

La croissance vers le succès dans le retail

Accélérer la croissance de vos investissements numériques grâce à la gestion moderne des identités

Sommaire

Introduction	2
Les défis de l'évolutivité et de la croissance à relever dans le retail	3
Les défis de l'écosystème pour le retail	3
Commerce headless, évolutif et basé sur l'identité	4
Favoriser la réussite des clients	5
Viser le succès avec ForgeRock	5
Répondre facilement aux pics de demande que la solution soit déployée sur site, dans le cloud ou dans un environnement hybride.....	5
Développer une vision en temps réel des besoins des clients à l'échelle.....	5
Atteindre une performance et une résilience maximales dans le cloud.....	6
Orchestrer et améliorer rapidement les parcours d'accès.....	7
Permettre la ségrégation d'accès à travers les marques et enseignes.....	7
Les analystes sont unanimes	8
Améliorer les taux d'acquisition, de fidélisation et de conversion	8
Résumé	9



Introduction

La pandémie de COVID-19 a irrévocablement modifié les besoins, les attentes et l'engagement des clients, 78 % des consommateurs déclarant accorder plus d'importance à la commodité qu'avant son apparition.¹ Malgré cela, le e-commerce devrait connaître une croissance vertigineuse pour atteindre 11 000 milliards de dollars entre 2021 et 2025. Attirer et fidéliser les clients sur un marché très encombré dépend de plus en plus de la capacité des entreprises à améliorer l'engagement et l'expérience client tout en sécurisant les données et la confidentialité.

Dans le même temps, les défis liés à la chaîne d'approvisionnement ont comprimé les marges et forcé les commerces en ligne à repenser leurs priorités en matière de transformation digitale. Une étude de Gartner montre que plus de 58 % des investissements numériques sont axés sur « l'amélioration significative de l'engagement des clients. »² L'émergence du headless commerce, qui cherche à « découpler » le front-end et le back-end de la pile technologique du retail, ainsi que les écosystèmes de commerce composable, créent de vastes opportunités pour accélérer les investissements numériques. Gartner estime que la transition vers le commerce composable peut permettre aux retailers de dépasser leurs concurrents de 80 % d'ici à 2025.³

ForgeRock aide les professionnels du retail à accélérer leurs investissements numériques pour offrir des expériences omnicanales fluides, hyper-personnalisées, sécurisées et évolutives à leurs clients en leur permettant de :



créer une vue en temps réel des besoins des clients à travers plusieurs magasins d'identités



assurer les pics de visites simultanées en ligne à travers les environnements déployés sur site, dans le cloud et hybrides



atteindre les meilleures performances et une résilience optimale dans le cloud



orchestrer et améliorer rapidement les parcours d'accès



appliquer le principe du moindre privilège à travers toutes les marques

Les défis de l'évolutivité et de la croissance à relever dans le retail

Les retailers savent bien que pour attirer et fidéliser les clients en ligne, il faut leur offrir une expérience fluide, hyper personnalisée et sécurisée. D'ailleurs, une étude de Google montre que plus de 53 % des visites de pages mobiles sont abandonnées lorsque le temps de chargement dépasse trois secondes.⁴ Pour aller plus loin, Amazon a constaté que chaque tranche de 100 millisecondes de latence lui faisait perdre 1 % de ses ventes.⁵ Les clients ne sont plus disposés à accepter des expériences décousues et ralenties. Une mauvaise expérience utilisateur conduira les clients vers des marques concurrentes sans hésitation.

Pour améliorer les taux d'acquisition et de conversion des clients, les retailers en ligne doivent offrir une expérience exceptionnelle, sécurisée avec une livraison rapide sur tous les canaux de la même façon. Dans le paysage hyperconcurrentiel du retail, l'évolutivité est associée à la capacité de :

- Satisfaire la demande de millions (et parfois de milliards) de clients et de transactions à tout moment et à travers plusieurs marques ou enseignes, 24 heures sur 24, 365 jours par an.
- Répondre aux pics de demandes associés aux événements saisonniers, aux lancements de produits et aux campagnes à fort volume. Par exemple : livraisons pendant le week-end du Black Friday, ou lancements de produits à large publicité ou campagnes promotionnelles, etc.
- Offrir des expériences homogènes et positives sur toute une série de canaux d'engagement, notamment

les mobiles, les ordinateurs, les appareils connectés et les kiosques en magasin. Par exemple : promotions saisonnières intégrées regroupées avec des offres personnalisées de financement par crédit qui sont poussées via des applications mobiles et des kiosques en magasin.

