

## Depuis 2007, TC Group Solutions est l'expert en BIG DATA et Retail Intelligence®

*Fondée en 2007, TC Group Solutions est un référent dans le développement de tous types de solutions pour collecter, stocker, traiter et analyser le BIG DATA qui entoure et interagit avec les établissements commerciaux.*

### **Un groupe solide orienté vers le service**

L'objectif de TC Group Solutions est d'offrir un service global à ses clients à travers un large éventail de solutions de BIG DATA et Retail Intelligence®, adaptées et personnalisées aux besoins de chaque client.

Les entreprises ont besoin d'affiner leurs connaissances des comportements des consommateurs au sein des points de vente et ainsi trouver des leviers efficaces pour augmenter la rentabilité, l'efficacité commerciale et le service client tout en identifiant de nouvelles opportunités d'affaires.

Pour aider les entreprises à relever ce défi, TC Group Solutions a développé un large panel de solutions de Retail Intelligence® permettant de qualifier le trafic extérieur et flux internes; l'identification des zones chaudes, les fréquences de visites, la segmentation et la satisfaction des clients. Grâce au software de BIG DATA TC Analytics, il est possible d'analyser toutes ces données et les croiser avec des variables propres à chaque point de vente et d'analyser et d'optimiser sa performance.

### **L'ambition TC Group Solutions**

Être l'entreprise de référence globale dans le BIG DATA et le Retail Intelligence®. Pour y parvenir, TC Group Solutions travaille en continu avec ses clients tout en développant pour eux des solutions précises et fiables afin d'augmenter la rentabilité de leurs points de vente.

### **Histoire**

TC Group Solutions démarre son activité à Barcelone, en tant que T-Cuento Solutions en 2007 et initie ses activités en développant un software et des applications technologiques pour les établissements commerciaux, principalement des systèmes de surveillance et des senseurs compteurs de personnes.

Durant cette première période, l'entreprise introduit ses produits dans le secteur du retail et affirme son positionnement dans le marché grâce à la confiance de clients tels que Vanity Fair, Camper ou encore Custo Barcelona.

Trois ans plus tard, T-Cuento rejoint le Groupe Abantia, Groupe international d'ingénierie appliquée avec plus de 60 ans d'expérience, qui apporte à l'entreprise les capacités techniques et les ressources nécessaires pour offrir un service à de nouveaux clients, comme les réseaux de boutiques de téléphonie mobile France Telecom et Vodafone représentant plus de 2.000 points de vente.

En 2010, T-Cuento Solutions est rebaptisé Abantia T-Cuento. La société est désormais détenue à 40% par son fondateur, à travers T-Cuento Soluciones S.L., et 60% appartient au Groupe Abantia.

En 2012, **avec plus de 4.000 points de vente installés, T-Cuento devient leader de son secteur en Espagne** et entreprend un processus de consolidation de sa croissance à travers quatre axes :

- 1) L'innovation technologique en incorporant de nouvelles fonctionnalités dans le software de gestion et l'application de nouvelles solutions de hardware.
- 2) La qualité du service client, à travers le développement de nouveaux outils de contrôle du système et l'embauche de plus de personnel ,
- 3) L'augmentation et l'atomisation du portfolio de clients en démarchant de nouvelles marques et de nouveaux secteurs.
- 4) Le développement international, en ouvrant de nouveaux marchés tels que la France, l'Amérique Latine ou le Maroc. Un bureau à Paris est notamment ouvert afin d'être au plus près des clients.

En novembre 2014, afin de renforcer son programme d'internationalisation, T-Cuento réorganise son actionariat en vendant la participation du Groupe Abantia à des nouveaux investisseurs.

***La nouvelle T-Cuento, est rebaptisée TC Group Solutions.***

### ***Véritable vocation internationale***

Après son entrée à Paris, TC Group Solutions continue son expansion européenne en Italie avec la création d'une nouvelle société, T-Cuento Italia, détenue à 70% par TC Group Solutions et 30% par Venticento Srl., société italienne spécialisée dans le développement de CRM pour les entreprises de retail, avec des bureaux à Milan et à New York.

