



CUSTOMIZATION : « SÉLECTIONNÉ & FAIT POUR MOI » IS THE NEW BLACK

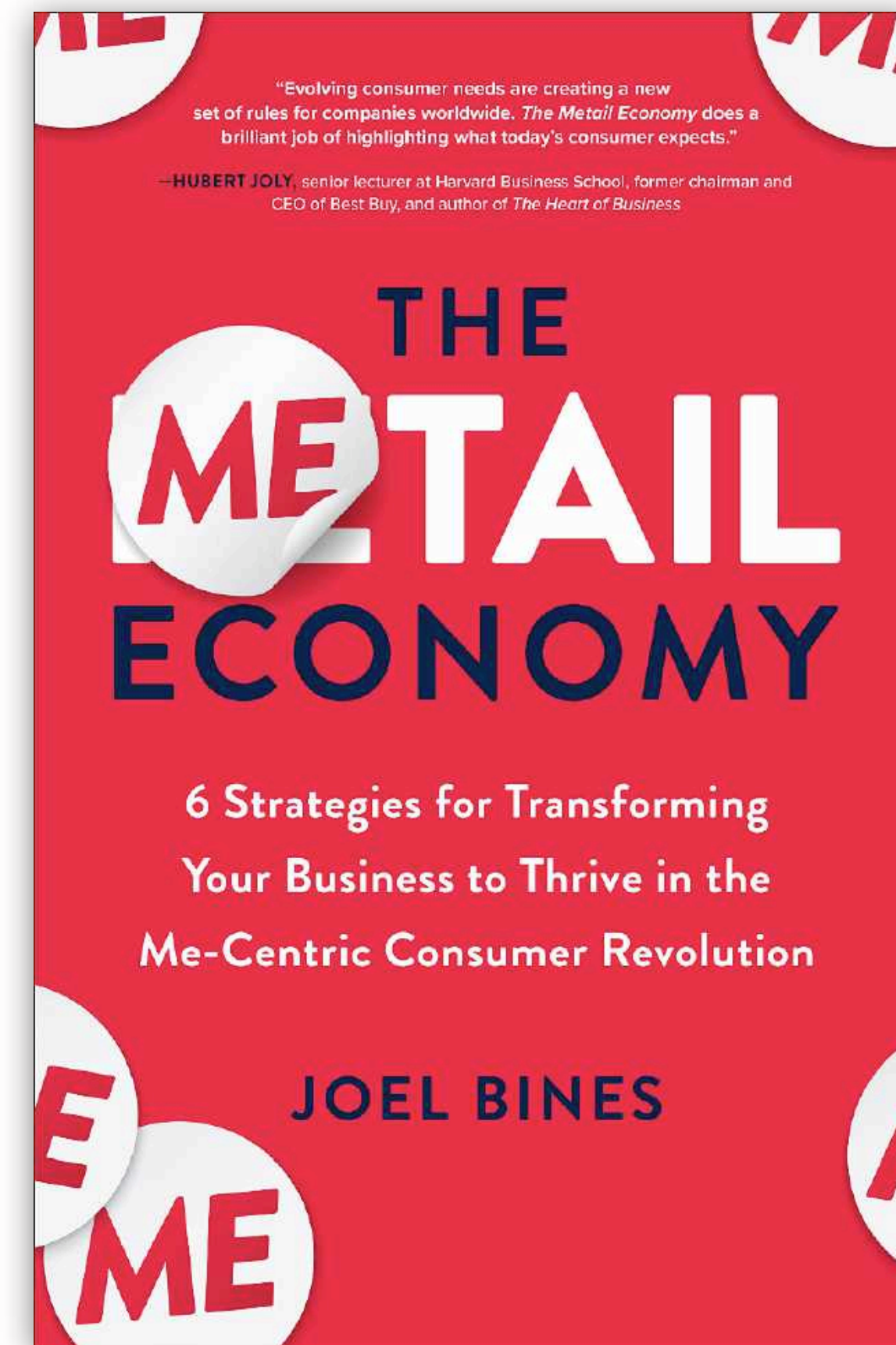
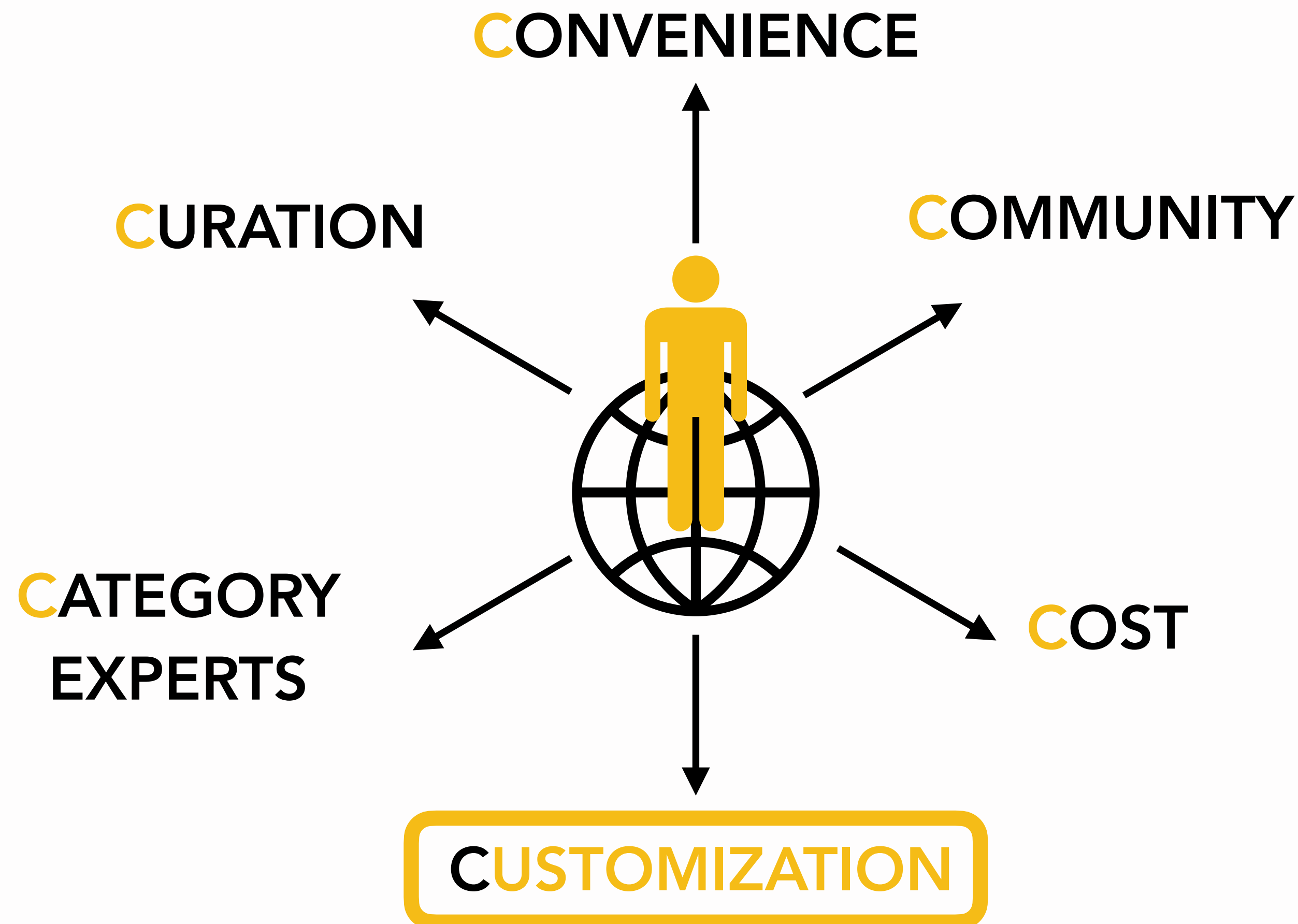
En partenariat avec

locala

04

« LE CONSOMMATEUR D'AUJOURD'HUI A PLUS DE POUVOIR QUE LE ROI SOLEIL N'EN A JAMAIS EU. »

NOS INSIGHTS AU SEIN DU HUB REPORT « RETAIL & E-COMMERCE : S'ADAPTER AUX BESOINS DES CONSOMMATEURS EN TEMPS DE PERMACRISE » SONT INSPIRÉS DE 6 DÉFIS PRÉSENTÉS DANS LE LIVRE "THE METAIL ECONOMY" DE JOEL BINES



EXECUTIVE SUMMARY : CUSTOMIZATION - « SÉLECTIONNÉ & FAIT POUR MOI » IS THE NEW BLACK

Les attentes des consommateurs sont plus élevées que jamais. La personnalisation devient vitale pour gagner en efficacité et atteindre la bonne personne, au bon moment sur le bon canal. Les produits sur-mesure ont connu une popularisation massive. Du diagnostic en temps réel à la beauté connectée, entre les rouges à lèvres customisés ou le shampoing sur mesure d'Amazon... la personnalisation est devenue un outil puissant pour se démarquer et générer le profit, in fine.

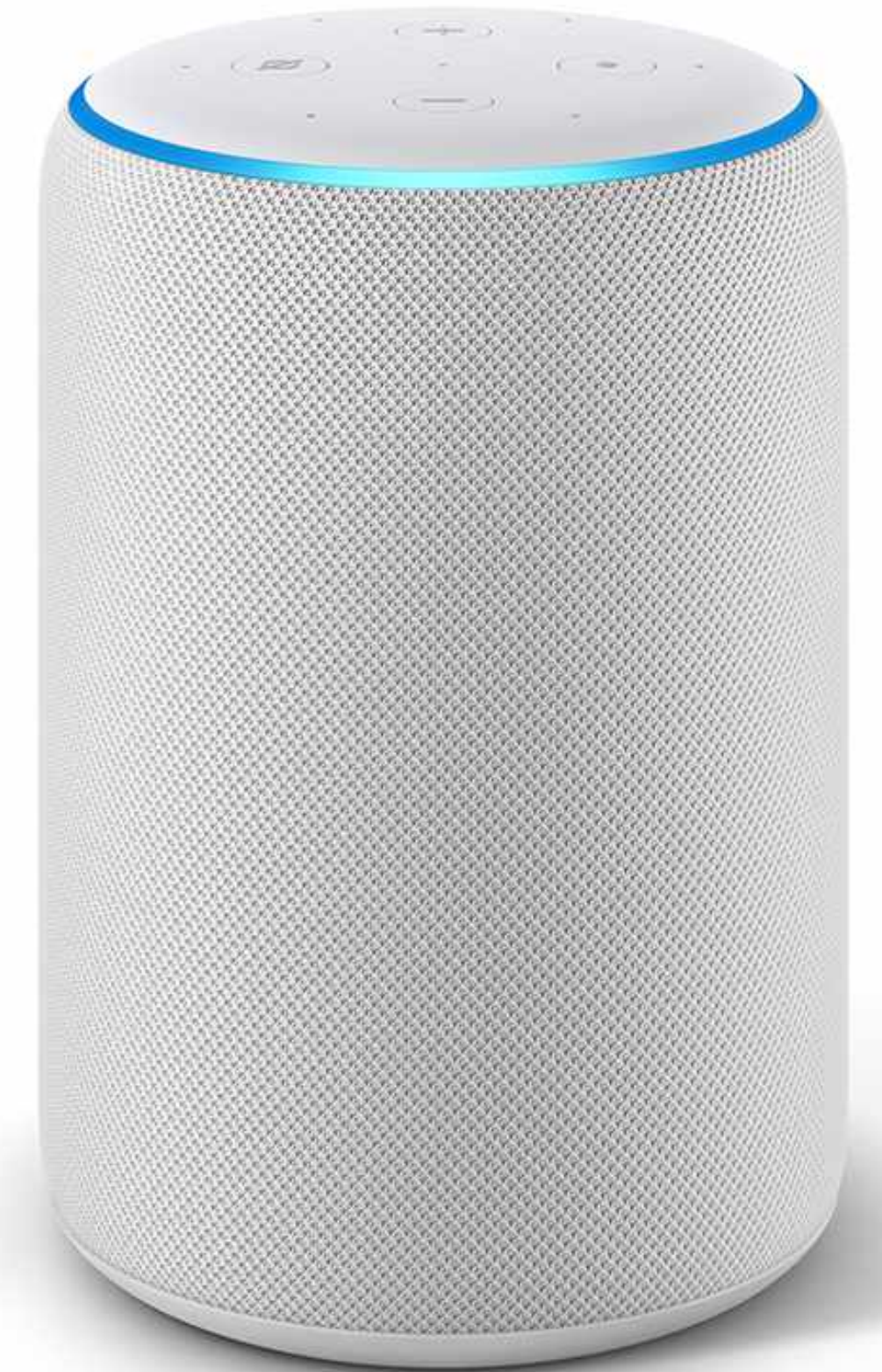




**AUGMENTED MARKETING
AU SERVICE DE
LA PERSONNALISATION**

VOS CLIENTS ONT ÉVOLUÉ : + INFORMÉS, CONNECTÉS ET EXIGEANTS

+ DE POINTS DE CONTACTS ET + DE FORMATS = + DE DONNÉES



PASSER DU MASS MARKETING À LA RELATION PERSONNALISÉE



HELGE TENNO

“Chaque personne voit des résultats différents sur **Google**, des produits différents sur **amazon**, un newsfeed unique sur **facebook** et écoute des musiques différentes sur **Apple iTunes**. Chaque *smartphone* est *unique 2 minutes après l’avoir déballé.*”

Nous vivons à une époque où les leaders digitaux sont devenus des leaders des **services personnalisés**. Les entreprises traditionnelles se fatiguent eux à vendre des **produits de masse à faible marge** ou à moindre coût grâce à leur **situation de rente** (les medias, les assurances, les banques, l’auto, FMCG...)

LA CDP DÉFINIT TOUS LES CONTOURS D'UN PROFIL CLIENT !

LA CDP OFFRE UN APERÇU DES DONNÉES CLIENTS HYPER EXHAUSTIF EN COMPARAISON DU DMP & CRM

DMP

Data Management Platform



Utilisateur anonyme

- 📅 Âge : 30-35 ans, 45-45 ans
- 👨‍👩‍👧 Situation de famille : Divorcé, 1-3 enfants
- 🏠 Localisation : 15 Rue Pasteur, Rennes, France
- ✉️ Ouverture des emails : Oui, au cours des 30 derniers jours
- 👤 Visite du site Web : Oui, dans les 30 derniers jours
- 💡 Intérêts : Musique pop et rock, photographie

CRM

Customer Relationship Management



Nicolas Vasseur

- ✉️ Courriel ouvert : 3/12/2019
- 🌐 Navigateur : Firefox
- ✉️ Courriel : nicolasv@gmail.com
- ☎️ Numéro de téléphone : 323.209.1290

CDP

Customer Data Platform



Nicolas Vasseur

- 📅 Age : 48 ans
- 👨‍👩‍👧 Situation de famille : Divorcé depuis 2 ans, 2 enfants de 10 et 17 ans
- 🏠 Lieu de résidence : 15 Rue Pasteur, Rennes, France
- ✉️ Courriel ouvert : 3/12/2019
- 👉 Site Web visité : 02/28/2019
- 🌐 Navigateur : Firefox
- 📌 Référencé par : Profil Instagram de la marque
- 👤 Profession : Journaliste
- ✉️ Email : nicolasv@gmail.com
- ☎️ Numéro de téléphone : 07 42 43 44 45
- 💡 Intérêts : Musique pop et rock, photo



LE CONTEXTE DE VOLATILITÉ ET D'INSTABILITÉ FAVORISE L'ÉMERGENCE DE LA DATA

Chez Bel, le contexte d'hyper relativité et d'instabilité (subi depuis quelques années avec les différentes crises), favorise l'émergence de la data. Il y a 3 grandes missions sur lesquelles le groupe s'appuie :

👉 **Anticiper** : quelle va être l'évolution du monde et des principaux composants qui vont impacter le groupe Bel pour donner aux décideurs différents scénarios et hypothèses.

👉 **Arbitrer** : Il y a des décisions court terme à prendre et le monde est contraint en ressources, en moyens et, chez Bel il faut savoir arbitrer, décider où donner les moyens.

👉 **Transformer** : Le groupe Bel se sert de la data pour transformer et optimiser les processus critiques de leur business. Il y a un enjeu de responsabiliser au maximum les clients internes, de mettre la data au service de la prise de décision.

Vu au



Gaël Demenet
Groupe Bel
Data & AI for Growth Director



EN PLUS DE LA DATA, L'IA POUR BOOSTER LE COMMERCE



SYNTHETIC MEDIA & IA GÉNÉRATIVE : QUAND L'IA PERMET DE CRÉER PLUS RAPIDEMENT

TEXTE

ChatGPT



Capabilities

- Remembers what user said earlier in the conversation
- Allows user to provide follow-up corrections
- Trained to decline inappropriate requests

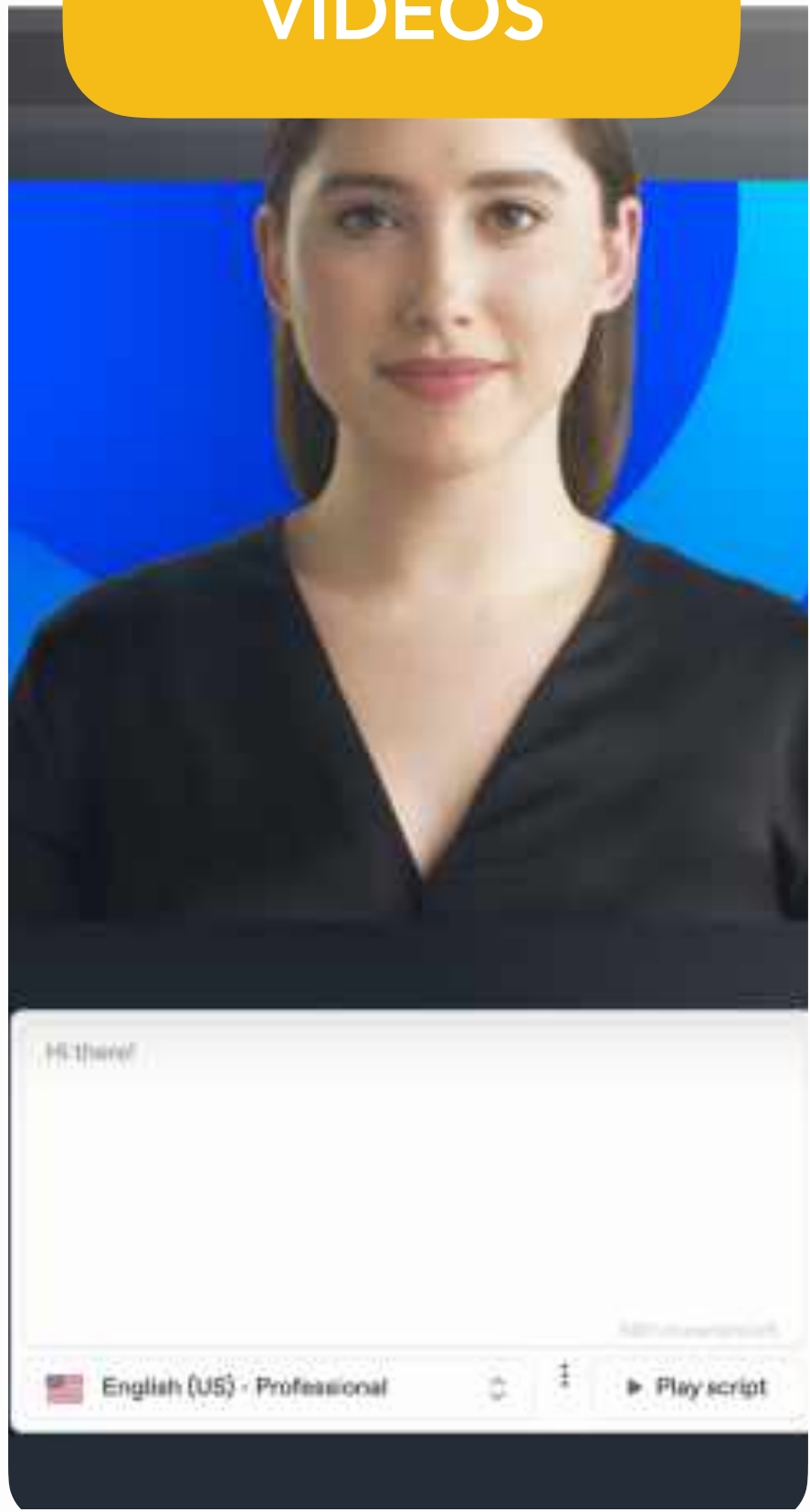
ChatGPT est un agent conversationnel développé par OpenAI qui utilise l'IA pour générer du texte et peut ainsi répondre à n'importe quelle requête de l'utilisateur.

IMAGES



Sur Dall-E ou Midjourney, l'IA permet de générer des images à partir d'un texte descriptif, plus le texte est complet, plus le rendu sera qualitatif. Face à cela, les banques d'images adoptent 2 positions : refuser ces images (Getty) ou les vendre (Shutterstock).

VIDÉOS



Créer des vidéos à partir de texte n'a jamais été aussi simple : taper votre texte et l'IA génère automatiquement le rendu vidéo ! Une solution proposée par Hour One, Descript, Synthesia ou encore Movio.

