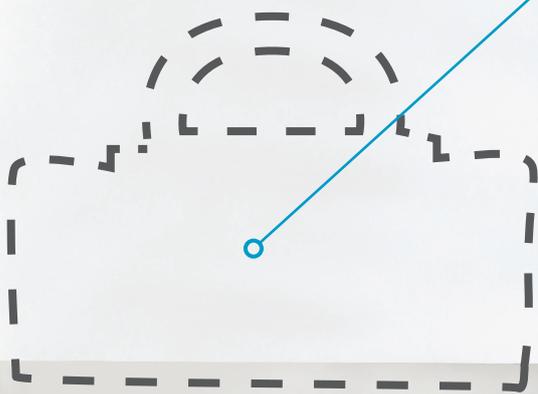
Figure 1 : ces chiffres sont basés sur les prévisions de vente du commerce de détail mondiales et régionales de PlanetRetail RNG, 2017-2018.

Source : Classement Sensormatic de la démarque inconnue dans le monde 2018

Mais cette définition de la démarque est ce que les comptables appellent une différence ou un chiffre de réserve : elle est calculée et non mesurée. La démarque n'explique pas vraiment les écarts entre les données des IMS et les inventaires physiques. Elle fournit simplement une catégorie pratique de comptabilité pour collecter et concilier les pertes qui résultent en fait de causes profondes multiples. Et comme la plupart des chiffres de différence – la « survaleur » sur les bilans d'entreprise en est un autre exemple – les chiffres de la démarque peuvent ne pas être fiables, et être caractérisés par des variations imprévisibles en fonction des magasins, des saisons et des régions. Ce calcul d'un chiffre unique pour la démarque est également trompeur. En plus des vols à l'étalage et des vols commis par les employés, les écarts d'inventaire peuvent résulter d'erreurs administratives comme des marchandises mal étiquetées, des majorations/démarques de substitutions de produit et d'autres changements affectant les prix, ou des fraudes de fournisseurs. Tous ces éléments sont difficiles à mesurer, fréquemment sous-estimés, et difficiles à corriger<sup>1</sup>. D'après une étude approfondie de l'Université de Floride, la démarque découlant de ce genre d'aléas est souvent attribuée par mégarde au vol à l'étalage ou interne. Les inventaires physiques peuvent permettre de remonter au niveau du département, mais ne peuvent pas identifier la source.



Les enregistrements UGS sont souvent incomplets et mal interprétés...





Et la démarque, quelle qu'en soit la source, est coûteuse. Lorsque les chiffres de la démarque dissimulent des pertes résultant d'erreurs commises par le fournisseur et de substitutions, ils bloquent les efforts légitimes de recours.

Les démarques d'inventaire « fantôme » jamais disponible à la vente sous-estiment les pertes réelles, qui peuvent être très souvent la valeur de pertes comptables escomptées. Et quand la démarque physique « réelle » provoque un recul du nombre de marchandises dans la surface de vente sans occasionner de réapprovisionnement<sup>2</sup>, cela peut créer des conditions de rupture de stock critiques qui affectent les rotations d'inventaire du magasin sur un article donné jusqu'à ce qu'un inventaire physique permette de corriger l'erreur et déclencher le réapprovisionnement. À une époque où les bandes du crime organisé font main basse sur des catégories et des tailles spécifiques<sup>3</sup>, les conditions de rupture de stock concernent généralement des articles populaires et ce sont aujourd'hui ces mêmes articles qui représentent pour les détaillants le préjudice financier le plus important.

Stocks  
« fantômes »



## Prévention des pertes

Minimiser la démarque est la première responsabilité de la prévention des pertes, et cette discipline a développé des processus et des technologies robustes afin de dissuader et de détecter la fraude et le vol, souvent appuyée par l'application et la récupération. La prévention des pertes utilise des informations provenant de la surveillance de la surface de vente, des exceptions aux POS, des dispositifs de dissuasion du vol et des alarmes EAS aux entrées, appuyée par des rapports et des analyses basées sur des exceptions – des approches précieuses, mais axées sur les processus en amont. Elles donnent aux détaillants une capacité limitée d'anticipation ou de réponse en temps réel aux campagnes du crime organisé ou aux erreurs de traitement des marchandises, d'élucidation des vols complexes tels que ceux qui sont commis pour le compte d'amis aux POS, ou d'identification des tendances à long terme des marchandises ciblées par les voleurs.



