



Challenges numériques – TRAFIC + Génération de trafic vers les magasins Challenge 4

« Challenges Numériques »

■ Finalité

- Favoriser des démarches d'open innovation entre des enseignes et des startup / PME pour faire émerger des solutions radicalement nouvelles pour tous les acteurs.

■ Process

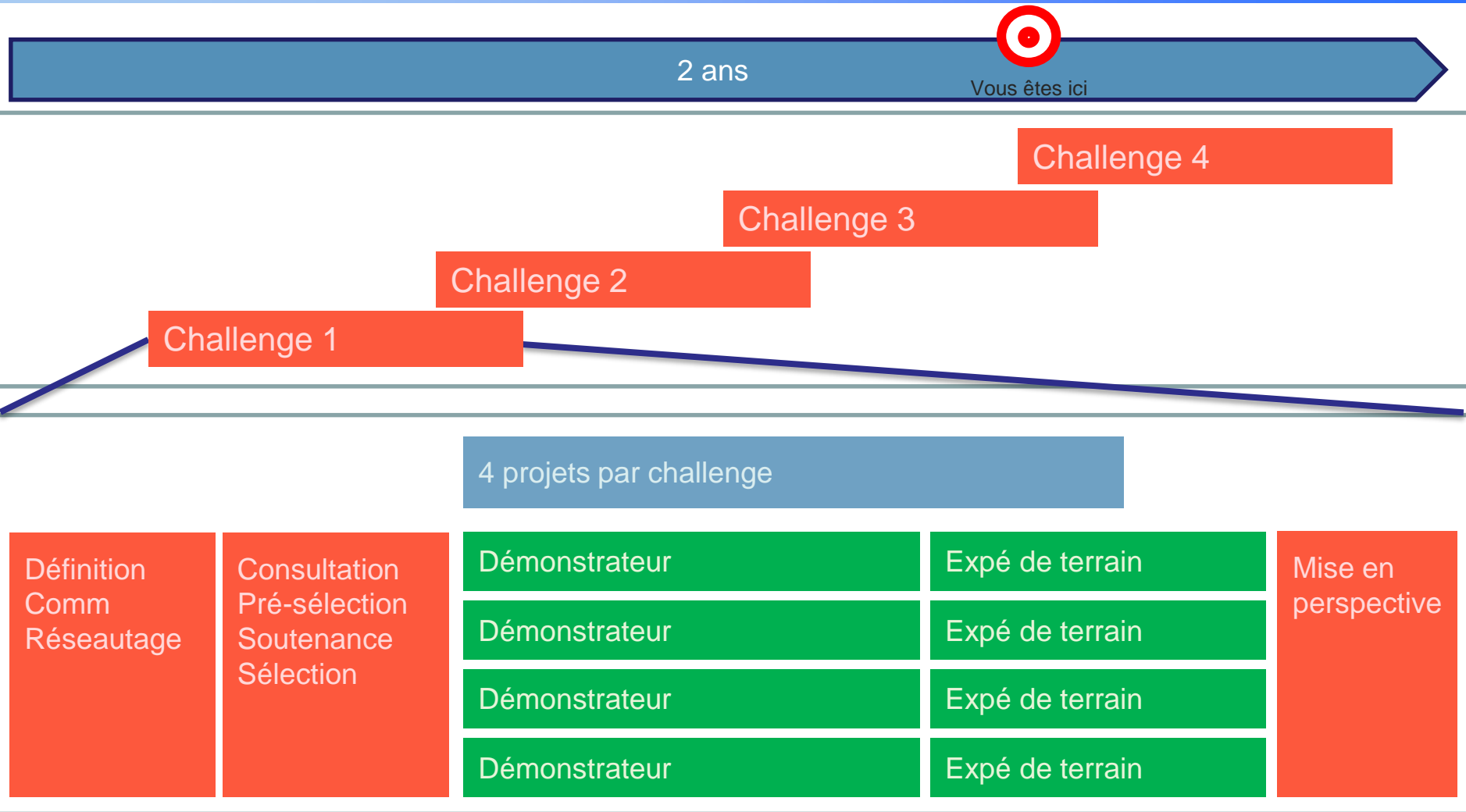
- Appel à manifestations d'intérêt par le Ministère de l'Economie fin 2015
- Lancement du 1^{er} AAP en mai 2016

