



L'affichage dynamique (Cisco DMS) dans le secteur de la distribution

1. L'affichage dynamique : la nouvelle application « tendance » pour le retail !

a. Une croissance exponentielle d'un nouveau marché

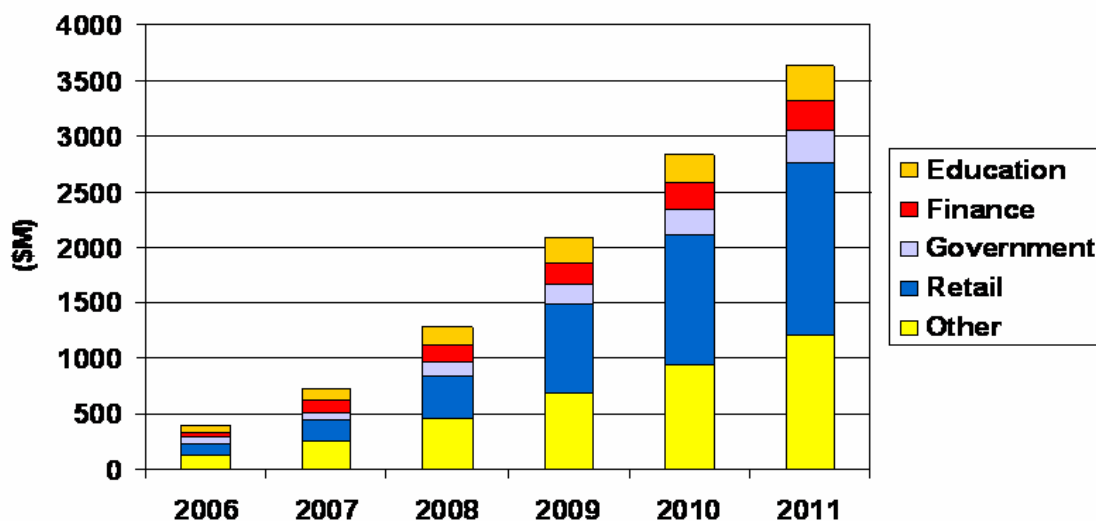
Nous nous en rendons déjà compte par nous-mêmes, les écrans LCD/Plasma fleurissent un peu partout dans notre quotidien. Forts de leurs mises à jour rapides, de leurs contenus riches et visuellement percutants, avec des personnalisations adaptées selon leurs emplacements, ces écrans plats vont continuer à se multiplier.

Les avantages liés à l'affichage dynamique sont concrets et connus, et nous invitons à ce sujet nos lecteurs, à se reporter au CiscoMag de Novembre (article sur Cisco DMS : Digital Media System), pour en parcourir les bénéfices :

<http://www.cisco.com/web/FR/solutions/CiscoMag/2007/11.html>

Cette croissance est d'ailleurs relayée par les analystes du marché, comme par exemple, IDC :

**Worldwide Digital Signage & Business Video
2006-2011**

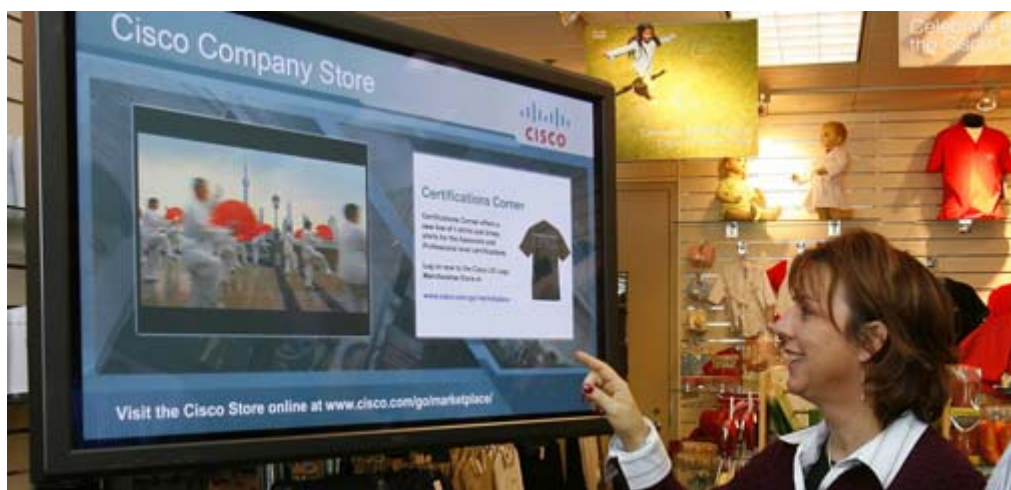


Marché de l'affichage dynamique+Business Vidéo, au niveau mondial
Source : IDC, 2006.

