

Communiqué de presse

Hardis Group accompagne La Halle Chaussures et Maroquinerie dans sa stratégie cross-canal

La Halle Chaussures et Maroquinerie propose à ses clients de commander eux-mêmes les chaussures qui ne sont pas disponibles en magasin, directement sur une borne interactive tactile reliée à la plateforme e-commerce.

Grenoble, le 22 janvier 2014 – Hardis Group, société de services, de conseil, d'édition logicielle métiers et d'infogérance, annonce que la Compagnie Européenne de la Chaussure lui a confié le développement d'une application destinée à permettre aux clients des magasins La Halle Chaussures et Maroquinerie, de commander les produits qui ne sont pas disponibles en magasin, depuis des bornes tactiles. Connectée au site de vente en ligne, l'application a été conçue en HTML5 avec la plateforme IBM Worklight, pour répondre au besoin immédiat de bornes tactiles et anticiper le développement de nouveaux services sur applications mobiles.

Un réseau intégré de 740 magasins

Filiale du Groupe Vivarte, la Compagnie Européenne de la Chaussure (C.E.C.) possède et anime un réseau 740 magasins urbains et péri-urbains, sous l'enseigne La Halle Chaussures et Maroquinerie, dont la surface va de 300 à 1 200 m². Depuis 2010, la C.E.C. offre également à ses clients la possibilité de commander en ligne sur un site e-commerce dédié.

Toutefois, la diversité des surfaces des magasins La Halle Chaussures et Maroquinerie ne permet pas, à chacun d'eux, de mettre en rayon et stocker l'ensemble des références proposées sur le site Web. Afin de ne pas décevoir les clients s'étant déplacés en magasin après avoir repéré les modèles sur Internet, il devenait impératif d'équiper les magasins de bornes tactiles, pour leur permettre de faire leur choix, commander et payer directement sur place. Des bornes qui seraient en outre utilisées pour commander des modèles en rupture de stock (pointure, couleur...) dans le magasin.

Des bornes en magasins reliées à la plateforme e-commerce

La DSI de la Compagnie Européenne de la Chaussure envisage alors logiquement d'aborder le projet comme une extension du site de vente en ligne, développé sous Magento. « *Les processus et flux logistiques des commandes sur bornes allaient être identiques à ceux mis en œuvre pour le e-commerce* », commente Jérôme Bergeret, DSI de l'entreprise. Ce qui permettait également de répondre à la demande de l'équipe e-commerce d'ajouter, parmi les modes de livraison proposés en ligne, le retrait gratuit en magasin, en complément de l'envoi à domicile ou en points-relais, payants pour leur part.

La DSI se tourne alors naturellement vers l'agence Web en charge du projet e-commerce mais également de l'hébergement de la plateforme. « *Très compétents pour le développement et l'animation d'un site de vente en ligne, nous avons rapidement senti qu'ils n'étaient pas familiers des problématiques liées aux spécificités des équipements tactiles en point de vente, comme les bornes ou les tablettes* », explique Jérôme Bergeret. La décision est donc prise de faire appel à une société de services aux compétences technologiques plus larges, notamment pour la gestion de la *tactilité*.

IBM Worklight, en prévision de la mobilité

Dès lors, un appel d'offres est lancé, et trois SSII se mettent sur les rangs, chacune avec des solutions très différentes. Parmi elles, Hardis Group avance une proposition s'appuyant sur la plateforme de développement IBM Worklight, prenant en compte le besoin initial de mise en place de bornes tactiles, mais également l'incontournable étape suivante : le développement de nouveaux services sur applications mobiles. *« Outre la solidité technologique d'IBM, nous avons été séduits par l'approche à long terme des équipes Hardis Group, indique Jérôme Bergeret : elles ne se sont pas contentées de répondre à notre enjeu immédiat, mais se sont projetées dans l'étape d'après, la mobilité. D'autant plus que les ventes via mobiles représentent déjà 8 à 12% de notre chiffre d'affaires, avec un site Web qui n'a pas été spécialement conçu pour ce canal... ».*