■ Sponsors



4 challenges (appels à projets) en séquence

4 projets sélectionnés par challenge



- **Budget (expérimentation comprise) : 40 à 60 k€**
- **Durée (démonstrateur + expérimentation terrain) : 5 à 8 mois**
- **Innovant : technologie & use case métier**
- **Expérimentation de services différenciant que les canaux numériques ne peuvent apporter.**
- **Avec des solutions**
 - **utilisables et appropriables par le plus grand nombre,**
 - **monitorables et déployables.**

■ Solution innovante

- Co-construite avec une enseigne
- Testée en live, avec des évaluations métier & technologie
- Le projet offre une 1^{ère} référence au produit/service développé
- Propriété de la PME
 - Les PME lauréates sont propriétaires des livrables logiciels et matériels obtenus dans le cadre des projets.
 - L'utilisation pérenne par les sponsors des résultats de ces travaux se fera dans des conditions de marché.
 - Les enseignes sponsors (qu'elles aient participé à l'expérimentation initiale ou non) disposeront de conditions d'utilisation privilégiées durant une période limitée.
 - L'enseigne reste propriétaire des données et de l'analyse des expérimentations.

■ Financement (partiel)

- État : 70 k€ HT répartis entre les projets
- Sponsors : co-conception, intégration, évaluation, matériels

La problématique globale des challenges : (Re)placer le magasin au cœur du parcours d'achat

Une problématique déclinée dans les différents lieux d'interaction avec le client ...



comment augmenter la fréquence des futures visites du client ?



**comment faire entrer le client dans le magasin ?
comment transformer la vitrine en support d'interaction et de vente ?**



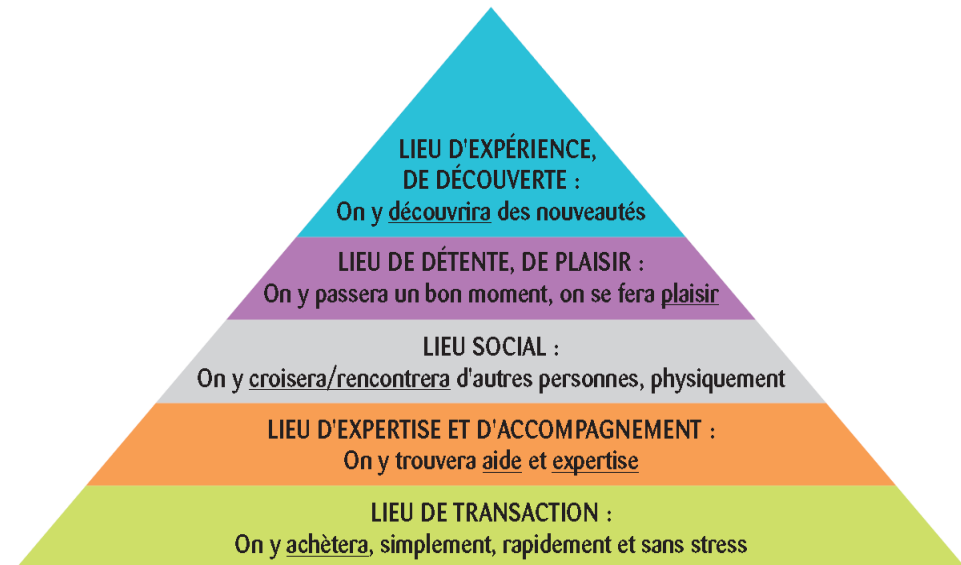
comment drainer du trafic vers le magasin ?



comment animer une communauté de clients de l'enseigne ?

... et conditionnée par une exigence d'expérience ...

LES 5 GRANDES FONCTIONS DU POINT DE VENTE DE DEMAIN :