Les enregistrements d'inventaire altérés dans les IMS n'offrent qu'une aide réduite. Les comptages physiques ne sont plus du tout à jour au moment où ils sont compilés, et ne peuvent pas être utilisés pour guider les alarmes adaptées en temps réel ou le déploiement de personnel. De plus, les mesures relatives à la démarque liées aux ruptures de stock et à d'autres altérations d'inventaire obscurcissent au lieu de révéler des tendances telles que la recrudescence du crime organisé dans le commerce de détail.

Ne disposant pas de détails à propos des articles manquants et de l'heure à laquelle ils ont disparu, les départements de prévention des pertes se basent sur les tendances historiques pour prendre des décisions clés concernant les catégories de marchandises, magasins, jours et heures à risque, ou sur les vidéos des caméras de sécurité dans la surface de vente. Ils manquent également d'informations concernant l'impact direct de leurs efforts d'application et de réhabilitation. Opérant sans données en temps réel et analyses au niveau de l'article, les équipes de prévention des pertes font de leur mieux avec leurs outils et leurs budgets, mais ne se concentrent pas nécessairement sur les mesures d'investigation prises après les faits, ce qui peut éparpiller leurs ressources limitées.

## La démarque en chiffres : impact sur la rentabilité des commerces de détail

La démarque est citée de manière cohérente comme étant un défi majeur en termes d'exploitation pour les détaillants, étant donné que l'impact est ressenti à de nombreux niveaux. Les éléments suivants sont un exemple de l'impact potentiel de la démarque sur la rentabilité :



Un détaillant faisant commerce d'accessoires de mode perd 20 sacs à main durant un mois particulier, et vend 300 unités durant le même mois. Partant du principe que le prix de vente moyen du détaillant est de 30 dollars US avec une marge de 25 %, les coûts associés de la démarque pourraient être calculés comme suit :



(articles perdus)      X    (coût de l'article)      X      (prix de vente)  
**20**                      **75 %**                      **30 USD**    = (perte) **450 USD**

Durant la même période, les profits sur les sacs à main vendus seraient :

(articles vendus)      X    (profit sur l'article)      X      (prix de vente)  
**300**                      **25 %**                      **30 USD**    = (profit) **2250 USD**

Par conséquent, la démarque coûte au détaillant **450 USD sur 2250 USD**, soit **20 %** de ses profits sur ces marchandises – sans compter le profit sur ces sacs à main qui auraient pu être vendus, ou les opportunités de vente perdues liées aux ruptures de stock.



## Impact sur le détaillant

Le détaillant devrait vendre 3 sacs à main (ou 0,75/0,25) pour chaque article volé.

Les détaillants déployant la RFID pour permettre la visibilité de l'inventaire se rendent compte des avantages supplémentaires en termes de gestion de la démarque.

La visibilité de la démarque (EPC comme EAS) permise par la RFID offre de nouvelles informations sur le moment et le lieu où les marchandises ont disparu, et sur la manière dont elles ont été retirées du magasin. Comprendre les pertes au niveau UGS peut aider les détaillants à identifier les sites et les périodes à haut risque, permettant d'adapter précisément les ressources de prévention des pertes.





## Visibilité de la démarque : intégrer les sources d'informations

Ajouter les lectures RFID article par article aux points clés du magasin représente une étape positive vers la visibilité de la démarque EPC comme EAS, une vision détaillée de la démarque à l'échelle du magasin obtenue en intégrant des informations dans des systèmes multiples du magasin. La visibilité de la démarque est une alternative aux zones d'ombre et à l'imprudence générées par les outils actuels pour évaluer et réduire la démarque. Saisir des données de qualité en temps réel permet de générer une stratégie et une réponse reposant sur des analyses, et ce à la sortie, à la réception et dans la surface de vente. Ajouter des analyses vidéo permet de vérifier les exceptions et fournit des informations importantes en lien avec chaque événement.

