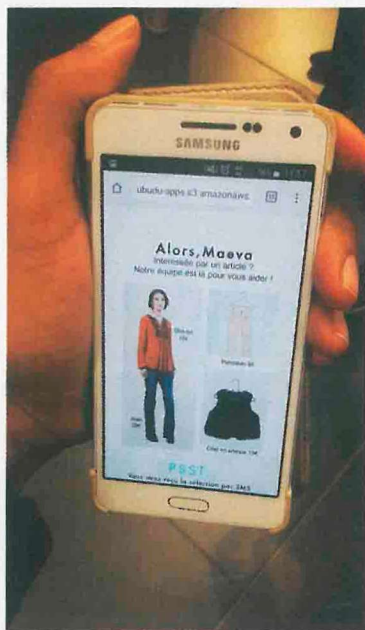


LE MAGASIN CONNECTÉ DE LA SEMAINE

Kiabi connecte sa carte de fidélité à Beauvais



L'enseigne textile nordiste Kiabi fait le pari d'une carte de fidélité connectée et interactive. Imaginé en interne avec la start-up Ubudu et Oberthur Technologies, le dispositif est actuellement mis en œuvre à Beauvais (60) après un test à l'automne 2016. Le principe : dès l'entrée du magasin, le client est reconnu grâce à sa carte, placée dans son sac ou dans sa poche. Il reçoit alors un SMS pour lui souhaiter la bienvenue et lui offrir des points de fidélité. Deuxième étape :

lorsqu'il arrive en rayon, une vidéo personnalisée se lance sur un écran et lui propose une sélection d'articles susceptibles de lui plaire. Il retrouve ensuite sa sélection sur smartphone. En caisse, le conseiller de vente reçoit le profil du client sur son écran et peut lui proposer un accueil personnalisé. « La carte de fidélité connectée est une innovation à la pointe pour accompagner le client, de l'entrée jusqu'en caisse en passant par les rayons », précise-t-on chez Kiabi. ■ A. C.

DATA

25,6 M

Le nombre d'abonnés sur les pages des réseaux sociaux des distributeurs français
Source: Sprinklr/Just Amazing

136 Mrds\$

Le montant des ventes en ligne réalisées par Amazon en 2016
Source: Amazon

3^e

Le rang de la France sur le marché de l'e-commerce dans le monde
Source: RetailMeNot

AU TOP...

LA SOLUTION

Splio

Cette société française édite des solutions en SaaS qui gèrent et unifient la relation-client des acteurs du luxe et du retail.

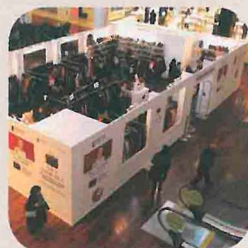
SPLIO

DR

LA START-UP

Dress In The City

L'appli dédiée à la vente de vêtements féminins d'occasion entre particuliers est déployée dans les centres commerciaux Unibail-Rodamco en France.



DR

LE PARTENARIAT

Voyages-sncf.com et Alibaba

Le groupe français a signé un accord avec Alitrip, site d'e-tourisme du géant chinois, pour se développer en Chine.

去哪儿
ALITRIP
世界触手可及

DR

L'EXPRESSION

Intelligence artificielle

L'IA désigne tous les systèmes de résolution de problèmes effectuée par des machines, notamment par le biais d'algorithmes.

Intelligence artificielle

Intelligence artificielle

INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

Intelligence artificielle

Intelligence artificielle

DR

LE SITE

MSR

Anciennement MonShowroom, le pure player, propriété de Monoprix, a remodelé son site marchand et son identité visuelle.

msr
monshowroom.com

DR

VU AILLEURS

LE MUR DIGITAL DE FOOT LOCKER À NEW YORK

Installé dans le flagship de l'enseigne, situé sur la 34^e Rue et ouvert depuis l'été 2016, ce mur digital permet aux chaussures de prendre vie. L'écran led, qui mesure plus de 10 mètres de haut, suit l'escalator menant à l'entrée du magasin. Les clients peuvent ensuite retrouver les modèles dans des espaces dédiés aux différentes marques, et non aux catégories de produits.



© MORGAN LECLERC

VOUS AIMEZ! ▼

sur lsa.fr/commerce-connecte/

1

Observatoire de l'alimentaire online: **E. Leclerc** n'a pas grand-chose à craindre sur la semaine 4

2

E-commerce: les eurodéputés à l'écoute des petits marchands

3

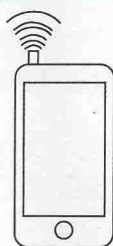
51% des distributeurs n'ont pas mis en œuvre de stratégie pour leur transformation omnicanale

4

Les six tendances fortes de l'**e-commerce chinois** en 2017

5

Walmart chasse (enfin) sur les terres d'Amazon Prime



Chaque jour, recevez par mail le meilleur de l'actualité du digital retail

INSCRIVEZ-VOUS SUR LSA COMMERCE CONNECTÉ

VERBATIM



« Les consommateurs veulent un contact direct avec les marques, que ce soit par l'e-commerce ou par les boutiques. »

Jean-Paul Agon, PDG de L'Oréal