



Un outil décisionnel d'analyses prédictives des tendances dédié au retail



- |   |  |   |
|---|--|---|
| 1 | Scanshoots®<br>Sketch, DAO, CAO                        |    |
| 2 | Sélection produits                                     |    |
| 3 | Importation DATA clients                               |    |
| 4 | Test qualitatif de la base de données                  |    |
| 4 | Lancement de la campagne                               |    |
| 5 | Traitement et analyses des données                     |    |
| 6 | Résultats et tableaux de bord                          |   |
| 7 | Benchmarking données prédictives et réelles            |  |
| 8 | Analyse et rapport d'envoi des emails                  |  |
| 9 | Scoring client et création de groupes « surqualifiés » |  |

## Ce que va apporter la solution:





## 1. Scanshoots®

Pour alimenter en visuels la solution Tailorretail®, il est nécessaire d'avoir des photos de qualité car le consommateur a tendance à assimiler celle-ci avec celle du produit. Au stade de la mise à disposition du prototype, il est compliqué de se procurer facilement les photos des produits.

Nous disposons d'une solution unique de prise de photos prêtes à l'emploi, Scanshoots® qui génère des visuels redimensionnés, détourés automatiquement et de bonne résolution pouvant être utilisés par n'importe qui à n'importe quel moment, et cela afin de pouvoir alimenter tous les canaux digitaux de l'entreprise.

Chaque photo alimentera directement et de façon compatible la solution Tailorretail®, l'objectif étant de fournir la meilleure vue possible du produit.

Nous proposons Scanshoots® en prestation de service ou en acquisition.



