

http://www.ecommercevad.fr/Breves/ConsultBreve.asp?ID_Article=22897&t=Un-ecran-hype-et-innovant-concu-pour-encourager-l-acte-d-achat

 **monster**
pour les entreprises
Monster Offre Spéciale **ECONOMISEZ 151€**
avec le pack 2 publications d'annonces

e-commerce
Le site

Identifiant :

Mot de passe :

[Devenir membre](#) | [Codes d'accès oubliés ?](#)

Accueil Information Agenda Formation Prestataires Magazines Sites Editialis

Chercher dans les archives : [Faire une recherche avancée](#)

Accueil > Infos > Toute l'info en continu

 **Search Engine**
STRATEGIES 2008
the intersection of search, marketing & commerce

SES Paris Forum
15 - 16 January 2008 | Le Grand Intercontinental Hôtel
[Entrez le code 10ECOM pour une réduction de 10%](#)

Toute l'info en continu



PRESTATAIRES : PLV

Un écran "hype" et innovant conçu pour encourager l'acte d'achat

11/12/2007

Améliorer l'offre des industriels et orienter le consommateur sur le lieu de vente entre dans les prérogatives du présentoir.

Déclinables à l'infini, grâce à la technologie RFID (Radio Frequency Identification), les écrans Supertec ambitionnent de conquérir un vaste marché. Qu'il s'agisse du secteur bancaire, cosmétique ou agro-alimentaire, le produit s'adapte à la surface de vente et « *délivre un message audiovisuel ciblé, dont le consommateur est demandeur* », souligne Frédéric Serre, fondateur de Supertec.

Chaque linéaire équipé de son écran permet au client d'obtenir des conseils ou des données complémentaires sur le produit dès sa prise en main. « *Si l'acheteur hésite entre deux produits, l'écran est en mesure de lui adresser un comparateur de prix ou encore d'afficher les produits similaires en promotion sur le lieu de vente* », poursuit Frédéric Serre. L'enjeu ? Inciter le client à aller au bout de l'acte d'achat, qui souvent avorte faute d'informations ou de vendeur à disposition. Selon Yvan Poinart, directeur commercial de Supertec, « *les enseignes qui ont expérimenté les premiers présentoirs ont vu leur chiffre d'affaires augmenter de manière significative* ». Parmi elles, la Fnac, SFR et Nokia dont les volumes de vente ont progressé de 15 à 25 %. « *L'investissement du client varie entre 5 000 et 10 000 € pour le déploiement d'un écran ; ce qui correspond à une location mensuelle d'environ 150 euros* », précise F. Serre.

Supertec crée la rupture car l'information, sélectionnée et mise à jour par l'industriel, est donnée en temps réel. L'aspect innovant de l'outil n'est pas négligeable dans la mesure où, « *si l'enseigne le souhaite, Supertec peut programmer des modules courts de formation sur les basiques et les nouveaux produits à destination des forces de vente* », indique Frédéric Serre.

Autre bénéfice pour l'industriel, l'optimisation de la connaissance de sa cible. En effet, le présentoir est doté d'une lentille et d'un système de reconnaissance du visage qui renseigne une base de données sur le sexe et la tranche d'âge du consommateur.

Mots clés : [Plv intelligente \(1\)](#)

COMMENTAIRES

Aucun commentaire à ce jour.
[Soyez le premier à réagir à cet article](#)

PARTAGER CE LIEN

Soumettre cette actualité aux gestionnaires de favoris

 [Del.icio.us](#) ::  [Blogmarks](#) ::  [Fuzz](#)

 **monster**
pour les entreprises




**NE
CHERCHER
PLUS**

Recevez des candidatures ciblées

Publiez vos offres facilement

CLIQUEZ ICI

http://www.ecommercevad.fr/Breves/ConsultBreve.asp?ID_Article=22897&t=Un-ecran-hype-et-innovant-concu-pour-encourager-l-acte-d-

 [Imprimer](#)
 [Envoyer par email](#)
 [Revenir à la liste](#)

3 bonnes raisons de faire découvrir à votre patron les nouvelles offres électricité et gaz naturel...



Les derniers commentaires

- " Maxibatteries vise 1 million d'euros de CA ...
 Correction
L'erreur est corrigée.
Par EcommerceMag.fr le 12/12/2007
- Le Monde.fr lance des suppléments luxe
 mais c'est un site français !
Pour information, Myprestigium est un site ...
Par heidi le 12/12/2007
- Lancement d'une campagne de sensibilisation ...
 Bravo !
Cette campagne est une bonne chose. Bravo aussi à ...
Par Pierre75 le 08/12/2007

Découvrez le site de la semaine

QAS, An Experian company

QAS, l'expert de l'adresse postale, a développé les solutions QuickAddress pour préserver l'intégrité de vos adresses françaises et internationales. Testez la démo Pro Web sur notre site.



www.qas.fr

Info-commerciale

Nuage de mots clés des actualités

1000mercis Amazon Bases De Données Blogs Ciblage Comportemental
Communauté **Ebay E-commerce** E-mail E-mailing Etudes
Facebook Forrester Gestion E-mails Internet Jeunes Jeux-
concours **Kelkoo** La Chose **Lycos** Maximiles Microsoft
Mobilité Moteur De Recherche
Publicité Service Client Site
Événementiel Vente À Distance Weborama **Yahoo!**

http://www.ecommercevad.fr/Breves/ConsultBreve.asp?ID_Article=22897&t=Un-ecran-hype-et-innovant-concu-pour-encourager-l-acte-d-achat