AVATARS

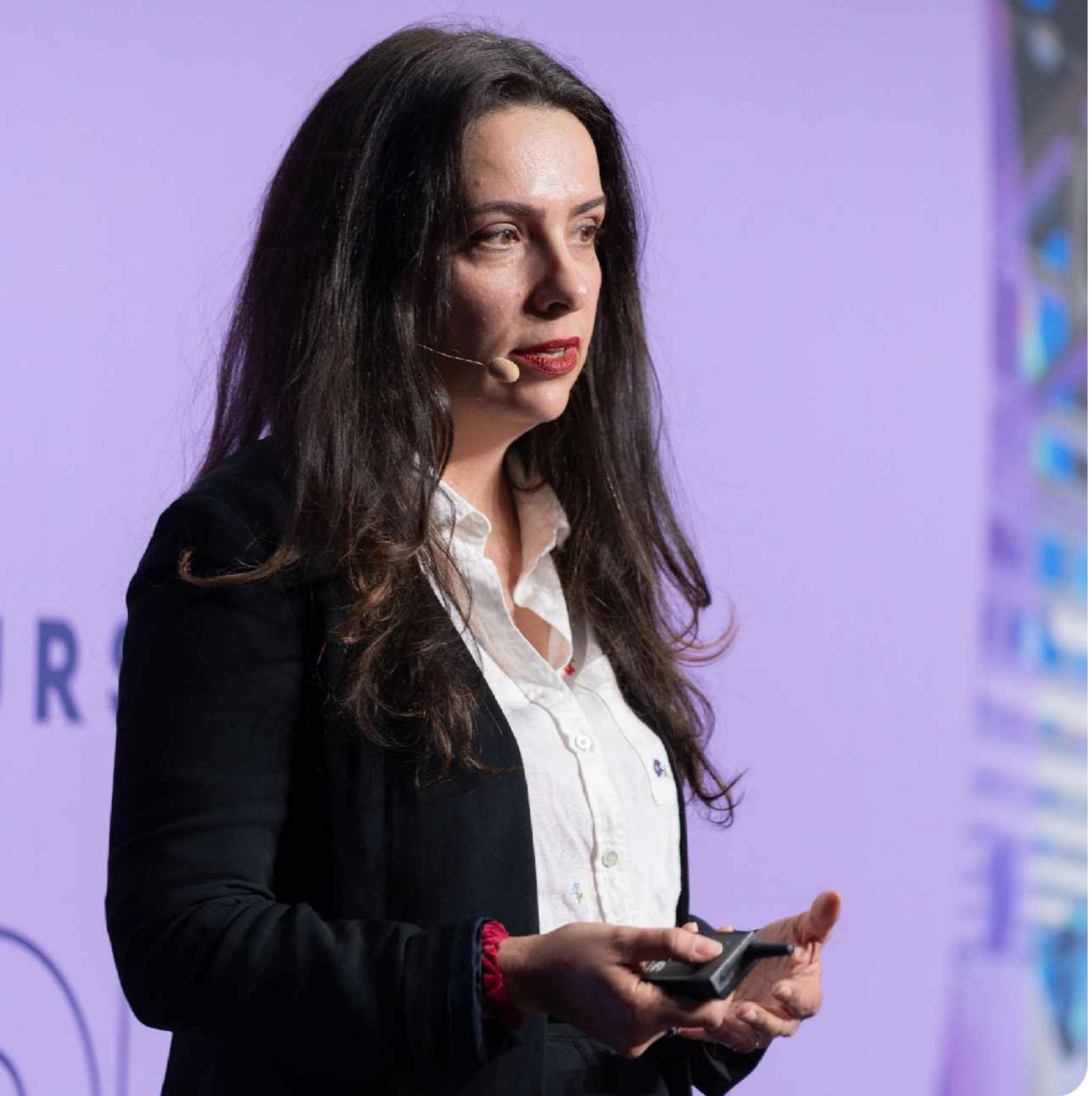


Pour \$29 et en échange de 10 à 20 photos de soi, Avatars AI peut générer en 2h seulement +120 avatars de soi selon 30 styles différents.

RENDUS 3D



Grâce à l'IA, Kaedim peut générer des rendus 3D à partir de dessins et images 2D.



UNDIZ X CHATGPT : COMMENT L'IA GÉNÉRATIVE DEVIENT UN PARTENAIRE BUSINESS EN 4 POINTS

- Copywriting** → Rédaction des textes de landing pages
- Newsletter** → Création de newsletters personnalisées
- Traduction** → Traduction de textes avec conservation du style
- Sparring Partner** → Nouvelle manière de présenter les informations

Vu au  **RETAIL & E-COMMERCE**
FORUM & MEETINGS



Marie Dardayrol Sandevour
Undiz
CMDO



GÉNÉRER LES VISUELS DE SON SITE E-COMMERCE AVEC L'IA

MALGRÉ DES ACCROCS À RÉGLER, LES OUTILS ONT FAIT DES PROGRÈS IMMENSES



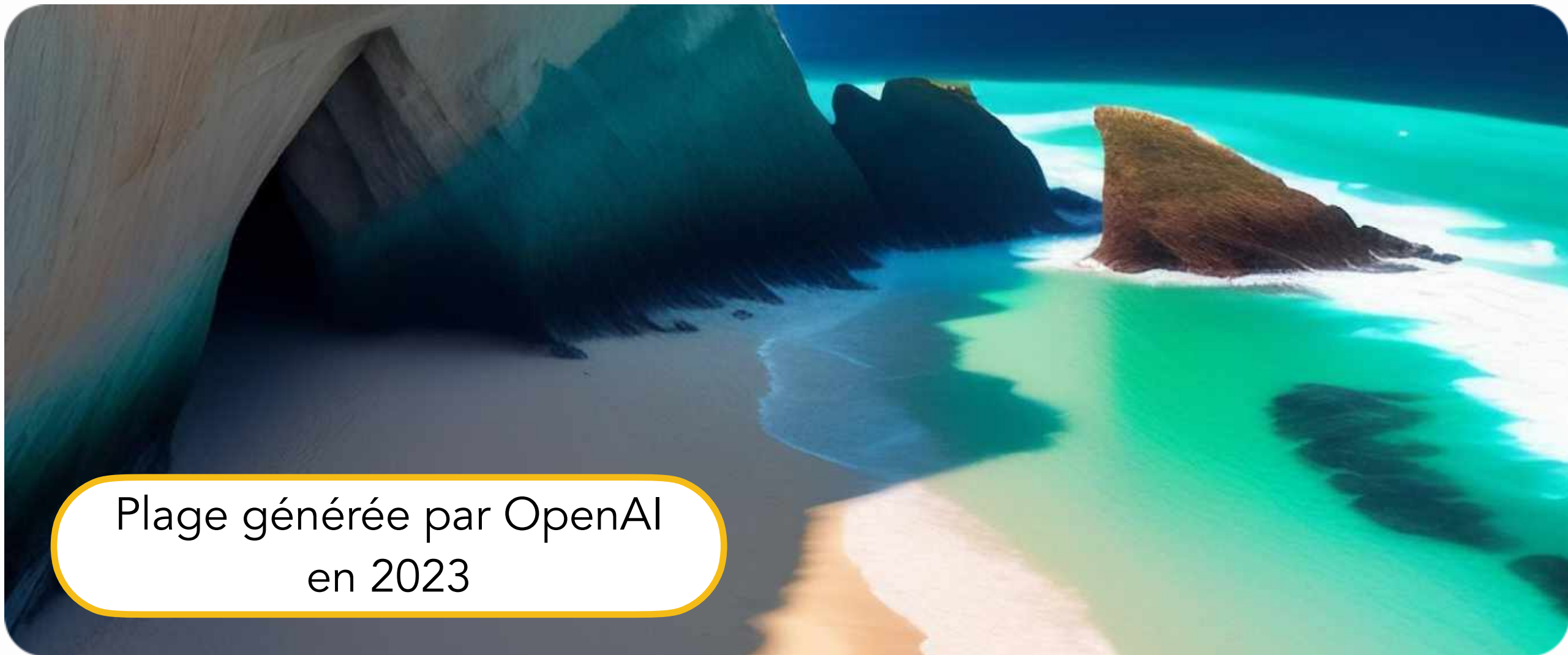
Plage générée par un GAN en 2019



Product shot généré pour Mizuna



Product shot généré pour Avène



Plage générée par OpenAI en 2023

Vu au **HUB RETAIL & E-COMMERCE** FORUM & MEETINGS

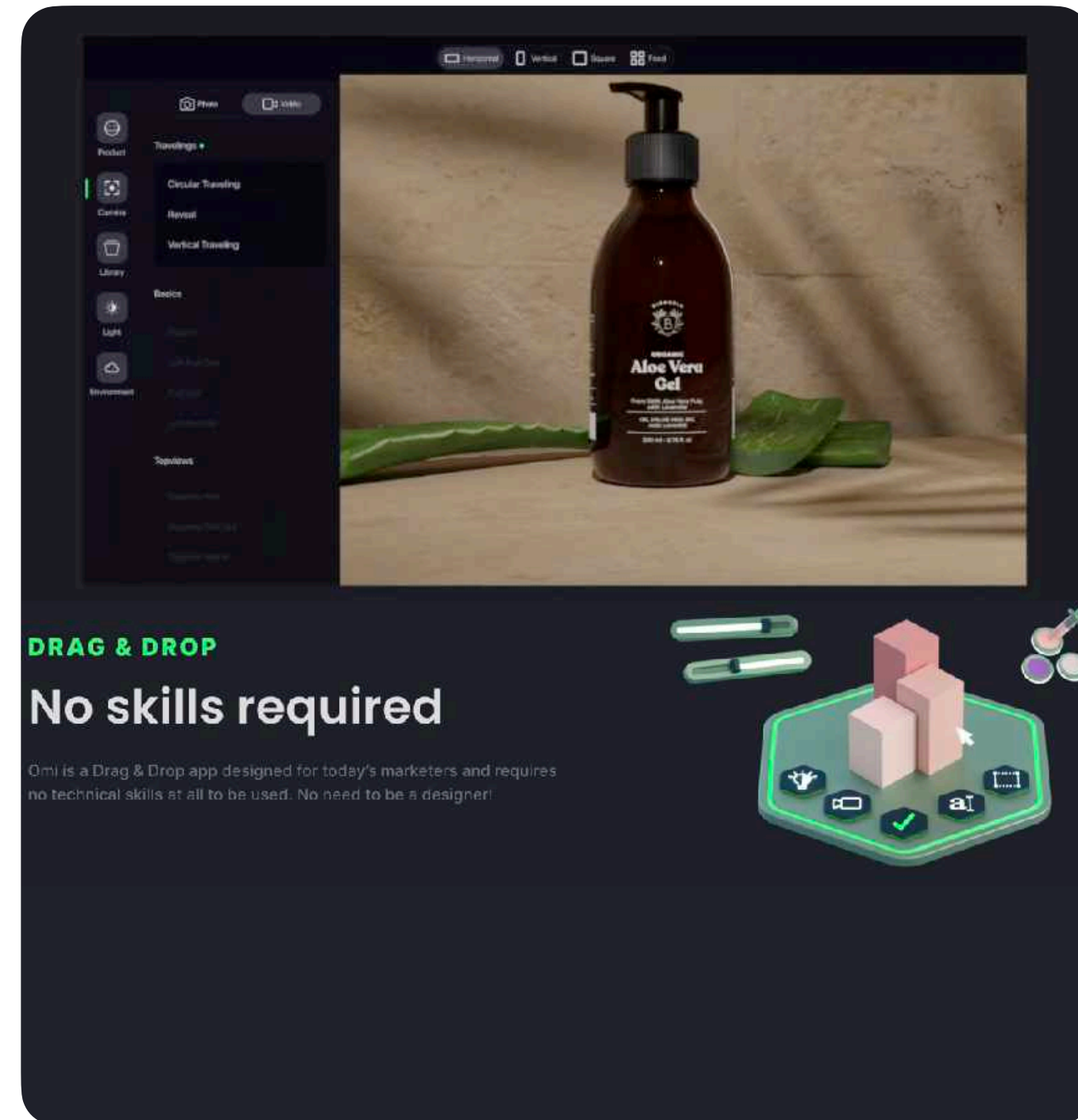


Olivier Grenet
Wedia
CTO



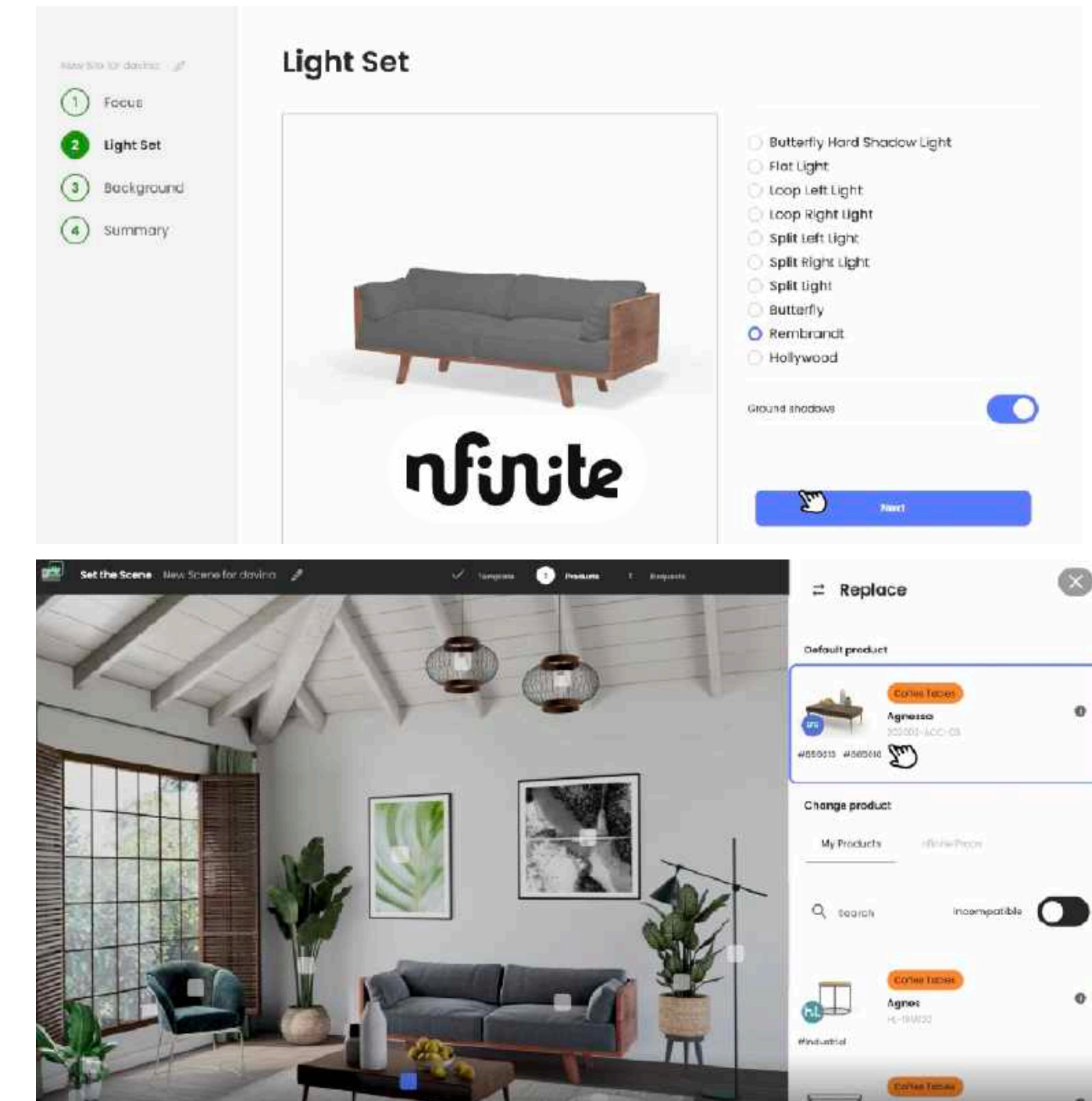
3D : DES OUTILS INNOVANTS POUR UN MARKETING PRODUIT EFFICACE

OMI



Application 3D permettant de visualiser des produits avec une **facilité considérable**. Il suffit de télécharger les visuels de votre produit, puis de personnaliser les arrière-plans, les objets, les couleurs, les tailles, et de générer des photos et des vidéos de haute qualité.

NFINITE



Studio de photographie virtuel basé sur le cloud qui permet de créer, gérer et afficher des visuels de produits.

AVEC DES ACTIFS PHOTORÉALISTES CRÉÉS À PARTIR DE LA 3D : VOTRE PRODUIT SOUS TOUS LES ANGLES



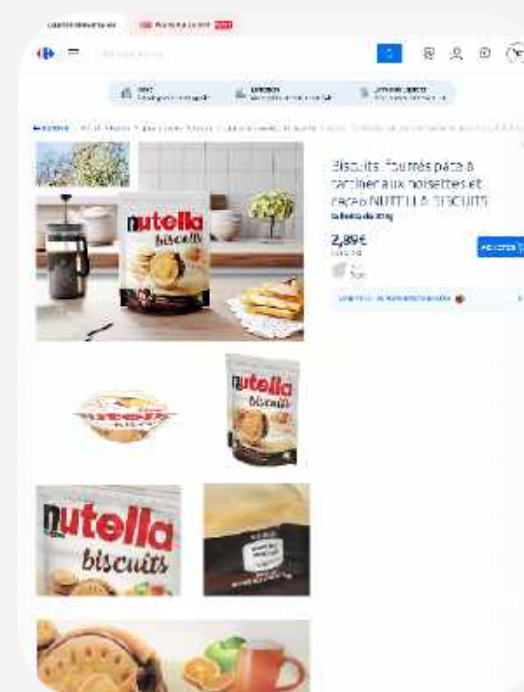
RA / AR



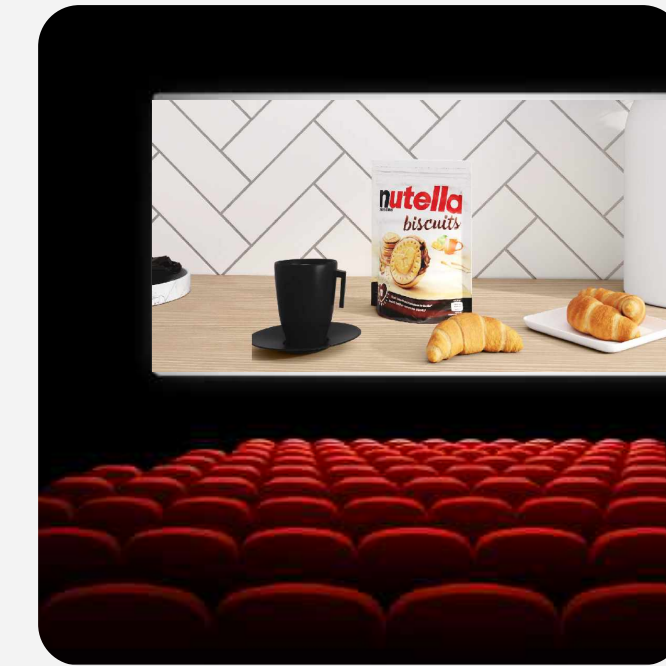
Catalogue imprimé



Affichage dans un
point de vente



Site web



Media



Banners & Social media

VISUALS



Packshot



Zoom



Vidéo



360




Scène



.....> + variation(s)

AI : DES OUTILS INNOVANTS POUR UN MARKETING PRODUIT EFFICACE

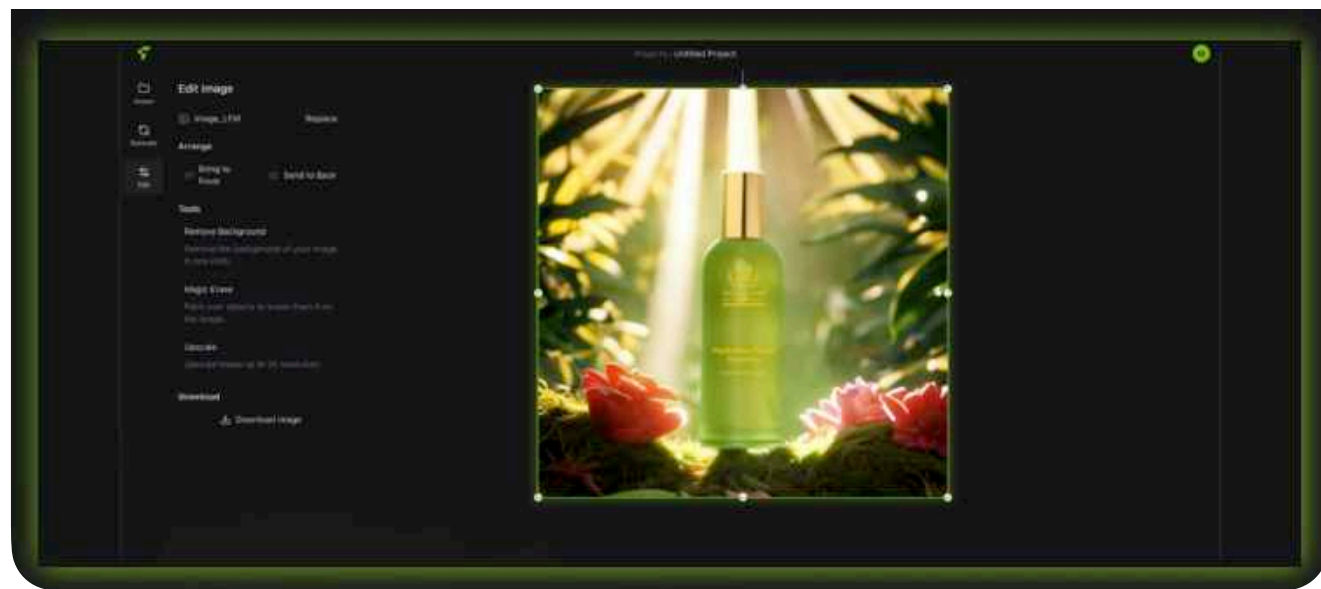
FLAIR AI

 **Mickey Friedman**
@mickeyxfriedman

We invited a select group of CPG users to @flairAI_, and word is traveling.