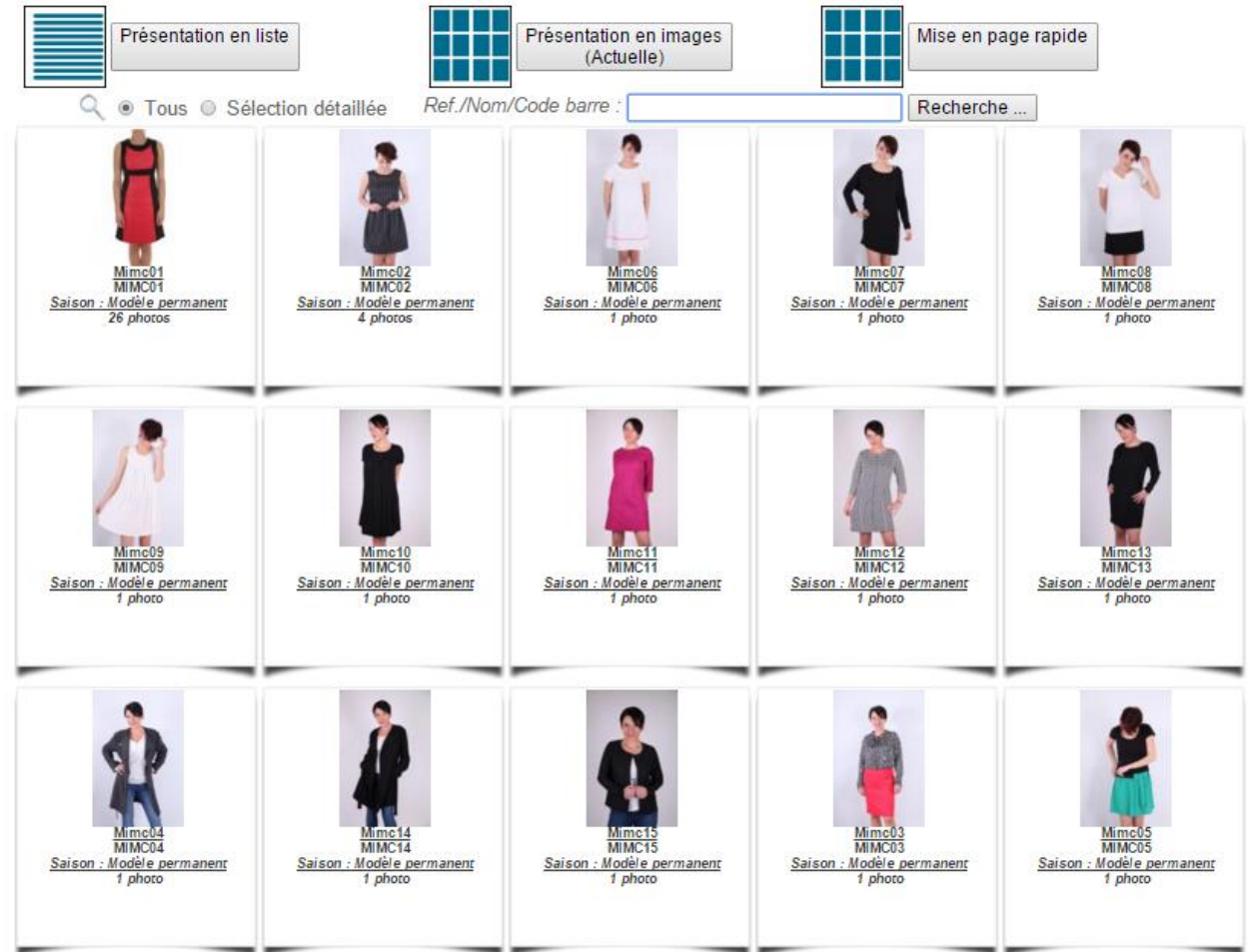


## 2. Sélection produits

Tailorretail® vous permet de sélectionner les produits que vous souhaitez faire tester à vos consommateurs à travers une base de données que vous pouvez organiser selon des critères qui vous sont spécifiques tels que :

- la marque
- la collection
- le thème
- le genre
- la fourchette de prix

et ce à travers une interface intuitive (*user-friendly*).



The screenshot shows the Tailorretail product selection interface. At the top, there are three view options: 'Présentation en liste' (selected), 'Présentation en images (Actuelle)', and 'Mise en page rapide'. Below these are search filters: 'Tous' (selected), 'Sélection détaillée', and a search bar with 'Ref./Nom/Code barre :'. A 'Recherche ...' button is also present. The main area displays a grid of 15 product cards, each showing a model wearing a different outfit. Each card includes a product ID (e.g., MIMC01), a model name (e.g., MIMC01), and a description (e.g., 'Saison : Modèle permanent', '26 photos').



### 3. Importation DATA clients

Importez ou saisissez votre fichier clients en le segmentant suivant vos objectifs marketing.

Par la suite, il sera possible de créer des groupes de clients dont les résultats de la campagne pourront être analysés séparément ou globalement.

Chaque distributeur possède plus ou moins d'informations sur leurs clients. Plus les informations seront fournies et plus les analyses seront pointues, avec des critères tels que l'âge, la localisation, la profession et la provenance omni-canal.

La solution permet une importation assez flexible avec de nombreux ERP, POS et CRM.

[Liste clients](#) | [Nouveau client](#) | [Fiche client](#) | [Accès catalogue](#) | [Infos catalogue](#) | [Mailing client](#)

Fiche client #13704

Titre :	M. ▼	Adresse :	71 rue Réaumur	Tel. :	142786589
Nom : *	Daniel	Code postal :	75002	Fax. :	142786590
Prénom : *	Vanessa	Ville :	Paris	Email :	vanessa@vetigraph.com
Société :	TAILO	Pays :	France	Mot de passe :	123456
Date :	08/07/2015	Langage :	<input checked="" type="radio"/> Français <input type="radio"/> Anglais	Actif :	<input checked="" type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non
Date naissance :	22/10/1987	Fonction :	Salarié privé ▼	Grille de tarifs :	Pas de prix ▼
Chiffre d'affaires :	10000	Provenance :	Internet ▼	Grille de tarifs 2 :	Pas de prix ▼
Ancienneté :	11/06/2014	Commentaires :			
Panier moyen :	4	Last login Showroom :			

Inclure dans un groupe de client

Sélectionnez : TAILORRETAIL (18 clients) ▼



## 4. Test qualificatif de la base de données

Importez votre fichier clients et faites les participer à un premier test sous forme de jeu en ligne destiné à établir des liens avec les consommateurs.

Enrichissez leur expérience client avec votre marque en sollicitant leur participation pour recueillir des avis en temps réel sur vos nouveaux produits.

Cela vous permettra de qualifier votre base de données à partir des « TOPs » et « FLOPs » des ventes antérieures.

made in Me Couture.com

### Now, you are the Guest !

Toute l'équipe de Made in Me couture est heureuse de vous inviter à répondre à ce questionnaire afin de recueillir votre avis sur notre future collection !