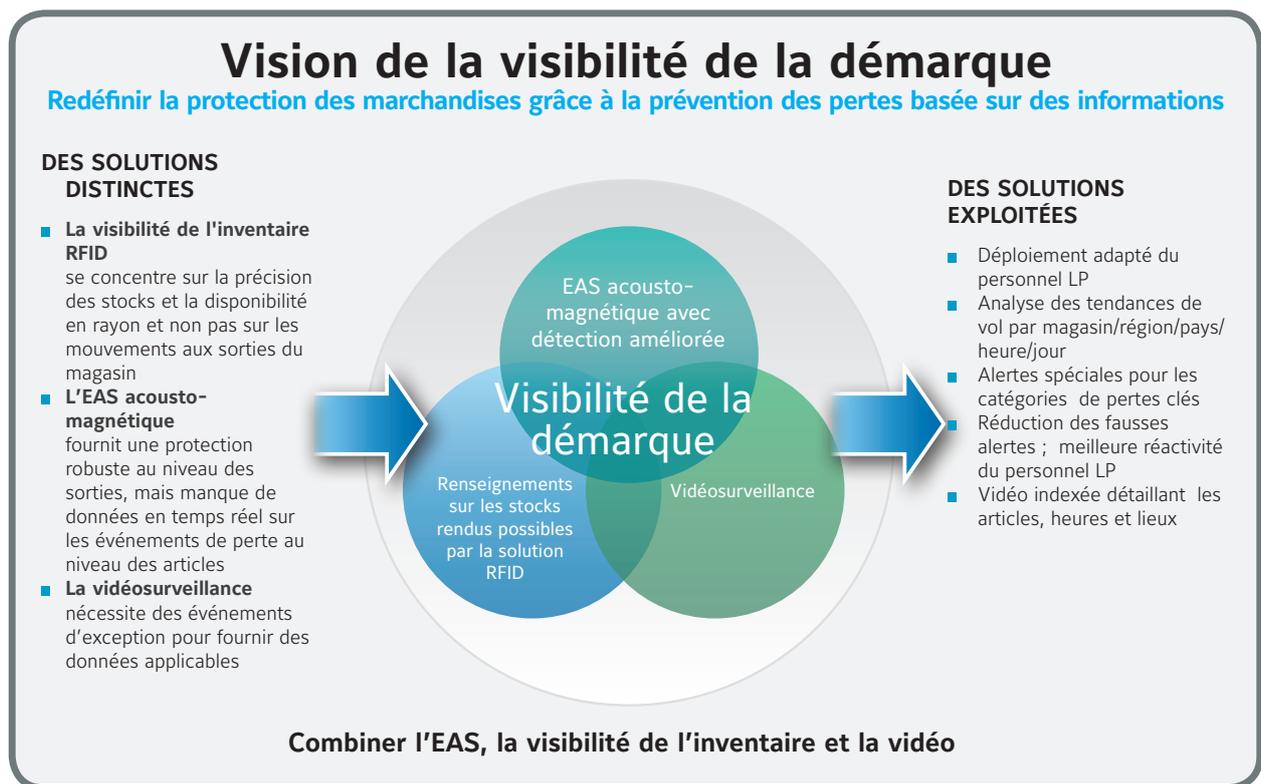
Une intégration complète réunit des informations issues de toutes les technologies déployées dans un magasin. Les technologies RFID, EAS et vidéo de prévention des pertes peuvent inclure des innovations telles que des points de lecture multi-technologie, des antivols spécifiques, des vidéos et des surfaces intelligentes qui désactivent et détachent les étiquettes actives aux terminaux des POS.



L'intégration étend le système d'inventaire du magasin et inclut des données de niveau UGS issues de l'expédition et la réception de produits, des transactions sur les points de vente et des retours. Elle ajoute en outre des données issues de la sécurité du magasin et des solutions de veille économique pour garder les informations au niveau de l'article dans le contexte d'autres événements. La visibilité de la démarque est la visibilité des marchandises à l'échelle du magasin, au niveau des articles, incluant les différentes manières dont l'inventaire peut échapper au système, les informations que les magasins regroupaient autrefois en un chiffre unique.