- Permettre des expériences multiples pour des publics mondiaux et des marchés relevant de juridictions réglementaires disparates. Exemple : banques de détail internationales fournissant des services personnalisés pour répondre aux besoins financiers de ses clients.
- Fournir des expériences transparentes à travers plusieurs marques intégrées pour promouvoir les ventes croisées et incitatives. Exemple : des enseignes alimentaires qui proposent des promotions multimarques groupées et personnalisées en fonction des habitudes d'achat des clients.

Les défis de l'écosystème pour le retail

Les professionnels du retail sont confrontés à un certain nombre de défis en matière d'écosystème. Il s'agit notamment de :

- La mise en œuvre de changements dans plusieurs systèmes de gestion de la relation client (CRM) internes et externes, de concert avec les systèmes existants de gestion des identités et des accès (IAM), sans dégradation des performances.

- L'intégration des données d'identité à travers de multiples déploiements IT sur site, dans le cloud ou hybride pour offrir des expériences client cohérentes.
- L'exploitation des données d'identité unifiées au rythme des systèmes de gestion de contenu (CMS) et des plateformes marketing pour orchestrer des campagnes massives de marketing sortant.
- L'utilisation des données d'identité pour prendre en charge des millions, voire des milliards, de transactions de paiement simultanées sans latence, afin de réduire les abandons de paniers.
- La synchronisation des données d'identité unifiées en temps réel avec les fournisseurs tiers de services pour renforcer la fidélité à la marque ou à l'enseigne et maximiser la valeur vie client.

Commerce headless, évolutif et basé sur l'identité

Les solutions modernes de gestion des identités numériques accompagnent les retailers face aux défis posés par la croissance, l'évolutivité et l'écosystème, en les aidant à accélérer leurs investissements digitaux. La transition vers des solutions IAM spécialisées, parallèlement à la transformation du commerce headless, offre la possibilité d'intégrer l'identité au cœur de la future pile technologique du retail. C'est aussi l'occasion de réduire considérablement, voire d'éliminer complètement, la dépendance à l'égard des solutions IAM existantes, qui sont coûteuses à maintenir, ne répondent qu'à un nombre restreint de cas d'utilisation de l'identité et créent de multiples vecteurs d'attaque. L'adoption d'une solution IAM spécifique permet d'accélérer les investissements digitaux, de réduire le time-to-value, de diminuer le coût total de possession et d'atténuer le risque de violations d'identité et d'attaques cyber.

