



Rehausser la valeur en magasin : l'impact de l'intelligence opérationnelle

L'optimisation des flux de travail a permis d'augmenter le chiffre d'affaires et d'améliorer les bénéfices pouvant atteindre 1,8 point de pourcentage au cours de l'année dernière



Introduction

Les enseignes, qu'il s'agisse des grands distributeurs aux plateformes de commerce électronique, investissent massivement dans l'optimisation des flux de travail. Cette démarche se traduit par une augmentation du chiffre d'affaires, des bénéfices et de la satisfaction de leurs clients. Pour ces organisations bien établies, l'intelligence opérationnelle est fondamentale : les investissements ciblés dans les technologies clés (des terminaux mobiles à l'intelligence artificielle [IA], en passant par l'apprentissage automatique) leur permettent d'obtenir une visibilité en temps réel sur leurs flux de travail, de générer des informations exploitables à partir de processus robustes de gestion des données et de réduire le manque d'efficacité et les erreurs à grande échelle.

Afin de comprendre comment l'amélioration des flux de travail se traduit en avantages financiers, Oxford Economics et Zebra Technologies ont interrogé 400 décideurs du secteur de la vente au détail à travers le monde. Ils ont ensuite appliqué une analyse économétrique à leurs réponses pour évaluer leurs performances commerciales. Nos recherches se sont concentrées sur plusieurs flux de travail essentiels, notamment la gestion des stocks, les opérations de caisse, la gestion des tâches, l'exécution des commandes et la prévention des pertes. Elles ont mis en évidence des progrès et des gains importants.

Les enseignes qui se sont concentrées sur l'amélioration de la gestion des stocks, par exemple, un domaine particulièrement

préoccupant pour le secteur, ont signalé, en moyenne, des impacts plus importants sur leur chiffre d'affaires et leurs résultats financiers au cours de l'année dernière par rapport à celles qui ne l'ont pas fait. Elles ont notamment enregistré une croissance du chiffre d'affaires supérieure à 1,8 point de pourcentage et une rentabilité supérieure à 1,5 point de pourcentage.¹

Notre rapport examine en détail deux flux de travail qui nécessitent des améliorations : la gestion des stocks et la prévention des pertes. Des entretiens approfondis avec des dirigeants du secteur montrent clairement que les avantages de l'intelligence opérationnelle ne bénéficient pas à un seul flux de travail ni même à une seule organisation. Ces avantages génèrent une valeur significative pour l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement du commerce de détail, un système complexe et interdépendant qui englobe la fabrication, le transport et la logistique et les organisations de vente au détail, qui travaillent toutes ensemble pour répondre aux demandes des clients en matière de produits de haute qualité et de services rapides.

De fait, les organisations de la chaîne d'approvisionnement du commerce de détail qui ont signalé des améliorations significatives de leurs flux de travail ont enregistré, en moyenne, une croissance de leur chiffre d'affaires supérieure de 2 points de pourcentage et une rentabilité supérieure de 1,7 point de pourcentage à celles de leurs pairs au cours de l'année dernière.

L'intelligence opérationnelle intègre des technologies de pointe telles que l'IA, l'automatisation et les données avec l'expertise humaine pour optimiser les processus d'affaires/opérationnels.



1. Les écarts en points de pourcentage illustrent la différence moyenne en termes de croissance du chiffre d'affaires et de rentabilité entre les organisations qui ont apporté des améliorations significatives à leur gestion des stocks et celles qui ne l'ont pas fait, d'après notre analyse des données de l'enquête.

Les enseignes recherchent des moyens d'optimiser leurs flux de travail

L'expérience d'achat est le principe directeur autour duquel les enseignes concentrent leurs autres objectifs commerciaux et décisions opérationnelles, y compris les investissements dans les technologies d'automatisation. « L'automatisation n'est pas une fin en soi, mais un moyen d'atteindre un objectif », explique le directeur de la stratégie et des opérations d'une plateforme de distribution alimentaire et de commerce électronique basée en Inde. « Nous la déployons avec soin pour renforcer notre mission principale : fournir rapidement et de manière fiable les produits adaptés à nos clients, et améliorer leur satisfaction globale. »

L'utilisation de la technologie constitue une priorité évidente pour les enseignes interrogées dans le cadre de notre enquête. Ils indiquent consacrer en moyenne 69 % de leur budget informatique aux appareils, logiciels et autres technologies utilisés pour automatiser les flux de travail. Cependant, l'automatisation des flux de travail revêt des significations différentes selon les organisations. Près de la moitié d'entre elles la définit comme l'utilisation des technologies numériques pour rationaliser les flux de travail et éliminer les tâches manuelles, tandis que 41 % mettent l'accent sur l'utilisation à la fois d'appareils et de logiciels pour améliorer la productivité et l'efficacité. Seules 5 % considèrent principalement l'automatisation comme l'utilisation d'analyses avancées et de l'IA/ML pour optimiser la prise de décision et les performances opérationnelles.

Cette diversité de définitions pourrait s'expliquer par le manque de développement des systèmes de gestion des données dans le secteur : près des deux tiers des répondants indiquent que l'analyse des données n'est effectuée que dans certains domaines ou reste limitée et cloisonnée. Environ un tiers des entreprises mentionnent des capacités plus avancées, telles que des processus automatisés pour la gestion des données dans plusieurs fonctions commerciales ou l'utilisation de l'IA pour obtenir des informations à l'échelle de l'organisation.

L'amélioration des processus de gestion des données constitue une étape cruciale vers l'optimisation des flux de travail et l'atteinte des objectifs commerciaux pour les trois prochaines années. Outre l'amélioration de l'expérience d'achat et de la satisfaction, citée par environ la moitié des entreprises comme une priorité commerciale majeure, les enseignes se concentrent sur la précision et la gestion des stocks, la qualité des produits et des services, ainsi que l'efficacité opérationnelle et la productivité.

