

Carlipa : concepteur d'expériences interactives et connectées

Carlipa accompagne ses clients dans la digitalisation de leurs points de vente, de la conception à l'exploitation. Technologie, innovation, digital sont les mots clés qui caractérisent l'esprit et la différence de Carlipa sur son marché. Rencontre avec Clémence Gourbat, sa Responsable Marketing et Communication.

UNE SOLUTION INNOVANTE ET AU SERVICE DE L'EXPÉRIENCE CLIENT

« Nous avons conçu en effet une solution 100% Saas, 100% Cloud et 100% sécurisée, baptisée Carlipa Online, explique Clémence Gourbat. Celle-ci permet de piloter et gérer tous contenus et dispositifs digitaux sur le point de vente (contenu vidéo, applications tactiles, sonorisation, objets connectés, diffusion olfactive...). Une solution plébiscitée par nos clients, issus des univers de la cosmétique, du luxe, de l'habillement, de l'automobile, du secteur bancaire et de la grande distribution. Tous recherchent à générer plus de trafic en magasin, à faire vivre une véritable expérience sur leurs points de vente à travers des concepts innovants, sensoriels..., et à créer ainsi plus de proximité avec les consommateurs ».

Editeur, intégrateur technologique et agence de création digitale omni-canal, Carlipa délivre des projets sur mesure et clés en main à l'ensemble de ses clients.

Carlipa Online, fruit d'une technologie exclusive et brevetée, est une solution ouverte pouvant se connecter à une infrastructure IT, ERP, CRM, ou Back-Office métier. Avantage : pouvoir automatiser la publication des contenus ou interagir en fonction de données externes.



Cette solution intègre aussi une plateforme de supervision en temps réel, un module de collecte des données saisies via les interfaces tactiles et un module d'analyse des statistiques d'usage. Des fonctionnalités qui permettent ainsi l'agrégation des fameux « Big Datas ».

DIGITALISER SES POINTS DE VENTE ET MIEUX MANAGER SA RELATION CLIENT

« Face à des consommateurs ultra connectés, les marques doivent se différencier en intégrant dans leur concept magasin des solutions digitales afin de proposer à leurs clients des expériences d'exception, pointe Clémence Gourbat.

Interactivité, personnalisation et partage communautaire, autant d'ingrédients dont une marque doit disposer pour réussir sa stratégie digitale retail. En outre, ajoute-t-elle, les nouveaux usages mobiles permettent aux enseignes d'interagir avec leurs clients, d'étudier leur comportement d'achat tout en collectant les données d'usages, indispensables à la mise en œuvre des stratégies CRM ciblées ».

Afin d'anticiper les besoins de ses clients, Carlipa investit en R&D pour toujours lancer des technologies pionnières adaptées aux points de ventes. « Nous sommes convaincus de l'avenir des objets et applications tactiles connectés ainsi que de la prise en compte des smartphones comme levier de croissance majeur de notre marché », insiste Clémence Gourbat. « Carlipa répond à ces demandes en offrant, grâce à sa technologie Carlipa Online, la possibilité de remonter et d'agrèger les statistiques comportementales sur le point de vente ».

D'UN PROJET À L'AUTRE...

Carlipa a œuvré au projet « Time Vallée » pour le Groupe Richemont en Chine. Objectif : digitaliser la première boutique multimarques d'horlogerie sur plus de 400m².



Les dispositifs digitaux accompagnent les visiteurs tout au long de leur parcours d'achat et offrent une expérience client d'exception. Ils sont chacun connectés entre eux et aux mini iPads qui servent d'outils de vente aux conseillers et managers, lesquels connaissent ainsi chaque client, son historique d'achat, ses goûts, son style et mode vie... Un projet clé pour Carlipa qui en augure de nombreux autres avec un même objectif : concevoir pour les marques et enseignes des solutions digitales innovantes, leurs permettant d'enrichir les parcours d'achat et d'optimiser leurs performances commerciales.

carlipa
smart connected systems

Tél. 01 30 80 15 30 • www.carlipa.com