



## Stackr scrute les flux visiteurs



Le Supply Chain Management traite des flux physiques, des flux d'informations et des flux financiers. Mais qu'en est-il des flux de visiteurs d'un magasin, dans un réseau de distribution ? C'est l'une des spécialités de la société lyonnaise Stackr et de sa plate-forme logicielle Smart Data, dont la version 9 sera présentée la semaine prochaine sur le salon Paris Retail Week 2017 (19-21 septembre, Paris Porte de Versailles), sur le stand de son partenaire Zebra, dans l'espace Digital In Store. « *Nous accompagnons les retailers pour mesurer et connaître avec précision leurs flux de visiteurs que nous transformons en données digitales à des fins d'exploitation pour accroître leur efficacité commerciale* » résume Franck Zulian, son Président. En s'appuyant sur différents types de capteurs (comptage, vision stéréoscopique, IR, sensoriels, température, luminosité, niveau sonore, etc) qu'elle contrôle à distance à partir de son centre de pilotage basé à Lyon, Stackr peut ainsi réaliser des analyses comportementales des visiteurs et une classification de ces derniers en identifiant leurs profils (personnels, clients, visiteurs, agents de sécurité ou de service, livreurs etc) de manière anonymisée. Ces données sont restituées sous la forme de rapports et de visualisation personnalisables, avec la possibilité de s'interfacer avec les progiciels de gestion commerciale, des applications de Business Intelligence ou des tableaux de bord KPI du marché (Cegid, Cylande, Generix...). L'objectif : améliorer le taux de transformation des ventes, c'est-à-dire la proportion de visiteurs du magasin qui deviennent acheteurs. Stackr revendique aujourd'hui 12 000 sites équipés de plus de 25 000 capteurs, chez des enseignes comme Armand Thiery, Courir, Intersport, Maisons du monde, Nature et Découverte, Orchestra, ou très récemment Fnac – Darty.

*Photo : Franck Zulian, le Président de Stackr*