La résistance des employés aux nouvelles méthodes de travail, la pénurie de compétences et les coûts élevés des formations comptent parmi les principaux obstacles à l'amélioration des flux de travail dans ce secteur. Cependant, investir dans des outils permettant de rendre les opérations plus intelligentes peut contribuer à atténuer certaines de ces difficultés liées à la main-d'œuvre. « Les employés reconnaissent de plus en plus que les outils d'automatisation les aident à travailler plus intelligemment, à accroître leur productivité et à exploiter de nouvelles facettes de leur potentiel », explique le directeur de la stratégie et des opérations de la plateforme de distribution alimentaire et de commerce électronique.



Fig. 1 : les enseignes accordent la priorité au service client et à la précision des stocks pour les trois prochaines années

Q. Parmi les objectifs commerciaux suivants, lesquels constituent vos trois priorités pour les trois prochaines années ? Les cinq réponses les plus fréquentes sont présentées.



L'intelligence opérationnelle améliore les résultats commerciaux

La majorité des enseignes affirment avoir apporté des améliorations significatives à la gestion de leurs stocks et à leurs opérations de point de vente et de caisse au cours des deux dernières années, citant toute une série d'avantages, allant d'une rapidité accrue à une réduction des erreurs. Cependant, certains flux de travail, tels que la prévention des pertes, la gestion des tâches associées, l'exécution des commandes et l'intégration omnicanale, continuent de poser des difficultés à plus de la moitié des enseignes.

Les entreprises de vente au détail qui n'ont pas encore apporté d'améliorations significatives à leurs flux de travail ont de grandes opportunités devant elles. Investir dans des technologies essentielles, telles que les lecteurs RFID, les terminaux mobiles, les logiciels de prévision et les capteurs intelligents, peut améliorer l'efficacité opérationnelle et l'expérience d'achat, et accroître la croissance des revenus et la rentabilité. Les enseignes interrogées qui ont considérablement optimisé leurs flux de travail au cours des deux dernières années ont constaté, en moyenne, une amélioration de 21 % de la satisfaction client pendant cette période.

+21 %

Augmentation moyenne de la satisfaction client pour les enseignes ayant mis en œuvre des améliorations dans leurs flux de travail

Gains de productivité à grande échelle : ce qu'ils pourraient signifier pour les 20 enseignes leaders

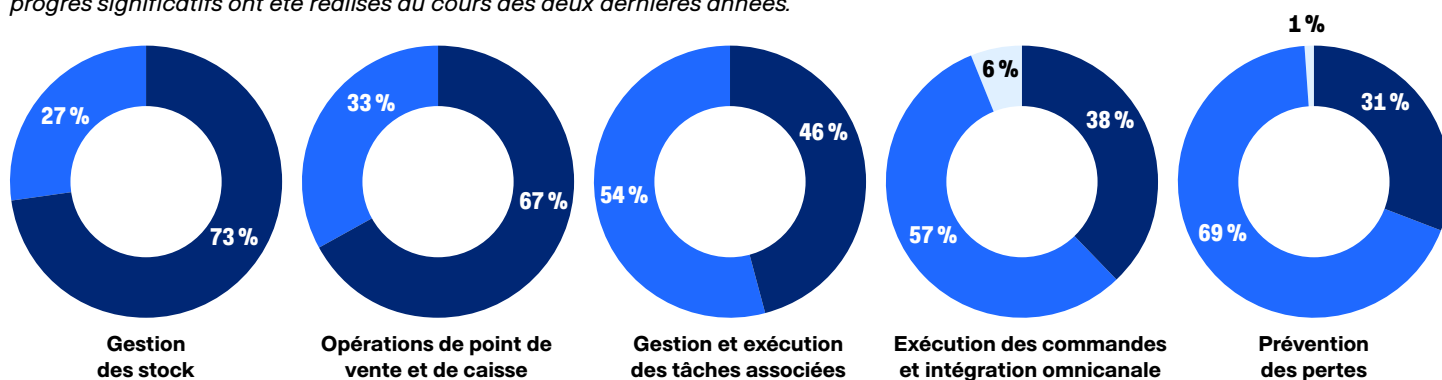
Si les 20 enseignes leaders du classement Forbes Global 2000, qui ont généré collectivement 3 600 milliards de dollars de chiffre d'affaires en 2024, parvenaient à améliorer significativement leurs flux de travail, elles pourraient potentiellement enregistrer une augmentation cumulée de 65,9 milliards de dollars de chiffre d'affaires et de 2,3 milliards de dollars de bénéfices.²

Cela se traduit par une augmentation moyenne, par enseigne, de 3 milliards de dollars du chiffre d'affaires (une hausse de 1,8 %) et de 110 millions de dollars de bénéfices.

Ces estimations sont basées sur les tendances observées dans notre enquête, qui comportait des enseignes de toutes tailles. Les résultats sont appliqués aux 20 enseignes leaders du classement Forbes Global 2000 et supposent que des relations similaires s'appliquent. Bien que ces chiffres ne constituent ni une prédiction ni un lien de causalité, ils fournissent une indication utile de l'ampleur potentielle des avantages pour les grandes enseignes.

Fig. 2 : La gestion des stocks s'améliore, tandis que la prévention des pertes demeure problématique

Q. Pour chaque flux de travail applicable à votre organisation, veuillez indiquer si une amélioration est nécessaire ou si des progrès significatifs ont été réalisés au cours des deux dernières années.