#### Question 1

1/3

Choisissez votre modèle préféré !

*Cliquez directement sur le modèle de votre choix pour accéder à la question suivante*



OU





## 4'. Lancement de la campagne

Vous pourrez procéder à un sondage sous forme de questionnaire (appréciation et estimation d'un prix) sur chacun de vos produits.

Vous pourrez personnaliser la campagne en respectant l'identité visuelle de votre enseigne, y intégrer des photos, des vidéos pour inciter votre « client consommateur » à donner son avis de telle sorte qu'il devienne un « consommateur ».

La campagne peut aussi être utilisée à **usage interne** en intégrant l'expérience et les avis des responsables de boutiques. Cette initiative aura également pour objet d'établir une cohésion sociale afin de les consulter dans l'élaboration des collections et d'être certain qu'ils soient en phase avec la stratégie produit de l'enseigne.

**Question 1** 1/2

**Que pensez-vous de ce modèle ?**  
*Cochez l'une des cases ci dessous*


J'adore  
 J'aime  
 Je n'aime pas  
 Je déteste  
 J'hésite  
 Je n'ai pas d'avis

**A quel prix l'achèteriez-vous ?**  
*Déplacez le curseur pour fixer votre prix*

45 €

**Souhaitez-vous faire un commentaire ?**  
*2000 caractères maximum*

Référence :





# 5. Traitement et analyse des données

Analysez les réponses de vos « conso-acteurs » produit par produit et sur l'ensemble de la collection.

A l'aide de graphiques accessibles et dynamiques, vous pourrez recueillir les pourcentages d'avis positifs et négatifs, ainsi que l'élasticité des prix fixés par vos clients. Il vous sera possible de connaître les « coups de cœur » de votre collection.

Un export excel de l'ensemble des données vous est proposé, ainsi que l'édition de vos statistiques au format PDF. A l'aide de nombreux filtres, contrôlez les appréciations clients, avec un indice de confiance à 95% pour la détermination du prix de vente (borne inférieure et supérieure, prix conseillé, ...) par âge, région, profession, provenance (...) et anticipez les volumes et besoins à commander sur votre collection.

Prix par classe :

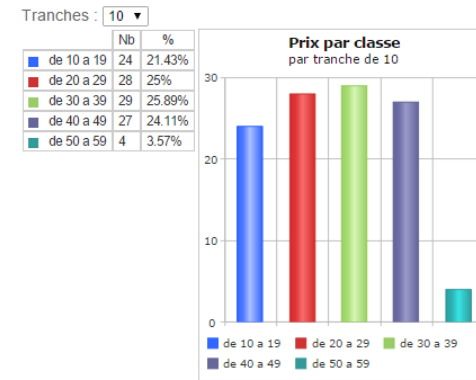


Tableau d'analyses de prix :

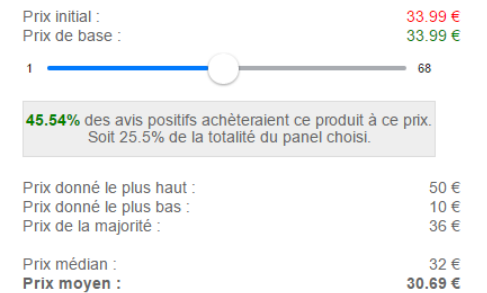
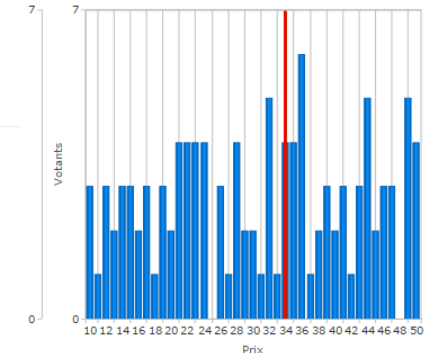
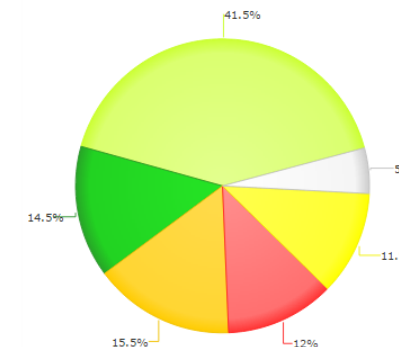
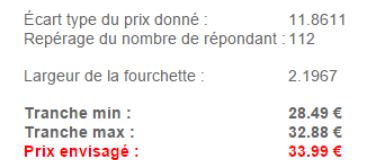


