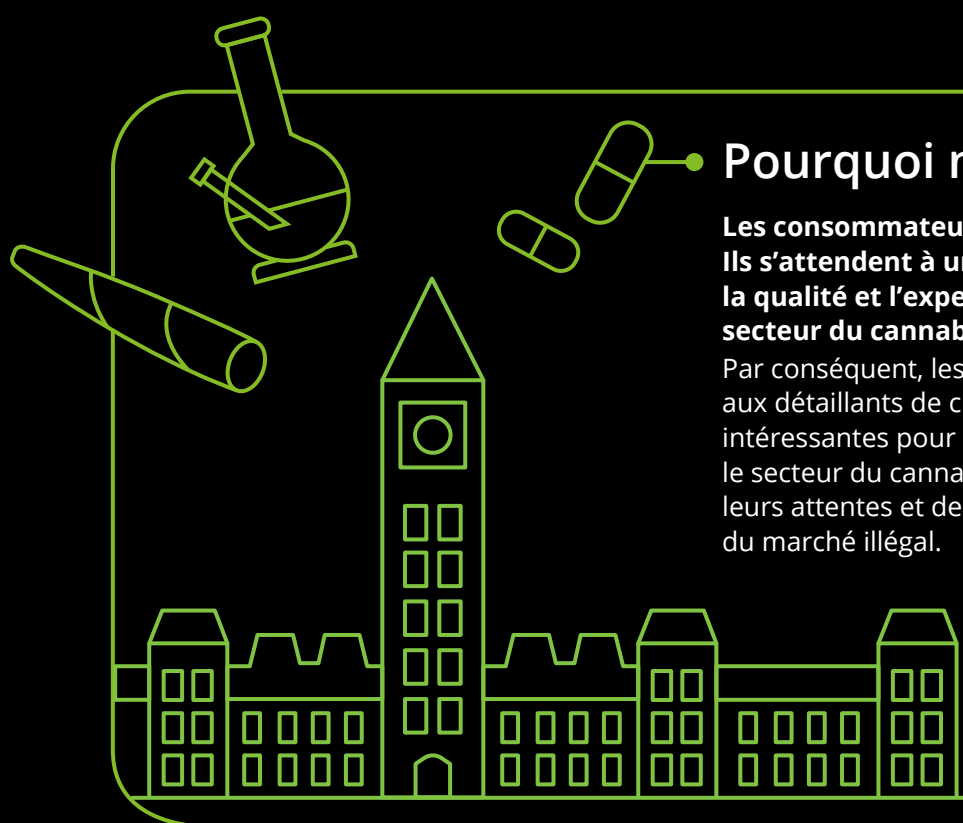


## Commerce de détail du cannabis : définir les attentes



La clé de la réussite continue du secteur du cannabis à des fins récréatives est de trouver le bon équilibre entre trois éléments : **la santé publique, la sécurité publique et le consommateur.**

**Pour réussir dans l'élément axé sur le consommateur, les organismes de réglementation doivent réfléchir davantage comme des détaillants :** ils doivent définir et créer des expériences client intéressantes, tirer parti des meilleures pratiques du secteur émergent du cannabis et de secteurs connexes (alcool, mode, produits de luxe, produits cosmétiques, technologie) en se fondant sur les modèles de commerce électronique et de magasins physiques.



### Pourquoi maintenant?

**Les consommateurs d'aujourd'hui sont avertis. Ils s'attendent à une expérience axée sur le service, la qualité et l'expertise. Les attentes liées au secteur du cannabis sont donc élevées.**

Par conséquent, les règlements doivent permettre aux détaillants de créer des expériences tout aussi intéressantes pour leurs clients afin de veiller à ce que le secteur du cannabis soit en mesure de répondre à leurs attentes et de favoriser efficacement l'érosion du marché illégal.

### L'approche de Deloitte



#### Politiques et réglementation

Réunir de l'expertise liée au droit, à la santé publique, aux services sociaux, aux services à l'enfance et à la jeunesse, au développement économique et à l'octroi de permis pour orienter l'élaboration de politiques.



#### Analytique du consommateur

Acquérir une connaissance approfondie du style de vie des consommateurs du cannabis afin de créer une expérience omnicanal intégrée. Soutenir les commissions de distribution dans le cadre d'une approche fondée sur les perspectives afin d'optimiser les actifs numériques et physiques ainsi que l'expérience client globale.



#### Stratégie de vente au détail

Tirer parti de concepts centrés sur l'humain, de compétences axées sur l'innovation et d'un prototypage rapide tout au long du parcours d'achat du consommateur pour créer des modèles qui favorisent une expérience client intéressante.



#### Distribution et chaîne d'approvisionnement

Créer un lien entre la stratégie et la mise en œuvre opérationnelle grâce à des systèmes efficaces de livraison de gros ou directement au consommateur, tout en tenant compte du coût total pour servir les clients et optimiser la chaîne d'approvisionnement du cannabis afin de gérer les coûts globaux.

### Mettre l'accent sur le consommateur



#### Parcours client

Tirer parti des meilleures pratiques pour dévoiler les « moments de vérité » tout au long des parcours d'achat, de la découverte à la livraison du « dernier kilomètre ».



#### Segmentation

Élaborer des profils comprenant les attributs sociodémographiques et le style de vie des consommateurs pour acquérir une excellente connaissance des comportements d'achat, des occasions d'utilisation et des motivations qui soutiennent les décisions stratégiques.



#### Indice d'engagement

Mettre en œuvre des mesures d'évaluation, de surveillance et d'analytique solides afin de renforcer les investissements dont le but est d'améliorer l'expérience du client dans le cadre du parcours d'achat.



#### Stratégie relative à la sélection de produits

Élaborer une approche stratégique fondée sur les données pour établir, maintenir et évaluer le rendement de la sélection globale de produits ainsi que les paramètres de chaque gamme de produits pour favoriser la réussite.



#### Rob Patridge

Expert mondial, secteur du cannabis  
Politiques et réglementation  
rpatridge@deloitte.com  
541-601-6048



#### Jennifer Lee

Leader nationale, secteur du cannabis  
Analytique de la consommation et du commerce de détail  
jenniferlee@deloitte.ca  
416-806-7063



#### Andrea Ng

Leader, commerce de détail du cannabis  
Analytique de la consommation et du commerce de détail  
andreang@deloitte.ca  
647-224-8903