

Plus de 11 ans d'expérience dans le Retail Intelligence® et le BIG DATA.

Fondée en 2007, TC Group Solutions est un référent dans le développement 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 des solutions de Retail Intelligence® et aider les enseignes à trouver des leviers efficaces pour augmenter la rentabilité, l'efficacité commerciale et le service client tout en identifiant de nouvelles opportunités de vente.

Avec une expérience de plus de 10 ans dans le secteur Big Data et du Retail Intelligence en développant des indicateurs de performance pour le monde physique, TC Group Solutions a développé une offre de solutions pour connaître le comportement du consommateur et savoir ce qui se passe à l'intérieur des points de vente : comptage du trafic extérieur et des entrées dans le magasin, identification du parcours client et des zones chaudes, répétition et fréquence des visites, segmentation des clients, etc...

Le software TC Analytics, permet d'analyser toutes ces données, obtenir le taux d'attraction, le taux de conversion, le taux de répétition, le coût par client potentiel et bien d'autres KPI afin d'optimiser la performance des points de vente.

L'ambition TC Group Solutions

La mission de TC Group Solutions est de travailler en continue avec ses clients, en développant pour eux les solutions précises et fiables afin de maximiser le potentiel et d'augmenter la rentabilité de ses points de vente.

La vision, est d'être l'entreprise de référence en Big Data et en Retail Intelligence, dans le comptage des flux piétons pour les points de vente physiques.

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 ou Camper.

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 France Telecom (actuellement Orange) et Vodafone représentant plus de 2.000 points de vente.

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 et un service client proactif.
- 3) L'augmentation du portfolio de clients en démarchant de nouvelles marques et de nouveaux secteurs.
- 4) Le développement international, en ouvrant de nouveaux marchés en Europe et notamment la France. Un bureau à Paris est ouvert afin d'être au plus près des clients.

En novembre 2014, afin de renforcer son programme d'internationalisation, T-Cuento réorganise son actionariat et change son nom. 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.

Après avoir eu la certification OWASP Top 10, qui garantit la protection maximale des données des clients, ainsi que la collecte de celles-ci, en conformité avec la législation en vigueur, TC Group Solutions gagne son client le plus international : L'Oréal Paris.

En même temps, l'entreprise augmente sa présence internationale : EEUU, Canada, Allemagne, Pays Bas, Belgique, Croatie, Bulgarie, Royaume-Uni, Portugal. En 2018, TC Group Solutions est présent à l'internationale dans 40 pays.

Aujourd'hui, TC Group Solutions est présent dans plus de 40 pays répartis sur 4 continents et dispose de plus de 20 000 senseurs installés.

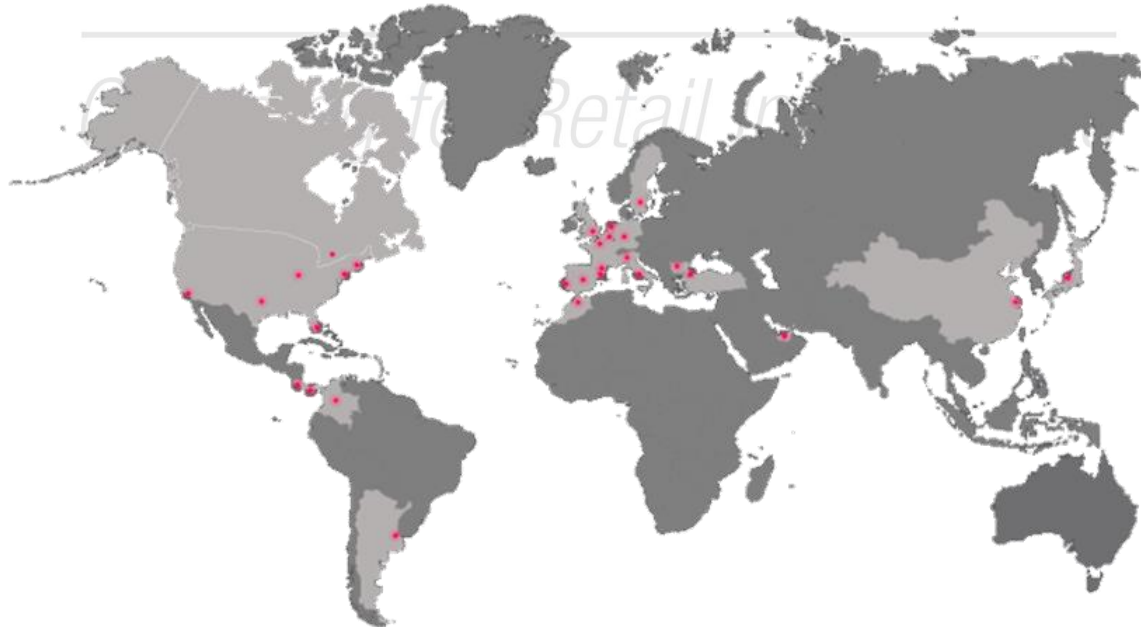
Clients et études de cas

TC Group Solutions est devenue une référence dans son secteur et a obtenu la confiance des clients dans des domaines 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, RocheBobois 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.