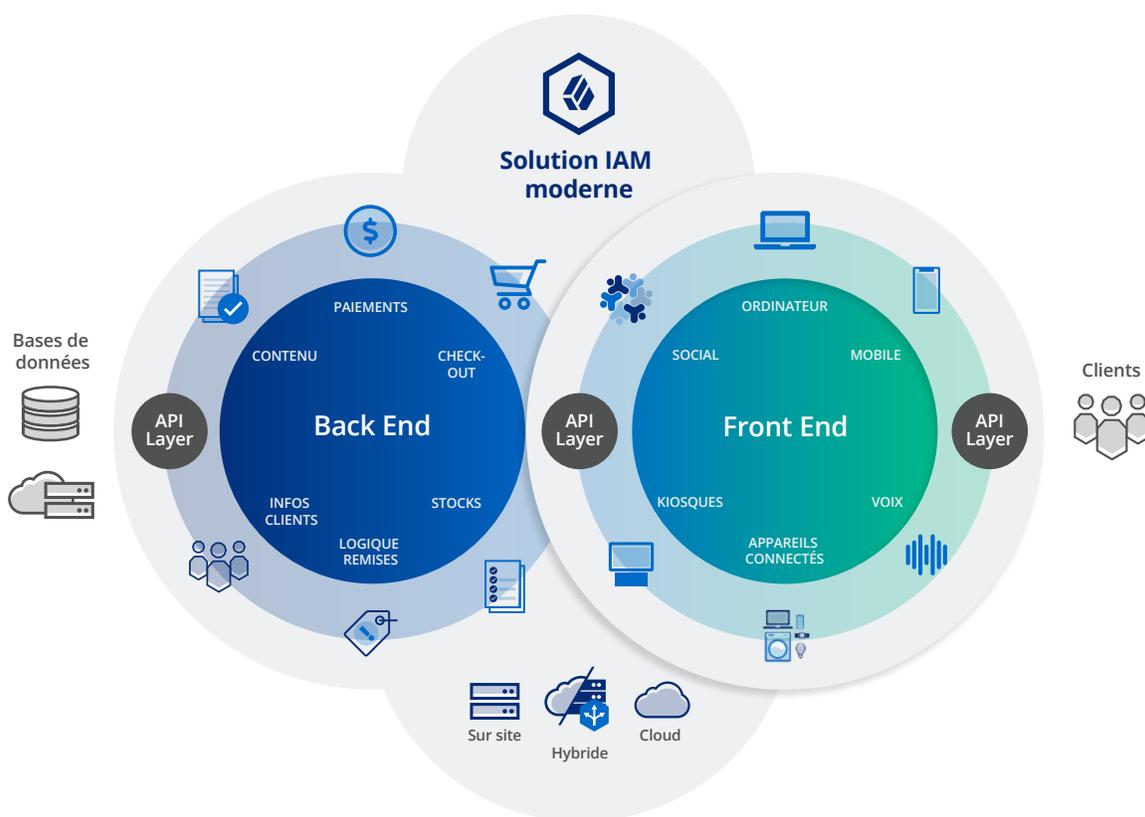


Illustration n°1. commerce headless, évolutif et basé sur l'identité

Le modèle de commerce headless, évolutif et fondé sur l'identité, englobe une couche d'identité complète autour du front-end et du back-end de l'écosystème du retail. Une gestion moderne des identités imprègne l'ensemble des fonctionnalités du cycle d'identité complet afin de créer des expériences client transparentes, évolutives et sécurisées, nécessaires pour accélérer la fidélisation et augmenter les taux de conversion. En arrière-plan, la solution permet d'intégrer de multiples magasins d'identité pour une vue en temps réel des besoins et des modèles d'engagement des clients. La capacité d'intégrer rapidement plusieurs magasins d'identités CRM, des systèmes de gestion des données de référence (MDM), de BI et de CMS sur site, dans le cloud et hybrides, permet aux retailers d'intensifier les campagnes de marketing de masse sortantes tout en personnalisant les expériences omnicanales entrantes. L'utilisation d'une vue unique et évolutive de l'identité permet également aux entreprises d'améliorer l'expérience de leurs clients en matière de validation de panier et de paiement, ce qui est de plus en plus essentiel pour augmenter les taux de conversion et la valeur vie client.

En amont, l'IAM moderne aide les professionnels du retail à offrir des expériences d'authentification et d'autorisation fluides, hyper-personnalisées et sécurisées sur mobile, sur ordinateur, sur les appareils connectés et sur les kiosques en magasin. La possibilité de construire rapidement des parcours d'accès avec des outils d'orchestration low-code ou no-code permet d'exploiter des signaux contextuels, tels que l'appareil, l'adresse IP ou la valeur de la transaction, afin d'introduire le niveau de contrôle approprié pour protéger les clients sans pour autant compromettre leur expérience d'achat. L'IAM moderne donne également l'accès à un large éventail de fonctionnalités, telles que l'inscription via les réseaux sociaux, le profilage progressif et le libre-service client, qui sont essentielles pour réduire le temps associé au remplissage fastidieux de formulaires tout en rationalisant les expériences de paiement.

Favoriser la réussite des clients

ForgeRock aide les entreprises à obtenir des résultats à grande échelle :

2,7
millions

de connexions simultanées réussies par une grande enseigne de bricolage lors du Black Friday.

45
millions

de clients bénéficient d'expériences personnalisées fournies par un média mondial sur tous les canaux numériques.

Reduction de
30%

de la fraude d'identité, après la mise en œuvre d'une solution de gestion des identités et des accès clients (CIAM) par un opérateur mondial de télécommunications.