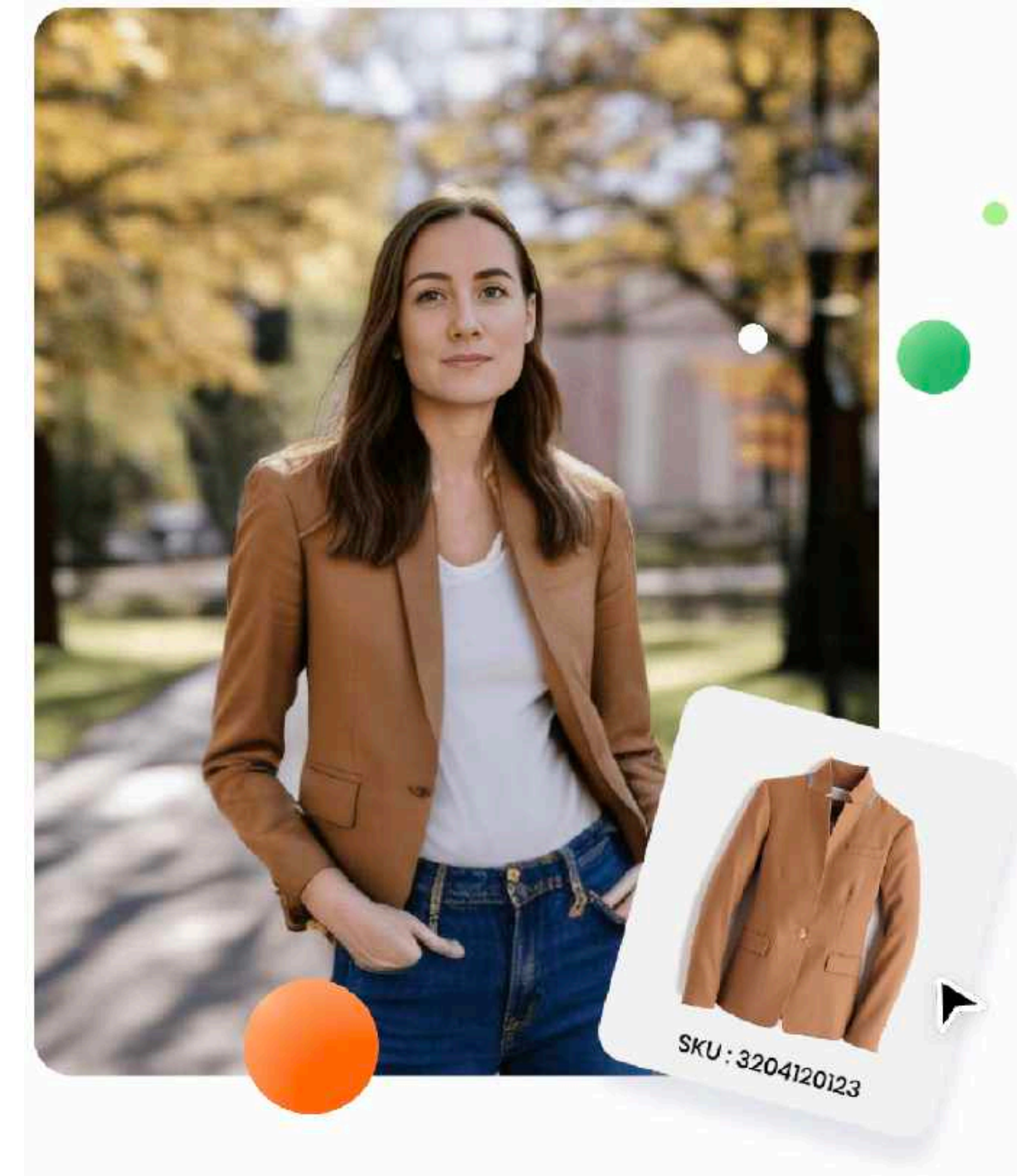
650+ new sign ups in the last 24 hours with no marketing on our part.

@RemitNotPaucity and I want to build a community for our new users before launching.



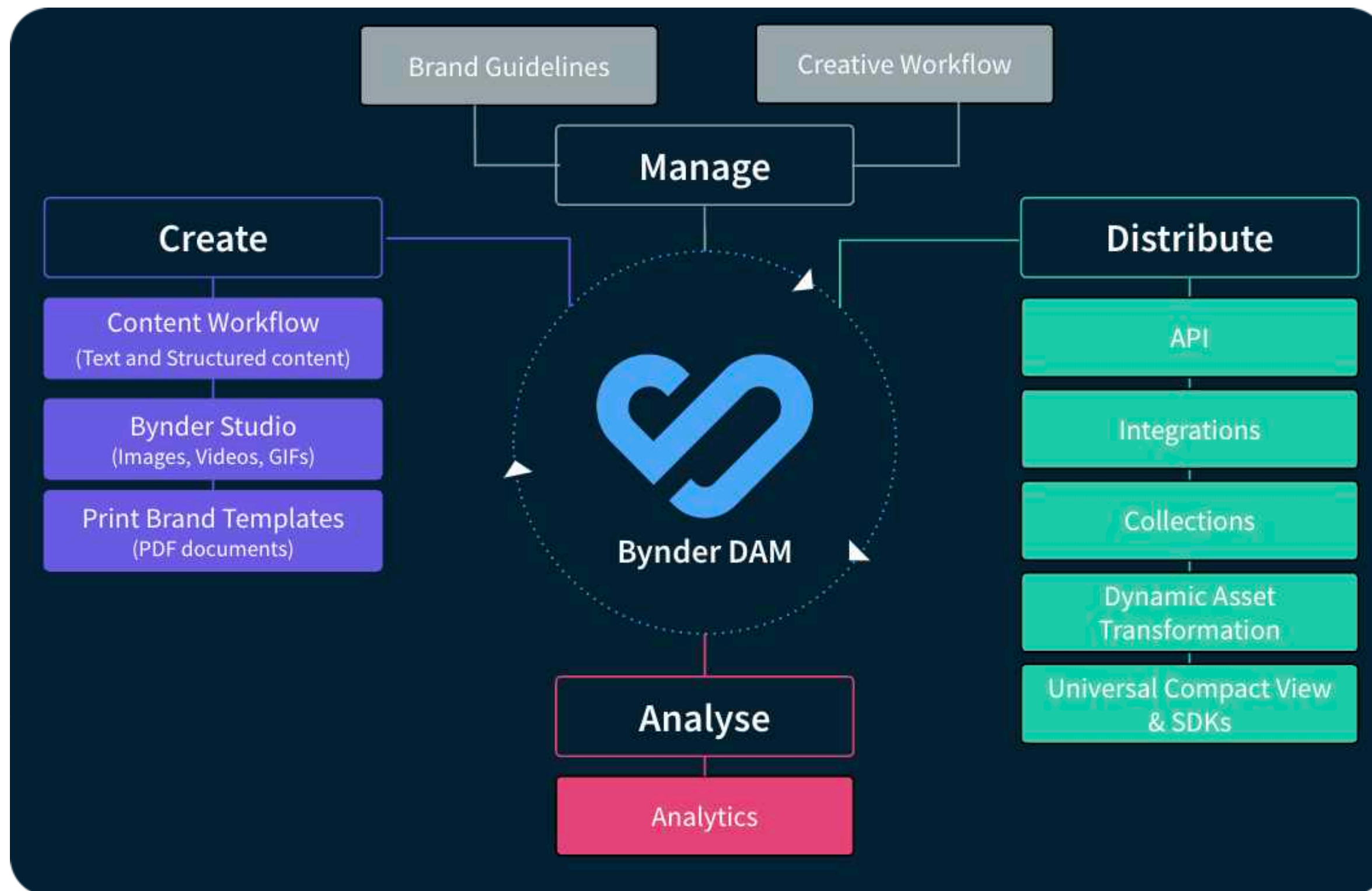
Générez des visuels de votre produit en **utilisant des invites textuelles rédigées par vous-même**. Simple à utiliser.

BOOTH AI



Des images de haute qualité, rapides et peu coûteuses, produites par IA, **sans échantillons physiques**. Générez facilement des photos de produits de qualité professionnelle en téléchargeant une image de votre propre produit et en créant le résultat souhaité en rédigeant une simple invite.

L'OPTIMISATION DU CYCLE DE VIE DU CONTENU : UN LEVIER STRATÉGIQUE POUR STIMULER LES VENTES



1

ATTENTE DES CONSOMMATEURS

- Expérience cohérente sur chaque canal
- Interactions plus digitalisées
- Personnalisation en fonction de leurs besoins

2

LE DAM EN RÉPONSE

- Centralisation de tous les contenus
- Collaboration des équipes sur une seule plateforme
- Gestion du contenu de la création à l'analyse
- Outils de création et templates

3

BÉNÉFICES SELON LES CLIENTS BYNDER

- Création d'assets plus rapide (94%)
- Meilleure collaboration internet & externe (86%)
- Cohérence de marque renforcée (85%)

Vu au



Stéphanie Aliwell
Bynder
Partner Manager



UTILISER LA DATA & IA POUR PERSONNALISER L'EXPÉRIENCE EN LIGNE



🇺🇸 ÉTATS-UNIS

Recommandations personnalisées

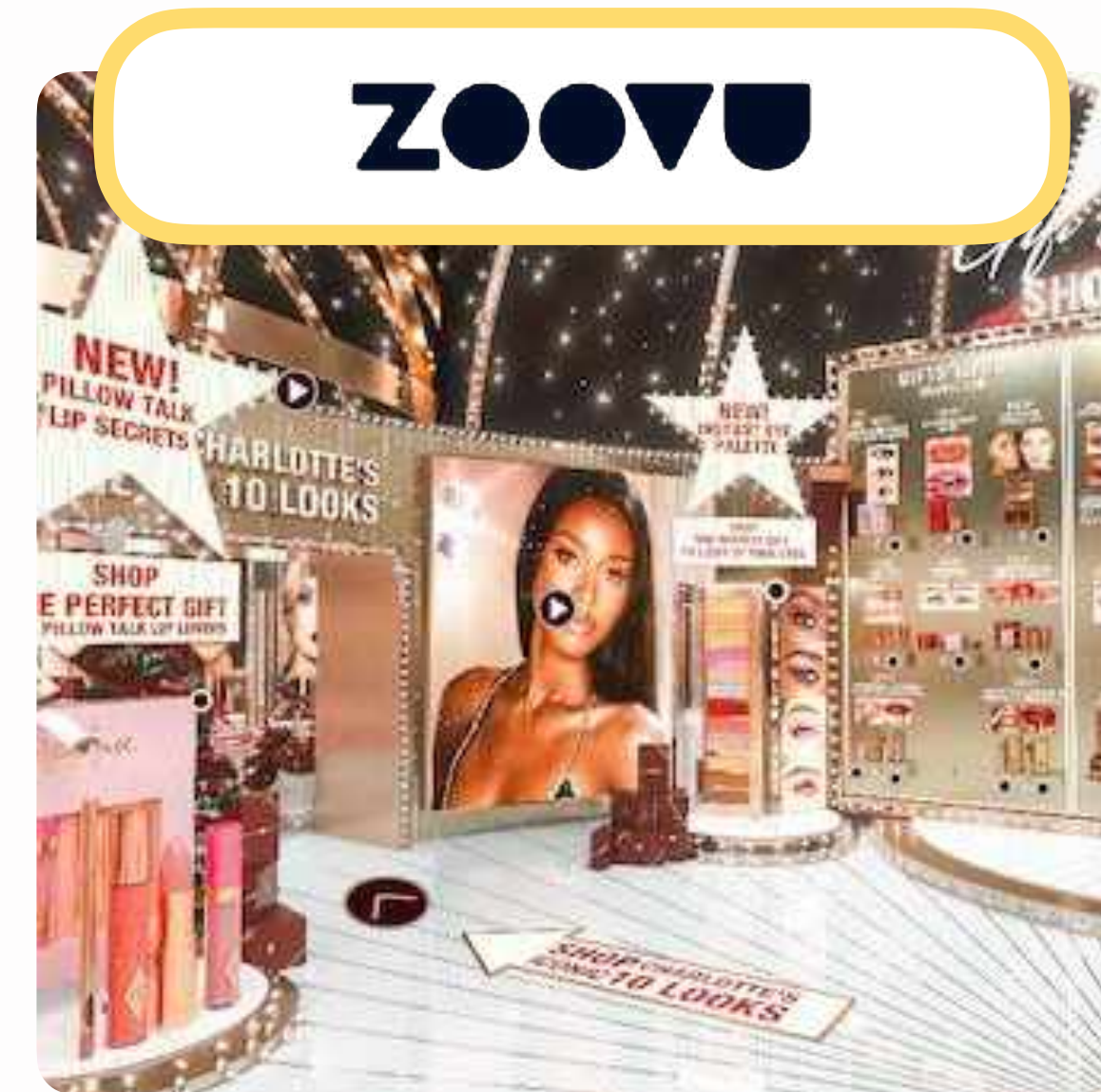
- Traitement des "first party data" et du comportement de navigation des clients pour faire des recommandations précises en quelques millisecondes.
- Respecte le RGPD (pas de cookies ni d'informations personnelles identifiables)
- Permet de personnaliser l'expérience client sur le site internet et d'engager avec des clients connus et non connus, de développer le cross sells et l'upsells, de personnaliser les campagnes d'emails



🇺🇸 ÉTATS-UNIS

Personnalisation de l'expérience client en temps réel

- Ciblage et anticipation de l'intention d'achat par acheteur par session
- Compréhension anonyme des utilisateurs pour personnaliser l'expérience sans utiliser de données personnelles
- Création d'urgence d'achat : mise en avant des produits achetés et du nombre de consultation pour créer un effet FOMO
- Options BOPIS + notifications d'inventaires géolocalisées pour favoriser la conversion en magasins physiques



🇺🇸 ÉTATS-UNIS

Plateforme de découverte de contenu

- Enrichissement automatique par l'IA de la description des produits en langage naturel
- Nettoyage et normalisation automatiques des données
- Plateforme no code pour créer, gérer et déployer des assistants d'IA → Expérience d'achat personnalisée grâce à des questionnaires qui permettent d'affiner la sélection de produits
- Écrans et kiosques tactiles en point de vente pour favoriser l'omnicanalité



🇮🇱 ISRAËL

Plateforme de découverte de produits

- IA visuelle pour améliorer les résultats de recherche
- Recherche visuelle
- Moteurs de recommandation visuels (produits similaires, look complet, ...)
- Recommandations personnalisées
- Marquage automatique des produits par balises textuelles

MARKETING OMNICHANAL



LOCALA ACCOMPAGNE LES ENTREPRISES VERS UN PARCOURS OMNISCANAL ET DES CAMPAGNES DRIVE TO STORE



Sandrine Préfaut

Directrice Générale Europe

locala

LE COMMERCE MÉDIA RÉPOND AUX TENDANCES ET ENJEUX DE LA PERSONNALISATION

La personnalisation est ancrée dans l'ADN du commerce média, elle s'appuie sur ses piliers data et techno. Locala propose à chaque marque de s'adresser directement à la bonne personne, au bon endroit, grâce à une data riche et granulaire, des insights consommateurs pointus et une forte expertise en géolocalisation. La techno permet d'activer un dispositif omniscanal qui couvre l'ensemble du parcours client et ainsi de pousser le bon message, avec le bon format, au meilleur moment.

QUELS SONT LES COMPOSANTS ESSENTIELS D'UN DISPOSITIF DRIVE TO STORE EFFICACE ?

Notre priorité est de définir, en amont du dispositif, quels sont les clients et prospects à valeur ainsi que les zones à potentiel business. Nous identifions ensuite le mix média, les formats et les messages les plus pertinents, en prenant en compte les comportements et les usages des consommateurs qui diffèrent d'un territoire à l'autre. Enfin, nous mesurons l'impact de chaque levier média, en temps réel, pour générer un maximum de trafic en point de vente.

POUR AUDI, LES OUTILS LOCALA PERMETTENT D'AUGMENTER LES VISITES EN MAGASIN

Nous avons mis en place une campagne omniscanale pour Audi, couplant audio, display mobile et SMS afin d'augmenter le trafic dans 144 concessions. Locala a identifié des zones à fort potentiel business pour chaque concession et activé des ciblage CSP+ et Intentionnistes Auto. Nous avons pu mesurer la performance de chaque levier. Les résultats sont performants, avec plus de 10.000 visites en concessions et un taux de visite multiplié par 6 en combinant tous les leviers média.

De plus, les insights et la donnée ont été embasés afin de venir enrichir nos futures campagnes.

Elise Gourdin, Direction Marketing, AUDI



lo



AUDI X LOCALA : OPTIMISER SON TRAFIC EN CONCESSIONS GRÂCE À DES ACTIVATIONS OMNICANALES

Audi a souhaité activer une campagne omnicanale (Audio, Display Mobile, SMS) pour augmenter le trafic dans une sélection de 144 concessions et répondre aux enjeux de déstockage de véhicules neufs.

L'activation omnicanale a été orchestrée via 3 canaux (Audio, Display Mobile et SMS) et en 2 temps :

1. Notoriété & intention d'achat :

- Diffusion de spots audios géolocalisés dans les zones de chalandise des concessions Audi
- Diffusion d'un mix formats animés (MPU, Interstitiel, Bannière) avec redirection vers la concession la plus proche

2. Acte d'achat :

Retargeting SMS sur les exposés audio et display mobile pour multiplier les points de contacts auprès de la cible

Vu au

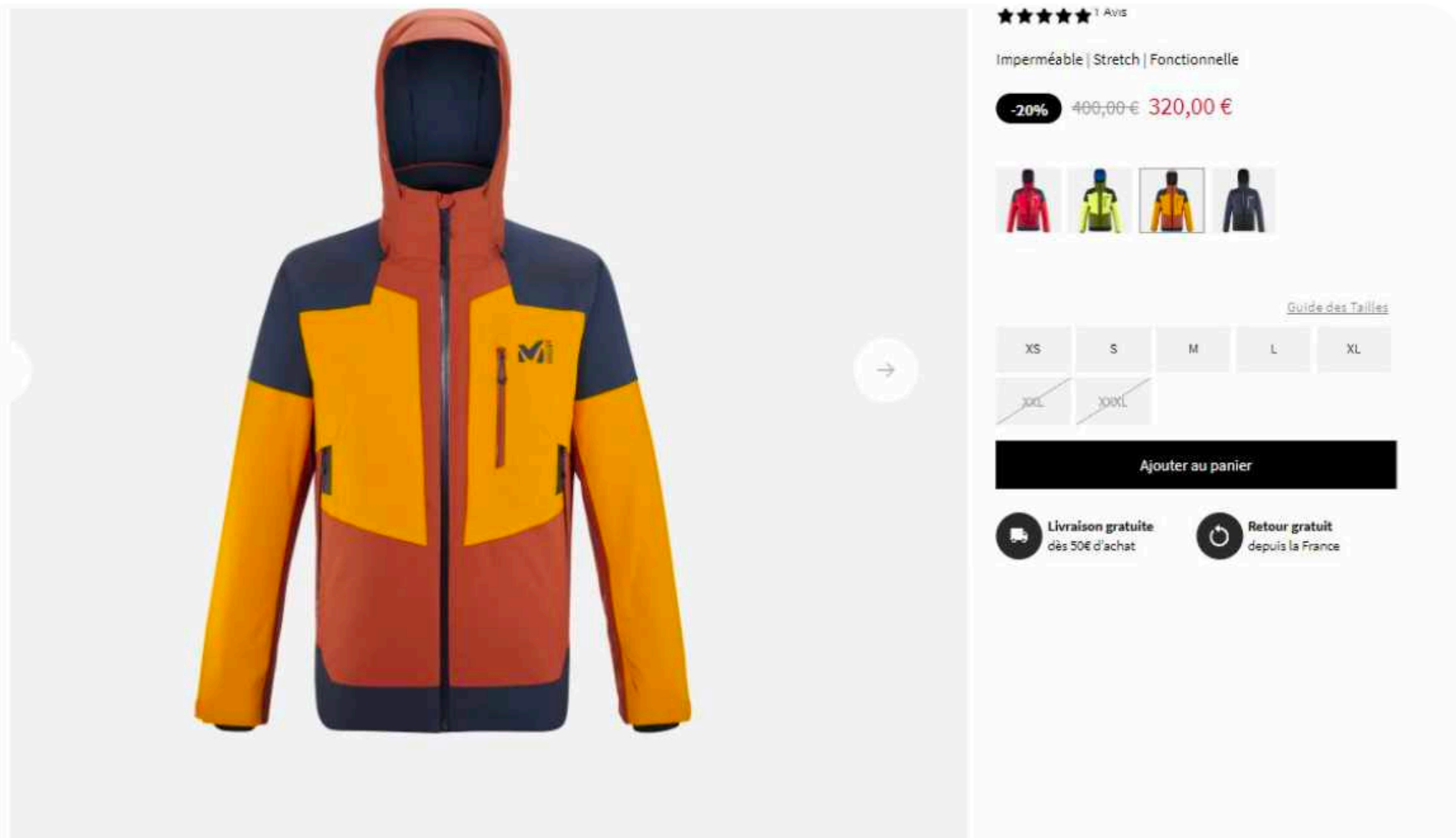


Sandrine Prefaut
Locala
Directrice Générale
Europe



Matthieu Tebaus
Locala
VP Sales France





Souvent acheté avec



L'UNION DU CROSS-SELL ET DE L'E-MERCHANDISING : PROJET GAGNANT

Nosto permet de relier 2 outils différents : le **cross-sell** et le **e-merchandising** en une seule plateforme ce qui équivaut à 50% de temps gagné. Leur plateforme permet de **mesurer la performance des produits** pour les replacer de manière stratégique au niveau du **parcours client**.