Réfléchissez à la manière dont la visibilité de la démarque pourrait permettre à un grand magasin d'électronique de gérer le vol systématique (avec une éventuelle assistance interne) de produits électroniques de grande valeur. En utilisant des informations RFID au niveau de l'article pour augmenter les alertes issues de son système LP basé sur l'EAS, le détaillant peut établir sa plateforme de prévention des pertes pour alerter le personnel chaque fois que le nombre de tablettes électroniques quittant le magasin passe un seuil horaire. Avec l'instauration d'alarmes qui déclenchent l'enregistrement vidéo des articles scannés aux POS et des sorties du magasin, le détaillant peut savoir quand, où, à quelle fréquence et entre quelles mains chaque article quitte le magasin. Ainsi, l'équipe LP peut examiner les causes profondes des pertes au lieu de chercher les symptômes, et même utiliser des images de vols en cours pour les utiliser comme preuve au tribunal.

Des informations en contexte détaillées, intégrées aux systèmes du magasin, permettent de s'attaquer aux problèmes persistants de gestion de l'inventaire et de prévention des pertes décrits ci-dessus et font progresser les capacités de prévention des pertes au-delà de leurs limites actuelles.



**FIGURE 2 :** Une vision à 360° de la démarque intègre les données de l'EAS améliorée, de la visibilité de l'inventaire rendue possible par la RFID et de la vidéosurveillance et de la vérification contextuelles, ainsi que les informations provenant des POS.

## À la réception

Des processus automatisés le long de la chaîne logistique accélèrent les cycles d'achat, réduisent les retards et les coûts liés à la réception, et permettent de distinguer la démarque en magasin de celle résultant de la chaîne logistique. De petits ajustements de processus, par exemple l'intégration des informations au niveau UGS dans des avis d'expédition pointus, peuvent automatiser les vérifications de précision des reçus et accélérer les recours du fournisseur concernant tout écart. D'autres changements de grande envergure (tels que des accords d'inventaire gérés par le fournisseur) génèrent des économies encore plus importantes, mais nécessitent des informations de grande qualité concernant la source et l'ampleur des pertes.



La visibilité de la démarque est essentielle à l'intégrité des informations de réception. Grâce à la technologie RFID, les détaillants peuvent faire entrer des marchandises en vérifiant 100 % de leur contenu.

Les cartons destinés à d'autres magasins peuvent être identifiés afin d'être immédiatement réorientés. Les substitutions de produits ou les erreurs peuvent être identifiées immédiatement sans intervention manuelle ni efforts. Identifier les pertes résultant d'erreurs administratives, de fraudes ou de vols, permet d'améliorer la précision et les recours pour tous les acteurs de la chaîne logistique, y compris les fournisseurs et les transporteurs.

## Dans la surface de vente

Gérer la démarque dans la surface de vente, notamment dans les zones à haut risque où la visibilité du personnel est limitée, est un défi constant pour la prévention des pertes. Les voleurs utilisent les coins discrets du magasin, les zones où les rayons sont en hauteur et les salles d'essayage pour retirer les antivols et les étiquettes EAS, dissimuler les articles et positionner la marchandise en vue de vols ultérieurs. La vidéosurveillance du personnel et les moniteurs apparents améliorent la visibilité et la dissuasion, mais ne peuvent pas offrir d'informations au niveau UGS concernant les mouvements d'articles que le personnel LP doit anticiper et dont il doit intercepter le vol ou le positionnement.

Le suivi au niveau des articles activé par RFID dans des zones critiques, à savoir les boutiques ayant des marges élevées, les produits électroniques et les médias de grande consommation, ainsi que les zones isolées telles que les salles d'essayage, offre à la prévention des pertes un outil puissant pour analyser le processus par lequel des gangs opérant dans le commerce de détail positionnent les marchandises à l'intérieur du magasin en vue d'une dissimulation et d'un retrait ultérieurs. Par exemple, le mouvement de dix UGS identiques de jeans haut de gamme de la boutique d'un créateur vers une salle d'essayage ou le département des équipements sportifs constitue une indication utile pour l'équipe LP qu'un événement lié au crime organisé est en cours.