En 2016 TC Group Solutions s'attaque au marché latino-américain à travers la Colombie avec la création de l'entreprise Data Retail basée à Bogota. Data Retail est issue d'une joint-venture créée conjointement avec le groupe de technologie Viatek avec qui TC Group collabore depuis sa création en Espagne. Data Retail distribue les solutions Big Data et Retail Intelligence® de TC Group et de nouveaux produits et services de marketing olfactif, *digital signage* et audiomarketing, visant à améliorer l'efficacité commerciale.

En 2016, dans le cadre des plans de croissance et d'expansion de la société, TC Group Solutions continue à investir de nouveaux marchés internationaux, grâce à la distribution mondiale de ses produits à travers un réseau de centres logistiques qui fonctionnent comme des *Hubs* de distribution, en desservant le monde entier. À Paris pour centraliser

l'activité commerciale européenne, à Barcelone pour la gestion des ventes dans le reste du monde et au Maroc à travers de distributeurs exclusifs qui desservent toute l'Afrique du Nord. De récentes négociations permettent d'envisager de couvrir l'Asie et le Moyen-Orient.

*Aujourd'hui, TC Group Solutions est présent dans plus de 25 pays répartis sur 4 continents et dispose d'un parc de plus de 10 000 senseurs installés, directement ou à travers des distributeurs exclusifs et de confiance.*



---

*Counting for Retail Intelligence*

## TC Analytics, l'outil de Big Data pour le retailer

*TC Analytics est un software de gestion Big Data qui permet la combinaison de données de comportement clients, issues des différentes solutions de Retail Intelligence® installées dans le point de vente (lecteurs de trafic extérieur, senseurs In&Out, caméras de reconnaissance faciale, récepteurs wi-fi, beacons, etc.) avec d'autres données issues de l'activité commerciale (tickets, ventes, choix, stock, staff, campagnes et promotions...), pour offrir un tableau de bord intégral.*

### Nouveaux modules et KPIs

Cet outil évolutif, adaptable et personnalisable aux attentes de chaque client, permet aux retailers la gestion de nouveaux KPIs plus précis, à travers les modules suivants :

- 1) Trafic piéton extérieur  
 Clients potentiels qui passent devant le point de vente et par tranches horaires. Ce KPI est très important car il contribue à sélectionner le meilleur emplacement pour un établissement, et de connaître le coût par client potentiel (CCP).
- 2) Coût par Client Potentiel (CCP)  
 Résultat de la combinaison du nombre de clients potentiels qui passent tous les mois devant un emplacement avec le coût du loyer du local.
- 3) Entrées  
 Visites journalières du point de vente, distribuées par tranches horaires.
- 4) Fréquence des visites  
 Visiteurs qui sont déjà entrés auparavant dans un point de vente ou dans tout autres point de vente du réseau, et fréquence de répétition.
- 5) Taux d'attractivité  
 Pourcentage de clients potentiels qui sont entrés dans le point de vente.
- 6) Taux de transformation en ventes  
 Pourcentage de visites qui ont effectué un achat.
- 7) Fréquence de visites  
 Pourcentage des visites répétées versus les nouvelles entrées de clients.
- 8) Taux de satisfaction  
 Indice de satisfaction des clients dans le point de vente, calculé à partir de valorisations de leurs expériences d'achat.
- 9) Occupation et temps de séjour moyen  
 Visiteurs qui se trouvent dans le point de vente et leurs temps moyen de séjour à tout moment. Ces KPIs sont primordiaux pour planifier les emplois du temps du personnel et calculer le *staff optimum*.
- 10) Staff Optimum  
 Indiqué pour les magasins avec des emplois du temps complexes de personnel et / ou flexibles, TC Analytics calcule le *staff optimum*

nécessaire pour chaque point de vente sur chaque période de temps.