8 000

transactions traitées avec succès chaque seconde par un grand constructeur et revendeur automobile mondial.

Viser le succès avec ForgeRock

ForgeRock permet à tous de se connecter au monde digital et ses solutions sont conçues pour la gestion des identités des clients, des collaborateurs et des appareils connectés. Les plus grandes entreprises du monde profitent du potentiel offert par la gestion des identités numérique de ForgeRock pour offrir des expériences client simples, sécurisées et évolutives qui permettent d'augmenter le chiffre d'affaires, de réduire les risques et de respecter les réglementations. Afin de mettre en place un e-commerce headless évolutif et basé sur l'identité, ForgeRock permet de :

Répondre facilement aux pics de demandes que la solution soit déployée sur site, dans le cloud ou dans un environnement hybride :

ForgeRock Identity Platform peut être déployée sur site, dans n'importe quel cloud ou dans des environnements informatiques hybrides, offrant des performances, une résilience et une évolutivité inégalées pour de multiples magasins d'identité et paramètres de déploiement.

ForgeRock Directory Services peut gérer des centaines de milliers de transactions d'identités chaque seconde à travers plusieurs applications qui couvrent des milliards d'identités afin d'accélérer l'évolutivité et les performances pour les déploiements sur site.

Développer une vision en temps réel des besoins des clients à l'échelle

ForgeRock Customer Identity and Access Management (CIAM) offre des fonctionnalités complètes de gestion des identités, des accès et de la confidentialité, nécessaires pour moderniser les expériences client omnicanales de bout en bout.

ForgeRock Identity Gateway permet d'intégrer facilement les identités des utilisateurs, des applications, des appareils et des services, les interfaces de programmation d'applications (API) et les micro services afin de réduire la latence et d'améliorer l'interopérabilité dans l'écosystème croissant du retail.

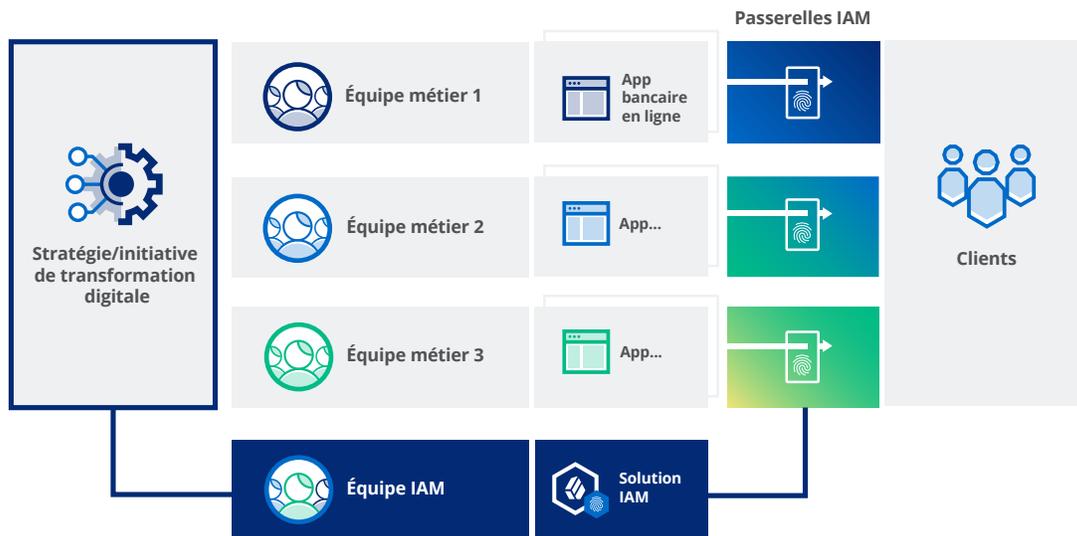


Illustration n°2. Architecture de sécurité de haut niveau de ForgeRock Identity Cloud.

Atteindre la performance maximale et la résilience dans le cloud :

ForgeRock Identity Cloud peut gérer des milliers de transactions d'identité sur des dizaines de millions d'identités pour chacun de nos clients, tout en fournissant une sauvegarde complète et une résilience du service.