Les voleurs utilisent les coins discrets du magasin... pour retirer les antivols et les étiquettes EAS



## À la caisse

De nombreuses formes de fraude liée au commerce de détail reposent sur la collaboration entre un voleur « externe » et un employé opérant au terminal du POS. C'est l'une des raisons qui explique que la vidéosurveillance à l'avant du magasin couvre souvent les caisses aussi bien que les sorties du magasin. Mais la vidéo seule ne peut pas détecter les crimes exploitant les documents administratifs. Dans le cadre des vols commis pour le compte d'amis par exemple, un voleur présente un article cher et un article bon marché issus d'une catégorie unique telle que des jeans, demandant au vendeur de scanner la paire de jeans bon marché et de remettre en rayon la paire plus chère. Le collaborateur POS détache l'antivol EAS et place la paire plus chère dans un sac mais scanne la paire bon marché et la remet en rayon.

La détection des vols commis pour le compte d'amis et les crimes qui y sont liés nécessitent l'intégration d'informations au travers du suivi au niveau de l'article, du POS et des systèmes vidéo le cas échéant. La comparaison des données relatives à l'article (EPC) et celles liées au POS peut permettre de détecter un crime. Les solutions en temps réel qui permettent le détachement de l'antivol rigide uniquement après que les articles aient été scannés peuvent l'empêcher. Enfin, l'intégration de la saisie vidéo peut identifier le voleur externe ainsi que l'employé corrompu ou compromis.



## À la sortie

Ajouter la technologie RFID aux colonnes de sortie EAS génère des améliorations significatives en termes de prévention des pertes. Les antivols RFID peuvent détecter les articles individuels sortant du magasin sans avoir fait l'objet de transactions appropriées, et génèrent des saisies vidéo pour dissuader les futures pertes et collecter des preuves contre les voleurs suspects.

Les améliorations en termes de visibilité d'inventaire sont tout aussi importantes. Les données au niveau des articles sur les marchandises quittant le magasin, corrélées avec les lectures d'étiquettes ou de codes-barres aux postes POS réalisées juste avant, permettent de mesurer avec précision la réduction totale de l'inventaire disponible. Baser le réapprovisionnement sur des quantités en stock exactes plutôt que sur les ventes permet de conserver les niveaux prévus d'inventaire dans la surface de vente, et d'éviter les ruptures de stock dues à la démarque non détectée. Les lectures en sortie non corrélées avec les lectures précédentes aux POS reflètent la démarque réelle : les erreurs et le vol. Et parce qu'il s'agit d'une mesure réelle et non pas d'une estimation, les informations ne sont pas obscurcies par d'autres types d'altération d'inventaire.



De plus, les données EPC issues des antivol RFID sur les marchandises retournées peuvent être vérifiées en fonction des données du POS, ce qui réduit les probabilités de substitution de marchandises et d'autres formes de fraude de retour. La visibilité de la démarque EPC comme EAS à la sortie du magasin donne aux départements LP les informations dont ils ont besoin pour protéger la rentabilité à plusieurs niveaux, au lieu de juste prendre des mesures suites aux vols à l'étalage.

Mais en plus d'améliorer l'efficacité des opérations LP actuelles, une contribution essentielle des données RFID à la sortie pour la prévention des pertes constitue l'opportunité de faire progresser ce processus en appliquant des analyses prédictives aux données d'heure, de site et de sortie issues de toutes les lectures de sortie, générant les avantages suivants :

- Déploiement adapté du personnel de prévention des pertes dans les départements à haut risque à des moments bien spécifiques de la journée, de la semaine ou de la saison, pour une plus grande efficacité tout en évitant les frais d'assurance globale.
- Analyse des tendances par magasin, région ou pays, heure/jour/saison et plus, en vue de comparer les caractéristiques du vol et d'identifier les tendances à long terme pour les articles clés.
- Alarmes sélectives basées sur le prix, la catégorie ou l'article pour permettre de se concentrer sur les catégories clés de perte, de réduire le nombre des fausses alarmes, d'améliorer l'efficacité du personnel LP et d'améliorer la récupération.
- La vidéosurveillance indexée d'événements de perte individuelle, ajoutant un contexte vidéo aux données d'article, de temps et de site pour les analyses d'investigation, la formation et les preuves.