Grâce à Nosto, Millet a connu :

- + de **73%** d'ajout panier
- + de **8%** unités par transaction sans qu'il y ait eu de changement radical de catalogue.

Durant les soldes d'hiver 2023, la principale landing-page a enregistré :

- + de **6%** pages vues/sessions
- + de **207%** de taux de conversion

Vu au **HUB RETAIL & E-COMMERCE FORUM & MEETINGS**



Michele Matejka
Millet
Head of Digital and E-commerce



Léa Glinkowski
Nosto
Partnerships
Manager EMEA



OPTIMISER SON ROAS GRÂCE À DES CAMPAGNES MULTILOCALES PERSONNALISÉES

LA PLATEFORME WIDELY ACCOMPAGNE LES RETAILERS POUR QUE LEURS CAMPAGNES DE PUBLICITÉ SOIENT PERSONNALISÉES POUR CHACUN DE LEURS POINTS DE VENTE

Géoplanning



Analyser de façon dynamique la zone dédiée à un point de vente (concurrence, reach, etc.) et définir son budget

Local media planner



Démultiplier les points de contact grâce à une combinaison de média

Attention



Cibler les clients avec des promotions personnalisées (pour le point de vente le plus proche)

Impact



Extrapoler le nombre de visiteurs s'étant rendus en point de vente après avoir été exposés à une campagne

Vu au  **RETAIL & E-COMMERCE**
FORUM & MEETINGS



Roland Auizerate
Mobsuccess Group
VP Business Partner



L'ENJEU DE LA PERSONNALISATION DES MESSAGES MARKETING



AUTRICHE

Plateforme d'engagement client omnicanale

- Création de campagnes personnalisées inter-canales
- Rassemblement des sources de données de l'entreprise et activation sur les différents canaux
- Moteur de personnalisation
- Automatisation des campagnes marketing sur un seul canal ou création de parcours multicanaux
- Exécution cross-canal : Diffusion des messages par e-mail, sur le Web, sur mobile, dans les publicités...

USA

Plateforme d'expérimentation automatisée permettant de réaliser des campagnes de tests rapides et efficaces

- Proposition quotidienne d'un message, une création, un canal et une fréquence la plus appropriée pour chaque client
- L'IA apprend de chaque interaction client et applique ces informations aux recommandations du lendemain.
- La pertinence de la recommandation permet d'optimiser les campagnes médias dans un but de fidélisation

DES PLATEFORMES POUR OPTIMISER L'IMPACT SUR LES PUBLICS

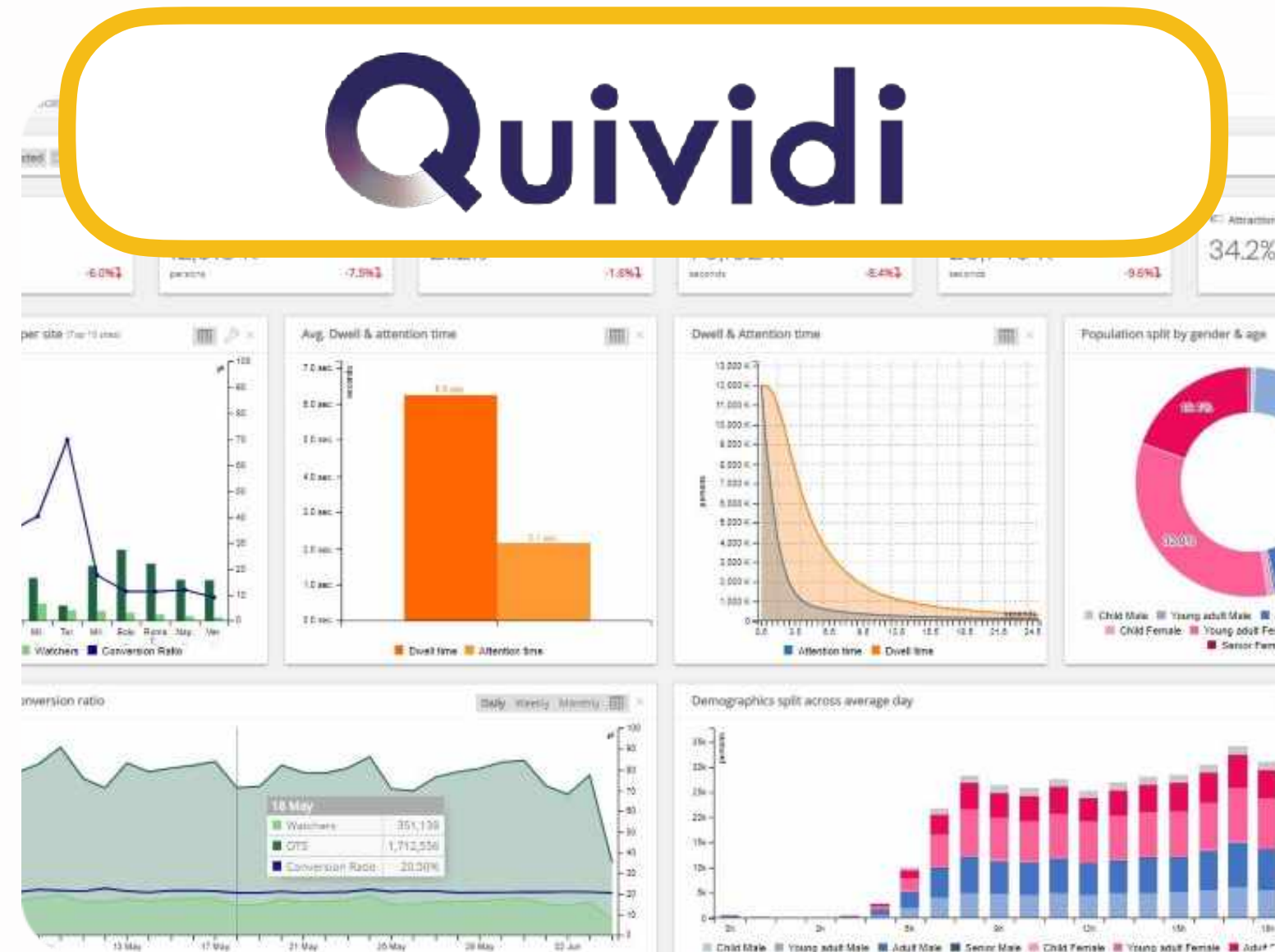


🇫🇷 POLOGNE

Plateforme pour le référencement web

→ Zeropark propose une suite de solutions évolutives sans cookies conçues pour le référencement web

- Plateforme libre-service qui permet la gestion des campagnes SEA
- Confidentialité de l'utilisateur
- Permet de garder le contrôle sur la façon dont le public interagit avec la marque
- Fonctionnalités de reporting pour le suivi des campagnes
- Respect des normes publicitaires



🇫🇷 FRANCE

Plateforme pour la mesure d'audience et l'optimisation des campagnes de merchandising par l'IA et la vision par ordinateur

→ Plateforme AMP : analyse des visages, des pas et des véhicules pour produire en temps réel des données démographiques précises sur les impressions et l'engagement sur les campagnes DOOH et Retail Media

→ Plateforme PMP : analyse du parcours d'achat physique et du comportement des consommateur pour optimiser la conversion des campagnes merchandising



🇫🇷 FRANCE

Plateforme SaaS pour optimiser son SEO

3 logiciels :

- 1/ Collecte des informations pour comprendre la manière dont les moteurs de recherche les classent.
- 2/ Application d'une couche d'analyse pour déterminer un plan d'action
- 3/Automatisation de la mise en place de ces actions.

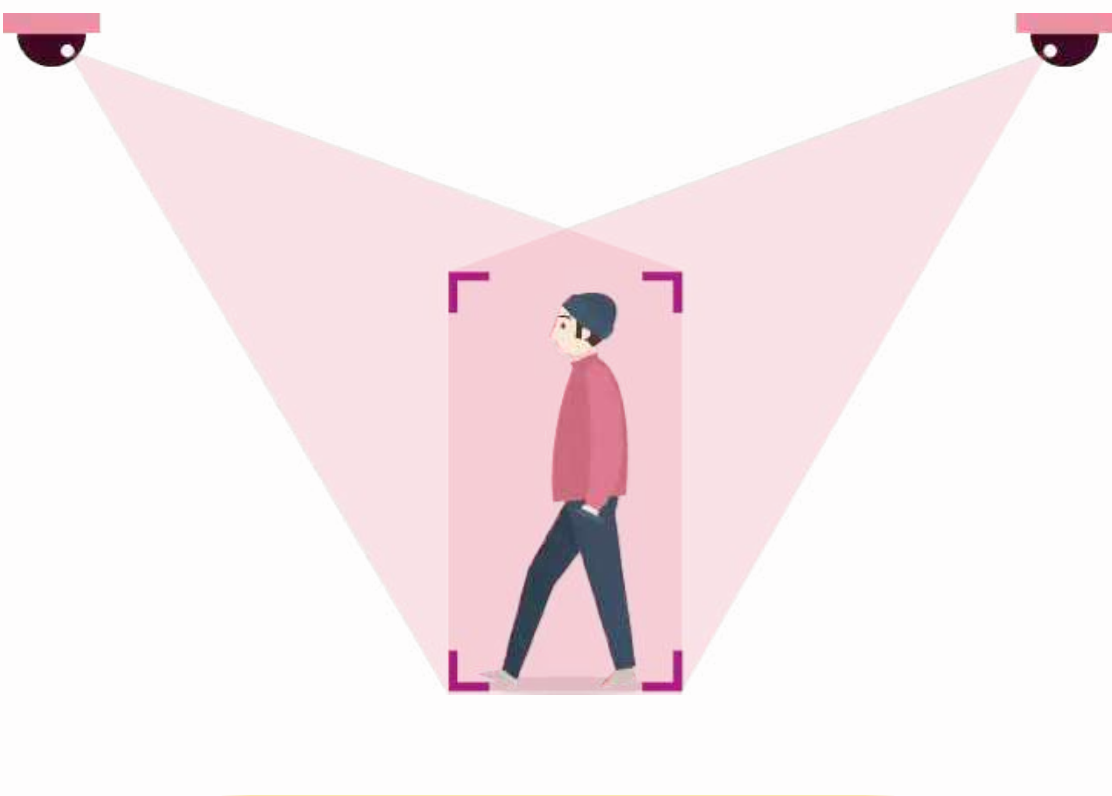
ANALYTICS IN-STORE : L'ENJEU DE LA COMPRÉHENSION DU COMPORTEMENT CLIENT EN POINT DE VENTE