TC Analytics, l'outil 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 comptage 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.

Les outils de Retail Intelligence de TC Group Solutions permettent de comparer les indicateurs des enseignes (espaces, prix, staff, promotions, ventes, stock) avec des données du comportement de leurs clients, comme la quantité de personnes qui passent par devant les points de vente, les entrées, le taux de répétition et la fréquence des visites, la segmentation y la fidélisation des clients, le temps de séjour, affluence, zones chaudes, etc., pour identifier les opportunités de vente et augmenter la rentabilité.

“Tous ces indicateurs peuvent être mesurés grâce au software TC Analytics, un outil Big Data qui offre un tableau de bord intégral.”

Nouveaux modules et KPIs

Cet outil adaptable et personnalisable aux attentes de chaque client, permet aux retailers la gestion de 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'attraction

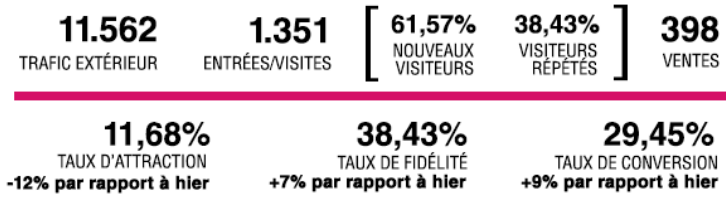
Pourcentage de clients potentiels qui rentrent dans le point de vente.

6) Taux de conversion

Pourcentage des visites qui réalisent des achats.

7) Taux de fidélisation

Pourcentage de visiteurs qui reviennent dans le point de vente par rapport aux nouvelles entrées de clients.



38,43%
VISITEURS RÉPÉTÉS

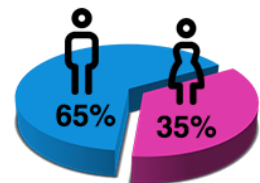
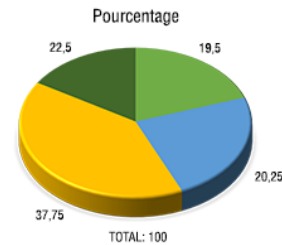
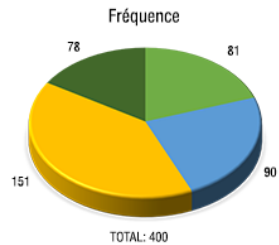
28% basse fréquence de répétition
 56% moyenne fréquence de répétition
 16% haute fréquence de répétition



19 min
 TEMPS MOYEN DE SÉJOUR
 +14% par rapport à la semaine dernière



83% SCORE
 AUDIT DU MAGASIN
 +5% par rapport à la semaine dernière



www.tc-analytics.com

8) Taux de satisfaction

Indice de satisfaction des clients dans le point de vente, calculé à partir de valorisations de leurs expériences d'achat.

ponctuelles des points de vente.

12) Zones chaudes

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

9) Occupation et temps moyen de séjour

Ces KPIs sont primordiaux pour planifier les emplois du temps du personnel et calculer le staff optimum.

13) Rankings

Ce module permet de comparer tous les points de vente selon les KPIs sélectionnés dans un classement global, pour connaître leur potentiel et quels sont les leviers d'amélioration de chaque point de vente.

10) Staff Optimum

Très utile pour les magasins avec des organisation d'horaires complexes, TC Analytics calcule le staff optimum nécessaire pour chaque point de vente sur chaque période de temps.

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.

11) Segmentation des clients

Pourcentage d'hommes et femmes, tranche d'âge et temps de séjour des piétons face aux vitrines, expositifs et PLV, linéaires ou promotions

TC Street, l'outil clé pour le développement

TC-Street est une solution de comptage du trafic piéton permettant de connaître et d'analyser les statistiques des flux piétons 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, comme le **Coût par Client Potentiel (CCP)**.

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, associations de commerçants, consultants, etc., des données quantitatives sur le comportement du trafic piéton des rues et zones commerciales.

TC Street offre un service interrompu du comptage 24/7, et qui identifie le nombre de clients potentiels qui passent devant un emplacement ou un point de vente physique, et qui facilite la prise de décision sur le lancement d'un nouveau produit, actions marketing ou l'ouverture de nouveaux emplacements commerciaux.

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.

