



E T U D E D E C A S

Sensormatic

by Johnson Controls

Kusmi Tea s'appuie sur la solution ShopperTrak Analytics de Sensormatic Solutions pour optimiser ses performances Retail et mieux comprendre le comportement de ses clients en magasin.

Résumé

- **L'industrie** : Commerce de détail de produits agroalimentaires, dans le secteur du thé et des infusions haut de gamme.
- **Solution** : Animation des points de vente pilotée par les taux de conversion.

Qui est Kusmi Tea ?

Kusmi Tea est une marque française de thé premium, fondée en 1867 à Saint-Pétersbourg et installée à Paris depuis la Révolution russe de 1917. Reconnue pour ses mélanges raffinés, son identité visuelle forte et son expérience client soignée, la marque allie boutiques élégantes, corners en grands magasins et e-commerce dynamique.

Enseigne détenue à 100% par Orientis Gourmet, Kusmi Tea compte 85 boutiques en France et est présente dans 35 pays. Ses thés, fabriqués en Normandie, se distinguent par leur packaging coloré. Engagée pour l'environnement, la marque est 100% bio, limite le plastique et mise sur des emballages recyclables.



L'Enjeu

Reconnue pour la qualité de ses produits et son positionnement premium, Kusmi Tea a souhaité renforcer le pilotage de ses points de vente en s'appuyant sur des données qualitatives, fiables et directement exploitables, afin de comparer et challenger les performances de son réseau. Dès 2015, la marque initie un premier projet avec l'installation de caméras de comptage via la solution ShopperTrak Analytics, dans le but de mesurer l'attractivité des boutiques et le taux de transformation. Les données collectées sont alors intégrées dans leur environnement Power BI interne.

Si ces premières analyses se révèlent utiles, elles montrent rapidement leurs limites : les données n'étant accessibles aux responsables de magasin qu'à J+1 dans la solution de BI interne, leur engagement dans le pilotage quotidien reste limité. L'enjeu devient alors d'enrichir l'analyse avec des KPIs plus précis, disponibles en temps réel, afin d'alimenter une réflexion stratégique et de soutenir une dynamique d'amélioration continue sur le terrain.

La Solution et sa mise en œuvre

Pour optimiser la performance de son réseau, Kusmi Tea a déployé fin 2021 l'application STan, un outil analytique centralisant et valorisant des données issues de multiples sources.

Ce projet s'inscrit dans la continuité d'un dispositif technologique mis en place dès 2015, reposant sur un réseau de caméras de comptage 3D installées dans 85 boutiques à travers l'Europe, principalement en France, en Belgique et au Luxembourg.

Avec un taux de fiabilité supérieur à 97 %, ces caméras assurent une collecte homogène et précise des données, disponibles à une granularité de 15 minutes. Le déploiement a couvert l'ensemble du réseau, incluant aussi bien les succursales que les boutiques affiliées, garantissant ainsi une base de données cohérente et exploitable à toutes les échelles.

La plateforme STan a véritablement dynamisé l'usage des données après la pandémie de Covid. Un réel engouement s'est manifesté, tant du côté des responsables de magasins que du siège. Le suivi des données en temps réel a permis d'instaurer des objectifs quotidiens et hebdomadaires pour les magasins, fondés sur les informations fournies par l'application. Les responsables de boutique disposent désormais d'une vision claire des performances de leur point de vente, tandis que les responsables régionaux bénéficient d'une vue d'ensemble sur leur périmètre — une visibilité également partagée à l'échelle nationale.



Afin de contextualiser les analyses, Kusmi Tea a mis en place une classification des points de vente selon leur typologie : centre commercial, gare ou centre-ville. Cette segmentation permet d'interpréter les performances à l'aune des dynamiques propres à chaque environnement — par exemple, un trafic plus dense mais moins qualifié en centre-ville comparé à celui d'un magasin situé en gare.