- Des améliorations significatives ont été réalisées au cours des deux dernières années
- Des améliorations sont nécessaires, mais nous n'avons pas réalisé de progrès significatifs au cours des deux dernières années
- Non applicable à mon entreprise

Remarque : les pourcentages peuvent ne pas totaliser 100 % en raison des arrondis effectués

2. Nous avons examiné les 20 entreprises leaders des secteurs suivants recensés dans le classement Forbes Global 2000 : Commerce de détail et de gros, vente au détail, marchés alimentaires, et hôtels, restaurants et loisirs. Cette sélection a été effectuée en utilisant le classement 2025. Forbes. « Global 2000: The World's Largest Public Companies. » Forbes, 10 juillet 2025. <https://www.forbes.com/lists/global2000/>.

Analyse approfondie : l'optimisation de la gestion des stocks améliore la précision et l'efficacité.

La gestion des stocks reste une priorité clé pour 39 % des enseignes, même si, globalement, elle continue de constater des progrès notables dans ce domaine. Les entreprises qui ont mis en place des changements majeurs au cours des deux dernières années sont les plus susceptibles de constater : une meilleure précision des stocks (68 %), moins de temps passé à les gérer (47 %) et une fiabilité accrue des prévisions (44 %). Ces avantages confirment leur engagement à atteindre l'excellence du service client

Les enseignes s'appuient sur diverses technologies pour optimiser leur gestion des stocks. Parmi elle, les terminaux mobiles, les logiciels d'analyse prédictive et les lecteurs RFID se sont distingués comme étant les plus cruciaux. Ceux qui cherchent encore à améliorer la gestion des stocks misent également sur les appareils mobiles (en particulier les lecteurs RFID) et l'analyse prédictive. Au-delà d'une meilleure précision et d'amélioration de l'expérience client, ces technologies renforcent la collaboration interne en permettant un partage des données et une prise de décision en temps réel. Ce sont ces outils qui distinguent les enseignes de premier plan des autres.

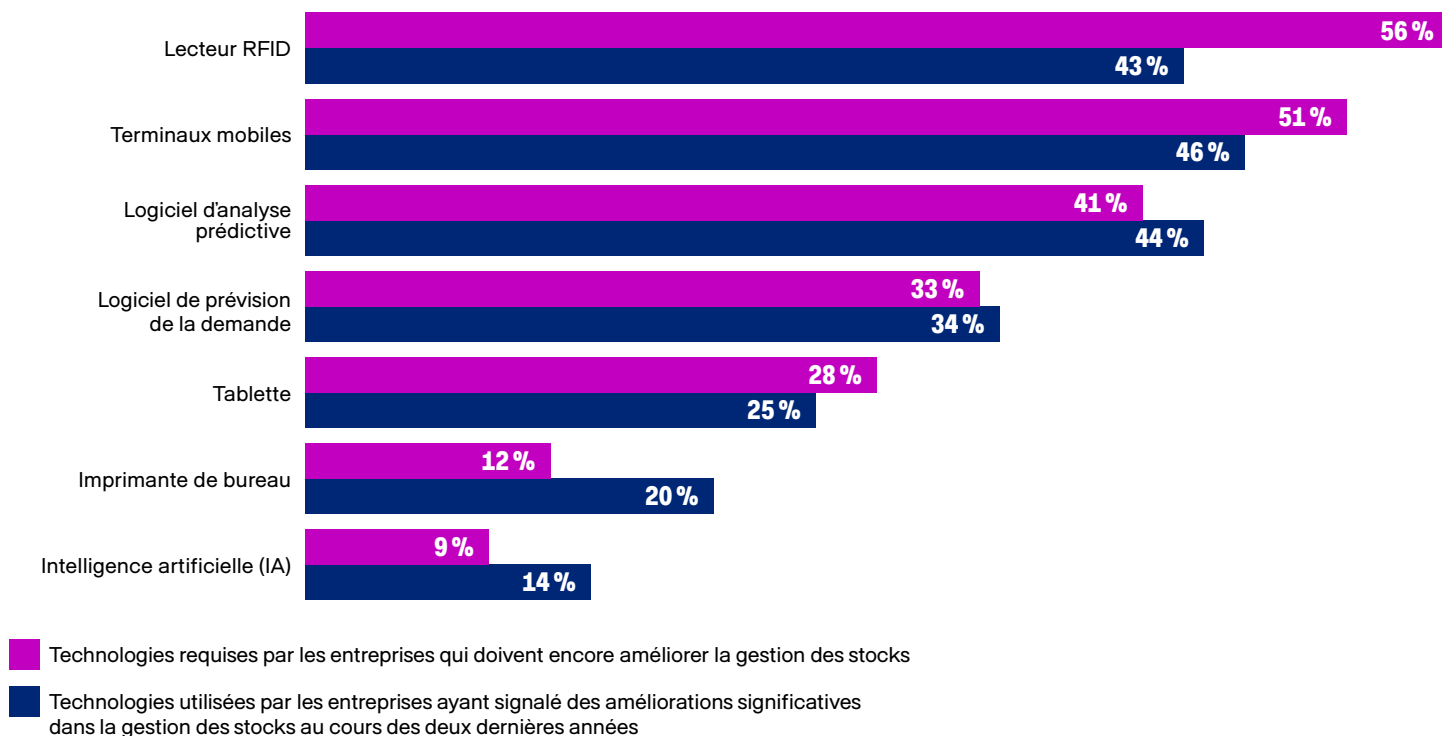
Un directeur de l'approvisionnement et des achats de la chaîne logistique d'une grande enseigne américaine indique que son organisation a déployé des efforts considérables pour

moderniser ses systèmes logiciels de gestion des stocks et équiper les employés de ses centres de distribution. « Je ne connais aucun site où les employés ne disposent pas d'une tablette ou d'un autre appareil pour vérifier les niveaux de stock et de surveiller le déroulement des processus », explique-t-il. « La meilleure chose qui nous soit arrivée, outre la mise à jour des systèmes logiciels, est d'avoir modernisé la technologie et de l'avoir mise à la disposition des collaborateurs et des employés sur le terrain. » Cette avancée vers des opérations intelligentes a permis à l'enseigne de maintenir des niveaux de stock sains/optimaux.

