

focus

CAS CLIENT

INTERNITY TOUCHE SES CLIENTS A

Relation client ➤ Soucieux de présenter, de façon détaillée, ses produits dans ses points de ve



Internity, filiale du groupe Avenir Telecom, s'est implantée depuis quelques années dans toute l'Europe avec 650 magasins (dont 170 en France). Ce vendeur de téléphonie et de matériel multimédia, désireux d'augmenter ses chiffres de ventes, a fait appel à une nouvelle technologie : Microsoft Surface. Apparue il y a quelques années, cette technique tactile a été très vite intégrée par Microsoft dans une table, dotée d'un écran tactile de 30 pouces, et équipée de cinq caméras infrarouges capables de repérer les mouvements de la main, pour, par exemple, agrandir, réduire ou obtenir

un détail d'une carte géographique à la manière d'un iPhone. Internity a tout de suite saisi l'intérêt de la chose. « Nos surfaces de vente ont souvent une taille réduite, et, même si nous pouvons présenter la quasi-intégralité de notre offre, il nous est difficile d'afficher toutes les fiches techniques de chacun de nos matériels », souligne Norbert Djeflal, directeur d'exploitation d'Internity. Microsoft Surface dispose d'une interface ludique qui met immédiatement nos produits en valeur ».

Adapter le système à l'activité

Il ne suffit pas d'acheter la seule table. Certes, celle-ci est livrée avec quelques applications

de démonstration telles que Google Maps mais rien de plus intéressant. Il est donc nécessaire de développer une interface adaptée à son activité. Pour cela, Internity a fait appel à la jeune SSII After-Mouse qui n'en était pas à son premier

projet. Cependant, le domaine est encore novateur. Même si Microsoft met un kit de développement à destination de ses partenaires intégrateurs, il reste un certain nombre de choses à approfondir, dont la façon de présenter plaisamment

Fiche d'identité d'After-Mouse

Activité : Conception et développement d'interfaces tactiles sur mesure
Fondation : début 2009
Effectif : 25 personnes
P.D.G. : Nicolas Chaillan
CA 2009 : 1 millions d'euros
Siège social : Lyon (Rhône)



VEC SURFACE

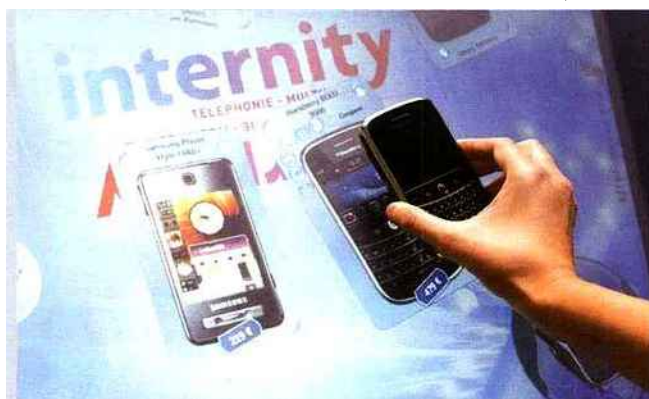
nte, Internity adopte Microsoft Surface.



Dans un futur proche, un achat ou une réservation sur le Web sera modifiable dans chaque boutique "

et de façon compréhensible de nombreuses informations. « C'est d'abord une problématique de mise en page, explique Nicolas Chaillan, PDG d'After-Mouse. Car il est impératif, lors d'une vente, de réunir au moins deux utilisateurs sur une même table. Il faut donc réfléchir au moyen de faire cohabiter plusieurs produits ». Le système choisi par After-Mouse repose sur quatre cubes en cartons, muni de puces électroniques. Chacun d'eux symbolise une ligne de produits (téléphonie, multimédia, informatique.) Le fait de les poser sur l'écran tactile fait apparaître un carrousel horizontal montrant l'ensemble des appareils de chaque catégorie. Un touché et l'image du périphérique apparaît, accompagné de son prix, et, après un autre touché, la fiche technique détaillée. Tout n'a cependant pas été rose

pour les concepteurs forcés d'utiliser le Windows Presentation Foundation, la couche graphique du framework Net 3.5. « La programmation du manège produits n'est pas simple, poursuit Nicolas Chaillan. Elle fait appel à un système de cache qui recueille les caractéristiques des appareils stockées dans la base de données SQL Server d'Internity. Il nous a fallu effectuer des calculs savants pour qu'un objet qui approche de la zone de visibilité soit placé dans cet espace mémoire et qu'il en soit retiré dès qu'il s'éloigne de la zone de visualisation ». After-Mouse ne s'en est pas arrêté là. Le système de puces électroniques qui équipe les cubes a été étendu aux appareils factices. Ainsi, une maquette de téléphone mobile placée sur l'écran sera automatiquement



Une maquette de téléphone mobile placée sur l'écran sera automatiquement reconnue et ses caractéristiques techniques s'afficheront, tout comme ses options.