Tableau de fréquence des avis sur le modèle :



Intervalle de confiance :





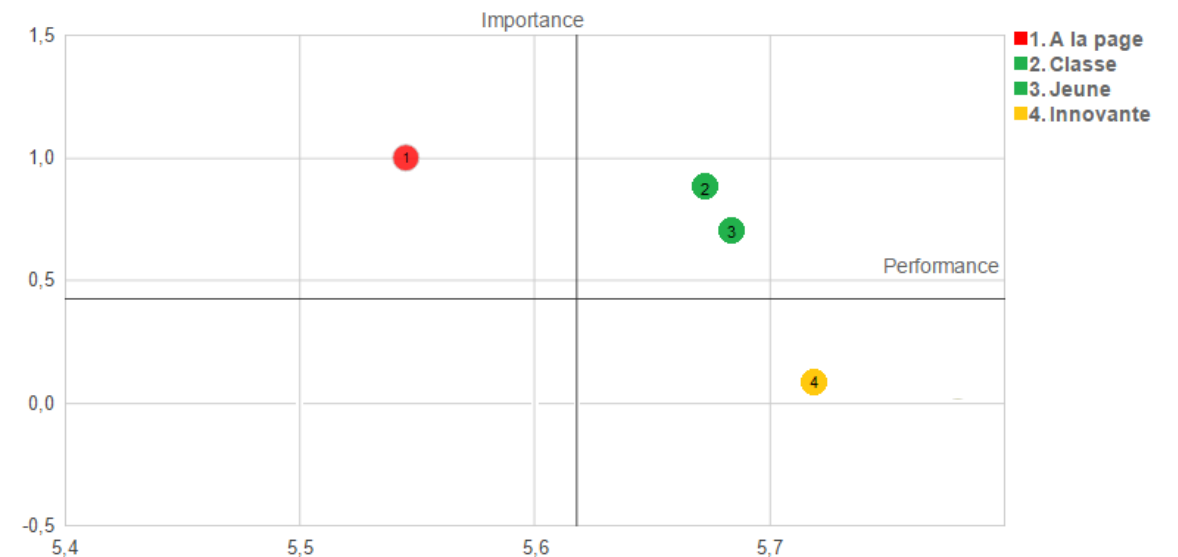


## 6. Résultats et tableaux de bord

Dans le but d'obtenir un bilan d'image (déterminer quels sont les critères de satisfaction sur lesquels agir en priorité pour améliorer l'image globale de la collection), il sera possible d'intégrer des questions complémentaires afin d'identifier les dimensions clés, les points forts, les points faibles de la collection étudiée et par conséquent les actions correctives à envisager, à surveiller et à maintenir.

Corrélation :

	Moyenne	Corrélation
A la page	5.55	-0.1497185
Classe	5.465	0.54212545
Jeune	5.78	0.52165879
Innovante	5.52	0.14524578



■ Mauvais ■ Moyen ■ Bon ■ Très bon



## 7. Benchmarking données prédictives et réelles

Notre philosophie consiste à vous faire essayer la solution pour mieux l'adopter.






Tailorretail® mise sur une meilleure connaissance en amont des besoins clients : c'est en cela qu'il se démarque des outils classiques qui s'appuient essentiellement sur l'antériorité du comportement client ou l'analyse des historiques des ventes multicanaux.

Une rentabilité de l'utilisation de Tailorretail® pourra ainsi être mesurée directement en comparant des données prédictives avec les ventes réellement réalisées.