Interface



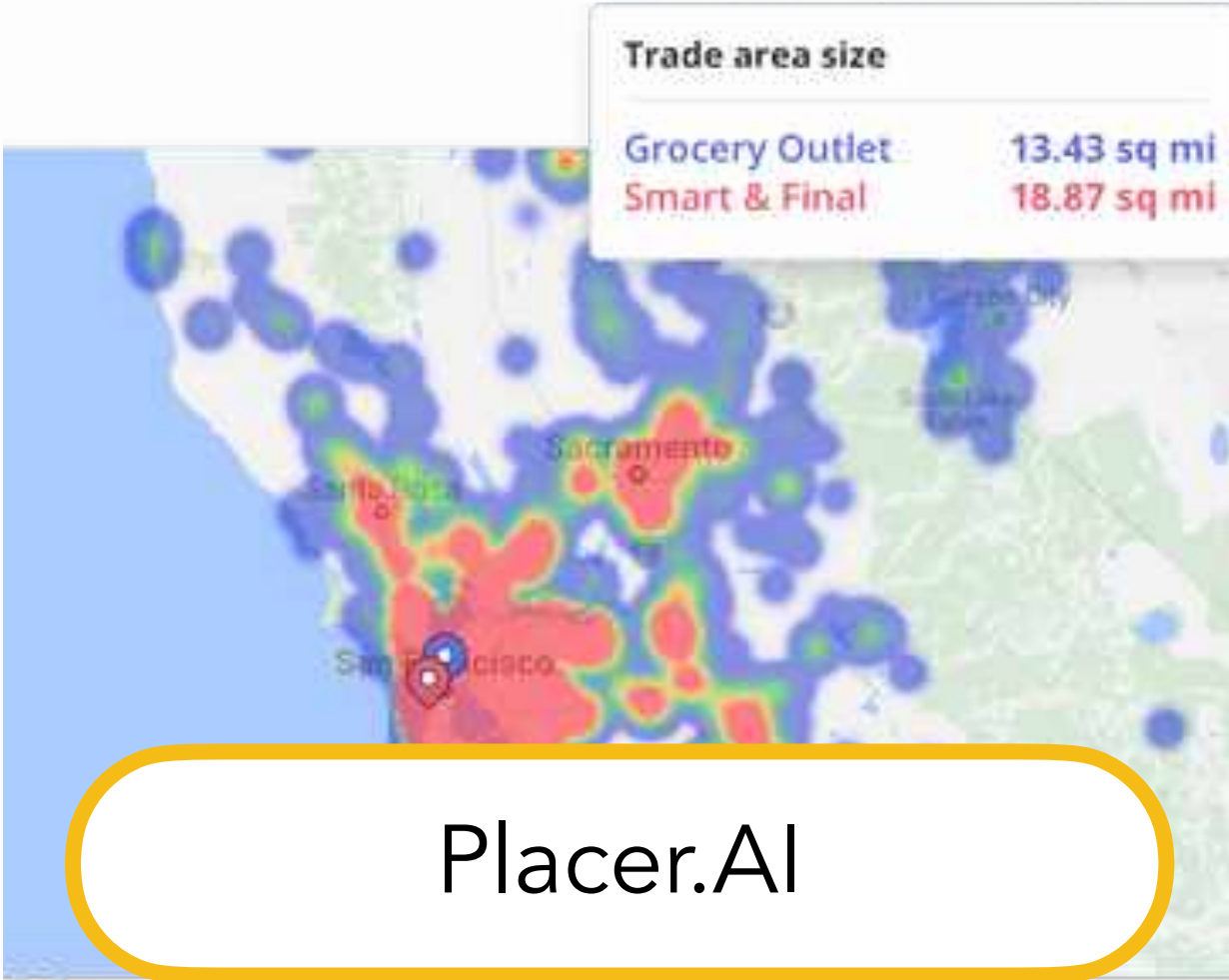
Pathr.AI



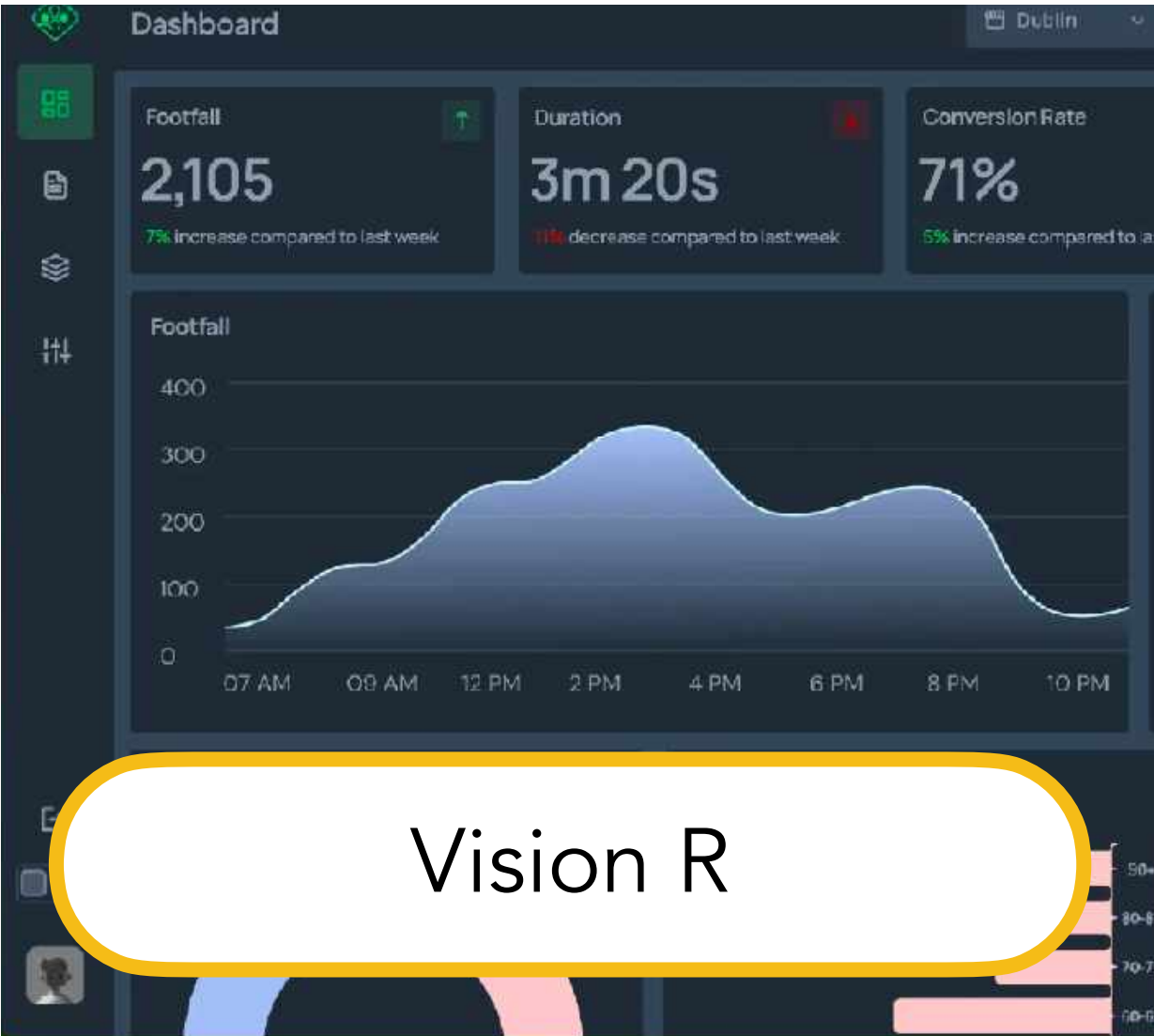
Countwise



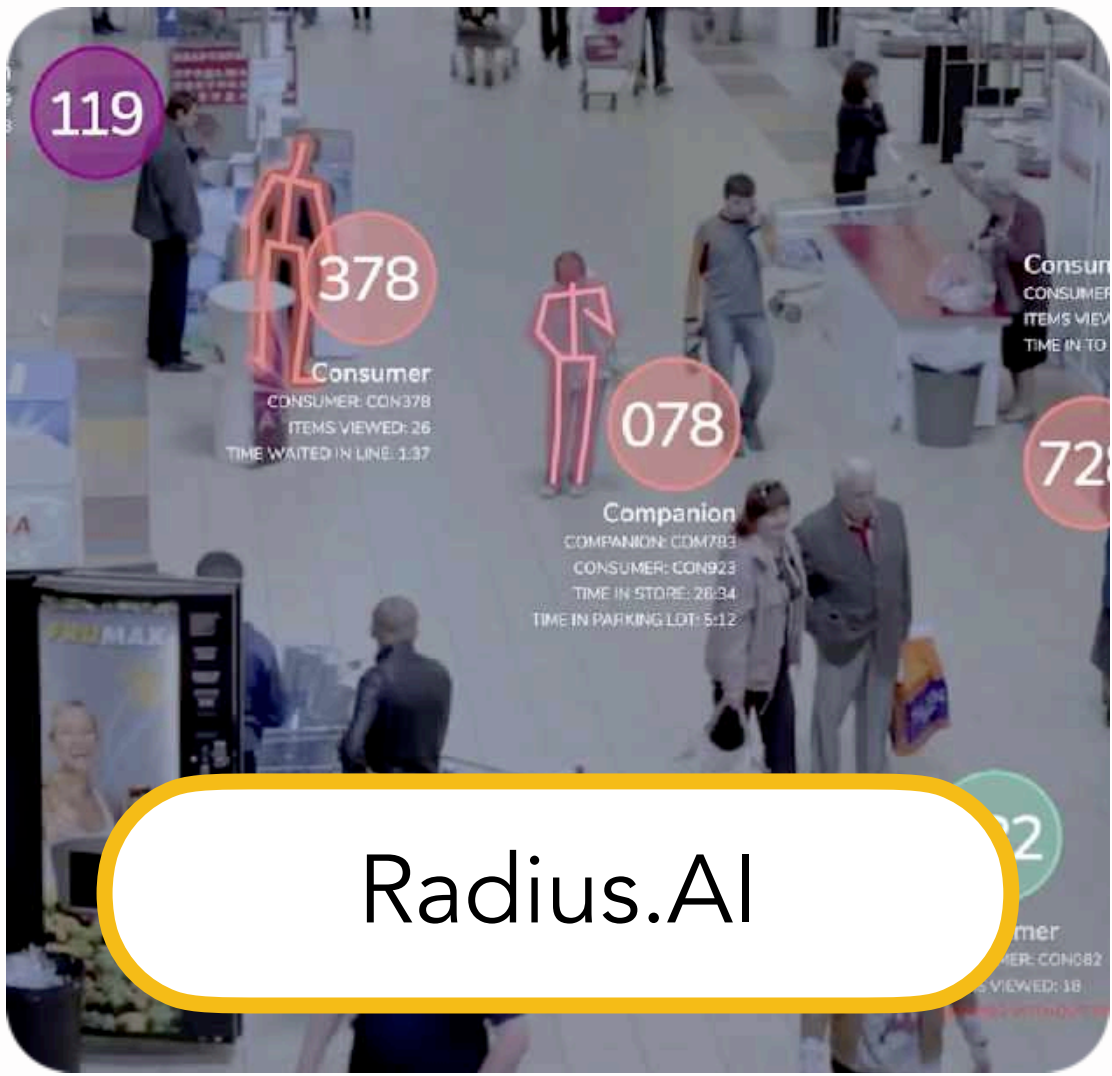
Pactera EDGE



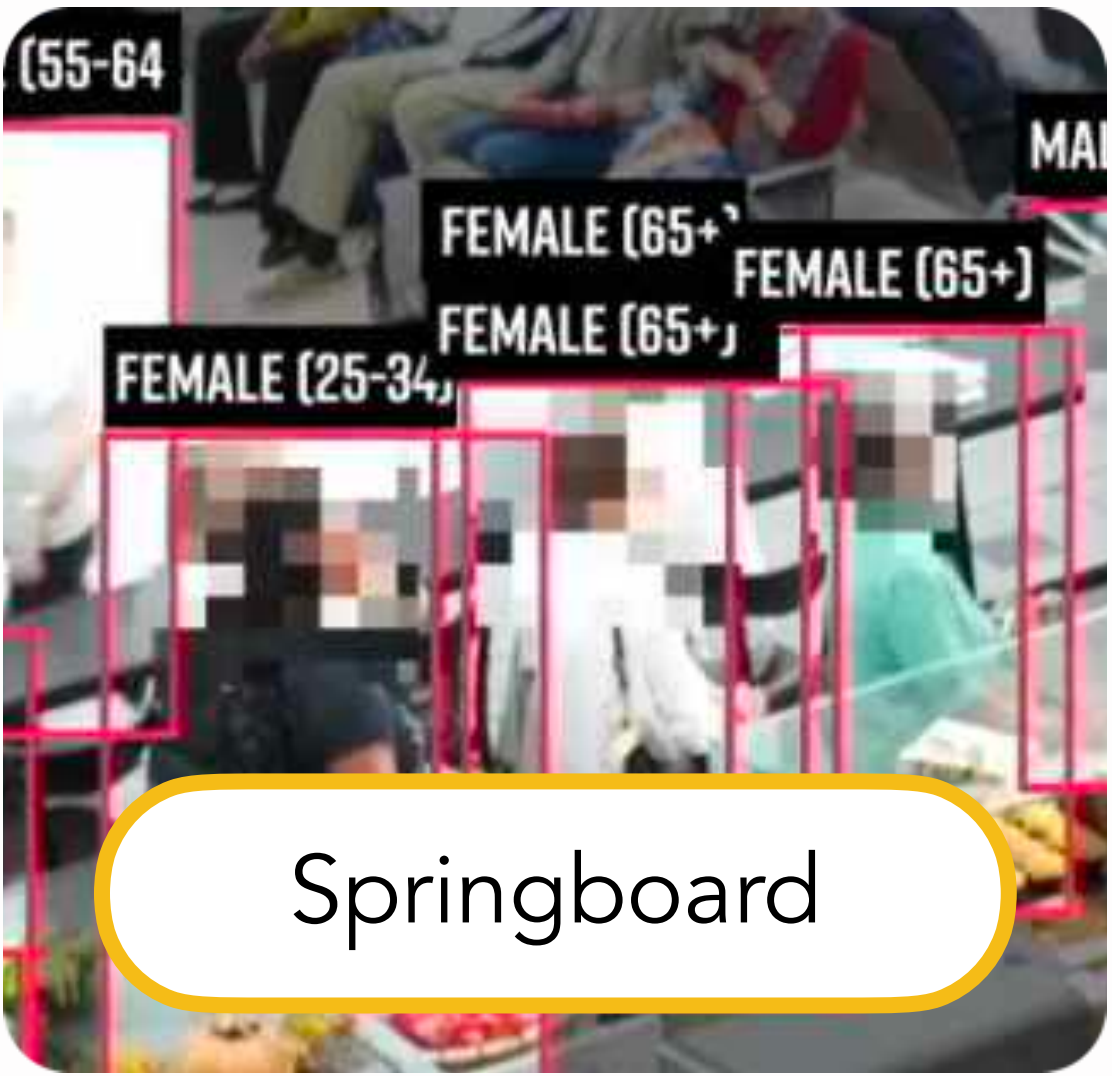
Placer.AI



Vision R



Radius.AI



Springboard

LA COMMUNICATION IN-STORE POUR ENGAGER LE CLIENT AU MOMENT DE L'ACHAT

Vestcom



🇺🇸 ÉTATS-UNIS

Fournisseur de solutions médias en point de vente

- stackz : étiquettes auto-adhésives empilées pour des changements de prix plus rapides
- shelfStrips : étiquettes pour étagères personnalisables
- adSigns : signalétique en magasin
- shelfAdz : affichage en rayon qui combine capital-marque et promotion
- healthyAisles : affiche pour mettre en avant les attributs de santé (vegan, sans gluten, ...)
- kameleon : logiciel SaaS pour effectuer des changements de prix imprévus et réimprimer des étiquettes

crowntv

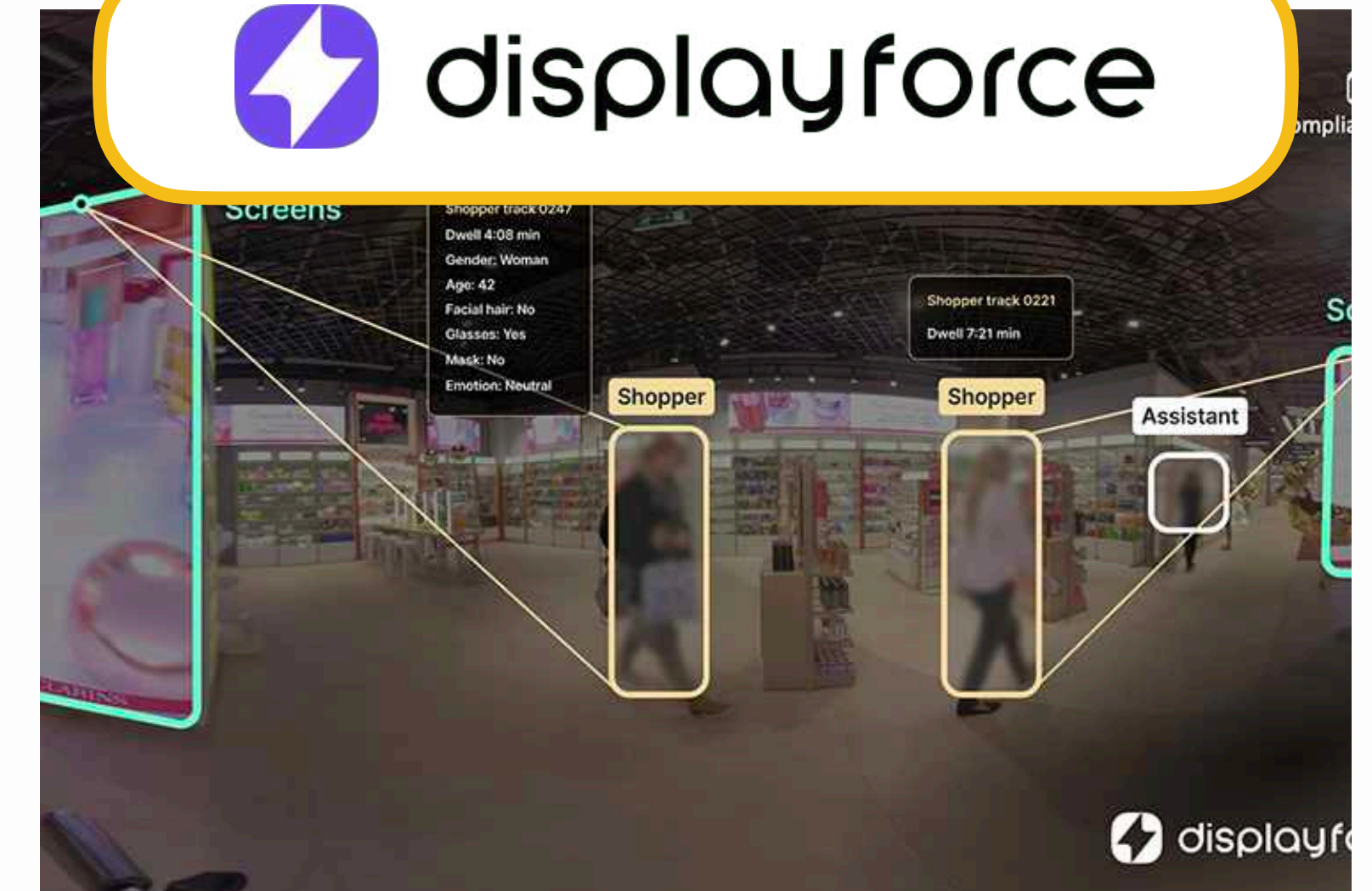


🇺🇸 ÉTATS-UNIS

Solution de diffusion d'un affichage interactif et dynamique à distance

- Téléversement du contenu média via une interface de gestion
- Mise à jour automatique du contenu via le player Crown TV connecté à l'écran
- Diffusion du contenu sur tous les écrans connectés à la solution sans interruption
- Choix d'applications disponibles pour personnaliser son affichage interne comme externe
- Création et programmation de playlists de diffusion 100% personnalisées
- Gestion multi-sites et multi-utilisateurs avec gestion des horaires d'allumage et d'extinction

displayforce



🇨🇾 Chypre

Solution de diffusion et de mesure de l'affichage dynamique in-store

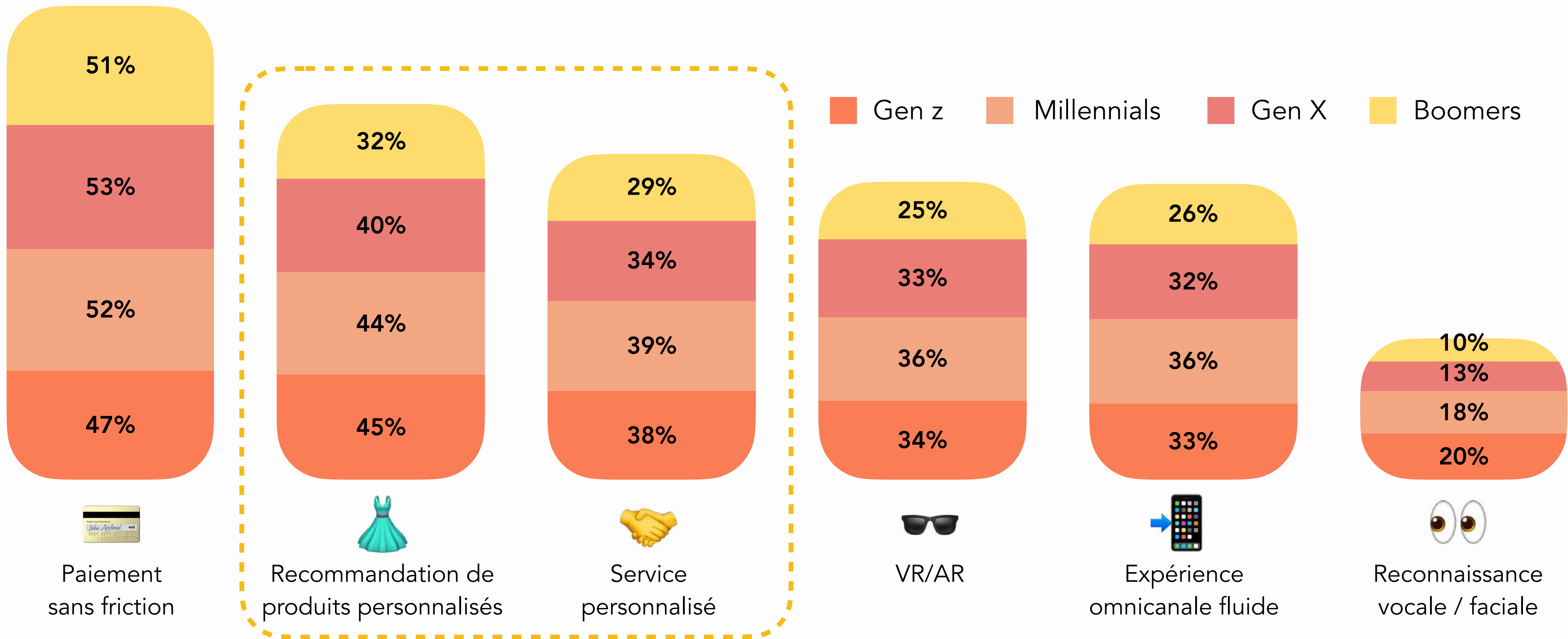
- Diffusion de messages personnalisés sur différents dispositifs (bornes interactives, murs LCD, systèmes audio, ...)
- Collecte d'informations en temps réel pour personnaliser les messages (genre, âge, temps d'interaction, émotion ressentie, ...)
- Jusqu'à 18 paramètres d'audience analysés
- Outil CMS de signalisation numérique
- Gestion du contenu automatisée

**PERSONNALISER
LES SERVICES
ET LES PRODUITS**



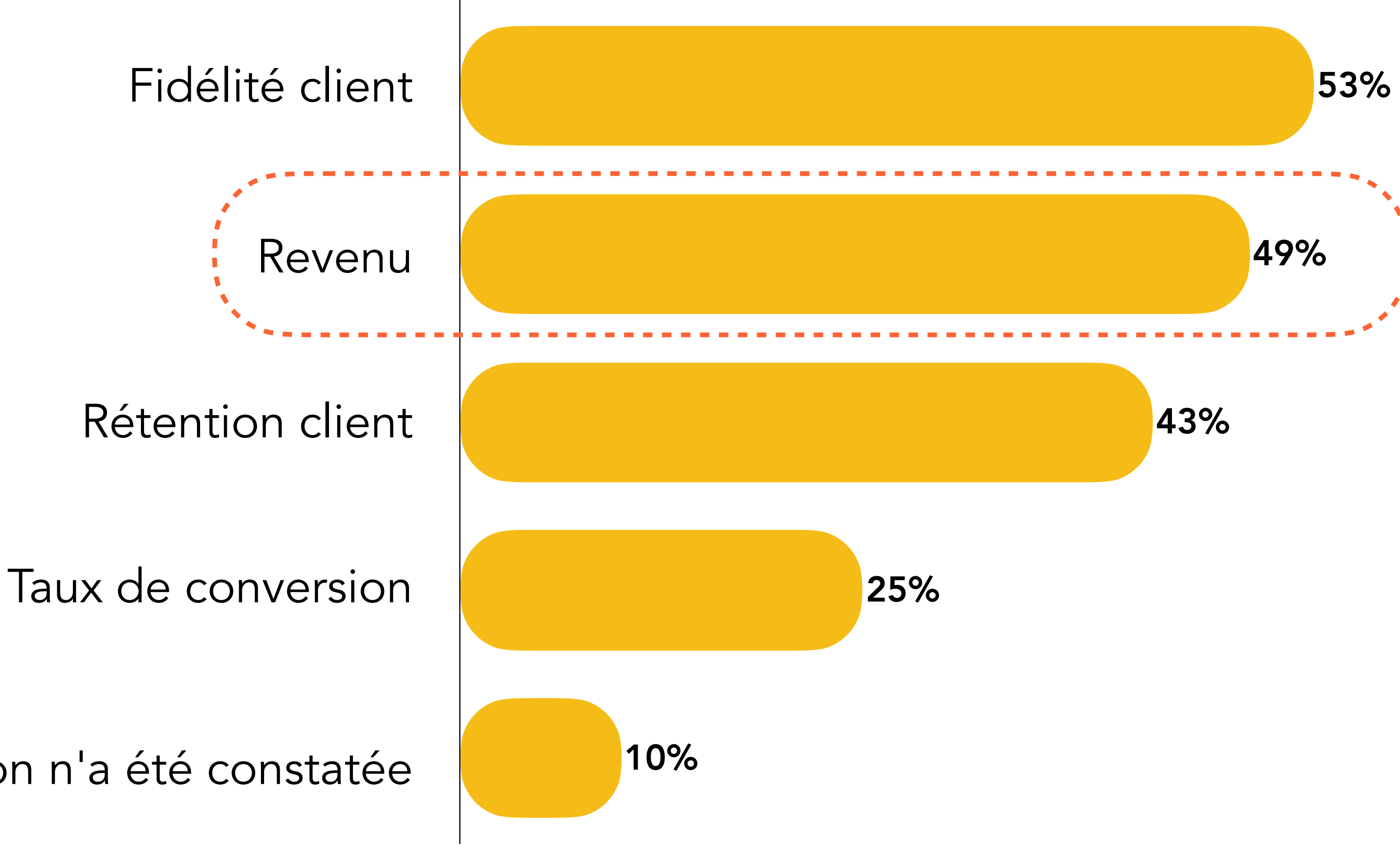
LES SERVICES ET PRODUITS PERSONNALISÉS SÉDUISENT LES MILLENNIALS ET LA GEN Z PLUS QUE LES AUTRES GÉNÉRATIONS

PART DES ACHETEURS SOUHAITANT BÉNÉFICIER DE CERTAINES INNOVATIONS EN MATIÈRE D'E-COMMERCE EN 2022, PAR COHORTES GÉNÉRATIONNELLES :



LA PERSONNALISATION DANS LE MAGASIN PEUT BOOSTER LE REVENU POUR PRESQUE 50%

PROGRÈS GRÂCE À UNE PERSONNALISATION POUSSÉE, % :



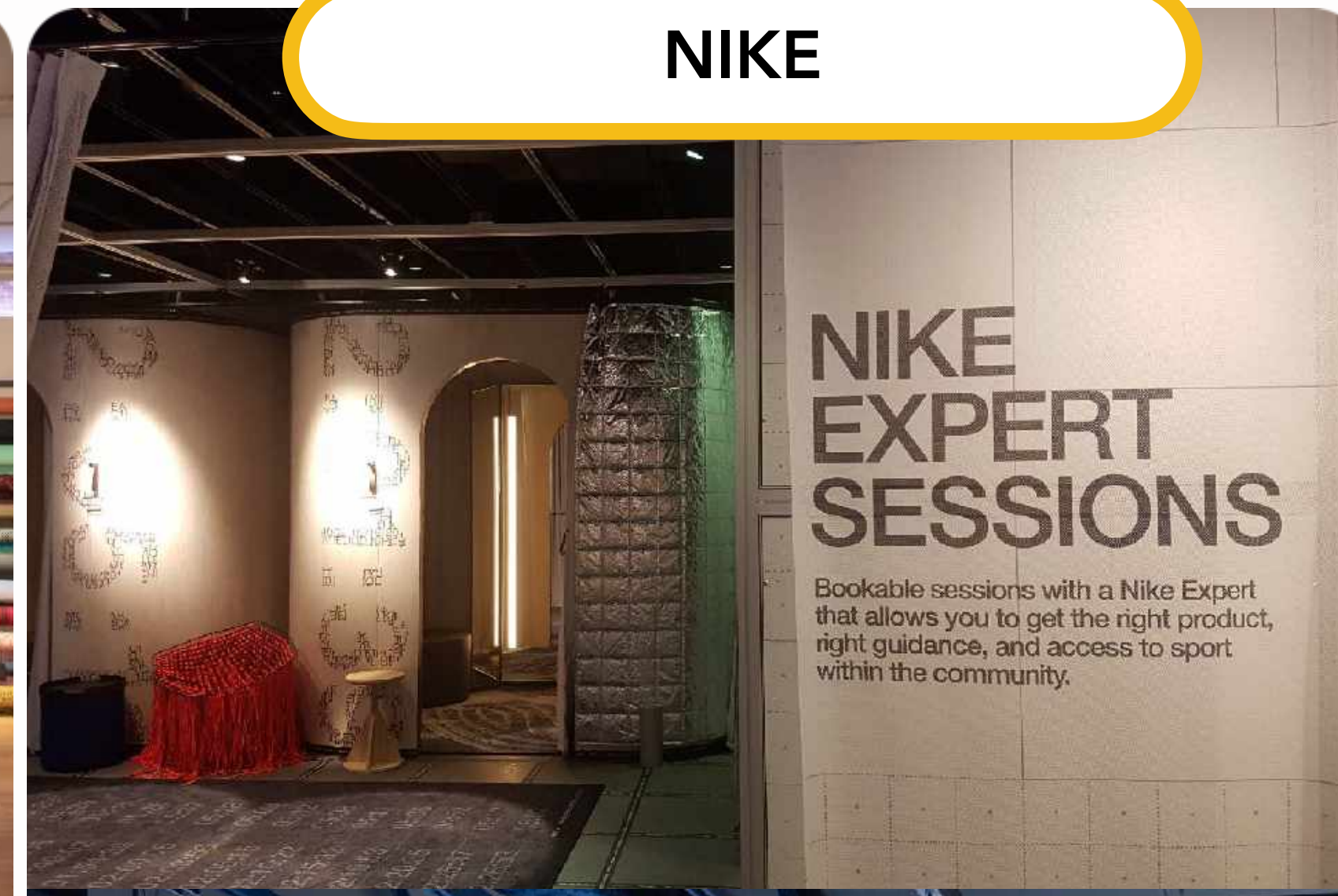
Aucune amélioration n'a été constatée

LA PERSONNALISATION IN-STORE ÉTAIT UNE NOUVEAUTÉ EN 2019...

