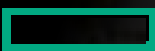


HPE 
GreenLake

La vente au détail interconnectée à très grande échelle

The Home Depot met à profit la solution HPE GreenLake for Networking pour concevoir des expériences client fluides, en intégrant les achats en magasin et en ligne



Des millions de personnes se sont mises à améliorer leur habitat durant la pandémie, ce qui a boosté les ventes en ligne et en magasin de The Home Depot. Grâce à un investissement stratégique dans une solution de connectivité sécurisée, le détaillant a pu stimuler et générer une croissance sans précédent dans une période très incertaine. Maintenant qu'il est capable d'aller plus loin et d'en faire plus à l'edge, les clients bénéficient d'une expérience d'achat fluide, d'une connectivité améliorée et d'un mode de retrait pratique à l'extérieur du magasin.

Qui dit grand magasin, dit grands changements

Les magasins de type entrepôt attirent aujourd'hui une foule de clients. La myriade de produits et de services disponibles suscite l'imagination et inspire de nouveaux projets.

Pourtant, trouver le bon produit dans un magasin aussi grand que deux terrains de foot réunis n'est pas chose facile. La direction de The Home Depot l'a bien compris. Chaque magasin propose plus de 50 000 références, qui s'ajoutent aux millions de produits proposés en ligne. Les clients avaient besoin d'une solution fluide pour faire leur choix et trouver les bons articles.

Il y a quelques années, ce géant de la vente au détail avait lancé l'initiative One Home Depot pour fusionner les expériences d'achat en ligne et d'achat en magasin. « Les attentes des clients évoluent sans cesse et ultra-rapidement », explique Daniel Grider, vice-président de la technologie pour The Home Depot. « Quelles sont leurs attentes ? Où veulent-ils acheter ? Comment veulent-ils acheter ? Nous savions qu'il était nécessaire d'investir dans ces priorités pour améliorer les expériences client. »

Se préparer à toutes les éventualités

Et puis la pandémie est arrivée. La population mondiale s'est retrouvée confinée à la maison, du jamais vu ! Sans surprise, beaucoup ont saisi cette occasion pour améliorer leur intérieur et gagner en confort et en efficacité, en ajoutant une touche personnelle.



Secteur d'activité : vente au détail

Pays : États-Unis

Vision

Intégrer les expériences d'achat en ligne et en magasin pour réduire les frictions et générer de la croissance

Stratégie

Construire une architecture réseau en magasin flexible et agile pour faciliter les achats et le travail chez The Home Depot

Résultats

- Couverture sans fil multipliée par 15 en dehors des magasins (de 6 à 91 mètres)
- Suppression des frictions dans l'expérience client via l'intégration des expériences en ligne et en magasin
- Agilité accrue pour évoluer rapidement et étendre les solutions technologiques en magasin

The Home Depot était prêt à répondre à cette demande. « Faire les choses correctement fait partie de notre culture d'entreprise. Nous avons essuyé des catastrophes naturelles, en interne dans nos magasins et dans le pays. Nos équipes sont habituées à tout donner », poursuit Daniel Grider. « Nous étions bien positionnés grâce aux innovations fondamentales qui soutiennent nos équipes. La pandémie a accéléré une grande partie du travail et des investissements que nous avions déjà prévus. »

Néanmoins, la pandémie n'explique pas à elle seule ces changements. « Les ventes en ligne étaient déjà en pleine explosion », explique Daniel Grider. « Les ventes en magasin continuaient à croître, mais les expériences n'étaient pas toujours alignées avec les besoins des clients. »

Toujours chercher à faire mieux

Le regroupement des expériences en magasin et en ligne s'annonçait difficile, mais les choses évoluaient rapidement. « La plateforme en ligne est devenue la porte d'entrée de nos magasins », déclare Daniel Grider. « Pour nous, cela signifie que la moitié des clients qui commandent en ligne préfèrent retirer leurs produits en magasin. Ils ne

souhaitent pas être livrés. Nous avons donc compris que l'expérience doit être la même partout, lorsque les clients naviguent sur notre site ou dès qu'ils passent la porte du magasin. Nous devons offrir une expérience identique. »

Pour rester ouvert et prospérer pendant cette période d'incertitude, The Home Depot a dû se concentrer sur les expériences proposées dans ses 2 300 magasins. « Nous aspirons continuellement à supprimer les frictions dans l'expérience d'achat des clients », explique Daniel Grider. « L'initiative One Home Depot est un aspect essentiel de cette démarche. »

Améliorer les résultats à l'edge

Pour atteindre ses objectifs, le détaillant devait procéder à des améliorations majeures de la qualité et de l'étendue du réseau au sein de ses magasins et à proximité.