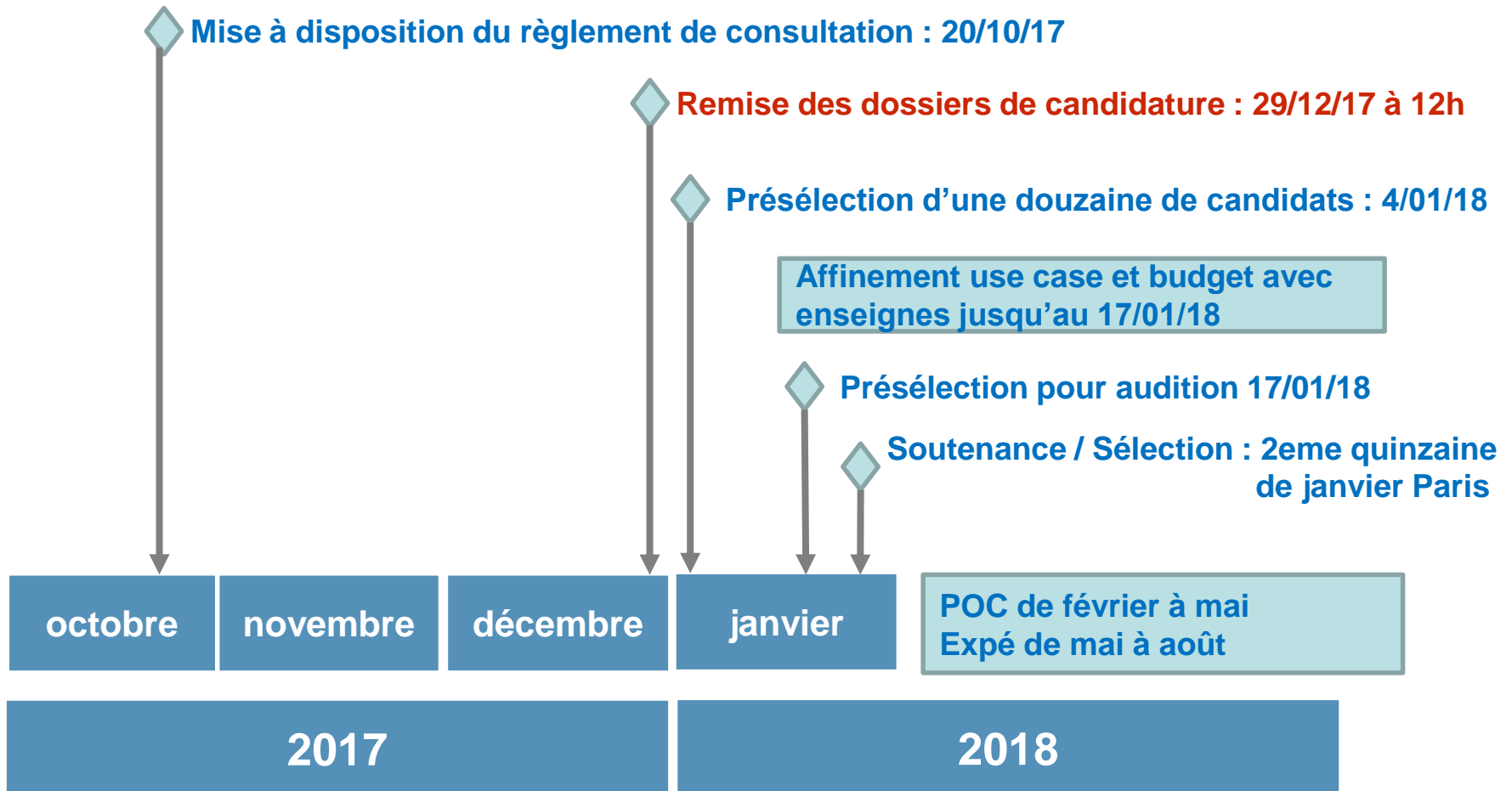


... qui peut être adressée par les outils digitaux

La problématique du 4^{eme} challenge

- **Les outils vendeurs, la connaissance du produit et la connaissance du client**
- **Information et interaction avec un « client » sortant du magasin**
- **Activation des clients en zone de chalandise**
- **Proposition d'offres croisées entre enseignes et/ou foncières**

Sélection en plusieurs étapes



■ Eligibilité

- Ouvert aux PME qui acceptent les conditions de confidentialité édictées par le règlement du challenge.

■ Critères de sélection des lauréats

- Degré d'innovation de la solution
- Maturité de la solution
- Pertinence du cas d'usage
- Déployabilité de la solution
- Respect des principes de budget et financement
- Incitativité de l'aide
- Respect des principes du planning de l'expérimentation
- Modalités de gestion du projet
- Probabilité de développement commercial
- Savoir-faire du candidat
- Capacité à faire
- Situation financière en cohérence avec les travaux et avec les aides sollicitées

- **Règlement de consultation et cadre de réponse :**

<http://www.picom.fr/trafic/>

Ouverture du challenge le 20 octobre 2017

- **Demandes d'information :**

Nadège Legrand , Pôle des industries du commerce
nlegrand@picom.fr