11) Segmentation de clients

Pourcentage d'hommes et femmes, tranche d'âge et temps de permanence des personnes face à des vitrines, expositeurs et PLV, linéaires ou promotions ponctuelles des points de vente selon les KPIs sélectionnés afin de connaître son potentiel maximum, tout en analysant les points forts et faibles pour identifier les leviers d'améliorations.

12) Zones chaudes

Très utilisé pour les grandes surfaces, il s'agit d'analyser le comportement des flux de clients à l'intérieur du point de vente, détecter les tendances de parcours, les zones froides et les zones chaudes.

13) Ranking

Préconisé pour les chaînes de magasins, propres ou franchisés, ce module permet de comparer tous les points de vente selon les KPIs sélectionnés dans un classement global, pour connaître leur potentiel.

14) Prévisions

Vision prédictive des visites et des ventes, en croisant les données historiques du magasin, l'évolution des flux piétons (*Index Trafic*) et les prévisions météorologiques.

## TC Street, l'outil clé pour le développement

*TC-Street est une solution de comptabilité du trafic piéton permettant de connaître et d'analyser les statistiques temporelles du flux piéton dans une rue ou un emplacement concret de manière précise, 24/24 et par tranches horaires.*

L'évaluation du trafic piéton aide à identifier les avantages et/ou les risques d'un emplacement spécifique par rapport au nombre de clients potentiels qui passent devant un emplacement, et évaluer de nouveaux critères de taxation.

Cette information permet de décider l'emplacement du magasin et de concentrer l'effort publicitaire aux heures et aux jours de la semaine les plus intéressants.

TC Street est né de la volonté de mettre à disposition des retailers, propriétaires de locaux, agents immobiliers commerciaux, associations de commerçants, consultants, des données quantitatives sur le comportement du trafic piéton des rues et zones commerciales.

Les senseurs sont composés d'une cellule qui compte les piétons qui circulent sur le trottoir à une distance réglable jusqu'à 5 mètres, sans être affectée par la lumière solaire, l'augmentation ou la diminution de la luminosité extérieure, les changements de température ou la climatologie.

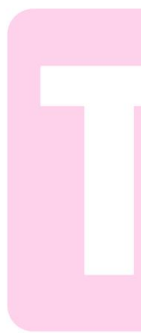
Le comptage peut s'effectuer de façon continue (senseurs fixes) ou de façon ponctuelle (senseurs mobiles), selon les besoins des clients.

*"TC Group Solutions a développé le premier et le seul indice de référence sur l'évolution du trafic piéton des rues commerciales, le Traffic Index."*

Ce nouvel outil de mesure, à la disposition du grand public à travers la plateforme d'e-Commerce [www.tc-street.com](http://www.tc-street.com), permet de qualifier la fréquentation des rues, tout en marquant un nouveau critère à considérer dans la taxation des locaux commerciaux : le Coût par Client Potentiel (CCP).

*"www.tc-street.com est né en Espagne en mai 2012 avec une base de 300 rues commerciales, et a représenté pour l'entreprise un investissement de plus de 400 000€"*

*"Actuellement il y a plus de 2 500 senseurs fixes installés dans les rues et les Centres Commerciaux des principales villes de la France, l'Espagne, Andorre, Belgique, Hollande, Allemagne, Italie, Portugal, Bulgarie, EEUU, Colombie, Panama et Maroc."*



Cou



*Piétons passant devant un senseur TC Street*

## Rapport BIG DATA sur le Comportement du Consommateur

*Le Rapport Big Data sur le Comportement du Consommateur, pionnier et unique en son genre, repose sur des millions de données collectées par plus de 10 000 senseurs que TC Group a installés dans les boutiques de plus de 20 pays du monde entier, combinés avec les millions de transactions qui s'effectuent tous les jours dans les points de vente et avec les données relatives au prix des loyers des locaux commerciaux.*

L'un des facteurs clés du succès, pour toute chaîne de distribution dans le monde, est d'identifier son public cible, comprendre ses comportements et ses préférences.