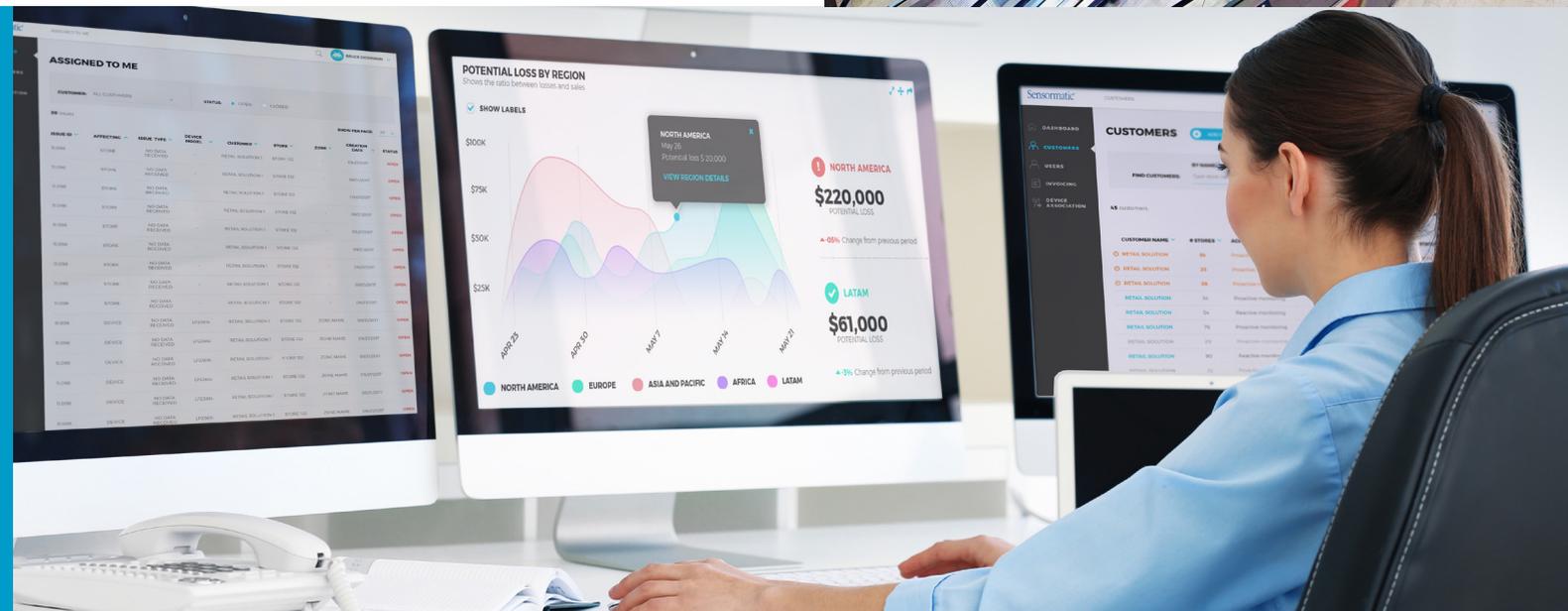


La visibilité de la démarque permet de combler les lacunes de la prévention des pertes et de la visibilité de l'inventaire actuelles, de renforcer leur niveau de concentration et d'améliorer leur rentabilité. Les données EAS, RFID, POS et vidéo intégrées renforcent les informations relatives au temps/au site/à l'article avec des données de ventes au niveau de l'article, fournissant de nombreuses informations en vue d'améliorer les processus de gestion d'inventaire et de prévention des pertes de manières rigoureuses et entièrement nouvelles.