ForgeRock Identity Cloud offre une **isolation complète**, garantissant que chaque déploiement est isolé des voisins parfois « bruyants ou curieux », et est entièrement conteneurisé conformément aux exigences de résidence et de souveraineté des données (illustration n°2).

ForgeRock Identity Cloud offre une **disponibilité de 99,99 %** et un accès inégalé à une entité dédiée, ce qui permet d'améliorer les performances ainsi que la sécurité.

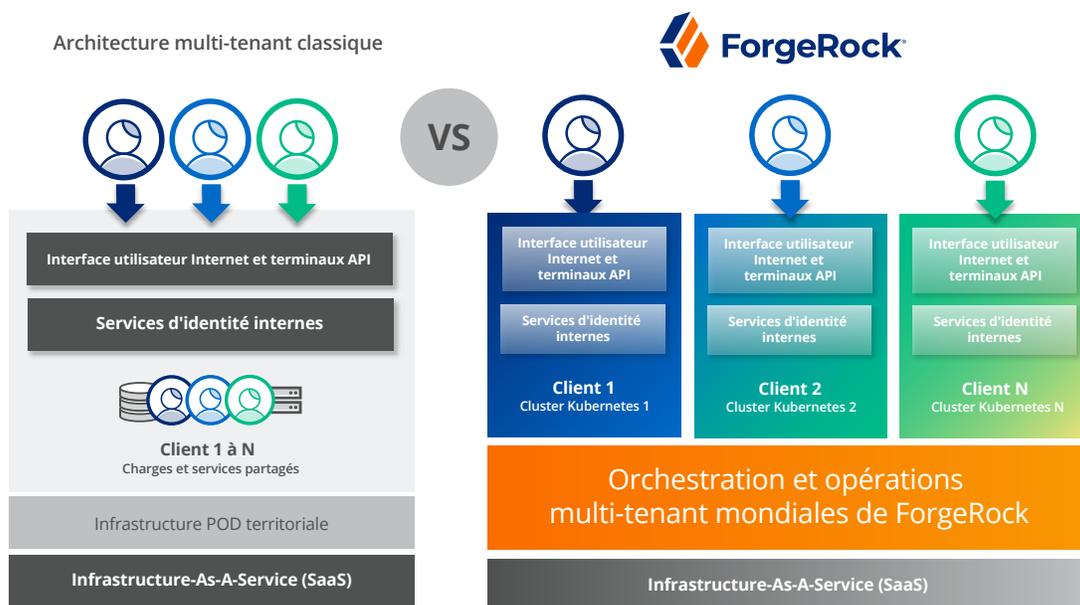


Illustration n°3. Arbres d'accès intelligents utilisés pour construire un parcours d'authentification

Orchestrer et améliorer rapidement les parcours d'accès :

ForgeRock Intelligent Access fournit des outils d'orchestration et des interfaces utilisateur low-code ou no-code qui permettent une mise à jour rapide des parcours complexes d'authentification et d'autorisation dans les parcours d'accès client de bout en bout (Illustration n°3).

Avec ForgeRock Intelligent Access, les entreprises peuvent entreprendre rapidement des tests A|B, le développement et le déploiement de parcours d'accès complets pour permettre une intégration continue/déploiement continu (CI/CD) d'expériences client innovantes.