*magasin de 80m2 est en train de payer 3,5 centimes d'euros par client potentiel quand dans une autre rue, le magasin paye seulement 2,6 centimes d'euros.*

TC Group Solutions accompagne ses clients depuis 10 ans, en développant pour eux de nouvelles mesures et des indicateurs de performance pour les aider dans leur vie quotidienne, afin d'identifier les comportements de leurs consommateurs : dans quelles rues ils se déplacent, quels jours de la semaine et à quelles heures, ce qui les pousse à entrer dans un magasin ou ce qui les retient d'acheter quand ils sont à l'intérieur d'un magasin.

*Le BIG DATA offre d'infinies possibilités pour les retailers. Cependant, le défi repose sur la sélection des données non structurées pour obtenir une bonne analyse qui puisse garantir la prise de décision en temps réel.*

Ainsi est né le premier 'Rapport Big Data sur le Comportement du Consommateur 2015 en Espagne' qui nous a permis de savoir, par exemple, qu'en *Espagne, 35% des clients entrant dans un magasin réalisent un achat, ou que dans une rue X, un*



## Clients et études de cas

*Créée en 2007, TC Group Solutions est devenue une de référence dans son secteur et a obtenu la confiance de clients internationaux dans des secteurs variés du retail.*

TC Group Solutions s'est construite en proposant à ses clients des solutions fiables et sûres, nécessaires pour la prise de décisions et adaptées à chaque client.

Voilà pourquoi, depuis près d'une décennie, la société a gagné la confiance de clients de référence dans des secteurs aussi variés dans le prêt-à-porter (Diesel, G-Star, Nice Things, Adidas, Panama Jack, Miss Sixty, Custo Barcelona, Folli-Follie, Moschino, Lotusse, Superdry, Calvin Klein, Neck&Neck, New Balance, Scalpers, Agatha Paris, Jack&Jones, El Ganso, Unode50), les télécommunications (Vodafone, France Telecom, Portugal Telecom, Yoigo, Digicel), la restauration (Danone, Dunkin'Coffee, Nespresso, Costa Coffee, Compañía del Trópico, Eataly), les parfumeries (Kiehl's, Yves Rocher, NYX, L'Oréal), la décoration (Muy Mucho, La Chaise Longue, Roche-Bobois La Maison Coloniale, Home&Cook), l'optique (Alain Afflelou, Cottet, Sensee, L'Òptica Universitària), l'électronique (Sony, Ticnova), grandes surfaces de bricolage ou jardinage (Brico Dépôt, Fronda, Forum Sport, Trek, Crozatier), institutions publiques (Marchés Municipaux et Musées), etc.

Parmi les enseignes internationales, il est important de souligner les françaises Brico Dépôt et Jardiland, grandes surfaces de produits de bricolage et de jardinage qui distribuent leurs produits à travers un large réseau de points de vente repartis parmi tout le territoire

français, La Chaise Longue, qui compte une cinquantaine de points de vente qui propose des produits de décoration et des idées cadeaux, les pure players Sensee et Spartoo, et encore Padd, une chaîne dédiée au monde de l'équitation.

*“Dans le secteur des institutions et organismes publiques, les solutions TC Street, qualification de flux piétons, sont installées dans le centre de Paris à travers une de ses mairies, ainsi que sur l'avenue Carlemany qui est la rue commerciale et la plus transitée d'Andorre »*

Dans le secteur des centres commerciaux, TC Group offre ses services de comptage d'entrées et distribution des flux aux centres commerciaux de Pôle Sud (Nantes) et La Cerisaie (Fresnes).

TC Group Solutions est aussi partenaire d'enseignes du secteur du luxe, comme Simone Pérèle, l'italienne Moschino et la barcelonaise Santa Eulalia.

Finalement, TC Group Solutions accompagne ses clients espagnols dans leurs processus d'internationalisation avec les entreprises de prêt-à-porter telles que El Ganso, Nice Things, Neck&Neck ou Uno de 50, la chaîne de décoration Muy Mucho ou le magasin de jouets EurekaKids, toutes elles en plein processus de développement dans des pays tels que les EEUU, l'Allemagne, UK, Hollande, Belgique et Italie.