L'implémentation de cette approche a bénéficié d'un accompagnement personnalisé, assuré par une équipe dédiée composée d'un commercial, d'un Customer Success Manager (CSM), d'un chef de projet et d'un expert support technique. Cette organisation garantit un suivi sur mesure, réactif et orienté résultats. Là où certaines solutions nécessitent des ajustements spécifiques à chaque site, celle de ShopperTrak Analytics se distingue par sa capacité à s'adapter à l'ensemble du réseau. Grâce à des capteurs intelligents, une méthodologie éprouvée et un déploiement structuré, la solution est mise en œuvre de manière homogène, rapide et fiable — qu'il s'agisse d'un seul magasin ou de cinquante.

« C'est devenu un véritable pilier du quotidien pour les équipes, leur permettant un suivi plus précis des données. On observe un engagement renforcé des magasins et une motivation accrue. La confiance dans les données est désormais bien ancrée. »



Bruno Contrepoids | Directeur des Systèmes d'Information chez Kusmi Tea



Résultats et Avantages

Le Customer Success Manager (CSM) joue un rôle central dans l'accompagnement des équipes Kusmi Tea. Il assure la formation à l'utilisation de la plateforme STan, ainsi qu'un suivi régulier dans le temps. L'objectif est d'ancrer l'outil dans les pratiques quotidiennes, d'optimiser l'exploitation des données et de faire évoluer les usages en fonction des besoins opérationnels.

Grâce à STan, Kusmi Tea suit ses indicateurs clés de performance (KPIs) avec une mise à jour des données toutes les 15 minutes. Les données de fréquentation sont croisées avec les tickets de caisse et le chiffre d'affaires, permettant de calculer le taux de conversion et d'évaluer l'impact du trafic sur les ventes. Cette analyse croisée offre une vision détaillée de la performance de chaque point de vente, facilitant la prise de décision, aussi bien au niveau local qu'au siège.



Accès aux données en temps réel

L'un des atouts majeurs de la plateforme STan réside dans l'accessibilité des données mises à jour toutes les 15 minutes, aussi bien pour les équipes en magasin que pour celles du siège. Cette transparence favorise un pilotage agile, un suivi réactif des KPIs (taux de conversion, fréquentation, etc.) et une capacité d'ajustement rapide en fonction des évolutions du terrain.



Analyse horaire : la "Power Hour"

La plateforme permet également une analyse fine de la fréquentation heure par heure, identifiant les pics d'affluence. Ces insights ont permis :

- L'optimisation des plannings du personnel en fonction des périodes de forte affluence.
- L'ajustement des horaires d'ouverture pour maximiser l'efficacité commerciale.
- Une meilleure répartition des tâches en magasin (caisse, conseil client, etc.).

Impact global sur la performance

Grâce à la plateforme STan, Kusmi Tea dispose aujourd'hui d'un outil puissant pour mieux comprendre le comportement client, optimiser la gestion des ressources humaines et enrichir l'expérience en magasin. La mesure et l'analyse des données, actualisées en temps réel, combinée à une segmentation fine et un suivi rigoureux des KPIs, a permis une amélioration significative de la performance commerciale à l'échelle européenne.

Grâce à des données désormais fiables et contextualisées, les équipes prennent des décisions plus éclairées et alignées avec les objectifs stratégiques. Ces derniers sont définis à partir d'analyses concrètes, soutenus par la direction, et dynamisés par des défis ponctuels qui renforcent l'engagement sur le terrain. Notre plateforme analytique, STan s'impose ainsi comme un levier stratégique, à la fois en termes de gain de temps et de pilotage opérationnel. Dans cette dynamique, Kusmi Tea envisage d'approfondir sa connaissance client en explorant les nouvelles capacités de la solution ShopperTrak Analytics basées sur l'intelligence artificielle : reconnaissance des visiteurs uniques, analyse du temps de présence (dwell time) et segmentation socio-démographique.



Année de Création

Magasins Equipés de Solutions

Pays