Les enseignes qui ont optimisé la gestion des stocks ont enregistré, en moyenne, une croissance de leur chiffre d'affaires supérieure de 1,8 point de pourcentage et une rentabilité supérieure de 1,5 point de pourcentage au cours de l'année dernière par rapport à ceux qui n'ont pas fait des progrès significatifs dans ce domaine. Pour l'entreprise de vente au détail type représentée dans notre enquête (voir méthodologie et données démographiques à la page 10), cela représente une augmentation potentielle de 53,8 millions de dollars du chiffre d'affaires et de 3,5 millions de dollars des bénéfices.

Fig. 3 : les terminaux mobiles et les logiciels prédictifs sont essentiels pour la gestion des stocks

Q. Parmi les technologies suivantes, lesquelles sont ou ont été les plus importantes pour améliorer votre **flux de travail** de gestion des stocks ? Veuillez sélectionner au moins deux éléments.



Analyse approfondie : Optimiser la prévention des pertes est essentiel pour réduire la démarque inconnue, minimiser la fraude et améliorer l'expérience des collaborateurs

La prévention des pertes est une préoccupation majeure pour environ deux tiers des enseignes, dont la majorité cherchent des moyens pour : réduire la démarque inconnue, le gaspillage et les pertes (64 %), minimiser la fraude (50 %), améliorer l'expérience d'achat (40 %) et élargir leur vision sur les pertes de produits (37 %). Les deux directeurs du secteur de la vente au détail que nous avons interrogés recherchent des moyens d'optimiser la réduction de la démarque inconnue dans leurs organisations.

Afin d'améliorer la prévention des pertes, les enseignes indiquent qu'elles bénéficieraient le plus de l'intégration de technologies telles que les rayonnages et capteurs intelligents, les lecteurs RFID et même l'IA. Cette dernière est une option bien plus populaire aujourd'hui qu'elle ne l'était il y a deux ans pour les enseignes menant ces améliorations.

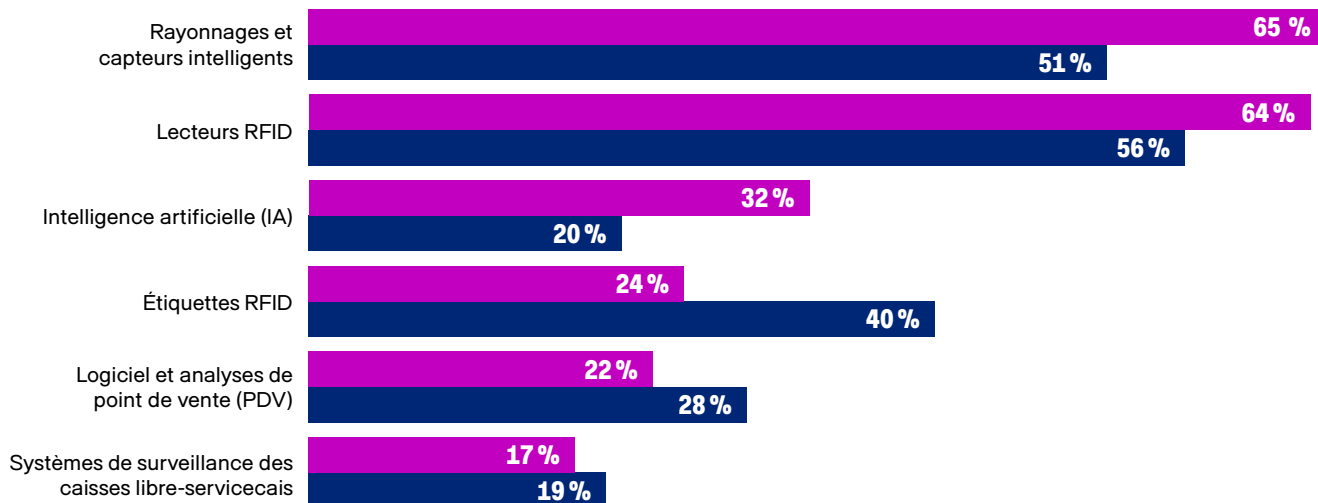
Les enseignes qui ont amélioré la prévention des pertes ont déclaré, en moyenne, une croissance de leur chiffre d'affaires supérieure de 1,2 point de pourcentage au cours de l'année

dernière par rapport à celles qui n'ont pas apporté d'améliorations significatives dans ce domaine. Pour l'entreprise de vente au détail type représentée dans notre enquête (voir méthodologie et données démographiques à la page 10), cela se traduit par une augmentation potentielle du chiffre d'affaires de 35,1 millions de dollars.

Ces enseignes ont investi dans des technologies telles que les rayonnages et capteurs intelligents, les capteurs et étiquettes RFID, ainsi que les logiciels et analyses de point de vente. Elles ont ainsi réaobtenu des résultats que leurs concurrents peinent encore à atteindre. Par exemple, 57 % des enseignes ayant amélioré leurs flux de travail de prévention des pertes déclarent avoir réduit la démarque inconnue, le gaspillage et les pertes. De plus, 43 % ont minimisé la fraude ; 33 % ont amélioré l'expérience des collaborateurs ; et 24 % ont élargi leur vision des pertes de produits.