### Données de gestion de la collection : 2015.09.09\_CAMPx200

Date de création : 09/09/2015  
 Groupe de clients : BASE (200 clients)  
 Enseigne : La Redoute  
 Date limite : 09/10/2015  
 Couleur principale : #EACFB6  
 Nombre de mail envoyés : 200  
 Nombre de réponses : 200

Chargez le fichier contenant vos données de gestion (format .CSV) :

Référence	Photo	% de ventes prévisionnelles	% de ventes réelles	Validation
MODELE01		25.50%	75.00%	●
MODELE02		26.50%	33.33%	●
MODELE03		21.50%	50.00%	●
MODELE04		26.00%	56.60%	●
MODELE05		21.00%	76.92%	●
MODELE06		31.50%	58.33%	●
MODELE09		32.50%	2.00%	●
MODELE10		43.00%	19.90%	●

% de bonnes prédictions

**62.5%**



## 8. Analyse et rapport d'envoi des emails

Cet état vous permettra de connaître le rapport d'envoi et de réception des mails aux répondants (internes comme externes) en appréhendant le pourcentage d'emails délivrés/ouverts et le pourcentage de personnes ayant répondu à la campagne, le taux de réactivité, etc.

Cette analyse vous permettra ainsi de mieux qualifier les répondants lors des prochaines campagnes.

### 18 Destinataires

#### Nom de la campagne

2015.12.14\_campagnemimctest2

#### Objet

Congratulations, you are the Guest ONE !

#### Liste d'envoi

ShootLab Express Démo - CAMP - 2015.12.14\_campagnemimctest2

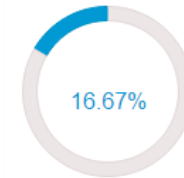
#### Programmé le

2015-12-14 13:00:30

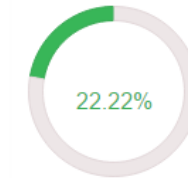
#### Statut

Envoyées

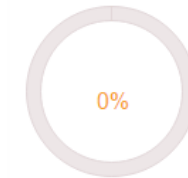
[Voir le message](#)



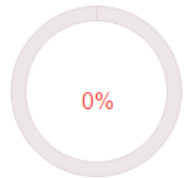
**3**  
Ouvreurs



**4**  
Cliqueurs



**0**  
Désinscrits



**0**  
Plaintes

Taux d'ouverture		Taux de clic	
Ouvreurs	3	Clics uniques	4
Total ouvertures	5	Total des clics	7
Taux de réactivité	133.33%		

### Statut d'envoi

**18** Délivrés  
100%

**0** Soft Bounces  
0%

**0** Hard Bounces  
0%



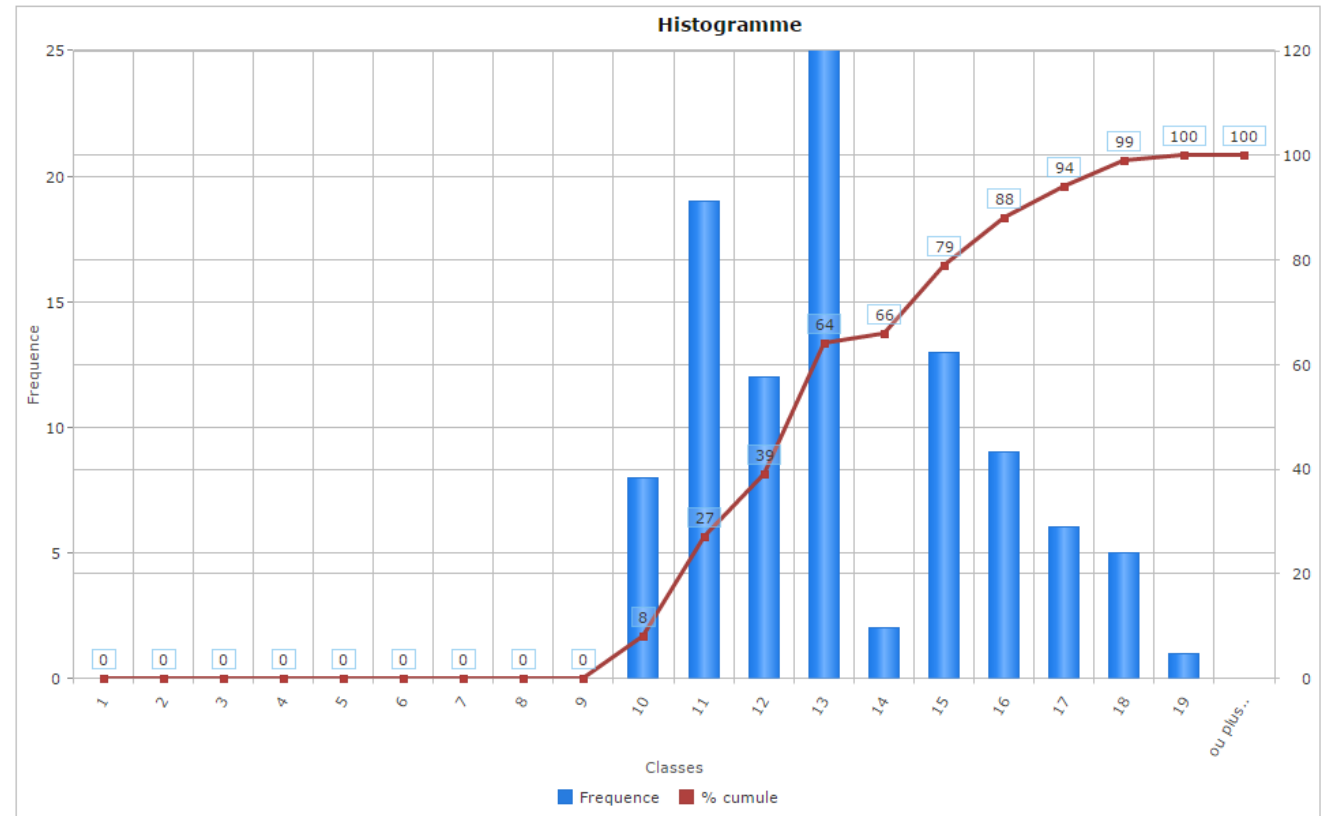
## 9. Scoring client et création de groupes « surqualifiés »