Il y apparaît très clairement que le marché **Retail / Distribution** représentera le secteur le plus **demandeur de solutions d' « affichage dynamique »**.

D'ailleurs, les estimations de Forrester sont encore plus impressionnantes. D'après une de leurs études : « **90% des magasins en Amérique du Nord, devraient être équipés de solutions d'Affichage dynamique d'ici 2011 !** ».

b. Quelques exemples concrets d'utilisation dans le Retail



La communication audiovisuelle va de plus en plus être à l'honneur dans la plupart des points de vente, le consommateur est en effet à l'ère du numérique et s'attend donc à avoir les mêmes supports que ceux utilisés dans sa sphère privée (internet, PDA etc.). On peut par exemple citer les cas suivants :

- **Dans les centres commerciaux** : des écrans sont stratégiquement positionnés pour inciter le consommateur à céder à la dernière promotion. Ou encore, ils servent à orienter les clients dans le dédale des linéaires. Enfin, ils peuvent être 'informatifs' aux abords des caisses : dans les grandes agglomérations, un écran pointant sur un flux RSS de type 'info traffic' peut inciter à passer plus de temps dans les galeries marchandes, plutôt que de rentrer directement dans les embouteillages !
- **Dans les magasins de luxe** : pour renforcer une image « haut de gamme », des écrans haute résolution, des murs d'image peuvent différencier encore plus l' « expérience client »
- **Dans les concessions automobiles** : l'affichage dynamique arrive ici à point nommé, pour animer les agences, géographiquement distribuées en France, pour 3 raisons principales :
 - 1) parce que les marques automobiles cherchent à atteindre directement les clients finaux, au travers de leurs réseaux d'agences. Des écrans d'affichage dynamiques, centralement pilotés par la marque, leur permettent ainsi d'accéder au client final.
 - 2) parce que cette gestion centralisée leur permet d'homogénéiser leur communication, entre tous leurs concessionnaires.
 - 3) Enfin, parce qu'il apporte un support supplémentaire et utile à leurs agences : des plages horaires peuvent être aménagées pour que chaque concessionnaire s'approprie ce nouveau média, pour diffuser par exemple des promotions sur les dernières voitures d'occasion disponibles... ou encore avoir accès à un contenu « en direct » provenant du dernier salon de l'automobile ?
- **Dans les pharmacies** : a contrario des 'points de vente' classiques, les linéaires ne sont que peu animés. Les écrans d'affichage dynamique représentent alors une occasion rêvée, pour

dynamiser ces environnements... tout en rajoutant une forte dose d'information. Quand on traite de la santé, cela pourrait avoir du sens que lorsque qu'un client se saisit d'un médicament une intégration RFID (déjà prototypée avec Cisco DMS) modifie automatiquement le contenu de l'écran à proximité, pour y retranscrire les contraintes & posologies médicales associées !

- **Dans les magasins d'outillage, d'ameublement, etc.** : les écrans LCD peuvent facilement être mis à contribution, en tant que dictateurs : de courtes vidéos, montrent en image comment s'y prendre pour confectionner tel ou tel meuble.
- **Dans les restaurants** : très facilement, les écrans LCD peuvent mettre en valeur le « plat du jour » par exemple.
- **Dans les magasins Hi-Tech** : Des affichages dynamiques « modernes » (projection directement sur des vitrines ou en messages holographiques) en rajoutant différents modes d'interactivité, s'intègrent naturellement à l'ambiance technologique de ces points de vente.

Nous nous arrêterons ici, car les exemples d'utilisation sont légions. Sachant qu'un des endroits les plus propices à l'affichage dynamique dans le retail reste peut-être les galeries marchandes situées dans les aéroports. Le caractère dynamique de la solution, permet aisément d'adapter le contenu promotionnel aux 2 segments de clientèle : professionnels en semaines et tout public, les Week End ou en périodes de vacances.