Chaque magasin occupant une surface intérieure de vente d'environ 9 000 m², les améliorations à l'edge n'étaient pas une mince affaire. Mais ce n'était pas tout. The Home Depot voulait également étendre la connectivité à proximité de ses magasins, jusqu'aux parkings.

« Les clients recherchent avant tout la flexibilité », explique Daniel Grider. « Ils veulent choisir quand et comment ils achètent, et nous devons nous adapter. Qu'ils fassent leurs achats à l'extérieur dans la section Jardin ou dans l'un de nos espaces saisonniers, nous voulons qu'ils soient connectés. »

Des décisions fondamentales

The Home Depot connaissait l'étendue du travail nécessaire pour déployer une telle solution. « Nous avons évalué les besoins et les investissements initiaux nécessaires », se souvient Daniel Grider. « Nous avons ensuite évalué les coûts de modernisation au bout de cinq ans avant de nous rendre compte qu'il fallait choisir une approche différente. »

Outre les coûts, Daniel Grider souhaitait des déploiements et une gestion courante de la solution moins complexes. « Notre objectif est de faciliter la gestion et les interactions des développeurs avec les plateformes et le calcul. »

The Home Depot a ainsi choisi Aruba Edge Services Platform (ESP) de HPE Aruba Networking, une plateforme fournie via HPE GreenLake for Networking. Cette solution de réseau as-a-service permet à Daniel Grider et son équipe de déployer des ressources selon un modèle de consommation flexible basé sur un abonnement.



Nous ne nous sommes pas bornés à étendre le réseau sans fil sur quelques mètres devant le magasin : nous avons porté la couverture à 91 mètres. C'est une révolution du point de vue de la connectivité. »

– **Daniel Grider**, vice-président de la technologie,
The Home Depot





La liberté d'évoluer pour aller plus loin

La solution se compose de points d'accès sans fil HPE Aruba Networking gérés via le cloud HPE Aruba Networking Central, avec des fonctionnalités AIOps pour une surveillance proactive des profils de sécurité et de l'intégrité du réseau. La technologie sans fil inclut les services de localisation de HPE Aruba Networking via des points d'accès WLAN.

« HPE GreenLake for Networking offre une couverture sans fil permanente dans chaque magasin, tout en simplifiant la gestion et le déploiement de nouveaux systèmes dans le futur », précise Daniel Grider.

C'est avant tout un réseau qui facilite les achats et le travail chez The Home Depot.

« Nous avons un environnement de type entrepôt. Notre espace de vente au détail comporte des rayonnages en hauteur et une multitude de produits. Il est donc difficile de se déplacer et de continuer à bénéficier de cette couverture », explique Daniel Grider. « L'une des choses qui m'impressionnent le plus à propos de HPE GreenLake for Networking, c'est l'étendue de la couverture sans fil. »

The Home Depot a également profité de ce nouveau réseau pour concevoir de nouveaux appareils portatifs pour les vendeurs. « Nous avons collaboré avec Zebra Technologies pour développer un téléphone compatible avec l'ensemble

des technologies des points d'accès Aruba », explique Daniel Grider. « Nous sommes désormais certains que les vendeurs ont entre leurs mains des appareils qui facilitent les échanges avec les clients, mais aussi leur travail. »

L'agilité au service de l'activité

L'investissement a généré une agilité sans précédent pour The Home Depot. « Avec HPE GreenLake for Networking, nous sommes capables de nous adapter très rapidement et de déployer de nouvelles solutions au fur et à mesure des besoins », explique Daniel Grider.