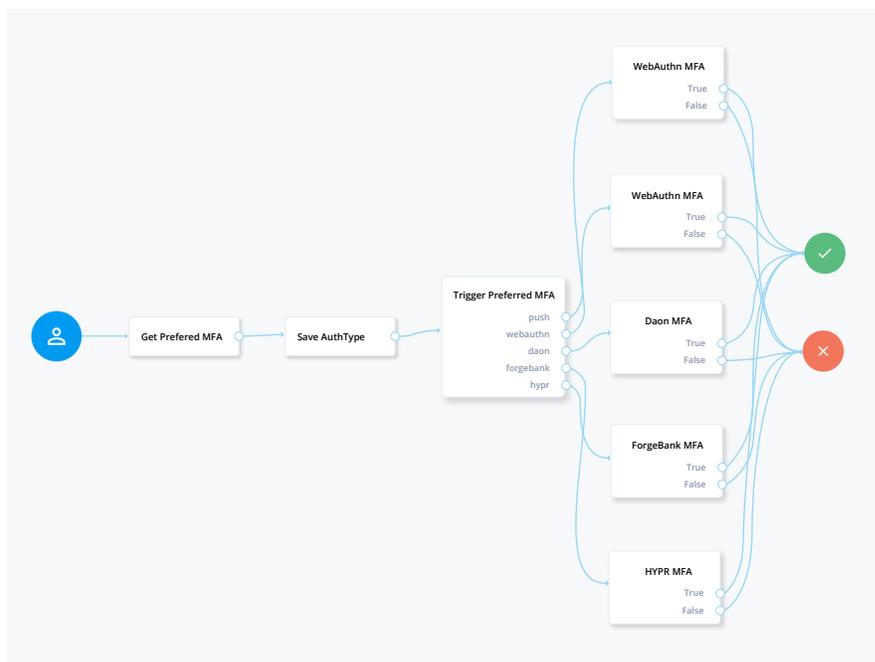


Illustration n°4. Arbres d'accès intelligents utilisés pour construire un parcours d'authentification

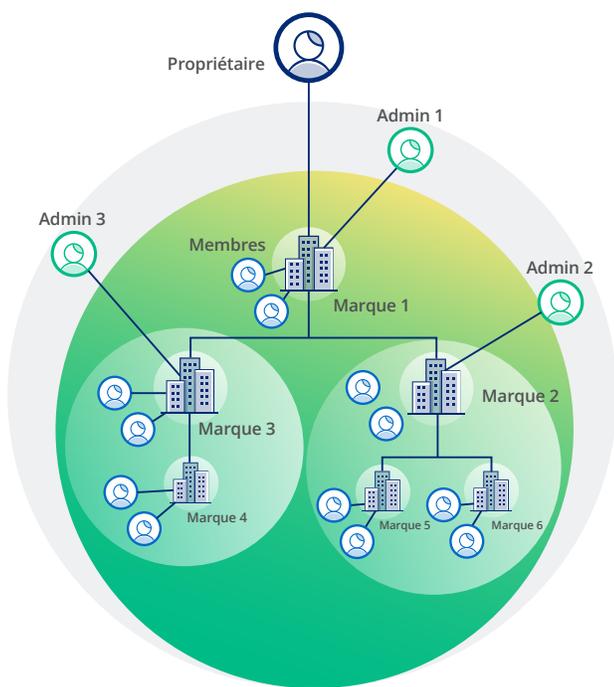


Illustration n°5. Contrôle administratif délégué à plusieurs entreprises de la marque

Permettre la ségrégation des interfaces d'accès à travers les marques et enseignes :

Le modèle organisationnel de ForgeRock offre la possibilité de déléguer le contrôle administratif des identités à une hiérarchie organisationnelle prédéfinie, permettant un accès de moindre privilège dans un cadre organisationnel mono/multimarques.

Le modèle organisationnel de ForgeRock permet de configurer et d'appliquer un contrôle d'autorisation granulaire à des entreprises partenaires tierces, offrant une intégration rapide, sécurisée et évolutive avec les écosystèmes du retail.

Les analystes sont unanimes

Les principaux analystes du marché reconnaissent que ForgeRock est un leader en matière de CIAM et de gestion des accès :



Améliorer les taux d'acquisition, de fidélisation et de conversion

Offrir des expériences exceptionnelles qui stimulent les taux d'acquisition, de fidélisation et de conversion ne consiste pas seulement à offrir une personnalisation sur plusieurs canaux en ligne et hors ligne. Les clients ne sont plus disposés à tolérer les retards, les frictions inutiles et la latence. Chaque milliseconde, chaque impression et chaque expérience comptent. L'accélération des investissements numériques à grande échelle n'a jamais été aussi importante dans le paysage hautement concurrentiel du retail.

ForgeRock accompagne les professionnels du retail à accélérer leurs investissements digitaux pour offrir des expériences omnicanales fluides, hyper-personnalisées et sécurisées pour :



Attirer plus de clients

Supprimez les frictions inutiles

en mettant en place les mêmes parcours d'authentification et d'autorisation éprouvés sur tous les canaux mobiles, web et hors ligne, en exploitant les fournisseurs d'identité sociale et en utilisant le profilage progressif pour convertir les visiteurs "inconnus" en clients "connus".