Sachant que pour le public professionnel, la combinaison est idéale : parfois stressés de prendre l'avion (et donc enclin à dépenser), contraints par le temps (rare moment pour acheter) et avec un fort pouvoir d'achat, ce public est plus en proie à céder aux messages adéquatement diffusés sur les écrans LCD...

2. Cisco DMS dans le Retail ? Mais sur quelle base de ROI ?

Pour chacun des cas d'utilisation mentionnés plus haut, des éléments tangibles financiers pour supporter un 'business model' en particulier peuvent être détaillés. Mais pour faire simple, la plupart des calculs de ROI s'articuleront autour de 3 axes, à nuancer en fonction des projets :

1. Optimisation des coûts

- a. Gain de temps: les posters (papier) plus traditionnels, prennent beaucoup plus de temps à déployer (création, impression, transport, stockage, affichage sur les murs, etc.)
- b. Réduction de la consommation papier ! Il n'est malheureusement pas rare de voir plus de 50% de gaspillage des posters et autres brochures papiers, qui finissent sans jamais avoir servi dans des salles de stockage. Sans même parler des erreurs d'imprimerie et reproduction papier

2. Amélioration de la satisfaction client

- a. Différentiation, création d'une nouvelle ambiance, meilleure communication (informations plus pertinentes, diffusées au bon moment)
- b. Qui peut facilement se répandre par le « bouche à oreille »

3. Création de nouveaux revenus

- a. Augmentation des ventes
- b. Revenu additionnel généré par du contenu publicitaire

Dans le secteur de la distribution, c'est sans doute ce 3ème point, qui va jouer un rôle considérable, comme nous pouvons le constater à travers 2 références publiques CISCO DMS

a. Génération de revenu : augmentation des ventes

Norsk Tipping (Loterie Norvégienne) est un incroyable cas-client.

Jugez par vous-même : plus de 4000 écrans dans leurs points de ventes peuvent maintenant être facilement et rapidement mis à jour, en poussant à travers le réseau, tous les résultats journaliers du loto et autres messages associés au Jeu, sur des écrans LCD.

Grâce à Cisco DMS (intégrée au réseau) : une mise à jour plus rapide des informations, une réduction des impressions papiers et une augmentation du chiffre de vente ont été atteinte.

Par un ciblage exceptionnel de leur public (segment prioritaire étant les « joueurs intermittents » qui doivent être convertis en joueurs « plus régulier » au travers de campagne (nouveaux jeux, nouveaux gros lots, etc.) ponctuelles et variant selon les zones géographiques

On rappellera ici, la statistique clé du monde de l'affichage dynamique, qui veut que « **75% des actes d'achat soient déclenchés ... sur le lieu de vente** ». D'où l'intérêt évident de communiquer judicieusement... sur le lieu de vente, lui-même.



b. Génération de revenu additionnel, par diffusion de messages publicitaires

Stars Centre (Egypte) est un nouveau centre commercial moderne, à Heliopolis.

Environ 500 écrans plats sont maintenant alimentés en contenu dynamique par la solution Cisco DMS, dans le but principal de distraire et d'attirer les clients des magasins.

Les principaux bénéfices sont:

- Pouvoir diffuser du contenu à haute valeur ajoutée (extraits de films, publicité...)
- Augmenter les ventes
- Créer du revenu additionnel, lié aux films publicitaires.

Globalement, une étude très conservatrice a estimé un 'Retour sur Investissement' en moins de 2 ans.