Fig. 4 : les capteurs et les technologies RFID sont essentiels pour la prévention des pertes, mais l'IA gagne du terrain

*Q. Parmi les technologies suivantes, lesquelles sont ou ont été les plus importantes pour améliorer votre **flux de travail** de prévention des pertes ? Veuillez sélectionner au moins deux éléments.*



- Technologies nécessaires aux entreprises qui doivent encore améliorer la prévention des pertes
- Technologies utilisées par les entreprises ayant réalisé des progrès significatifs en matière de prévention des pertes au cours des deux dernières années

Les grandes enseignes exploitent leur taille

L'approche d'une entreprise pour améliorer ses flux de travail est étroitement liée aux ressources dont elle dispose. Dans notre enquête, les très grandes enseignes étaient plus susceptibles de déclarer avoir amélioré des domaines tels que la gestion des stocks et les opérations de point de vente et de caisse que leurs homologues de grande et moyenne taille. Cependant, ils rencontrent encore des difficultés avec d'autres flux de travail, tels que la gestion des tâches des collaborateurs et la prévention des pertes.

Nous avons défini les catégories comme suit :

- **Très grandes enseignes** : 10 milliards de dollars ou plus de chiffre d'affaires
- **Grandes enseignes** : entre 1 et 9,9 milliards de dollars ou plus de chiffre d'affaires
- **Enseignes de taille moyenne** : entre 100 millions et 999,9 millions de dollars de chiffre d'affaires

Les enseignes de toutes tailles déclarent avoir des difficultés à mettre à niveau ou à intégrer leurs technologies existantes, mais ce problème est plus marqué pour les entreprises bien établies. « Notre principal défi réside dans le fait que nous disposons de nombreux systèmes hérités », explique le directeur de la chaîne d'approvisionnement d'une grande enseigne américaine. « Nous avons dû modifier certains pour les rendre fonctionnels et en rafistoler d'autres. » Un peu plus d'un quart des grands et très grandes enseignes indiquent que les systèmes hérités constituent l'un des trois principaux obstacles à l'amélioration des flux de travail, contre environ un cinquième des enseignes de taille moyenne. Les grandes enseignes peuvent disposer des ressources

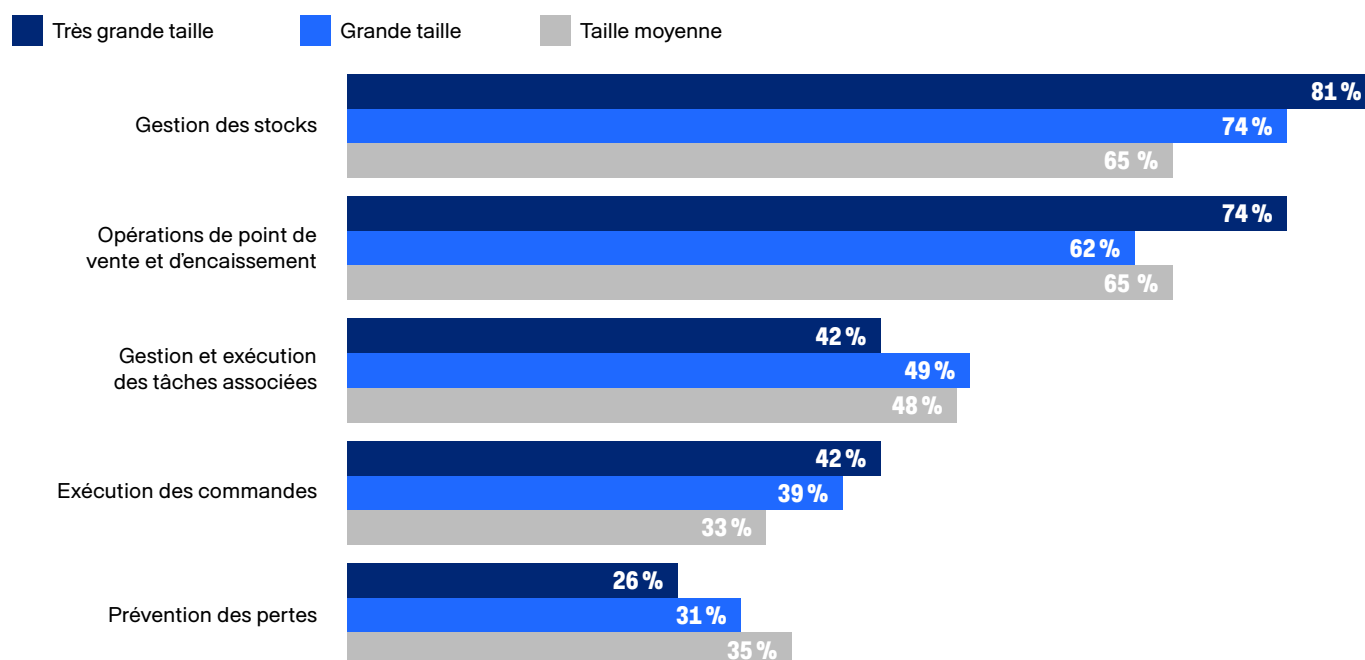
nécessaires pour réaliser d'importants investissements et mises à niveau technologiques, mais les incertitudes liées au retour sur investissement (RSI) peuvent freiner les progrès. Selon un directeur des opérations d'une entreprise mondiale de logistique : « Tout le monde en parle, mais lorsqu'il s'agit de prendre des risques ou d'engager son capital politique au sein de l'organisation pour un achat de plusieurs millions de dollars, et qu'il y a des inquiétudes quant à la réussite ou à la stabilité du projet, c'est généralement là que les choses se compliquent. »

Quelle que soit leur taille, les enseignes devront démontrer clairement la rentabilité financière de tout investissement technologique. « Si vous n'êtes pas en mesure de la démontrer, vous n'obtiendrez probablement pas de financement », explique le directeur des opérations de l'entreprise de logistique.

