

# Kiabi se met au hackathon pour doper sa créativité

Début juin, l'enseigne de textile a organisé son premier hackathon, sur le thème « enchanter l'expérience client ». Avec ce type de challenges entre développeurs, qui tend à se développer dans la grande distribution, Kiabi souhaite faire émerger rapidement quelques bonnes idées, innovantes et faciles à déployer.

**K**iabi, Carrefour, Auchan ou encore le groupe Casino. La liste des enseignes de la grande distribution organisant des hackathons s'allonge. Le concept? Dans un temps limité, souvent quarante-huit heures, des développeurs se lancent dans un processus créatif autour d'un thème donné. Hackathon provient d'une combinaison des mots *hack* (programmation) et *marathon* (endurance). Durant ces heures intenses de programmation, les candidats peuvent compter sur l'appui de mentors aux profils très différents, qui sont soit experts de la marque, soit experts du digital. Ce type d'événement entre dans une démarche d'*open innovation* que presque tous les distributeurs ont entamée. Une sorte d'externalisation de leur R&D.

Chez Kiabi, le premier hackathon s'est tenu les 1<sup>er</sup> et 2 juin à Villeneuve-d'Ascq (59), dans des bureaux situés au-dessus d'un magasin. L'emplacement a été choisi pour coller au thème imposé: enchanter l'expérience client. Sous ce terme très usité, l'enseigne de textile du groupe Mulliez entend « libérer toute initiative visant à offrir à nos collaborateurs et nos

clients une expérience singulière, dans le but de faire de Kiabi l'enseigne préférée des collaborateurs et la marque préférée des clients dans le monde entier ». Vaste programme!

## Un projet porté par la DSI

Au total, 50 participants, organisés en 14 équipes, ont relevé le challenge, envahissant les locaux avec leurs ordinateurs portables, mobiles et tablettes. Omnicanalité oblige, il faut que le projet puisse s'adapter à tous les supports... Pour Loïc Mathieu, IT software architect chez Kiabi, « l'objectif consiste à doper la créativité. Qu'importe le support, les développeurs peuvent laisser libre cours à leur créativité. Une startup est venue avec un miroir communiquant par exemple. Et le fait d'être à côté d'un magasin permet aux développeurs de se rendre directement en boutique pour discuter avec des clients ou des vendeurs de leur solution. Cet événement nous permet aussi de positionner Kiabi comme une enseigne digitale et de faire rayonner la direction des services informatiques (DSI) ». Ce hackathon a d'ailleurs été souhaité en interne par ce service, qui s'est engagé depuis deux ans dans un projet API (*Application programming interface*). Les

1,8 Mrd€

Le chiffre d'affaires de Kiabi, dont 50% à l'international  
500 magasins dans le monde pour 15 pays  
32 pays desservis avec l'e-commerce  
Source: Kiabi

## LE CONCEPT

Les développeurs avaient deux jours pour présenter une solution sur le thème « enchanter l'expérience client », c'est-à-dire libérer toute initiative visant à offrir une expérience émotionnelle singulière, dans le but de faire de Kiabi l'enseigne préférée

des collaborateurs et clients dans le monde entier. Le jury a évalué les projets selon cinq critères: **originalité** du projet, **innovation**, **expérience utilisateur et interface**, **adéquation** avec le métier, ainsi que **finition et qualité** globales.

## LES OBJECTIFS

- **Doper la créativité** et l'enchantement autour des besoins des clients et des conseillères de vente.
- **Innovater.**
- **Promouvoir** les API (*Application programming interface*) Kiabi.
- **Faire rayonner** Kiabi et sa DSI en interne comme en externe.



© KIABI

API sont une manière d'accéder aux données des systèmes d'information de façon standardisée et ouverte. Elles sont branchées et reliées entre elles via l'outil Digital Business Platform de Software AG. Précisément, les API sont organisées selon trois niveaux : celles purement internes, celles exposées aux partenaires et terminaux et, enfin, les open API, créées par des développeurs tiers. « Cette démarche API a été inspirée des Gafa [Google, Apple, Facebook, Amazon] et est au cœur de la digitalisation des entreprises, précise Loïc Mathieu. Elle résulte des attentes d'aujourd'hui sur les usages, à savoir une approche Atawad [anytime, anywhere, any device, soit partout, tout le temps, sur tous les appareils]. Avec les API, les collaborations sont facilitées et développer de nouveaux services se révèle beaucoup plus rapide. Nous ambitionnons même de devenir la première marketplace des applications avec une approche d'open API. »

#### Une personnalisation autour de la marque

Pour éprouver leur projet, les participants ont eu accès au catalogue Kiabi, aux données clients (comme le programme de fidélité ou des historiques d'achats), ainsi qu'à des informations sur les magasins. À

l'issue de ces quarante-huit heures de programmation, un jury, composé de personnes du siège, des magasins et de clients, a désigné trois lauréats. Pour ce premier hackathon, le jury a distingué Kalicustomer et son projet de gamification sur la carte de fidélité, ainsi que deux chatbots conçus par l'Agence Pirate et par SopraSteria. Cette dernière entreprise, un prestataire informatique de l'enseigne, a mis au point un chatbot branché sur de l'intelligence artificielle pour analyser les demandes clients et, selon le sujet abordé, solliciter la bonne API de Kiabi. Par exemple, une question sur la disponibilité d'un produit touchera la supply chain. « L'objectif consiste à maximiser les interactions avec les clients, détaille un membre de l'équipe constituée spécialement pour l'événement. Comme nous n'avons que deux jours, nous ne développons que quelques fonctionnalités, et il faudra par la suite améliorer la pertinence de la solution. » Loïc Mathieu confirme : « Les projets présentés se montrent rarement complexes, mais ils permettent de faire ressortir de vraies bonnes idées. In fine, un hackathon challenge vraiment les enseignes, car il faut savoir se remettre en question et faire face aux regards extérieurs. » ■■

**CLOTILDE CHENEVOY**

Réunis à Villeneuve-d'Ascq, 50 développeurs avaient quarante-huit heures pour éprouver leur projet.

#### LES LAURÉATS



**Kalicustomer**, avec un projet de gamification sur la carte de fidélité Kiabi.



**L'Agence Pirate**, avec un projet de chatbot.



**SopraSteria**, avec également un projet de chatbot.