

## La table tactile Surface utilisée dans les magasins Internity

Adresse : <http://www.bestofmicro.com/actualite/27246-surface-internity.html>

Publiée le : mardi 20 octobre 2009 à 17:00 par Jean-Sébastien Zanchi



Difficile jusqu'à présent de se représenter un usage autre que promotionnel ou événementiel aux tables tactiles Surface de Microsoft. C'est désormais le cas dans les boutiques Internity. Le système permettra de réaliser des achats high-tech de manière originale et innovante.

### Cinq magasins concernés pour l'instant

Les magasins **Internity**, spécialisés dans la téléphonie et le multimédia, seront donc les premiers en Europe à vendre leurs produits via cette table tactile multi-touch. Les clients seront dans un premier temps accompagnés d'un vendeur pour les familiariser avec ce nouveau type d'appareil. Ils pourront naviguer dans un catalogue bien plus important que celui proposé en magasin. **Surface** utilisant la détection d'objet, c'est en

posant un cube représentant un univers (téléphonie, téléviseurs, ordinateurs, etc.) qu'on aura accès à chaque référence.

Un fois l'appareil choisi on pourra manipuler sa fiche. On y trouvera ses caractéristiques techniques, ses photos en plusieurs coloris (s'ils existent), une vue en 3D ou encore des vidéos de présentation. En sélectionnant plusieurs appareils, une fiche de comparaison sera créée automatiquement. Il suffira ensuite au client de déposer la carte de membre du magasin et d'y faire glisser son panier pour valider son achat en caisse. Toute l'interface utilisée par cette table Surface a été développée par **After Mouse**, une société spécialisée dans la conception de systèmes tactiles.



La chaîne de distribution Internity en tire plusieurs avantages. En plus de l'image de marque avant-gardiste qui en découlera, l'utilisation du système Surface lui permet d'étendre le catalogue proposé dans des magasins de 70 m2 et donc limité. Se basant sur l'expérience d'une enseigne de téléphonie américaine, Internity pense que la table tactile augmentera l'affluence en magasin, mais aussi le chiffre d'affaires et les ventes. Expérimenté pour l'instant dans ses magasins de Paris Rivoli, Marseille Plan de Campagne, Narbonne, Toulouse Gramont, Evry et Lyon Part Dieu, le système pourrait être généralisé dans les autres magasins de la chaîne si les retours sont concluants.



Source : [Tom's Guide FR](http://www.tomsguide.com)

Tom's Guide - <http://www.tomsguide.com>