INTERVIEW

" Surface offre des opportunités de vente inespérées "

L'OVS : D'où vient l'idée d'une table tactile ?

O. B. : Elle vient de la division Microsoft hardware. Un développeur, il y a quelques années, a eu l'idée de créer une table de jeu en bois éclairée par des projecteurs reliés à un PC qui commandait l'affichage et les mouvements des joueurs. Le projet a été récupéré par la partie MS Research qui en a fait un concept plus intégré et mieux conçu, mais toujours tourné vers le jeu. Microsoft, il y a 4 ans, s'est aperçu du potentiel du concept et a décidé de décliner Surface vers les mondes de l'industrie, de la banque ou du commerce de détail. Dès les premières présentations, l'intérêt de nos interlocuteurs a été immédiat.

L'OVS : Qu'est-ce qui leur a plu ?

O. B. : En premier lieu, la façon simple

de présenter clairement une offre pléthorique, comme le réalise par exemple Internity. Un concessionnaire automobile, avec une table Surface peut présenter simplement toutes les options d'un véhicule. Un échantillon de cuir muni de la puce adéquate et immédiatement reconnu par la table et l'apparence de l'intérieur de l'auto change instantanément. Notre produit facilite également les ventes d'accessoires ainsi que la fidélisation des clients. Autre avantage, il peut s'interfacer avec tous les outils métier de l'entreprise comme un TPE ou un lecteur de codes-barres. Tout est prévu. Il faut simplement développer l'interface adaptée au type de solutions mises en vente. Pour preuve, la banque Barclays, en Angleterre, propose, par le biais de Surface, des produits financiers



Olivier Bessières
Directeur business
développement EMEA
Surface de MICROSOFT

complexes. Elle a vu ses ventes augmenter de plus de 50% !

L'OVS : Avez-vous défini des objectifs de ventes ?

O. B. : Nous ne communiquons pas sur ce sujet. Tout ce que je peux vous dire c'est que Surface remporte un succès certain. Nous avons plusieurs déploiements prévus en Europe. Mais tout cela est encore relativement nouveau. En France, nous sommes en train de développer un écosystème de partenaires intégrateurs.

reconnue et ses caractéristiques techniques s'afficheront, tout comme ses options, ce qui favorise la fourniture d'offres complémentaires. Encore plus fort, les cartes des vendeurs sont détectées par la table. Tout comme celles des clients, il suffit de les glisser sur Microsoft Surface et le nom du chaland ainsi que son historique d'achats (et ses points de fidélité) est reconnu. Le montant des achats est automatiquement calculé par l'ordinateur qui équipe la table et communiqué à la caisse ou envoyé à un terminal de carte bleue.

Des bénéfices commerciaux très attendus

Même si Microsoft Surface n'est pas encore très bon marché - elle est en effet vendue à environ 11 000 euros - elle offre de solides opportunités de vente

à ses acquéreurs. « Nous espérons diviser notre temps de vente par 3, sans compter les possibilités accrues de ventes croisées et de fidélisation client, continue Norbert Djefal. Microsoft Surface va équiper d'abord 5 de nos magasins de Marseille à Paris. À terme, nous envisageons d'équiper non seulement l'ensemble de nos points de vente, en France et en Europe, mais aussi plus tard, de créer des surfaces dans des centres commerciaux où la table Microsoft, convenablement durcie, servira de vitrine. Grâce à elle, il n'y aura plus besoin d'autant de présentoirs qu'il y en a dans une de nos boutiques ». Internity poursuit ce moment la liaison entre le contenu des tables et celui de son site Internet, extraits tous les deux de la même base de données. Ainsi, dans un proche futur, un achat ou une réservation sur le Web sera visualisable et modifiable dans chaque boutique. ■