Ces investissements peuvent faire la différence entre des opérations intelligentes, qui améliorent les résultats commerciaux, et celles qui ne sont pas à la hauteur. Par exemple, par rapport aux enseignes de taille moyenne, les grandes et très grandes enseignes qui ont amélioré la gestion de leurs stocks étaient plus susceptibles de déclarer avoir investi dans des logiciels de prévision de la demande, des logiciels d'analyse prédictive et des terminaux mobiles. Le bénéfice est clair : ils étaient plus susceptibles de déclarer avoir amélioré la précision de leurs stocks et de leurs prévisions et réduit le temps consacré à la gestion des stocks. Les grandes et très grandes enseignes testent et utilisent également l'IA, pour l'optimisation des stocks et la prévision de la demande, à des taux plus élevés que les enseignes de taille moyenne.

Fig. 5 : les très grandes enseignes sont en avance sur les autres en matière d'amélioration de la gestion des stocks et des opérations de points de vente

Q. Pour chaque flux de travail applicable à votre organisation, veuillez indiquer si une amélioration est nécessaire ou si des progrès significatifs ont été réalisés au cours des deux dernières années. Réponses « Des améliorations significatives ont été réalisées au cours des deux dernières années », ventilées par taille de l'organisation.



Progrès en matière de mise en œuvre de l'IA

Les progrès rapides de l'IA devraient aider les organisations qui commencent tout juste à améliorer leurs flux de travail essentiels, d'autant plus que ces outils et technologies sont de plus en plus accessibles.

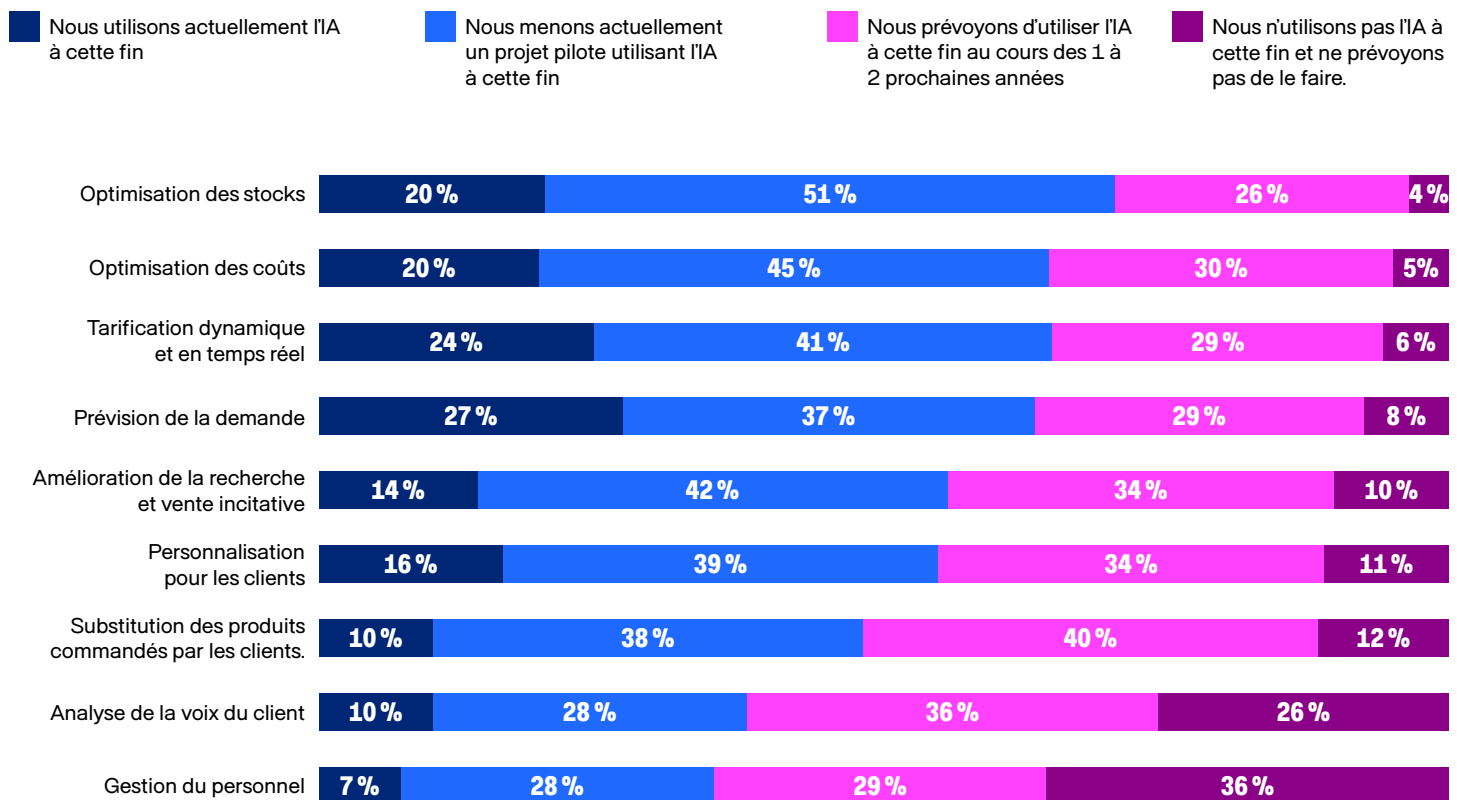
Lorsque la grande enseigne américaine que nous avons interrogé a mis à niveau son logiciel et sa technologie de gestion des stocks, une amélioration qui a aidé l'entreprise à gérer ses niveaux de stocks en pleine pandémie, l'IA n'était pas aussi répandue qu'aujourd'hui. « Nous avons besoin de déterminer comment accroître la précision et améliorer nos quantités de demande et de stock », explique le directeur de la chaîne d'approvisionnement de l'enseigne. « Nous testons à l'heure actuelle l'automatisation par l'IA et l'expérimentons dans certaines installations afin de voir si elle peut nous être utile. Nos ingénieurs travaillent sur ce projet pour déterminer si elle peut apporter des améliorations supplémentaires par rapport à notre situation actuelle. »