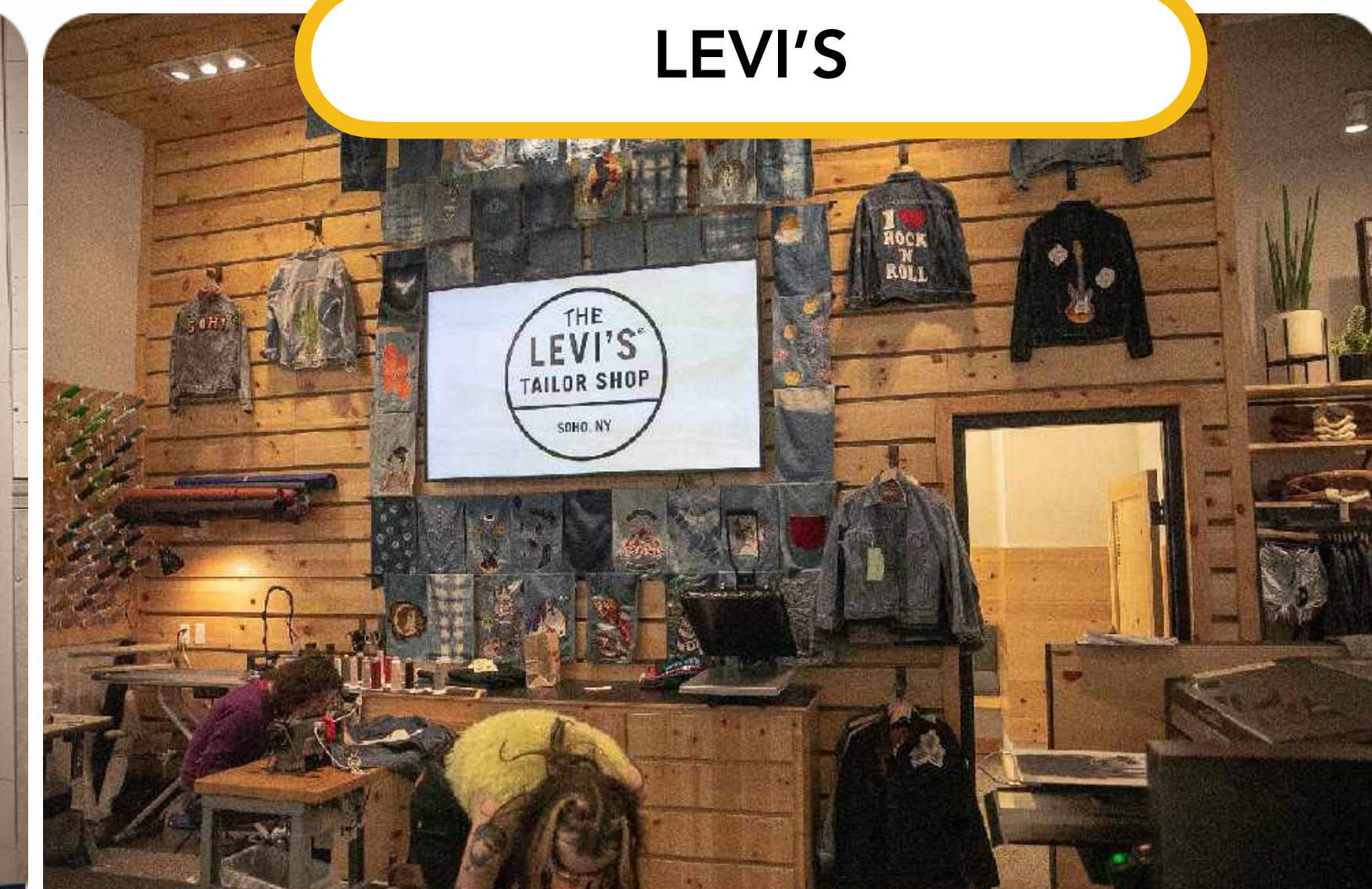
CONVERSE



NIKE



LEVI'S



AUJOURD'HUI : LA PERSONNALISATION DU PRODUIT DÈS SA CONCEPTION

[ROCKEFELLER CENTER]

LEGO STORE



Personalization Studio
Un étage entier dédié à une expérience plus personnelle

NBA FLAGSHIP STORE



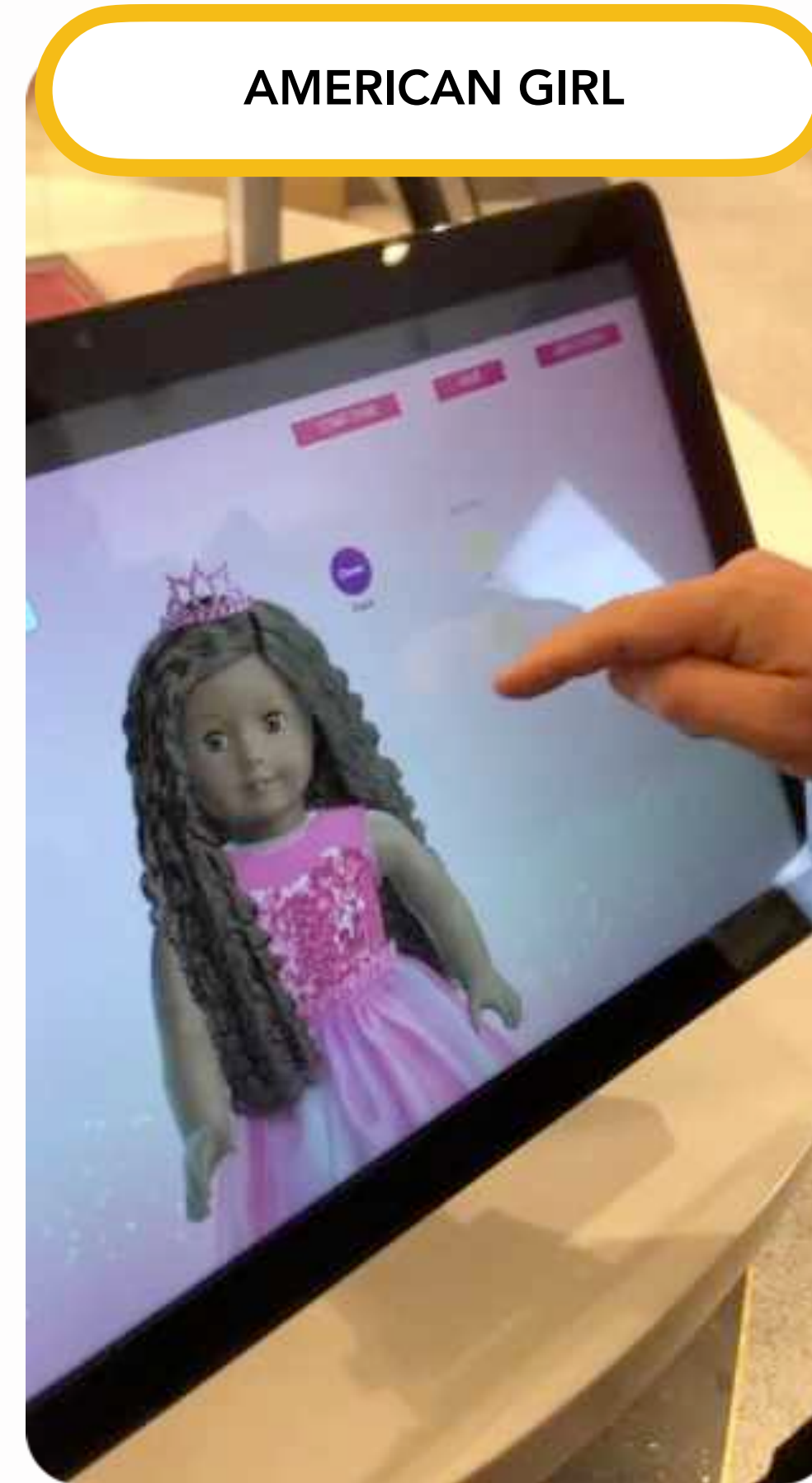
Minifigure Factory
créer ses propres personnages Lego

AMERICAN GIRL



Personnaliser son maillot
via une tablette

M&Ms



Personnalisation
des poupées



Personnaliser
ses M&Ms

DIAGNOSTIC ET SUIVI EN TEMPS RÉEL

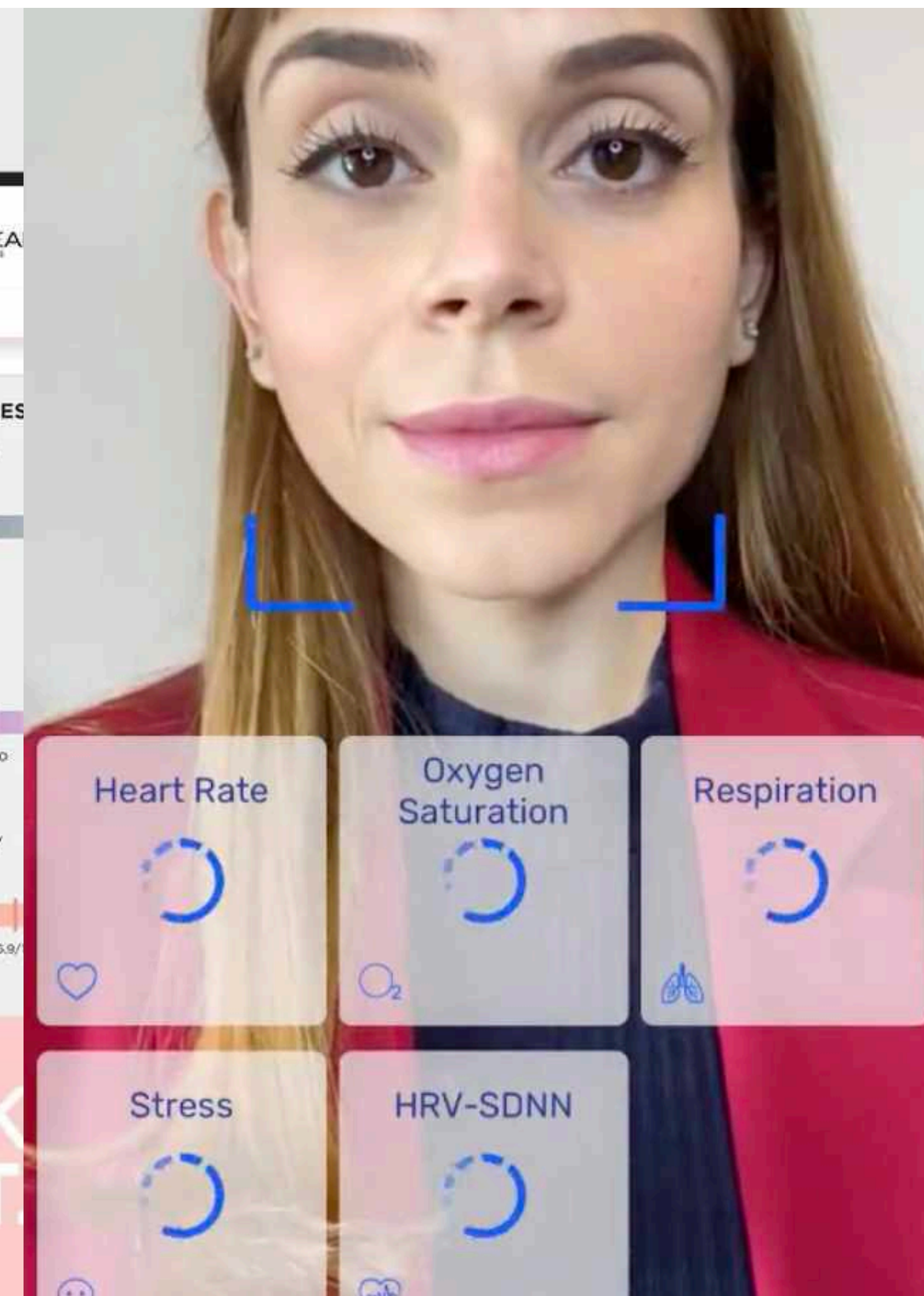
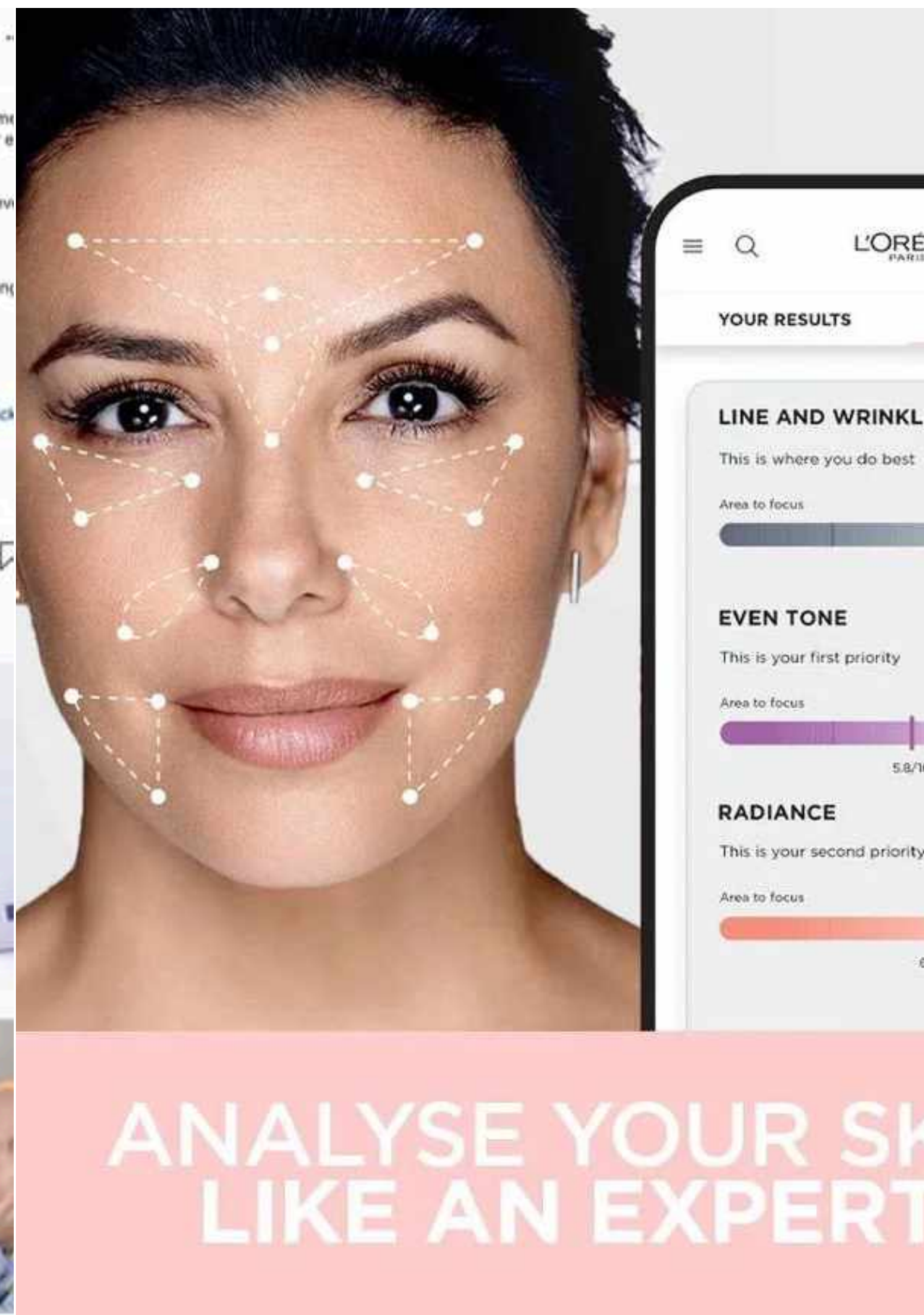
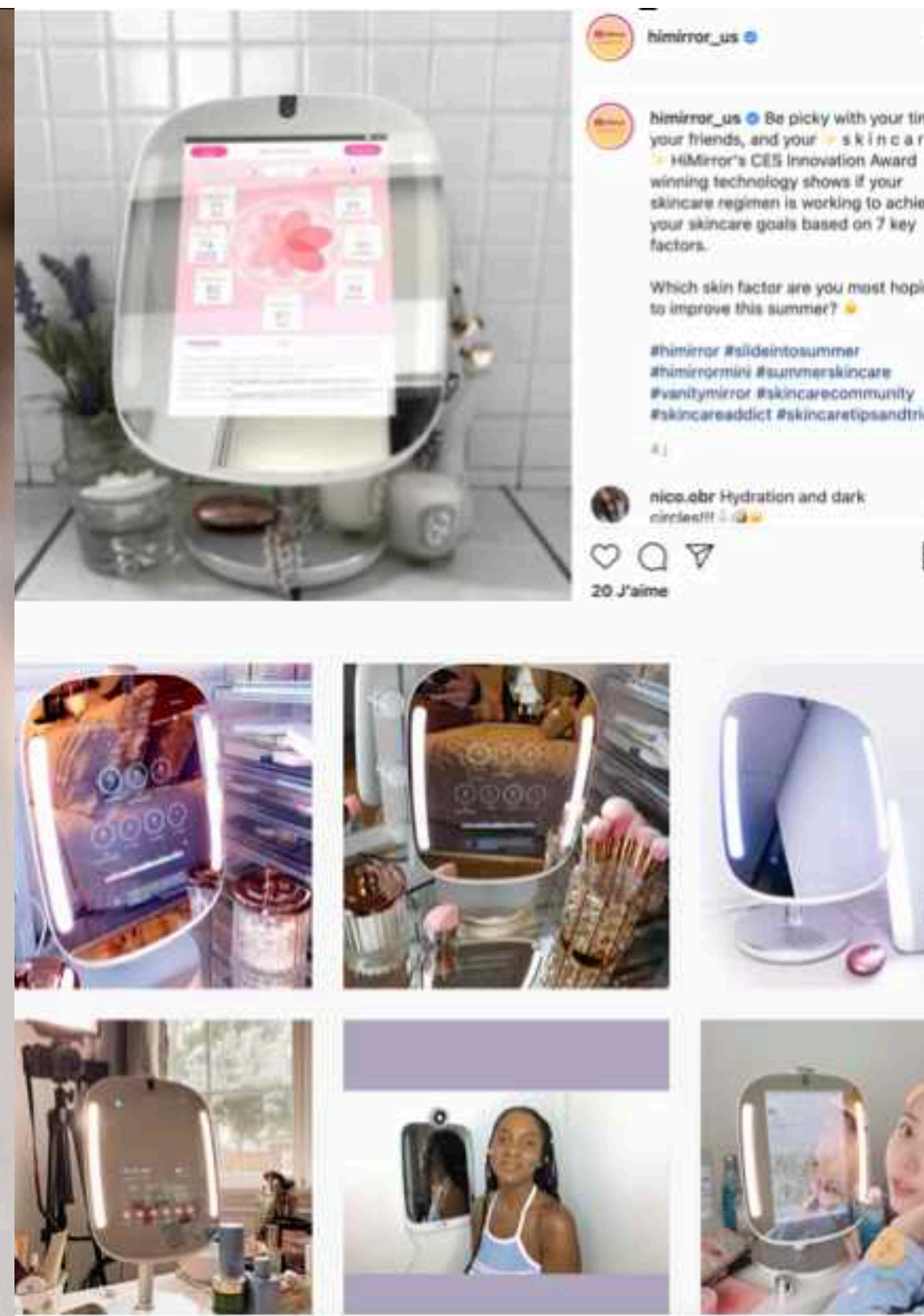
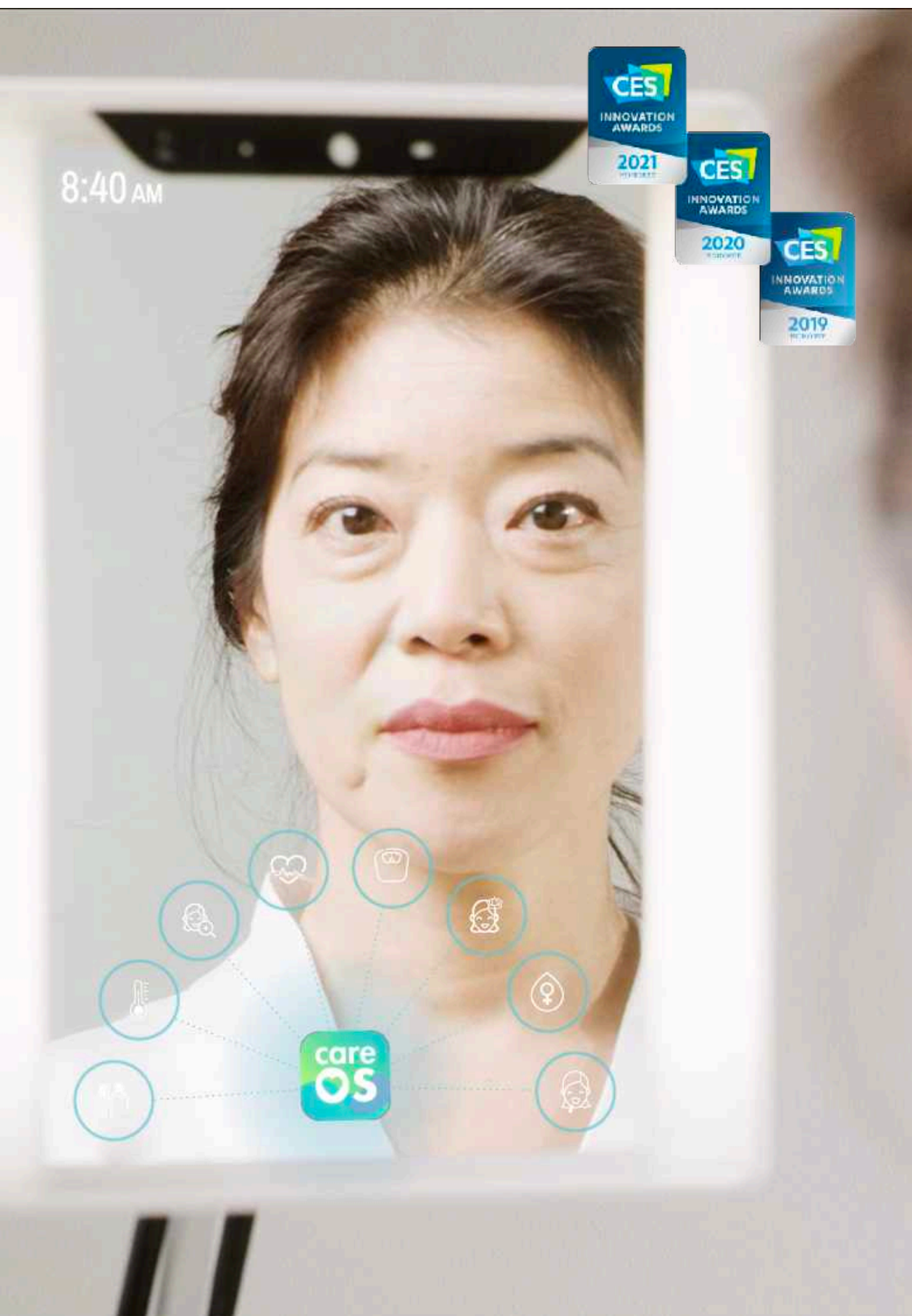
DES CRÈMES DE BEAUTÉ AUX ANALYSES/SOINS EN TEMPS RÉEL GRÂCE AUX DONNÉES ET À LA TECHNOLOGIE

