

Site d'e-commerce dédié à l'ameublement, miliboo.com ouvre un magasin physique à Paris. Bourré de technologies, il permet d'effectuer son parcours d'achat seul, ou aidé d'un vendeur.

Miliboo, du site marchand à la boutique ultraconnectée

LES TENDANCES

Autonomie du client, qui peut consulter, commander et payer les éléments d'ameublement seul sur bornes, ou avoir recours à un vendeur.

Une large palette de services : personnalisation directe sur écran, rendu 3D, pour affiner l'expérience en ligne par de vrais plus en magasin.

Omniprésence des écrans et dispositifs digitaux pour présenter la totalité de l'offre disponible sur le site.

600 m²

de surface

150 produits présentés en magasin sur un total de 2500 en ligne

6 kiosques

17 tablettes et deux grands configurateurs (canapé et tabouret) dédiés aux visiteurs
Source: Miliboo

« **L**e client est déjà connecté. Ce sont les magasins qui ne le sont pas. » Guillaume Lachenal, cofondateur du site miliboo.com, n'y va pas par quatre chemins lors qu'il fait visiter son premier magasin.

Comprenez magasin physique, car Miliboo est un *pure player* du meuble, créé en 2007. Devant les demandes récurrentes de clients désireux de voir et tester les meubles avant l'achat, le site, qui dispose de ses propres collections, a ouvert un point de vente ultraconnecté. Situé rue Réaumur, à Paris, il combine sur deux niveaux kiosques tactiles (équipés de terminaux de paiement) et tablettes pour faciliter le parcours d'achat. Les titulaires d'un compte peuvent consulter le catalogue sur les écrans ou effectuer leurs achats sans avoir recours à un vendeur, ou en contacter un en un clic. Pour qui n'a pas de compte, il est créé au guichet, avec la remise d'une carte NFC (sans

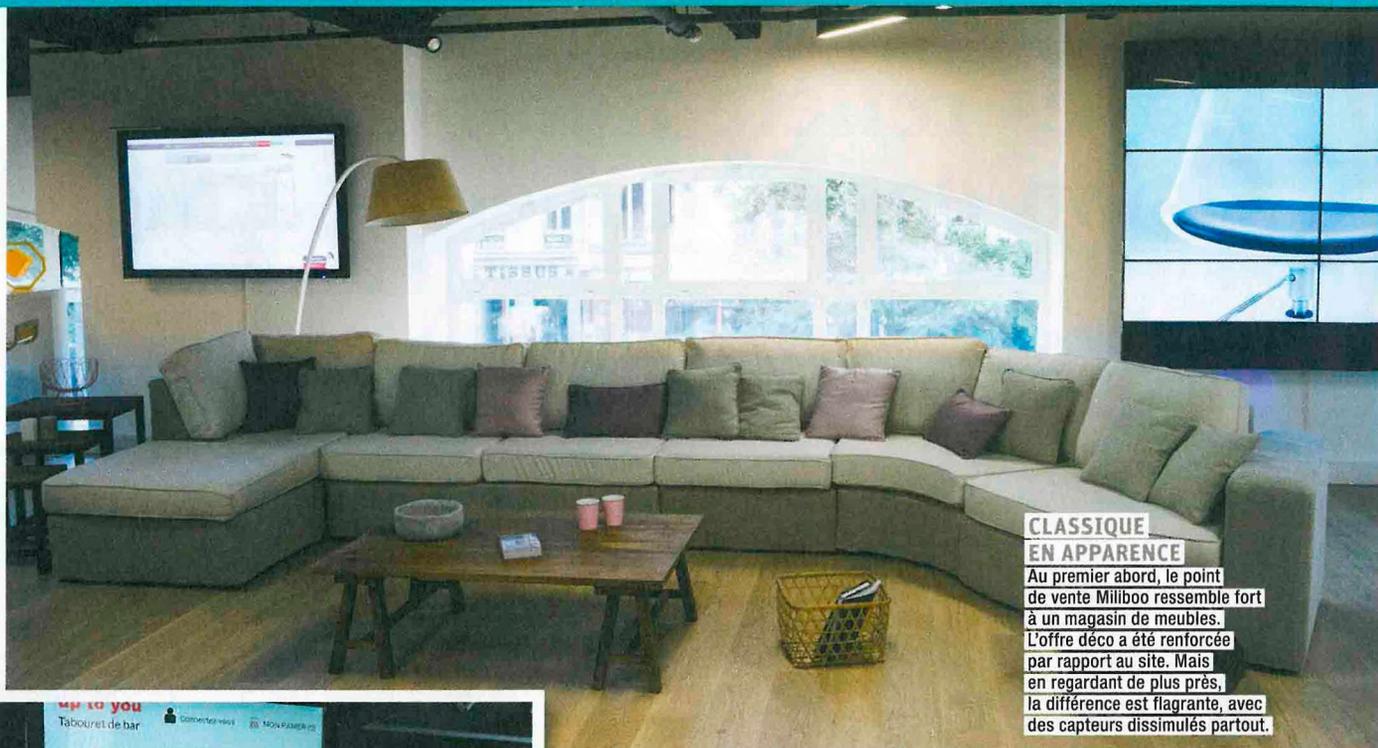
contact) qui permettra de s'identifier sur tous les dispositifs disséminés en magasin. Sur chacun des 150 produits présentés, une étiquette NFC permet de disposer d'informations via l'application *Miliboo*, à installer sur son smartphone.