En réalité, la plupart des entreprises de vente au détail indiquent qu'elles utilisent ou testent l'IA dans divers flux de travail, de l'optimisation des coûts à la prévision de la demande. Environ la moitié des répondants déclarent que des projets pilotes d'IA sont en cours pour l'optimisation des stocks, un investissement essentiel pour prévenir les pertes et détecter les risques.

Pour que les enseignes exploitent au maximum leurs implémentations de l'IA, elles devront investir dans leurs processus d'accès, de gestion et d'analyse des données, une étape cruciale vers l'intelligence opérationnelle. Le directeur de la chaîne d'approvisionnement du détaillant a parfois du mal à accéder aux données dont il a besoin pour gérer ses opérations plus efficacement. Mais il ne suffit pas de briser les silos de données : les données doivent également être à jour. Il note que les organisations de toute la chaîne d'approvisionnement doivent faire preuve de plus d'intelligence dans leurs processus de partage et de gestion des données afin de bénéficier des analyses basées sur l'IA sur leurs réseaux. « Je peux faire preuve de beaucoup plus d'intelligence dans mon rôle si je peux simplement rechercher quelque chose au lieu d'essayer d'obtenir un rapport auprès d'un acheteur de marchandises ou d'un développeur », dit-il. « Cela représente beaucoup d'appels téléphoniques. »

Fig. 6 : Les enseignes exploitent l'IA pour optimiser toute une série de flux de travail

Q. Dans quelle mesure votre organisation utilise-t-elle l'IA pour les flux de travail suivants ?



Remarque : Les pourcentages peuvent ne pas totaliser 100 % en raison des arrondis effectués.

Conclusion

Les enseignes qui adoptent l'intelligence opérationnelle devraient améliorer l'expérience d'achat, rationaliser l'efficacité des flux de travail et accroître la satisfaction des employés, ce qui se traduira en fin de compte par des améliorations substantielles tant en termes de croissance du chiffre d'affaires que de rentabilité.

Chaque enseigne a la possibilité de réorganiser ses flux de travail obsolètes et inefficaces tout en continuant à améliorer l'efficacité des opérations déjà optimisées. Les enseignes participant à notre enquête ont réalisé des progrès significatifs en matière d'optimisation des principaux flux de travail au cours des deux dernières années, en particulier en matière de gestion des stocks, mais elles sont conscientes du fait qu'il s'agit d'un travail continu ; la précision et la gestion des stocks, par exemple, restent une priorité commerciale majeure. Par ailleurs, certains aspects de l'activité, tels que la prévention des pertes, continuent de poser des défis à la plupart des enseignes.

Voici les principaux enseignements tirés de notre analyse d'impact et de nos entretiens approfondis :

- **Des systèmes de données robustes sont essentiels pour réussir tout investissement technologique.** Les enseignes qui souhaitent moderniser leurs systèmes hérités ou investir dans des technologies de pointe telles que l'IA devront s'assurer que leurs processus de gestion des données sont clairement définis et bien intégrés à l'ensemble de leur entreprise. Cet élément est fondamental pour permettre l'obtention d'informations connectées en temps réel et améliorer la prise de décision fondée sur les données.

- **L'intelligence opérationnelle n'est possible que grâce à une combinaison d'appareils et de solutions logicielles.**

Les enseignes qui exploitent une gamme d'outils tels que les lecteurs et étiquettes RFID, les terminaux mobiles et tablettes, l'IA ainsi que les logiciels d'analyse et de prévision, sont mieux placées pour minimiser les erreurs, gagner en visibilité sur leurs flux de travail et prendre de meilleures décisions commerciales.

- **Les enseignes qui entreprennent aujourd'hui l'optimisation de leurs flux de travail sont celles qui bénéficieront des gains d'efficacité générés par l'IA.** La plupart des enseignes testent ou utilisent déjà l'IA pour améliorer leurs principales tâches et flux de travail. À mesure que la technologie continue de progresser, les enseignes peuvent l'utiliser pour effectuer des analyses avancées et rationaliser leurs opérations.

Méthodologie et données démographiques : Atteindre les enseignes

En partenariat avec Zebra Technologies, Oxford Economics a interrogé 1 000 cadres supérieurs des secteurs de la fabrication, de la vente au détail, du transport et de la logistique afin de comprendre comment les entreprises utilisent les technologies matérielles et logicielles pour améliorer leurs flux de travail.

Cet échantillon comprend **400** répondants issus du secteur de la vente au détail, notamment des grandes surfaces, des grands magasins, des magasins spécialisés, des supermarchés et des boutiques en ligne. La taille des organisations varie : 30 % des enseignes interrogées déclarent avoir réalisé un chiffre d'affaires annuel compris entre 100 et 499,9 millions de dollars au cours de leur dernier exercice fiscal, tandis que 70 % déclarent avoir réalisé un chiffre d'affaires de 500 millions de dollars ou plus.