Conserver les clients existants

Hyper-personnalisez les promotions ciblées

en accélérant l'accès simultané à plusieurs magasins de données d'identité déployés dans des environnements sur site, cloud ou hybrides, afin de construire une vue en temps réel des besoins et des habitudes d'engagement des clients. Cela permettra de personnaliser les promotions et d'augmenter la conversion en caisse.



Sécuriser la confiance des clients

Sécuriser les expériences d'accès en atténuant les risques associés aux parcours d'authentification et d'autorisation faibles. Pour ce faire, il faut que les expériences d'accès soit pareillement sécurisées sur tous les canaux mobiles, web et hors ligne, tout en réduisant le risque **d'attaques par prise de contrôle de compte** et d'accès non autorisé, afin d'instaurer une confiance durable.

Assurez l'accès des clients en période de pointe en adaptant la disponibilité du service pour donner aux nouveaux visiteurs et aux clients fidèles l'assurance qu'ils pourront accéder instantanément à vos offres promotionnelles saisonnières, aux lancements de produits à forte demande et aux campagnes VIP.

Maximisez la valeur vie client en offrant des performances et une résilience à un niveau élevé, ce qui constitue un avantage par rapport à la concurrence pour renforcer la fidélité à la marque et inciter les clients à revenir. Cela permet de réduire les coûts moyens de fidélisation.

Assurez la conformité réglementaire et la souveraineté des données en développant une politique de sécurité fondée sur l'identité au même niveau dans tout l'ensemble de l'écosystème afin de vous aligner sur les réglementations en matière de confidentialité tout en bénéficiant d'une résidence de données flexible avec une isolation complète des données dans le cloud.

Résumé

L'évolutivité, la performance et la résilience sont essentielles pour prendre de l'avance sur le marché hyperconcurrentiel du commerce et de la grande distribution. La mise en œuvre d'initiatives de transformation digitale dans cet écosystème, qui évolue rapidement, ne suffit plus pour attirer, conserver et protéger les clients. Votre capacité à accélérer les investissements numériques tout en établissant des relations de confiance à long terme avec les clients détermine de plus en plus le degré d'augmentation de la valeur vie client.

Parallèlement, l'avènement du e-commerce headless et du commerce composable, accéléré par la pandémie, modifie la conception, le déploiement et l'innovation technologiques. ForgeRock propose une suite complète de fonctionnalités qui peuvent vous aider à offrir un **e-commerce headless basé sur l'identité et évolutif**. Assurez-vous de pouvoir répondre aux pics de demandes, d'offrir des expériences omnicanales exceptionnelles et la confiance basée sur la confidentialité, tout en respectant la réglementation. Améliorez vos taux d'acquisition, vos taux de conversion et la valeur vie client grâce à ForgeRock dès aujourd'hui.



¹ <https://tbtech.co/cloud/the-importance-of-digital-transformation-within-e-commerce/>

² [The C-Suite Guide: Accelerate Digital for Future-Ready Business, Gartner: 2021](#)

³ <https://www.bloomreach.com/en/blog/2021/composable-commerce>

⁴ <https://www.thinkwithgoogle.com/consumer-insights/consumer-trends/mobile-site-load-time-statistics>

⁵ <https://www.gigaspace.com/blog/amazon-found-every-100ms-of-latency-cost-them-1-in-sales>

À propos de ForgeRock

ForgeRock®, (NYSE : FORG) est un leader mondial de l'identité numérique qui propose des solutions complètes et innovantes pour la gestion des identités et des accès permettant aux clients, aux collaborateurs et aux appareils d'accéder simplement et en toute sécurité au monde connecté. Grâce à ForgeRock, plus de 1 300 entreprises dans le monde orchestrent, gèrent et sécurisent le cycle de vie complet des identités - depuis les contrôles d'accès dynamiques jusqu'à la gouvernance, en passant par les API et le stockage de données d'authentification - utilisables dans tout environnement, cloud ou hybride. La société est présente dans le monde entier, avec son siège mondial à San Francisco, en Californie. Pour plus d'informations et téléchargements gratuits, visitez www.forgerock.com.



Suivez-nous

