



Retail Week : Stackr invite à la « Phygitalisation »

06/09/2017

Du 19 au 21 septembre à Paris – Porte de Versailles, Retail Week mettra sur l'optimisation de la performance commerciale des réseaux de distribution. Stackr dévoilera sa démarche de « phygitalisation ».

Anne_EmmanuelleThion - Paris Retail Week

Augmenter la performance de son réseau commercial, tel est l'engagement de Stackr avec une hausse prouvée des taux de transformation des ventes de plus de 10 % ! « A charges constantes, l'un des leviers pour développer la rentabilité des réseaux de distribution est d'agir sur les visiteurs qui n'achètent pas au moyen de plans d'actions ciblés pour les transformer en clients et les fidéliser », selon Franck Zulian, son président. Cet enjeu est à l'origine de l'espace Digital In Store aménagé sur Retail Week 2017. Il rassemblera des solutions destinées aux points de vente pour enrichir et dynamiser l'expérience client dans le but d'optimiser leur performance commerciale. Stackr (Stand L080 avec Zebra) y dévoilera la version 9 de sa plateforme logicielle, ses solutions de comptage « Comportement piétons » et sensorielles (température, luminosité et niveau sonore).



Génération de données « intelligentes »

Partenaire depuis 20 ans des distributeurs pour mesurer et connaître leurs flux de visiteurs, stackr collecte, analyse et transforme leurs données physiques en données digitales au moyen de capteurs de vision stéréoscopique (3D), IR ou sensoriels. « Le traitement de ces données digitales permet d'accroître leur efficacité commerciale. Nos équipes assurent le déploiement, l'intégration et le paramétrage des capteurs, et nous certifions les mesures obtenues ». Lesquelles alimentent la plateforme Stackr qui dresse un état de l'exploitation commerciale existante enrichie, si souhaité, d'informations du client pour extrapoler, corriger ou comparer les résultats et tendances constatés. Sa nouvelle version apporte une analyse comportementale des visiteurs et les classe selon leurs profils (personnels, clients, visiteurs, livreurs etc.) dans le respect des données de la vie privée. « Tous les identifiants sont anonymisés ».

Conforter les best practices

Les résultats sont présentés sous la forme de rapports et de visualisation numériques, graphiques et cartographiques. « Ils permettent de détecter les anomalies sur un ou plusieurs sites donnés. L'analyse restitue leur performance commerciale par rapport à un fonctionnement normal ou optimal précisé par le client en tenant compte des personnels, horaires de la journée, saisonnalité etc. ». Les points de vente qui se distinguent par des taux élevés de transformation de vente peuvent ainsi servir de référence pour déployer des best practices ailleurs.