Cet outil de mesure est à disposition à travers www.tcstreet.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), et considérant un Client Potentiel une personne qui passe juste devant de la vitrine du point de vente.

“www.tc-street.com est née en mai 2012 avec une base de 300 rues commerciales, et représenté pour l'entreprise un investissement de plus de 400 000€”

À partir des données compilées par les senseurs, TC Group Solutions a développé un indice de référence sur l'évolution du trafic piéton dans les rues commerçantes : le **Traffic Index**.

Le Traffic Index ou l'indicateur du trafic piéton commercial (ITPC) représente la variation interannuelle en pourcentage de la moyenne journalière du trafic piéton dans les rues des différentes villes dans un mois, en relation au même mois de l'année antérieure.

Cet indicateur, élaboré mensuellement, se fait grâce aux données obtenues par 10.000 senseurs TC Street installées dans les principales rues de 600 villes européennes.



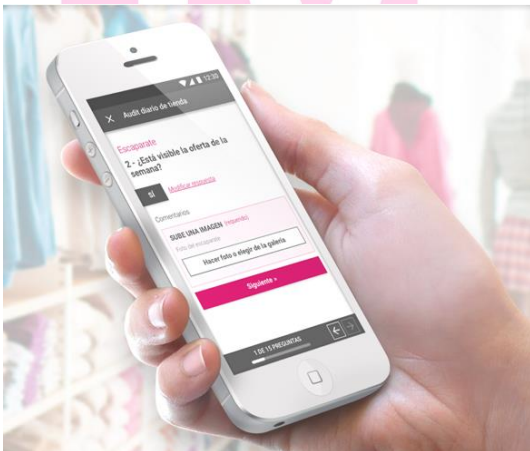
Piétons passant devant un senseur [TC Street](#)

TC Check, la dernière innovation en audits de magasins

TC Check est la nouvelle solution Software&APP pour faire les audits, contrôler et faire l'analyse de l'état des points de vente à tout moment.

En réalisant des audits de magasins on peut identifier et résoudre des inconsistances dans la présentation des produits, le merchandising visuel et la conformité de l'image de marque ; trouver des problèmes opérationnels dans le magasin ; créer ou implanter des nouveaux process dans le magasin ; développer une meilleure communication avec les managers et identifier les besoins de formation des équipes.

“Votre magasin toujours prêt pour optimiser les résultats au maximum”



C'est la devise du produit de TC Group Solutions, qui permet au manager d'une chaîne de magasins en propre ou franchise, contrôler en temps réel l'état général des magasins à travers des audits rapides et faciles, avec l'objectif de découvrir à tout moment où s'est perdue une opportunité de vente, s'il y a un problème opérationnel ou s'il y a un manque de stock, pour ainsi prendre les mesures correctives nécessaires et ainsi augmenter la rentabilité des points de vente.

[TC Check](#) permet de digitaliser les audits de magasin. N'importe quel profil (staff, manager de rayon, Mystery shopper...) peut répondre à un questionnaire sur son portable ou tablette, en ajoutant les images nécessaires. En même temps, le responsable peut accéder en temps réel à toutes les réponses, photos, statistiques, recevoir des alarmes et mettre en place les actions correctives nécessaires.

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 20.000 senseurs que TC Group Solutions a installés dans les boutiques de ses clients.

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.

que les retailers peuvent comparer ses propres données pour connaître s'ils sont en dessus ou en dessous de la moyenne de son secteur, de sa ville, ou même de la rue ou sont situés leurs points de vente.



“Cette étude à montre par exemple, qu'en moyenne, 35% des clients qui rentraient dans un magasin fessaient au moins un achat. Mais aussi l'étude a permis de savoir quels sont les rues en Espagne dans lesquels les retailers payent le plus par client potentiel : Pour une boutique de 80 m2 dans la Gran Vía à Madrid le Coût par Client Potentiel était de 3,5 centimes d'euro et à Paseo de Gracia à Barcelone de 2,6 centimes d'euro.”

Avec l'objectif de créer une étude de référence pour tous les retailers, TC Group Solutions développa en 2016 la première étude sur le comportement du consommateur dans le marché espagnol. Cette étude montre les données du trafic piéton, ainsi que le taux d'attraction et taux de conversion pour

Après trois éditions (2016, 2017 et 2018), TC Group Solutions publie au niveau européen le **European Footfall & CPC Report**. Cette nouvelle étude qu'en plus de connaître le comportement du consommateur, permet de connaître plus en détail quels ont été les flux piétons dans les rues commerçantes de 10 villes européennes tout au long de 2018. Cette étude identifie les flux piétons par mois, jours et heures de plus et moins affluence et le cout par client potentiel en fonction des prix des locaux commerciaux.