



<http://www.journaldu.net.com/ebusiness/crm-marketing/actualite/0801/080115-agorad-vitrine-interactive-morgan.shtml>

Lancer l'impression

Morgan teste la vitrine interactive pour recruter des clientes

L'agence Agorad a transformé, à l'occasion de l'ouverture des soldes d'hiver, la vitrine d'une boutique de la marque de prêt-à-porter féminin sur les Champs-Élysées en écran tactile doté d'un site e-commerce.

De la borne Bluetooth dans les abribus aux code-barres 3D dans les magasins par exemple, les expériences se sont multipliées ces dernières années autour de l'idée déjà ancienne de créer une passerelle entre le réel et le virtuel. Dernier exemple de cette convergence : la vitrine interactive. L'agence média en ligne Agorad a ainsi transformé en écran tactile la vitrine d'une boutique de la marque de prêt-à-porter féminin Morgan sur les Champs-Élysées.

En savoir plus
Agorad

Cet écran est en fait un film plastique composé de micro-capteurs sensibles au toucher, lié à un projecteur commandé par un ordinateur. L'opération s'est déroulée en deux temps, à l'occasion des soldes d'hiver. Du 3 au 8 janvier, les passantes (la grande majorité des utilisatrices étaient des femmes), pouvaient renseigner leur adresse e-mail depuis la rue, et recevoir ensuite un bon de réduction de 10 % supplémentaire valable sur les articles déjà soldés. Morgan aurait reçu environ 1.300 inscriptions, dont 1.034 de clientes ayant choisi de s'abonner en opt-in à la newsletter de la marque.

Pour le deuxième volet de l'opération, organisé mardi 8 janvier - la veille de l'ouverture des soldes en 2008, la vitrine s'est transformée en site e-commerce. De 19h à minuit, chaque passant(e) pouvait réserver jusqu'à quatre articles, avec une réduction totale de 70 %, supérieure aux rabais pratiqués en magasins, à faire valoir jusqu'au dimanche 13 janvier. La boutique aurait ainsi enregistré 207 réservations. "L'objectif était de faire comprendre que tous les différents canaux sont imbriqués. Il fallait aussi donner un avant-goût de e-commerce et montrer que Morgan serait présent dans ce secteur", explique Olivier Laborne, nouveau responsable e-commerce de Morgan chargé de mettre en place la future activité de vente en ligne de la marque (*lire Morgan va pas à pas vers le e-commerce, du 13/04/04*)

Cette technologie de vitrine interactive a d'abord été utilisée par Ralph Lauren dans sa boutique new-yorkaise pendant l'été 2006, avant d'être étendue à d'autres magasins américains puis européens de la marque. Agorad est le distributeur exclusif de la technologie pour la France, et cherche actuellement à étendre son accord avec le fabricant. "Avec cette technologie, on dépasse les vieux conflits que pouvaient avoir des marques entre le off et le online. On entre vraiment dans l'ère du multicanal", estime Michael Amar, co-directeur de pôle média de Référencement.com, maison mère de Agorad. L'agence a également mis en place cette vitrine interactive pour un magasin des opticiens Grand Optical.

Morgan de son côté compte renouveler ce type d'opérations. Pour la Saint-Valentin, elle va installer un écran interactif équipé d'une webcam, permettant aux passants de déclarer leurs flammes et de l'envoyer par e-mail. D'autres boutiques de la marque seront par la suite équipées, notamment à Genève, Madrid et Londres. "Que ce soit pour faire de la vente, de l'animation, ou des concours, les possibilités d'interaction entre la cliente, la vitrine et le Web sont quasiment infinies", se réjouit Olivier Laborne.

En savoir plus
Agorad

Baptiste RUBAT du MERAC, JDN

Copyright 2008 69-71 avenue Pierre Grenier 92517 Boulogne Billancourt Cedex, FRANCE

Lancer l'impression