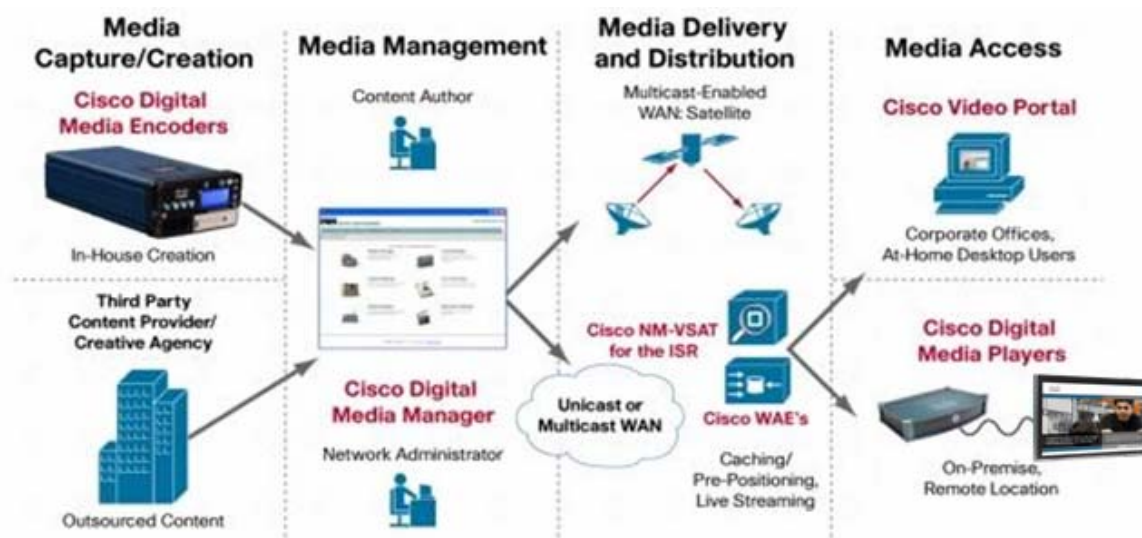


3. Pourquoi Cisco DMS ?

Les bénéfices de la solution Cisco DMS ont encore une fois été rappelés dans l'édition de Novembre '07 de CiscoMag.

On peut toutefois rappeler quelques bénéfices principaux:

- Un fort investissement – de la part de Cisco puisqu'elle s'inscrit pleinement dans la stratégie « Vidéo » de Cisco,
- Une Suite applicative, qui va déjà au-delà de l'affichage dynamique puisque complétée par le « Portail Vidéo » (ou vidéo jusqu'au poste de travail, classiquement utilisée pour des besoins de communication institutionnelle ou e-Learning),
- Une plateforme de gestion centralisée & commune pour toute la suite Cisco DMS,
- Un « player » de type 'appliance' (et non PC), connecté derrière les écrans, et adressables à travers le réseau IP.



Spécifiquement, dans le secteur de la distribution, nos clients Cisco DMS nous demandent plus particulièrement :

a. Une offre d'affichage dynamique qui prenne aussi en compte un « contenu » adapté

Rien de pire par exemple, que ces magasins qui disposent de contenus « en boucle » avec une promotion St. Valentin, encore active au mois de Mars et dans un environnement audio bruyant !

Pour répondre à ce besoin, Cisco a lancé « l'académie de l'affichage dynamique » en Europe et en Amérique du Nord. **Son rôle est d'animer une communauté d'experts en création de contenus et de pouvoir ainsi qualifier, sur la solution Cisco DMS, les meilleures Agences de Communication/Création de contenu Européens.**

En France, nous travaillons par exemple avec l'agence de communication Dagobert et la société BlueFox (fourniture de contenus de base), toutes deux spécialisées sur ce nouveau media qu'est l'affichage dynamique.

Plus d'informations sur cette académie et notre écosystème, sur :

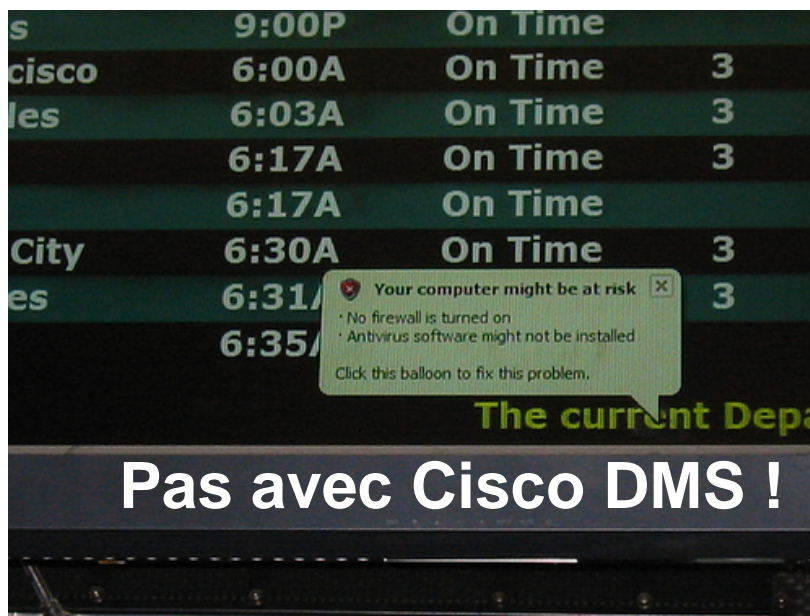
http://newsroom.cisco.com/dlls/2008/prod_022708.html