## Nouvel éclairage sur le commerce de détail

Les magasins de détail peuvent adopter la visibilité de la démarque dès aujourd'hui, afin de réaliser des améliorations rapides permettant de protéger les marchandises et de gérer les inventaires. En combinant des technologies reconnues, les détaillants peuvent augmenter leur visibilité de façon significative sur les vols commis par des voleurs à l'étalage opportunistes ou des bandes du crime organisé, procéder au réassortiment ou à la commande d'articles volés afin d'éviter des conditions de rupture de stock, et identifier les contrevenants grâce aux données partagées entre magasins, au sein de leur entreprise ou avec des consultants, des détaillants ou des agents de police. Ils peuvent exploiter les données afin d'identifier les tendances, et modifier les processus de prévention des pertes afin d'empêcher ou de réduire le nombre des futurs incidents.

Réorienter les efforts de prévention des pertes en passant d'une approche réactive à une approche en temps réel, prédictive et basée sur des informations, permet d'accroître leur efficacité, et génère de nouveaux avantages irréalisables autrement.



Une variété de technologies sont disponibles dès maintenant pour permettre aux détaillants de faire face aux défis opérationnels et commerciaux :

- Les analyses des points de vente permettent de suivre les processus de vente et la productivité.
- La vidéosurveillance permet de préserver la sûreté et la sécurité, et de fournir un contexte et des preuves sur les cas de démarque.
- La surveillance électronique d'articles permet de dissuader et de détecter le vol à l'étalage.
- Les solutions de visibilité d'inventaire basées sur la RFID améliorent la rapidité et la précision des opérations du magasin.

Chacune de ces solutions est précieuse à sa manière. Mais combinées, elles génèrent une veille économique efficace. Pour la première fois, les détaillants peuvent identifier non seulement ce qu'ils vendent, mais également le moment de l'achat et les circonstances dans lesquelles il a été effectué. De plus, grâce à la visibilité de la démarque, les détaillants peuvent tirer le meilleur profit de leurs technologies afin de comprendre exactement ce qui a été volé, à quel moment, et même qui était impliqué. Les informations peuvent être conciliées sans avoir recours à des estimations et autres raccourcis, et des mesures fiables peuvent être prises pour améliorer les opérations, optimiser les opportunités de vente et améliorer la rentabilité.

#### NOTES DE BAS DE PAGE :

1 Richard C. Hollinger, Ph.D. et Amanda Adams, M.A., 2009 National Retail Security Survey Final Report. (Gainesville, FL : Université de Floride, 2010). [www.crim.ufl.edu/research/srp/srp.html](http://www.crim.ufl.edu/research/srp/srp.html).

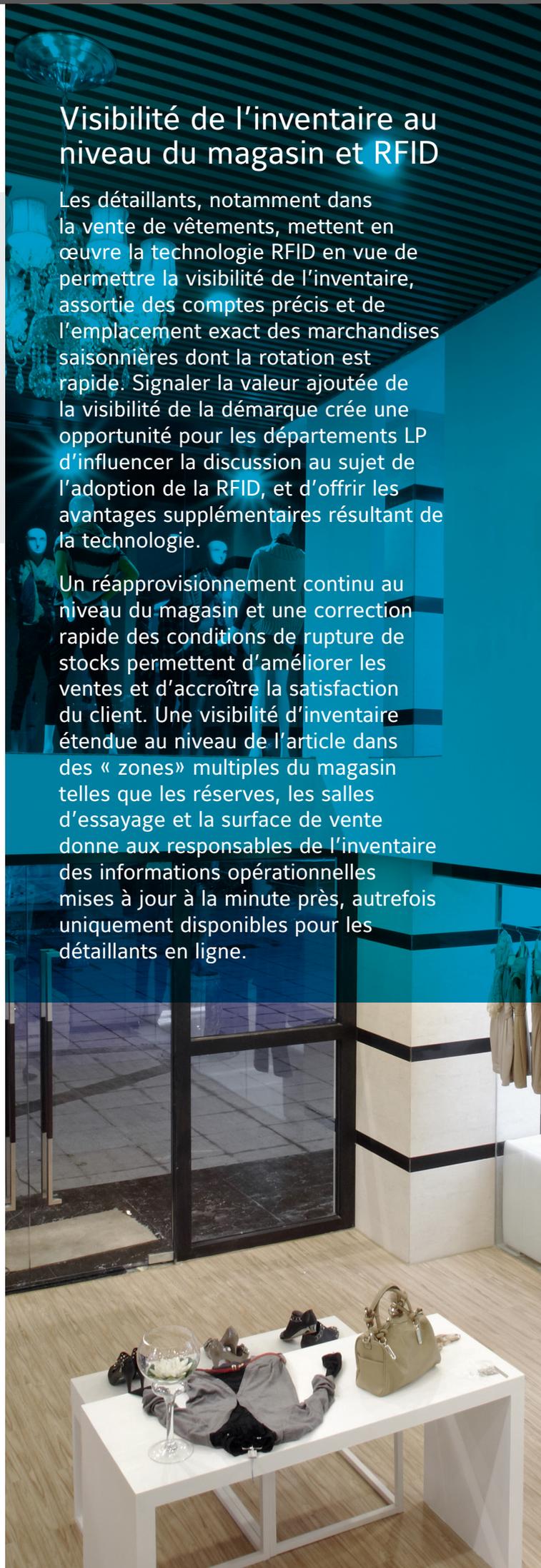
2 Rebecca S. Miles, Yana Mitchel et Bill C. Hardgrave. Item-Level RFID for Apparel/Footwear: The JC Penney RFID Initiative. (Fayetteville, AR : Information Technology Research Institute, Sam M. Walton College of Business, Université de l'Arkansas, 2010). <http://itrc.uark.edu>.