L'enquête a été menée d'avril à mai 2025 auprès d'enseignes aux États-Unis, au Mexique, au Royaume-Uni, en Allemagne, en Inde, au Japon, en Australie et en Nouvelle-Zélande. Ces entreprises sont toutes responsables ou impliquées dans les décisions visant à améliorer les tâches opérationnelles et leurs processus. Les répondants occupent des postes de direction ou supérieurs dans le domaine de l'informatique ou dans des fonctions opérationnelles.

Pour contextualiser les résultats de notre étude, nous avons mené des entretiens approfondis avec des dirigeants du secteur de la vente au détail qui nous ont partagé leurs expériences d'optimisation de processus de travail.

Oxford Economics a ensuite analysé la manière dont les améliorations constatées dans les résultats commerciaux, telles que la croissance du chiffre d'affaires et la rentabilité, correspondent aux progrès réalisés dans les flux de travail. Grâce à une analyse de régression, nous avons pu déterminer à quel point certains types d'améliorations des flux de travail contribuent à de meilleures performances commerciales, tout en tenant compte de facteurs tels que la taille de l'organisation, le secteur d'activité et le pays d'implantation.

Les valeurs en dollars sont des estimations basées sur l'organisation « type » de notre échantillon, c'est-à-dire une organisation dont la taille et les performances se situent près de la moyenne des valeurs déclarées par les répondants (c.-à-d. la médiane). Les différences moyennes en points de pourcentage identifiées dans notre analyse sont appliquées à cette organisation type afin d'estimer les avantages potentiels en termes de chiffre d'affaires et de rentabilité associés à l'amélioration des flux de travail.

Bien que les techniques de régression permettent d'isoler ces associations, les résultats ne doivent pas être interprétés comme des preuves de causalité. Ils illustrent plutôt les avantages potentiels sur la base des tendances observées dans les données. De plus, les résultats reflètent les réponses fournies dans le cadre de l'enquête et ne doivent pas être généralisés au-delà des organisations similaires au répondant type de notre échantillon.

Les chiffres présentés dans l'encadré intitulé « Gains de productivité à grande échelle : ce qu'ils pourraient signifier pour les 20 enseignes leaders » sont des estimations indicatives basées sur les résultats de notre enquête. Nous avons appliqué les améliorations moyennes en points de pourcentage du chiffre d'affaires et des bénéfices, déclarées par les organisations ayant enregistré des gains significatifs en termes de flux de travail, aux données les plus récentes relatives au chiffre d'affaires et aux bénéfices des 20 enseignes leaders dans les catégories sectorielles pertinentes du classement Forbes Global 2000.³ Cette approche fournit une estimation simplifiée de l'amélioration financière potentielle que ces enseignes de premier plan pourraient constater si elles réalisaient des gains comparables à ceux observés dans notre enquête. Ces chiffres ne sont pas des prévisions et ne doivent pas être interprétés comme un lien de causalité.

3. Nous avons examiné les 20 entreprises leaders des secteurs suivants recensés dans le classement Forbes Global 2000 : Commerce de détail et de gros, vente au détail, marchés alimentaires, et hôtels, restaurants et loisirs. Cette sélection est basée sur le classement 2025. Forbes. « Global 2000: The World's Largest Public Companies. » Forbes, 10 juillet 2025. <https://www.forbes.com/lists/global2000/>.

À propos d'Oxford Economics

Oxford Economics est spécialisé dans le leadership éclairé fondé sur des données probantes, les prévisions et l'analyse d'impact économique. Nos économistes utilisent des modèles analytiques sophistiqués et ont accès à une base de données riche en chiffres, prévisions et analyses sur 200 pays, 100 secteurs industriels et 8 000 villes et régions. Basés à Oxford, avec des bureaux dans le monde entier, nous employons plus de 600 personnes, dont plus de 400 économistes, experts industriels et rédacteurs économiques. La rigueur de nos analyses, le calibre de notre personnel et ainsi que nos modèles économiques et outils analytiques de pointe de vente font de nous une ressource de confiance pour plus de 2 500 entreprises, institutions financières, organismes gouvernementaux, cabinets de services professionnels et universités. Pour plus d'informations, consultez www.oxfordeconomics.com.



À propos de Zebra Technologies

Chez Zebra, nous fournissons la base de l'intelligence opérationnelle grâce à une gamme primée de solutions d'automatisation, de visibilité des actifs et de connectivité sur le terrain. Présents dans plus de 100 pays, nous aidons les organisations, dont plus de 80 % des entreprises du classement Fortune 500, à réagir plus rapidement au changement, à améliorer leur productivité et à autonomiser leurs équipes grâce à des informations en temps réel. En collaboration avec nos partenaires, nous développons de nouvelles méthodes de travail qui améliorent la vie quotidienne. Pour en savoir plus, rendez-vous sur zebra.com.



“ Le commerce de détail est en train d'être redéfini au niveau des flux de travail, là où la rapidité, la visibilité et la précision façonnent discrètement les marques leaders. Ces moments dans l'ombre stimulent la croissance et la rentabilité et définissent l'expérience client. L'intelligence opérationnelle rassemble tous ces éléments, simplifie la complexité et améliore les performances à chaque point de contact. ”

—Joe White, Directeur Produits et solutions, Zebra Technologies



©2025 Zebra Technologies Corporation et Oxford Economics

La dénomination et le logo Zebra sont des marques déposées de Zebra Technologies Corporation, dans des nombreuses juridictions à travers le monde. Toutes les autres marques commerciales sont la propriété de leurs détenteurs respectifs. ©2025 Zebra Technologies Corporation et Oxford Economics. 10/07/2025.