La gestion de l'audio est aussi souvent demandée, dans la distribution ! Une des particularités de la solution Cisco DMS est que, toujours de manière centralisée, l'audio peut aussi être gérée pour chacun des Cisco players (DMP) : par exemple, certains de nos clients décident d'envoyer un

faible volume sonore, le matin pour une ambiance plus feutrée... et l'augmentent plus tard dans la journée, lors des pics d'affluence.

b. Une offre d' « affichage dynamique » robuste et « discrète »

Ici, rien de pire, qu'une solution à base de PC... qui non seulement, risque la panne et donc un « bel » écran bleu, affiché aux yeux de tous, comme c'est le cas ci-dessous. Et qui plus est, est difficile à intégrer dans l'environnement du magasin du fait de l'encombrement inhérent au PC.



La solution Cisco DMS, elle, s'appuie sur un « player » (DMP : Digital Media Player) de type Appliance, dont le Hardware et le logiciel sont maîtrisés par Cisco, permettant ainsi d'avoir une solution robuste !

Le DMP est un composant intégré à la suite Cisco DMS, extrêmement robuste, basé sur un O.S. Linux, adressable en IP et dont la fonction principale est d'afficher/ diffuser du contenu riche (ex. : vidéo à la demande, diffusion en direct HD, animations flash, graphiques, bannières de texte (ou 'ticker') et autres pages Web) au travers des réseaux d'affichages dynamiques.



En résumé, les principaux bénéfices de ce DMP, sont:

- Support de MPEG 1/2/4 en SD et HD, graphiques, contenu web, texte (bannières/tickers)
- Discret et de faible encombrement : 7.5" x 5" x 1.5" pour environ 500g.
- Facile à installer et à fixer
- Pilotage à distance des écrans auxquels il est rattaché (on/off, volume, contraste, luminosité)
- Adressable et mise à jour, par réseau IP
- Sécurisé : composants endurcis
- Stockage local (2Gb), haute disponibilité et back-up de secours

- Faible consommation (Puissance),
- Silencieux (pas de ventilateur)
- Plus forte robustesse de l'industrie : 12 ans (MTBF : Mean Time Between Failure)

c. Une solution déployable à large échelle

Beaucoup de nos clients dans le secteur de la distribution ont un grand nombre de magasins distribués géographiquement. La solution Cisco DMS, accompagnée de l'option Cisco ACNS (Application Content Network Services) correspond à cette attente.

En effet, ACNS permettra de pré-positionner du contenu, de le « cacher » dans des boîtiers dédiés ou encore intégrés à des routeurs Cisco, afin d'éviter l'engorgement en terme de bande passante.

d. Et le marché répond positivement à la solution Cisco DMS !

En un peu plus d'1 an sur le marché, **Cisco DMS témoigne déjà de plus de 450 clients dans le monde. Il s'agit en fait de la plus rapide progression au sein des nouvelles entités Cisco, comme le confirme cet article de presse :**

<http://www.digitalsignagetoday.com/article.php?id=19186&na=1>

Et la solution **Cisco DMS est depuis peu, classée numéro 1 en Europe !** Si l'on s'en réfère au classement du DailyDooh (Dooh : Digital Out of Home)

<http://www.dailydooh.com/archives/720>



Our Top 10 Digital Signage Vendors Part 1

For the past 3 months we have been looking in some detail at the various Digital Signage vendors - the folks doing the hardware, software and content management systems in the digital out of home space and we have put together our top 10, as below, based on various criteria detailed later in this post...

1. Cisco
2. EnQii
3. Broadsign
4. C-nario
5. YCD
6. ScreenRed
7. Scala
8. Remotemedia
9. TELentice
10. Stratacache

C'est un très beau résultat,

Les critères de ce classement, effectivement, confirment les directions stratégiques prises par Cisco DMS :

- Une solution déployable, à travers le monde,
- Une solution de bout en bout, et non un assemblage d'éléments de différents fournisseurs,
- Une équipe R&D conséquente et dédiée,
- Des 'players' de type 'appliance' plutôt que PC,
- Privilégier un OS linux plutôt que Windows,
- Une offre qui puisse être hébergée,
- Une roadmap solide d'innovation,
- Une stabilité financière de la société (clé, dans un marché encore très fragmenté),
- Des références clients : à la fois de petite dimension, comme avec des milliers d'écrans.