Miroir connecté avec App Store pour B2B & B2C Care OS

Miroir connecté avec Skin Diag Hi Mirror

Outil d'analyse de la peau L'Oréal Skin Genius

Surveillance des signes vitaux via téléphone Binah.ai



DIAGNOSTIC ET SUIVI EN TEMPS RÉEL

DES CAPTEURS DE SANTÉ AMÉLIORÉS ET PLUS PETITS COMME LES TATOUAGES NUMÉRIQUES



Safe Daily UV Limits
Test market, mass produced



Electrolyte Levels
100 functional prototypes to be delivered to Fortune 100 Company in Q1'2021



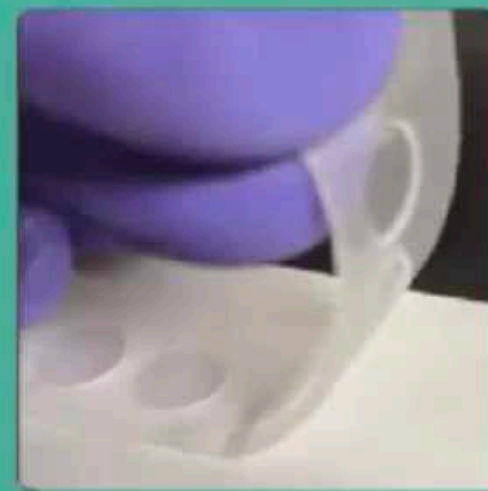
Alcohol Consumption
POC produced - NIH SBIR



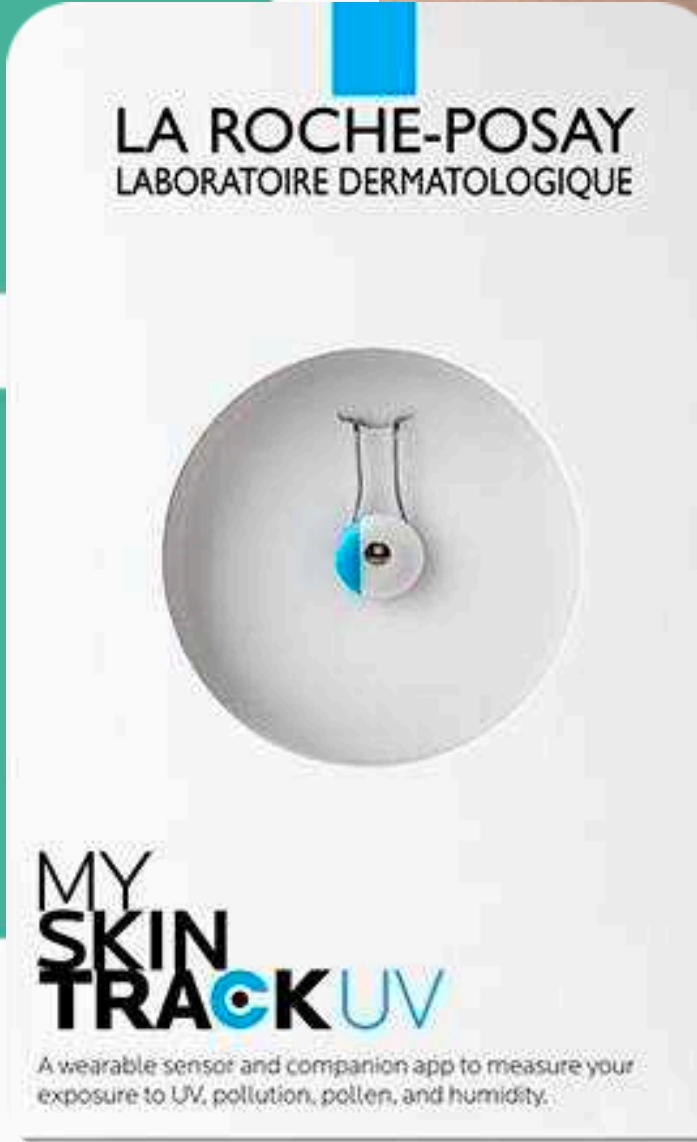
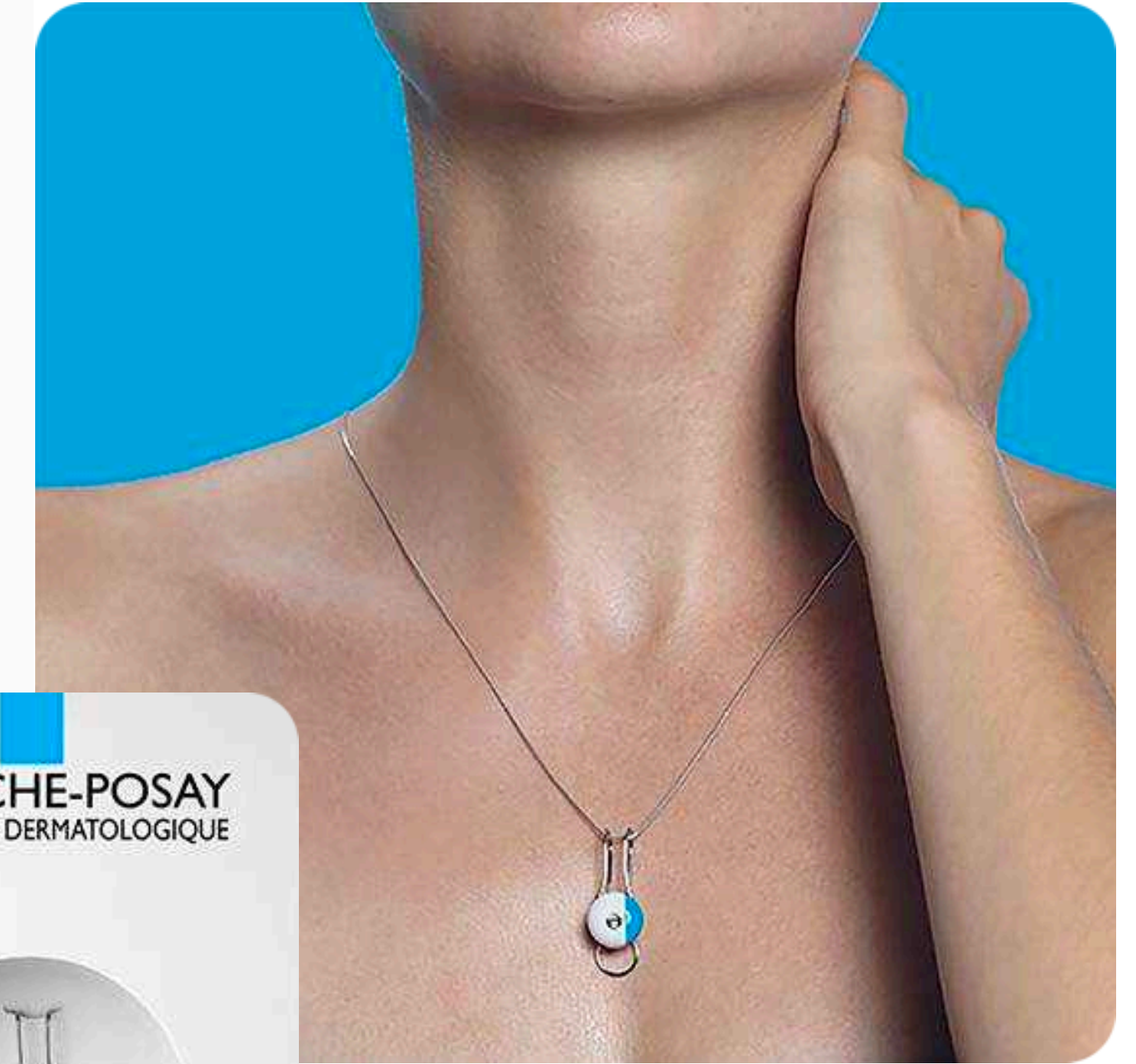
Pollution Levels PM 2.5
Global CPG company



Skin Health Awareness
Global cosmetics company



SARS-CoV-2
Contact tracing company



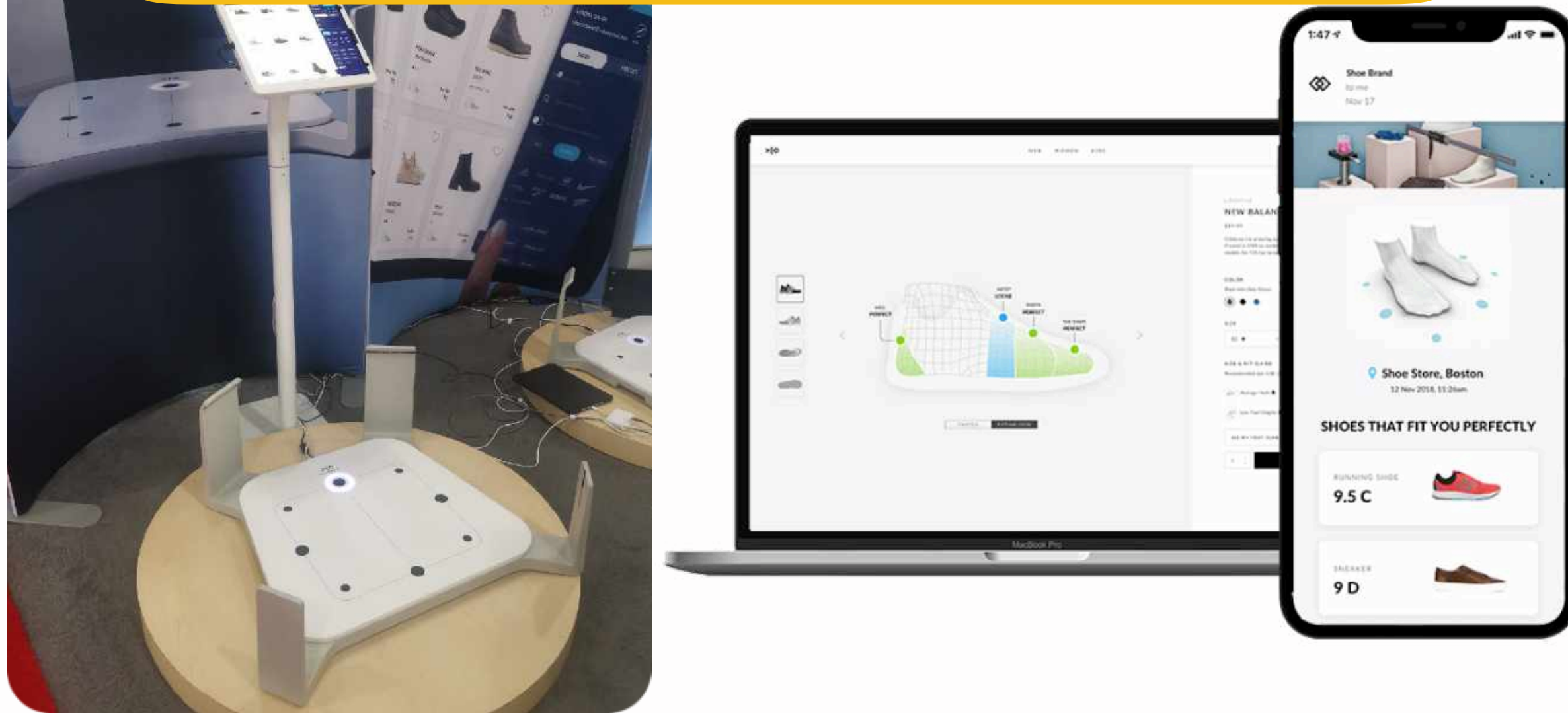
LA ROCHE-POSAY
LABORATOIRE DERMATOLOGIQUE

MY SKIN TRACK UV
A wearable sensor and companion app to measure your exposure to UV, pollution, pollen, and humidity.

LogicInk Corporation. Proprietary & Confidential. All Rights Reserved. Patents Pending. 2015-2021.

DES SCANNERS POUR PERSONNALISER SES ACHATS DE CHAUSSURES

>|0
VOLUMENTAL



🇸🇪 SUÈDE

Volumental automatise la recommandation de produits et la production de produits personnalisés grâce au scanner 3D, l'analyse des données et l'IA.

- Volumental 3D Scanner de pied
- Volumental Fit Engine : un logiciel de recommandations de chaussures basé sur l'IA
- Ces 2 solutions rendent possible la création de chaussures sur-mesure et aux recommandations personnalisées.

aetrex



🇺🇸 ÉTATS-UNIS

Aetrex développe des technologies de scan du pied dans le but de réduire les retours lors d'achats de chaussures ou d'orthèses grâce à un match précis entre le produit et le pied.

- 4 caméras de profondeur & logiciel d'activation vocale
- Numérisation tridimensionnelle des pieds
- Précision des données jusqu'à 1mm (longueur, largeur, hauteur de la voûte plantaire, ...)
- FitGenius : moteur de correspondance chaussures-pied par l'IA pour les sites e-commerce
- Connexion par API sur le site e-commerce

LES PRODUITS SUR MESURE

PRODUITS PREMIUM CUSTOMISÉS OU UNIQUES

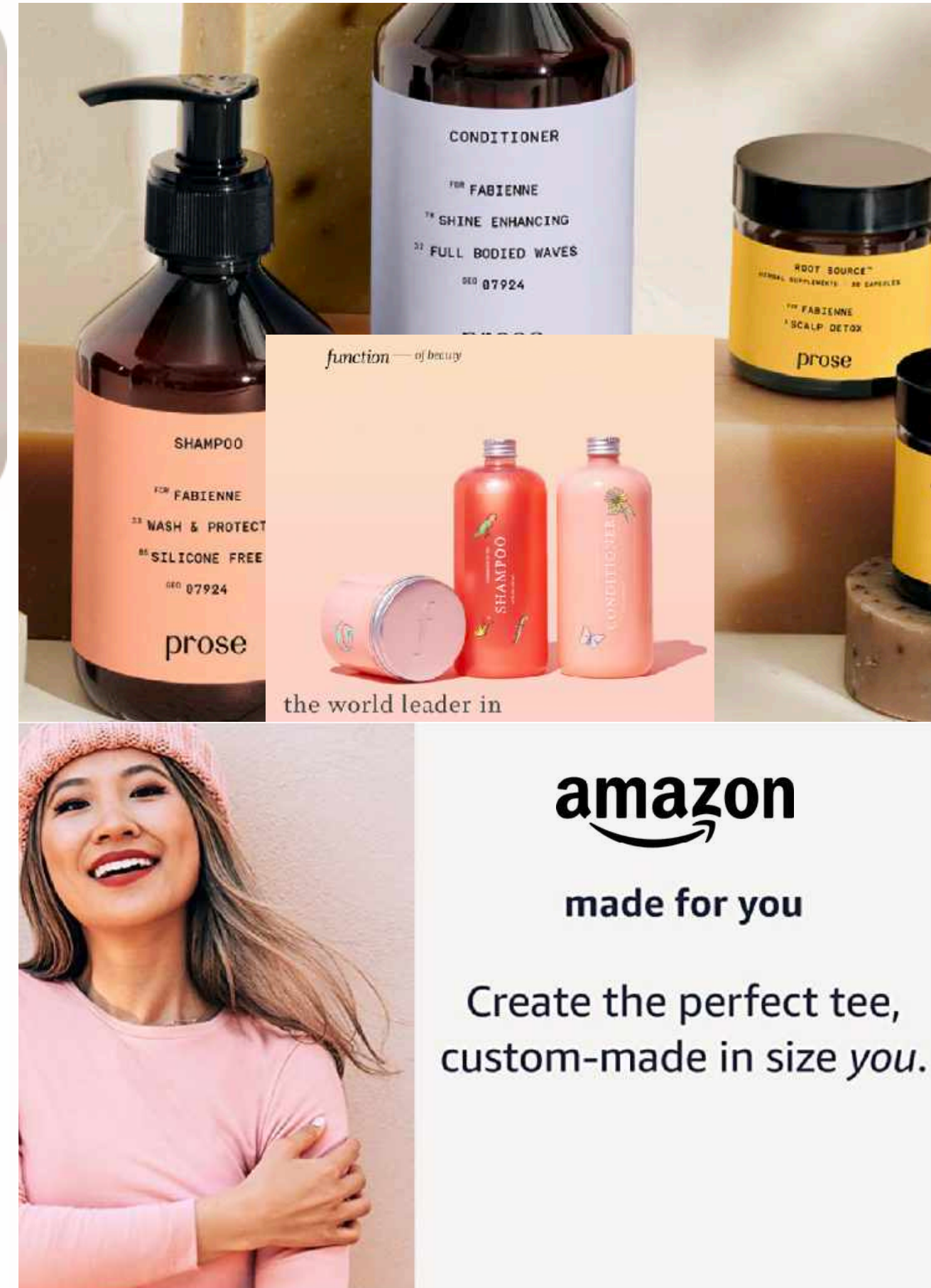
Emballage/gravure personnalisé
by Bryanthings



