



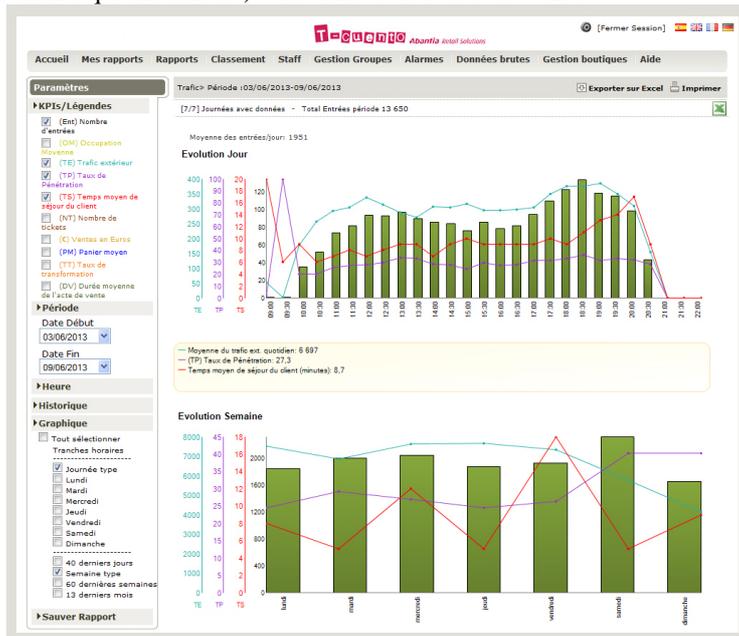
T-Cuento introduit l'analyse des magasins ON et OFF line en une seule plateforme

“ T-Cuento, entreprise leader en solutions de Retail Intelligence®, a développé une nouvelle version de son outil TC-Store. Cette nouvelle version permet d'incorporer en une seule plateforme les données du comportement des clients dans les magasins ON et OFF line. ”

L'essor des boutiques online et l'augmentation des ventes à travers l'e-commerce a conduit T-Cuento à développer la version TC-Store Analytics 3.0 qui, entre autres nouveautés, permet **d'introduire les données du trafic du magasin online dans la même plateforme d'analyse des points de vente off line**. L'objectif est, pour le dirigeant d'une chaîne de retail, d'avoir une **vision intégrale et complète de tous les points de vente**.

Les indicateurs de performance des magasins online et off line sont comparables en termes de gestion : la quantité de clients qui entrent dans le magasin et le temps que passent les clients dans la boutique, ceux qui achètent et ceux qui partent sans acheter, les zones de chalandise, les taux d'attractivité et de transformation, etc. L'ensemble de ces KPI's se présentent dans un tableau de bord qui, en fonction des objectifs fixés par chaque entreprise, permet de détecter des opportunités d'amélioration de l'entreprise de retail on et off line, ainsi que **d'analyser le comportement du client dans chacun des magasins**.

La première version de TC-Store, apparue sur le marché en **2007**, mesurait le trafic des entrées dans le point de vente, **l'occupation moyenne** des boutiques et le **temps moyen de séjour des clients** dans la boutique. En **2010**, cet outil de gestion qui combine la technologie hardware et software évoluée pour offrir de nouvelles mesures visant à identifier de nouvelles opportunités d'amélioration et augmenter la rentabilité des magasins off line. Il s'agit de mesures telles que la quantité de **clients potentiels** qui passent devant la vitrine et parmi eux le pourcentage qui sont rentrés dans le magasin (**taux d'attractivité**), le **taux de transformation** (pourcentage de clients qui ont acheté) et la **durée de l'acte de vente**.



En **2012**, TC-Store Analytics 2.0 introduit 3 nouveaux paramètres : le **staffing** (calcul du staff optimum pour une meilleure gestion du temps d'attente des clients), les **zones de chalandises** et la **matrice de positionnement** (classement global de tous les points de vente), tout en offrant de nouveaux indicateurs avec lesquels analyser la rentabilité des magasins.

Avec la nouvelle version **TC-Store Analytics 3.0**, T-Cuento, fidèle à son positionnement de leader dans le développement de

solutions de Retail Intelligence®, **combine le monde ON et OFF line des retailers** tout en démontrant sa capacité d'adaptation aux nouvelles tendances du retail afin de répondre à tout moment aux besoins de ses clients.

En savoir plus sur T-Cuento

Fondée en 2007, T-Cuento est leader dans le développement de tous types d'outils de mesure et d'analyse du comportement du trafic piéton dans les locaux commerciaux (Retail Intelligence®).

En 2011 elle initie son internationalisation en France, et aujourd'hui elle est présente dans plus de 10 pays sur 4 continents différents.



CONTACT PRESSE

Prénom : Isabel

Société : T-Cuento

✉ Email : cmfrance@t-cuento.com

☎ Téléphone : 01 53 81 77 33

🏠 Site : <http://www.t-cuento.com/fre/index.php?idioma=fre>