Cisco DMS , site web public (Datasheets produit, brochures, manuels d'utilisation, etc.)

<http://www.cisco.com/go/dms>



Contactez-nous :

www.cisco.fr

0800 907 375

Siège social Mondial

Cisco Systems, Inc.
170 West Tasman Drive
San Jose, CA 95134-1706
Etats-Unis

www.cisco.com

Tél. : 408 526-4000
800 553 NETS (6387)
Fax : 408 526-4100

Siège social France

Cisco Systems France
11 rue Camille Desmoulins
92782 Issy Les Moulineaux
Cedex 9
France

www.cisco.fr

Tél. : 33 1 58 04 6000
Fax : 33 1 58 04 6100

Siège social Amérique

Cisco Systems, Inc.
170 West Tasman Drive
San Jose, CA 95134-1706
Etats-Unis

www.cisco.com

Tél. : 408 526-7660
Fax : 408 527-0883

Siège social Asie Pacifique

Cisco Systems, Inc.
Capital Tower
168 Robinson Road
#22-01 to #29-01
Singapour 068912

www.cisco.com

Tél. : +65 317 7777
Fax : +65 317 7799

Cisco Systems possède plus de 200 bureaux dans les pays et les régions suivantes. Vous trouverez les adresses, les numéros de téléphone et de télécopie à l'adresse suivante :

www.cisco.com/go/offices

Afrique du Sud • Allemagne • Arabie saoudite • Argentine • Australie • Autriche • Belgique • Brésil • Bulgarie • Canada • Chili • Colombie • Corée • Costa Rica • Croatie • Danemark • Dubaï, Emirats arabes unis • Ecosse • Espagne • Etats-Unis • Finlande • France Grèce • Hong Kong SAR Hongrie • Inde • Indonésie • Irlande • Israël • Italie • Japon • Luxembourg • Malaisie • Mexique • Nouvelle Zélande • Norvège • Pays-Bas • Pérou Philippines • Pologne • Portugal • Porto Rico • République tchèque • Roumanie • Royaume-Uni • République populaire de Chine • Russie Singapour • Slovaquie • Slovénie • Suède • Suisse • Taiwan • Thaïlande • Turquie • Ukraine • Venezuela • Vietnam • Zimbabwe



Copyright © 2008 Cisco Systems, Inc. Tous droits réservés. CCSP, CCVP, le logo Cisco Square Bridge, Follow Me Browsing et StackWise sont des marques de Cisco Systems, Inc. ; Changing the Way We Work, Live, Play, and Learn, et iQuick Study sont des marques de service de Cisco Systems, Inc. ; et Access Registrar, Aironet, ASIST, BPX, Catalyst, CCDA, CCDP, CCIE, CCIP, CCNA, CCNP, Cisco, le logo Cisco Certified Internetwork Expert, Cisco IOS, Cisco Press, Cisco Systems, Cisco Systems Capital, le logo Cisco Systems, Cisco Unity, Empowering the Internet Generation, Enterprise/Solver, EtherChannel, EtherFast, EtherSwitch, Fast Step, FormShare, GigaDrive, GigaStack, HomeLink, Internet Quotient, IOS, IP/TV, iQ Expertise, le logo iQ, iQ Net Readiness Scorecard, LightStream, Linksys, MeetingPlace, MGX, le logo Networkers, Networking Academy, Network Registrar, Packet, PIX, Post-Routing, Pre-Routing, ProConnect, RateMUX, ScriptShare, SlideCast, SMARTnet, StrataView Plus, TeleRouter, The Fastest Way to Increase Your Internet Quotient et TransPath sont des marques déposées de Cisco Systems, Inc. et/ou de ses filiales aux États-Unis et dans d'autres pays.

Toutes les autres marques mentionnées dans ce document ou sur le site Web appartiennent à leurs propriétaires respectifs. L'emploi du mot partenaire n'implique pas nécessairement une relation de partenariat entre Cisco et une autre société. (0502R) 205534.E_ETMG_JD_04/08