3 Livre blanc Sensormatic Solutions sur le crime organisé dans le commerce de détail, intitulé « Building your defences against organized retail crime »

## Visibilité de l'inventaire au niveau du magasin et RFID

Les détaillants, notamment dans la vente de vêtements, mettent en œuvre la technologie RFID en vue de permettre la visibilité de l'inventaire, assortie des comptes précis et de l'emplacement exact des marchandises saisonnières dont la rotation est rapide. Signaler la valeur ajoutée de la visibilité de la démarque crée une opportunité pour les départements LP d'influencer la discussion au sujet de l'adoption de la RFID, et d'offrir les avantages supplémentaires résultant de la technologie.

Un réapprovisionnement continu au niveau du magasin et une correction rapide des conditions de rupture de stocks permettent d'améliorer les ventes et d'accroître la satisfaction du client. Une visibilité d'inventaire étendue au niveau de l'article dans des « zones » multiples du magasin telles que les réserves, les salles d'essayage et la surface de vente donne aux responsables de l'inventaire des informations opérationnelles mises à jour à la minute près, autrefois uniquement disponibles pour les détaillants en ligne.



# À propos de Sensormatic Solutions

## Faire avancer le commerce de détail

**Sensormatic Solutions** est un leader mondial dans le domaine des solutions favorisant l'engagement intelligent et connecté des clients. En combinant des informations analytiques essentielles sur les stocks des commerçants de détail, la fréquentation des magasins et la prévention des pertes, **Sensormatic Solutions** favorise l'excellence opérationnelle à grande échelle et contribue à procurer une expérience d'achat exceptionnelle.

Nos solutions proposent aux commerçants une visibilité en temps réel et des outils d'analytique prédictive leur permettant de prendre des décisions éclairées à tous les niveaux de l'entreprise et de se tourner vers l'avenir en toute confiance. Grâce à plus de 1,5 million de dispositifs de collecte de données installés dans le secteur du commerce de détail, nous capturons 40 milliards de visites d'acheteurs et assurons le suivi et la protection de milliards d'articles chaque année.

Notre portefeuille inclut les marques phares **Sensormatic**®, **ShopperTrak**® et **TrueVUE**™. Rendez-vous sur [SensormaticSolutions.com](http://SensormaticSolutions.com), ou suivez-nous sur LinkedIn, Twitter et notre chaîne YouTube.



[www.sensormaticsolutions.com](http://www.sensormaticsolutions.com)

Copyright © 2019 Johnson Controls. Tous droits réservés. SENSORMATIC SOLUTIONS et les noms de produits mentionnés dans ce document sont des marques et/ou des marques déposées. Toute utilisation non autorisée de ces marques est strictement interdite.

**Sensormatic**  
by Johnson Controls