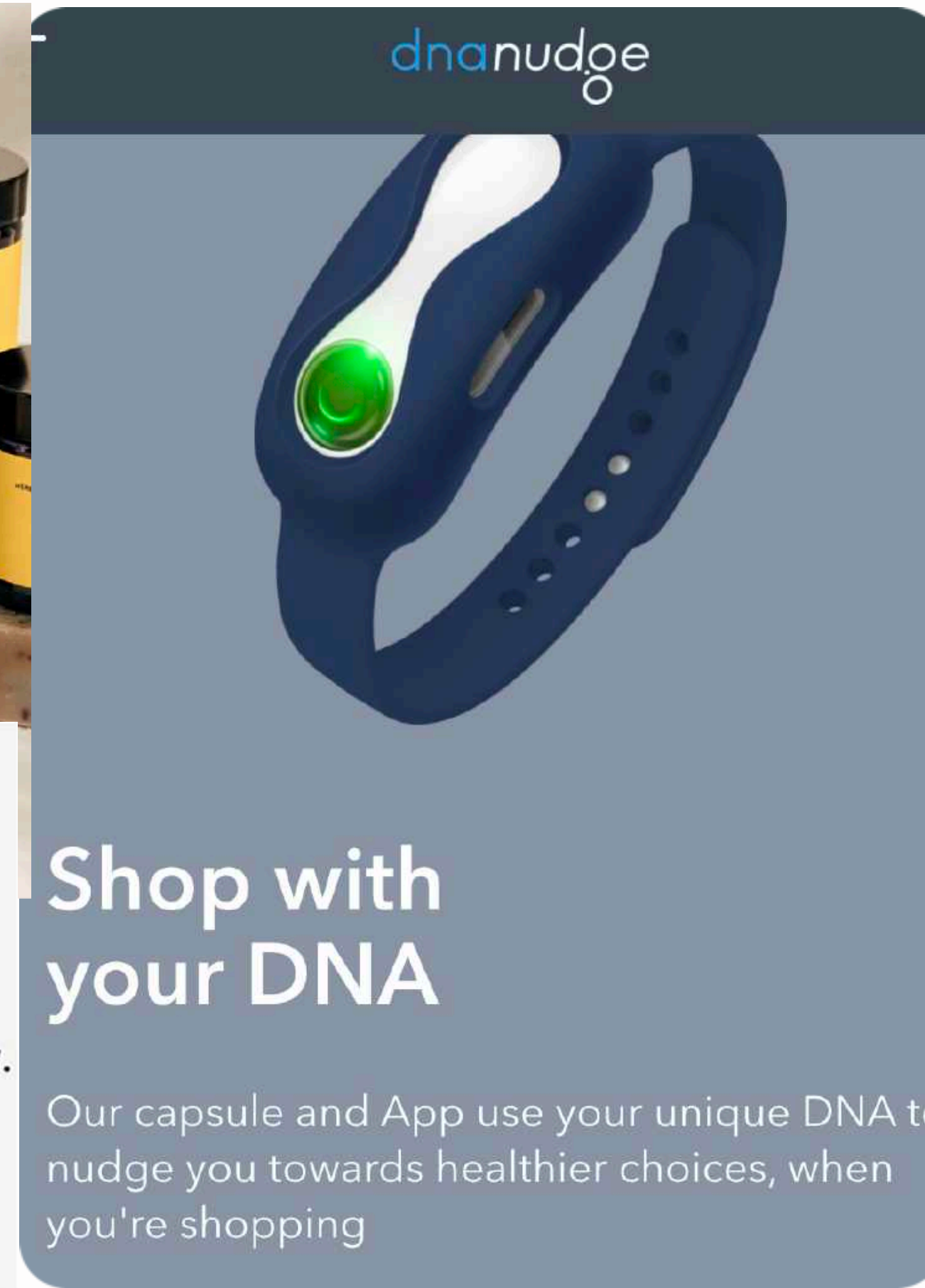
Produit personnalisé
YSL Perso lipstick



Produit fait sur mesure
Prose, Amazon, functionOFbeauty



Produit personnalisé par ADN
OmeCare's OmeSkin, Allél, Skinshift...



LIP.LAB: CREATION D'UN ROUGE À LÈVRES SUR MESURE



Mobilier sur le thème du rouge à lèvres



Une team d'experts pour aider à la création du produit personnalisé



Choix de la nuance, choix de la finition, ajout d'un parfum et gravure du tube en magasin ou en ligne

LA BEAUTÉ AUGMENTÉE SUR-MESURE DU GROUPE L'ORÉAL

SCENT-SATION



Un casque multi-capteur qui analyse la réponse émotionnelle des clients aux senteurs pour suggérer la meilleure fragrance.

YVES SAINT LAURENT

SKIN SCREEN



Le skin screen utilise l'IA pour établir un diagnostic de peau en quelques minutes et fournir une routine appropriée.

LANCÔME
PARIS

SHADE FINDER



Shade Finder permet aux consommateurs en boutique de déterminer la nuance idéale de fond de teint.

LANCÔME
PARIS

ROUGE SUR-MESURE



Appareil qui utilise l'IA pour créer une teinte de rouge à lèvres sur-mesure adaptée à la teinte de la peau ou à la tenue.

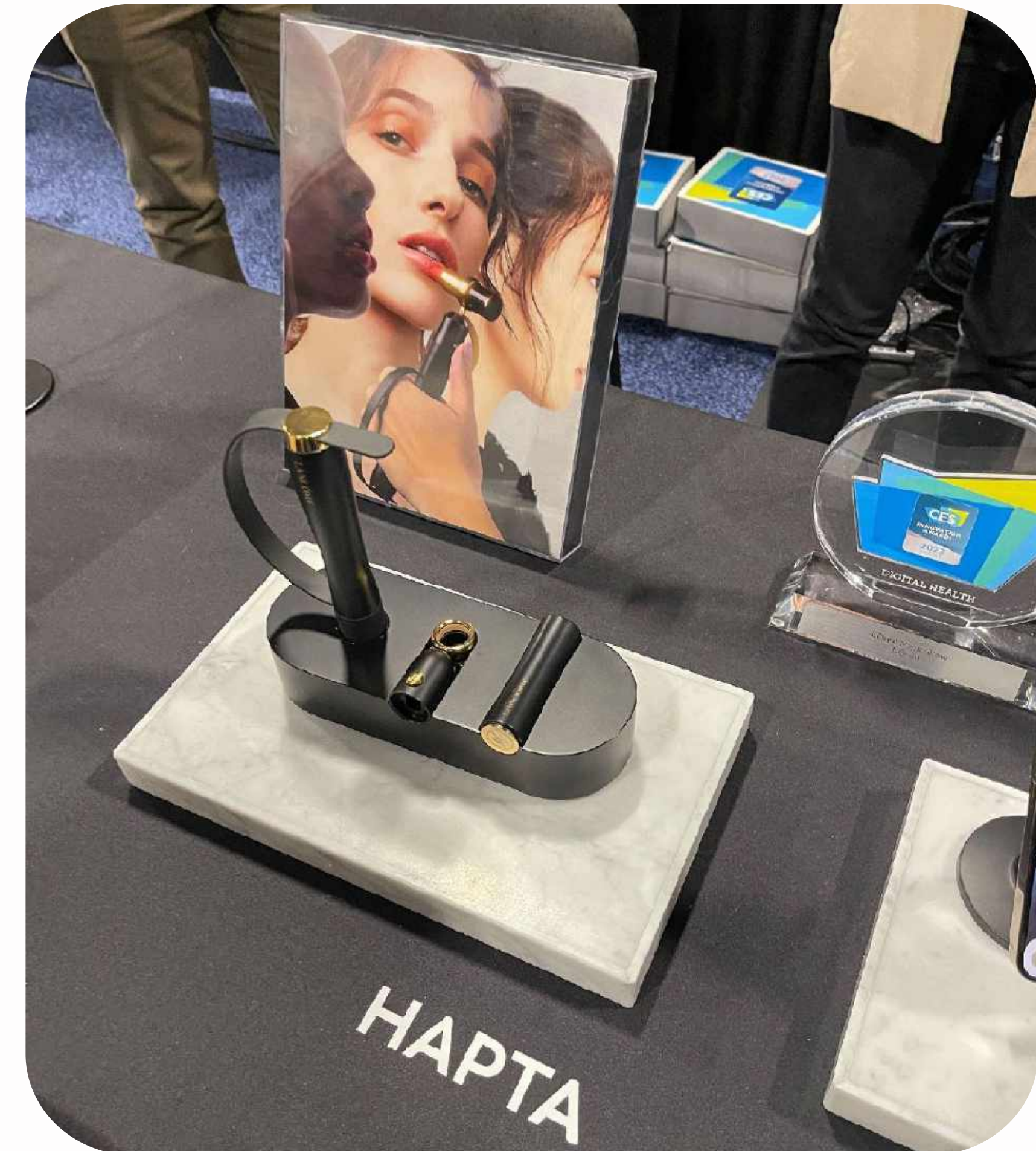
YVES SAINT LAURENT

LA BEAUTÉ AUGMENTÉE SUR-MESURE DU GROUPE L'ORÉAL

APPLICATEUR INTELLIGENT
DE MAQUILLAGE DES SOURCILS PERSONNALISÉ



APPLICATEUR DE MAQUILLAGE
POUR LES PERSONNES À MOBILITÉ RÉDUITE

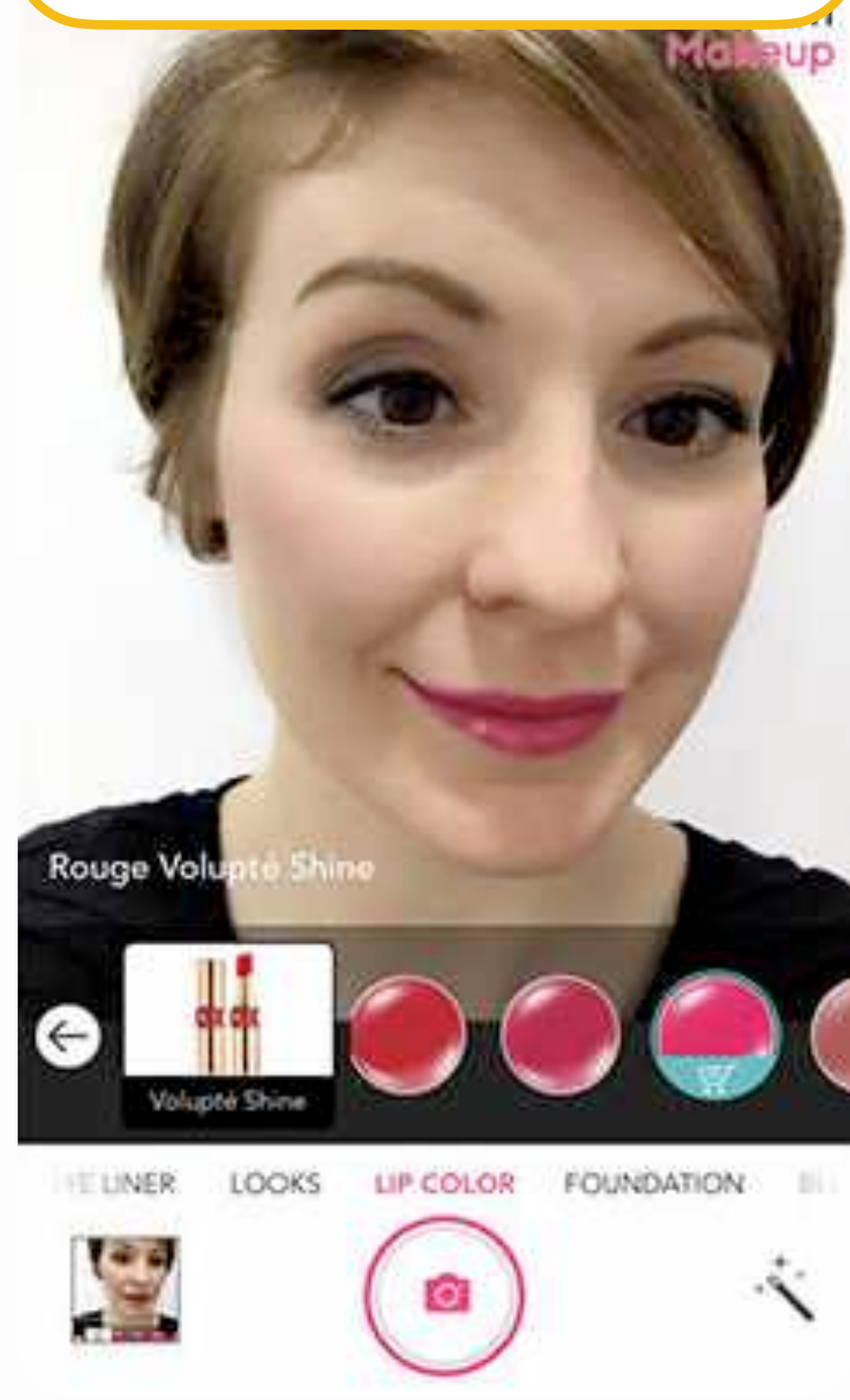


DE LA BEAUTY... À LA BEAUTY TECH DE L'ORÉAL, LE CHEMIN ÉTAIT LONG

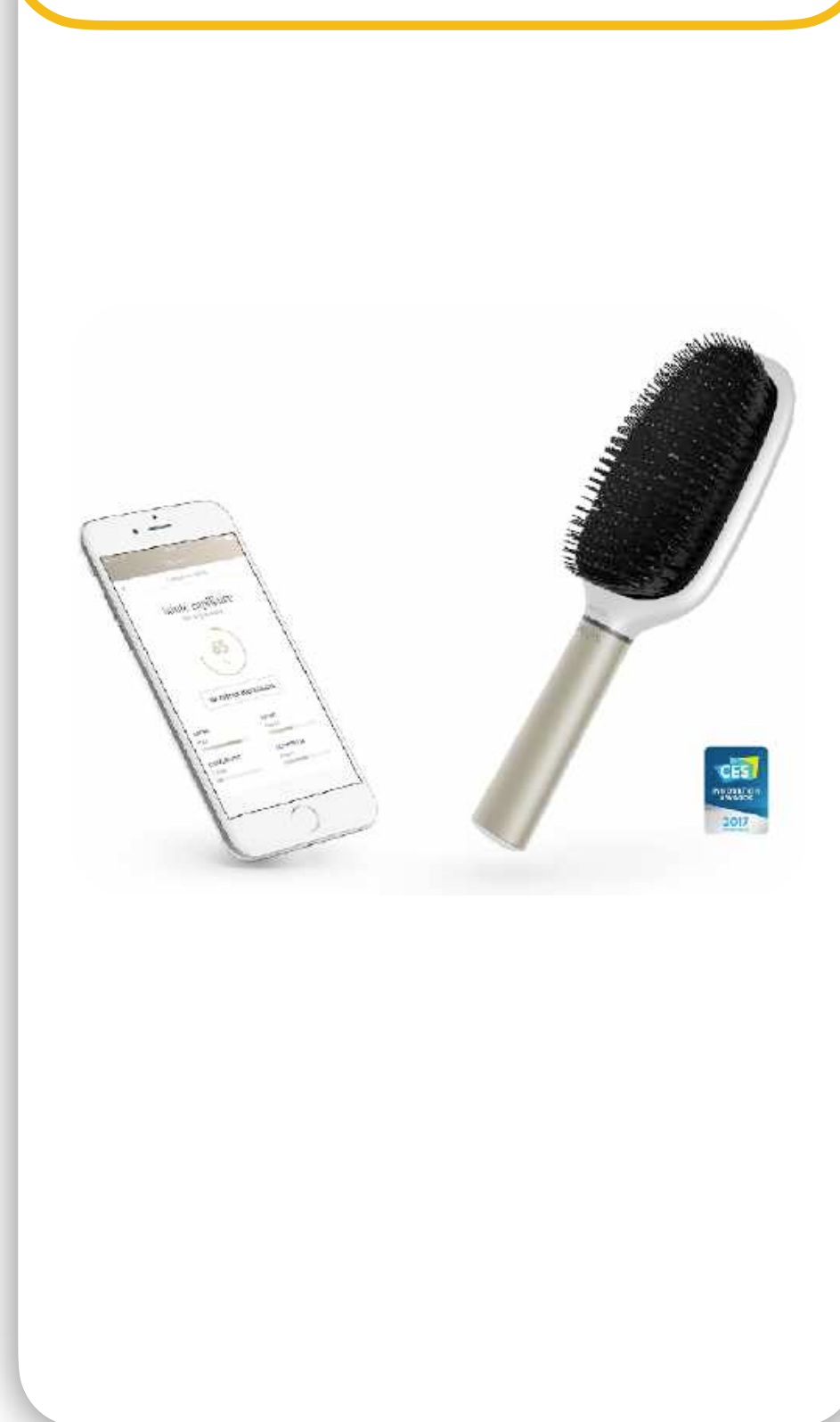
MAKEUP GENIUS



L'ORÉAL X PERFECT CORP



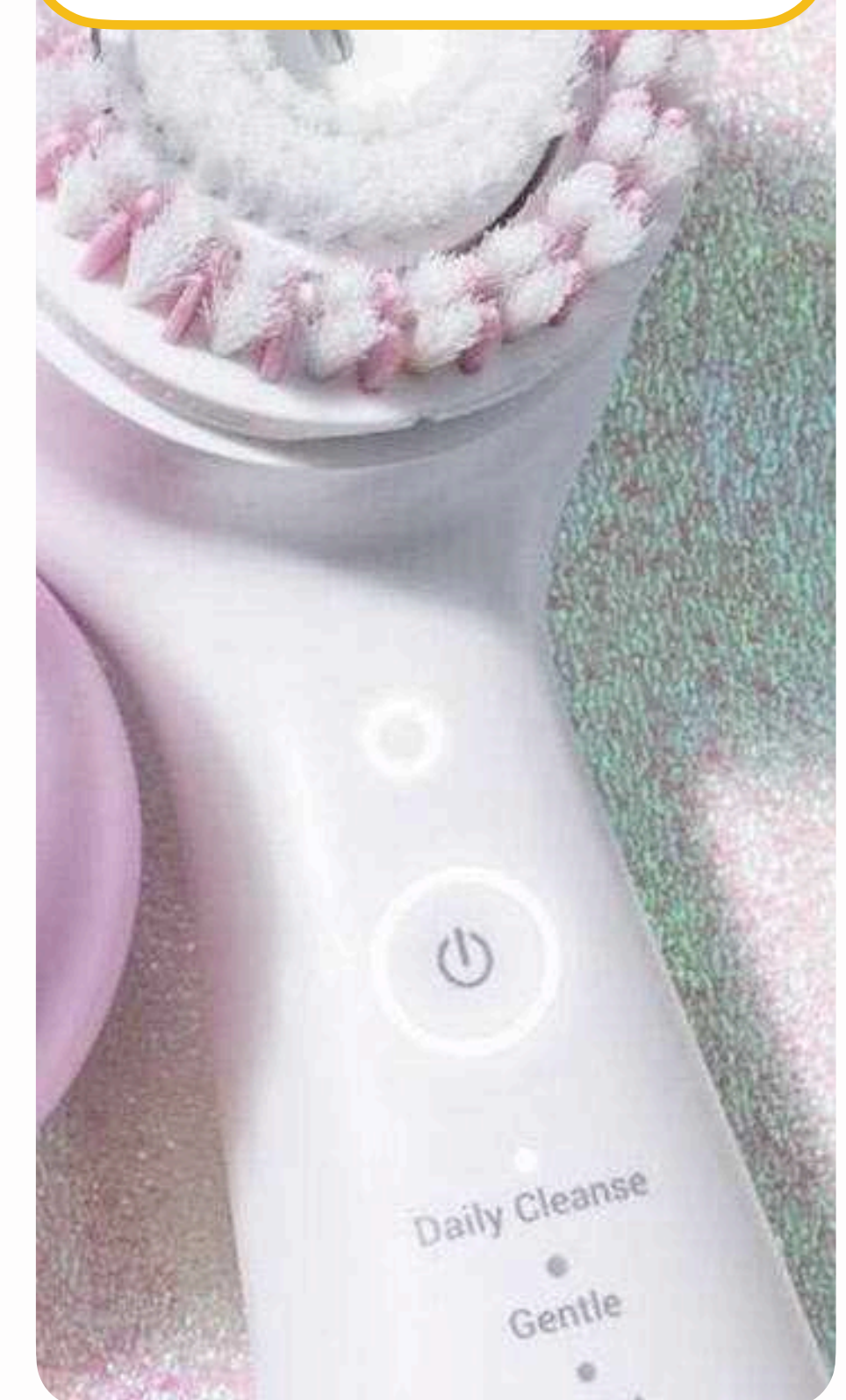
KÉRASTASE HAIR COACH / WITHINGS



ACQUISITION DE MODIFACE



CLARISONIC CESSE SES ACTIVITÉS



Une application destinée à tester le maquillage de L'Oréal Paris grâce à la RA. (2014)

L'Oréal s'allie à Perfect Corp. pour tester son maquillage en réalité augmentée via l'app YouCam Makeup. (2017)

Une brosse à cheveux connectée avec des capteurs pour analyser la qualité des cheveux pour un diagnostic capillaire autonome et sur mesure. (Le Prix de l'innovation du CES 2017)

L'acquisition de ModiFace (annoncée en 2018), société canadienne spécialisée dans la réalité augmentée et l'intelligence artificielle appliquées à la beauté.

Clarisonic arrête son activité en 2020 après avoir été rachetée par L'Oréal en 2011. L'entreprise américaine a développé la Brosse nettoyante pour le visage pour L'Oréal.