Au fur et à mesure des campagnes, les clients totaliseront des scores en fonction de leurs réponses et de la réalité des ventes, qui seront à leur tour convertis en notes sur 20 points.

Ainsi vous pourrez choisir, depuis un groupe ou une campagne, les clients qui ont le meilleur sens du produit (grâce à une sélection par nombre, pourcentage ou note) et les enregistrer dans une nouvelle catégorie.

Vous pourrez apprécier les résultats ou réaliser de nouvelles campagnes uniquement sur l'échantillon du panel des répondants ainsi qualifiés.

- Afficher les  meilleurs clients sur les 234 filtrés.
- Afficher les  meilleurs clients.
- Afficher tous les clients qui ont entre  et .





## Pourquoi Tailorretail® ?

Nous sommes dans une période intense de mutation : les entreprises doivent se transformer pour répondre aux attentes des consommateurs.

L'ensemble des acteurs participant à l'offre produit doivent comprendre l'évolution de la stratégie de l'entreprise et s'y impliquer pour que l'organisation soit fluide dans cette phase de changement.

Grâce à une approche nouvelle et innovante, la solution Tailorretail®, permet de prendre en considération les attentes des clients, de se différencier par son offre, son style, de mieux gérer sa stratégie de prix et surtout de fournir une expérience clients qualitative.

Vous pourrez identifier précisément le profil des consommateurs susceptibles d'acheter la nouvelle offre produit (âge, région, profession, provenance, etc..) ainsi que déterminer le « juste prix » estimé par les clients afin de se baser sur la demande du marché et non uniquement sur les coûts d'achats.

Aujourd'hui, 47% des volumes sont achetés en solde ou en promotion\* aux dépens de la marge.

La baisse des prix est souvent une façon de booster la fréquentation.

C'est pourquoi il est important de connaître la perception du prix par les clients pour un produit donné afin de vendre le meilleur produit au meilleur prix.



## En conclusion

Vous pourrez connaître les produits les plus rentables et ainsi optimiser le stock et la marge brute sur l'ensemble de la collection en déterminant mieux la quantité adéquate à acheter pour chaque produit. Etablir un lien avec les consommateurs devient essentiel et vous permettra d'identifier en amont les produits phares de la collection et recueillir les avis de chacun en temps réel, positifs comme négatifs sur l'ensemble des produits.

Le consommateur agira dans l'élaboration de la collection et deviendra alors un « conso-acteur ». Il sera plus enclin à s'impliquer auprès de votre marque et à donner une image positive de votre entreprise et vos produits.

C'est en cela que Tailorretail innove, donnant au client une expérience nouvelle et un pouvoir sur la marque, tout en permettant aux divers métiers de traduire et d'optimiser les attentes communes pour proposer un produit conçu de manière optimale avec un prix adapté au marché.



# TAILOR RETAIL