 **monster**
pour les entreprises
Monster Offre Spéciale avec le pack **2 publications d'annonces** **ECONOMISEZ 151€**

e-commerce
Le site

Identifiant :

Mot de passe :

[Devenir membre](#) | [Codes d'accès oubliés ?](#)

Accueil Information Agenda Formation Prestataires Magazines Sites Editialis

Chercher dans les archives : [Faire une recherche avancée](#)

[Accueil](#) > [Infos](#) > [Toute l'info en continu](#)

 **Search Engine**
STRATEGIES 2008
the intersection of search, marketing & commerce

SES Paris Forum
15 - 16 January 2008 | Le Grand Intercontinental Hôtel
[Entrez le code 10ECOM pour une réduction de 10% »](#)

Toute l'info en continu



PRESTATAIRES : PLV

Un écran "hype" et innovant conçu pour encourager l'acte d'achat

11/12/2007

Améliorer l'offre des industriels et orienter le consommateur sur le lieu de vente entre dans les prérogatives du présentoir.

Déclinables à l'infini, grâce à la technologie RFID (Radio Frequency Identification), les écrans Supertec ambitionnent de conquérir un vaste marché. Qu'il s'agisse du secteur bancaire, cosmétique ou agro-alimentaire, le produit s'adapte à la surface de vente et « *délivre un message audiovisuel ciblé, dont le consommateur est demandeur* », souligne Frédéric Serre, fondateur de Supertec.

Chaque linéaire équipé de son écran permet au client d'obtenir des conseils ou des données complémentaires sur le produit dès sa prise en main. « *Si l'acheteur hésite entre deux produits, l'écran est en mesure de lui adresser un comparateur de prix ou encore d'afficher les produits similaires en promotion sur le lieu de vente* », poursuit Frédéric Serre. L'enjeu ? Inciter le client à aller au bout de l'acte d'achat, qui souvent avorte faute d'informations ou de vendeur à disposition. Selon Yvan Poinart, directeur commercial de Supertec, « *les enseignes qui ont expérimenté les premiers présentoirs ont vu leur chiffre d'affaires augmenter de manière significative* ». Parmi elles, la Fnac, SFR et Nokia dont les volumes de vente ont progressé de 15 à 25 %. « *L'investissement du client varie entre 5 000 et 10 000 € pour le déploiement d'un écran ; ce qui correspond à une location mensuelle d'environ 150 euros* », précise F. Serre.

Supertec crée la rupture car l'information, sélectionnée et mise à jour par l'industriel, est donnée en temps réel. L'aspect innovant de l'outil n'est pas négligeable dans la mesure où, « *si l'enseigne le souhaite, Supertec peut programmer des modules courts de formation sur les basiques et les nouveaux produits à destination des forces de vente* », indique Frédéric Serre.

Autre bénéfice pour l'industriel, l'optimisation de la connaissance de sa cible. En effet, le présentoir est doté d'une lentille et d'un système de reconnaissance du visage qui renseigne une base de données sur le sexe et la tranche d'âge du consommateur.

Mots clés : [Plv intelligente \(1\)](#)

COMMENTAIRES

Aucun commentaire à ce jour.
[Soyez le premier à réagir à cet article](#)

PARTAGER CE LIEN

Soumettre cette actualité aux gestionnaires de favoris

 [Del.icio.us](#) ::  [Blogmarks](#) ::  [Fuzz](#)

 **monster**
pour les entreprises




**NE
CHERCHER
PLUS**

Recevez des
candidatures
ciblées

Publiez
vos offres
facilement

**CLIQUEZ
ICI**

http://www.ecommercevad.fr/Breves/ConsultBreve.asp?ID_Article=22897&t=Un-ecran-hype-et-innovant-concu-pour-encourager-l-acte-d-

 [Imprimer](#)
 [Envoyer par email](#)
 [Revenir à la liste](#)

3 bonnes raisons de faire découvrir à votre patron les nouvelles offres électricité et gaz naturel...



Les derniers commentaires

- " Maxibatteries vise 1 million d'euros de CA ...
 Correction
L'erreur est corrigée.
Par EcommerceMag.fr le 12/12/2007
- Le Monde.fr lance des suppléments luxe
 mais c'est un site français !
Pour information, Myprestigium est un site ...
Par heidi le 12/12/2007
- Lancement d'une campagne de sensibilisation ...
 Bravo !
Cette campagne est une bonne chose. Bravo aussi à ...
Par Pierre75 le 08/12/2007

Découvrez le site de la semaine

QAS, An Experian company

QAS, l'expert de l'adresse postale, a développé les solutions QuickAddress pour préserver l'intégrité de vos adresses françaises et internationales. Testez la démo Pro Web sur notre site.



www.qas.fr

Info-commerciale

Nuage de mots clés des actualités

1000mercis Amazon Bases De Données Blogs Ciblage Comportemental
Communauté **Ebay E-commerce** E-mail E-mailing Etudes
Facebook Forrester Gestion E-mails Internet Jeunes Jeux-
concours **Kelkoo** La Chose **Lycos** Maximiles Microsoft
Mobilité Moteur De Recherche
Publicité Service Client Site
Événementiel Vente À Distance Weborama **Yahoo!**