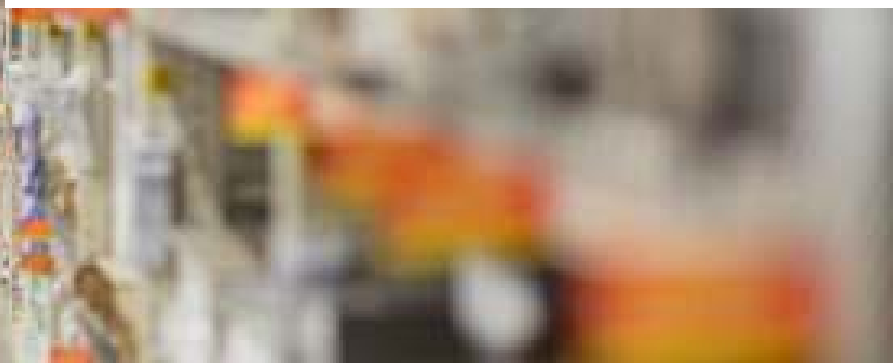
Au début de la pandémie, les autorités locales ont imposé des options de retrait en extérieur aux détaillants. Classé comme commerce essentiel, The Home Depot a dû rapidement adapter sa capacité réseau à l'extérieur.

« Notre capacité de remise de marchandises à l'extérieur du magasin était limitée. Mais face à cette évolution de la demande, nous étions certains de disposer de bases solides pour nous adapter rapidement », déclare Daniel Grider. « Nous ne nous sommes pas bornés à étendre le réseau sans fil sur quelques mètres devant le magasin : nous avons porté la couverture à 91 mètres. C'est une révolution du point de vue de la connectivité. »



Nous aspirons continuellement à supprimer les frictions dans l'expérience d'achat des clients. »

– Daniel Grider, vice-président de la technologie, The Home Depot





Avec HPE GreenLake for Networking, nous sommes capables de nous adapter très rapidement et de déployer de nouvelles solutions au fur et à mesure des besoins. »

— **Daniel Grider**, vice-président de la technologie,
The Home Depot



Un pas de plus vers l'amélioration du parcours client

Autre avantage de la solution : elle est prise en charge et gérée par HPE GreenLake for Networking. « Nous avons confié le déploiement, le support et la gestion des analyses quotidiennes aux créateurs de la solution », explique Daniel Grider. « Nos ingénieurs et techniciens n'ont plus à prendre les décisions et ils peuvent se consacrer aux initiatives stratégiques qui génèrent de la valeur. »

Daniel Grider et son équipe ont gagné en possibilités et en tranquillité d'esprit. « HPE GreenLake for Networking nous a permis de comprendre ce qui se passe dans nos magasins, du point de vue de l'intégrité et de la surveillance de la connectivité sans fil. »

Avec de tels niveaux de connectivité, The Home Depot sera bientôt en mesure d'honorer sa promesse : proposer des expériences de vente interconnectées et sans frictions. « Nous parlons du parcours client. Nous sommes à leurs côtés », déclare Daniel Grider. « Les clients savent ce qu'ils veulent et comment ils veulent y parvenir. C'est à nous d'offrir ce parcours en répondant aux attentes qu'ils recherchent et méritent. »

Solution

HPE GreenLake for Networking

- HPE Aruba Networking Central
- Commutateurs de la gamme
HPE Aruba Networking CX 6300
- Points d'accès
HPE Aruba Networking série 570
- Capteurs
HPE Aruba Networking UXI

Découvrir **HPE GreenLake**



Live Chat



E-mail



Appel



Mises à jour



**Hewlett Packard
Enterprise**

© Copyright 2023 Hewlett Packard Enterprise Development LP. Les informations contenues dans le présent document sont sujettes à modification sans préavis. Les seules garanties relatives aux produits et services Hewlett Packard Enterprise sont stipulées dans les déclarations de garantie expresses accompagnant ces produits et services. Aucune information du présent document ne saurait être considérée comme constituant une garantie supplémentaire. Hewlett Packard Enterprise décline toute responsabilité en cas d'erreurs ou d'omissions de nature technique ou rédactionnelle dans le présent document.

a50006905FRE, Rév. 2