En janvier 2013, la décision est prise : outre le développement de l'application tactile, Hardis Group sera chargé de coordonner et de piloter le projet global, qui implique le constructeur des bornes, l'agence Web qui héberge et anime la e-boutique, et bien sûr les équipes de la DSI de la Compagnie Européenne de la Chaussure. Après une réunion de lancement de projet en mars, un prototype est mis au point. *« La méthodologie par itération de Hardis Group, qui nous permet de disposer d'un livrable toutes les deux à trois semaines, facilite les échanges et nous permet d'apporter d'éventuels ajustements au fur et à mesure »*, précise le DSI.

Simplifier et accélérer le déploiement pour réduire le time-to-market

Parmi les objectifs du projet, la simplicité de déploiement dans les points de vente était prioritaire, pour la mise en œuvre initiale, mais également pour pouvoir procéder à des mises à jour régulières, en fonction des campagnes (promotions, soldes, marronniers...) ou évolutions souhaitées par le service marketing. La Compagnie Européenne de la Chaussure souhaitait donc pouvoir s'appuyer sur des technologies standard et légères, pour éviter de devoir mettre à jour les bornes, une par une, à chaque évolution, sans pour autant sacrifier les performances. D'où la proposition de Hardis Group de s'appuyer sur le navigateur Chrome, HTML5, CSS3 et JavaScript, encapsulé dans IBM Worklight. Un choix technique qui permet en outre de faciliter l'interconnexion de la solution, hébergée chez Hardis Group, avec la plateforme e-commerce, hébergée par l'agence Web.

Après une phase de test menée dans deux magasins au printemps 2013, suivi d'une phase pilote plus large sur une vingtaine de points de vente dans le courant de l'été, 100 à 200 bornes devaient être déployées en un an. A terme, tous les magasins seront équipés. *« Ces bornes vont nous permettre de proposer progressivement de nouveaux services en points de vente, sans dénaturer notre modèle économique, bâti sur l'autonomie des clients, poursuit Jérôme Bergeret. Et grâce au choix technologique proposé par Hardis Group, nous pouvons désormais envisager l'étape de la mobilité, tout en limitant les coûts récurrents, puisqu'à terme, les bornes tactiles et la mobilité seront gérées avec la même plateforme »*, conclut le DSI.

A propos de Hardis Group

Créé en 1984, Hardis Group exerce le double métier d'éditeur de logiciels, et de société de conseil et de services IT qui accompagne ses clients dans la digitalisation de leurs services. Résolument différente, la société construit sa croissance, depuis sa création, sur une approche pragmatique et des valeurs de proximité et d'engagement fort tant auprès de ses clients que de ses collaborateurs : dirigeants fondateurs toujours à la tête de l'entreprise, 25% des salariés actionnaires, 100% des équipes en France.

Hardis Group intervient dans sept grands domaines : infrastructure et infogérance Cloud, développement et tierce maintenance applicative (TMA), conseil et aide à la MOA, décisionnel, logistique et transport (suite Reflex), outils de développement (Adelia Studio), externalisation de la paie (logiciel Saphyr).

Dans son rôle d'éditeur, Hardis Group intègre elle-même ses solutions ou s'appuie sur un réseau de partenaires. Ses consultants maîtrisent les principales méthodologies pour la réalisation de projets informatiques qualitatifs (ITIL, CMMi...).

En 2012, Hardis Group a réalisé un chiffre d'affaires de 54,7 M€. Le Groupe compte à ce jour plus de 2500 clients et 630 collaborateurs. Basé à Grenoble, Hardis Group dispose de quatre autres agences à Lyon, Paris, Lille et Nantes.

www.hardis.fr

Contacts presse

Anjuna

Elodie Cassar

elodie.cassar@anjuna.fr

Tel : +33 9 64 15 31 27

GSM : +33 6 80 53 82 94

Hardis Group

Hélène Leclercq

helene.leclercq@hardis.fr

Tél.: +33 4 76 70 98 41