Promouvoir l'expérience magasin

Mais ce n'est pas tout. Une multitude de *beacons* (capteurs Bluetooth) tracent le parcours du visiteur, via le smartphone ou la carte NFC. En fonction du temps passé dans les divers espaces du magasin (salon, chambre enfant) et des consultations du catalogue (temps passé par page, trajectoire de la souris), un profil type est dressé, ce qui va affecter des produits complémentaires à la liste d'achats, et calculer les délais de livraison.

En collaboration avec Dassault Systèmes, Miliboo propose aussi le service Home By Me, pour (depuis chez soi ou en magasin) recréer son appartement en 3D sur écran, y placer ensuite les meubles du catalogue, et avoir un rendu à l'échelle très précis. « Nous avons eu un raisonnement tourné vers les technologies, et non vers le meuble », précise Guillaume Lachenal. Ainsi, la personnalisation des tabourets et même des canapés s'effectue sur d'immenses écrans tactiles. Tous ces services agissent comme des briques complémentaires, avec cinq vendeurs prêts à renseigner et accompagner les clients. En fonction du succès de ce magasin et de l'affinage du modèle commercial, Miliboo décidera ou non d'en ouvrir d'autres, la ville de Lyon étant déjà ciblée. ■

MORGAN LECLERC



CLASSIQUE EN APPARENCE
 Au premier abord, le point de vente Miliboo ressemble fort à un magasin de meubles. L'offre déco a été renforcée par rapport au site. Mais en regardant de plus près, la différence est flagrante, avec des capteurs dissimulés partout.



L'ACCENT SUR LA CUSTOMISATION
 Un canapé en U ou en L, de 3 ou 12 places ? Rien de plus simple avec «Up to you» et l'écran tactile dédié qui permet de customiser les canapés, et affiche directement les délais de livraison. Le même dispositif existe pour personnaliser les tabourets.



LE CANAPÉ QUI VA SECOUER... OU CALMER
 Même ce canapé est connecté. Charge à induction (pour les portables), télécommande intégrée, caisson de basse pour la musique. Truffé de capteurs, il vous signalera aussi, via votre smartphone, si vous avez passé trop de temps devant la télé!

GÉNÉRALISATION DE LA DIGITALISATION
 En un clin d'œil, le visiteur (un quart des clients du site sont Parisiens) peut constater l'omniprésence des tablettes.



DU RÉEL AU VIRTUEL
 Le dispositif Home by Me fait permet de recréer en quelques clics sa maison à l'échelle en 3D, et d'y inclure les meubles du site internet à la bonne échelle. Des lunettes Oculus Rift permettent même de visualiser les projets en réalité virtuelle.



DES KIOSQUES À TOUT FAIRE
 Plusieurs kiosques multi-usage permettent de reprendre la main sur son panier d'achats, le modifier, d'afficher des promotions ciblées, et disposent d'un terminal de paiement.

PHOTOS © MORGAN LECLERC