

ÉTUDE DE CAS

# AW LAB Stores

PROFIL AW LAB

**Fondée en 1997, Athletes World est la première entreprise italienne de vêtements de sport avec plus de 150 magasins.**

En 2011, après la réalisation d'une étude de marché sur les clients et la notoriété de la marque, Athletes World a vu la nécessité de repenser son identité de marque pour offrir une nouvelle image dans tous les magasins de sport, conformément à la mission de la marque "Your Urban Style Refresher". La nouvelle marque AW LAB est née en septembre 2011. Une nouvelle génération de magasins de vente au détail conçus comme des ateliers tendance de "style sportif urbain". Le nouveau nom est facile à retenir et le logo est une icône distincte et reconnaissable qui évoque la jeune génération et le monde numérique.

## La vision derrière la stratégie



La stratégie d'AW LAB est d'offrir une large sélection de produits uniques des grandes marques internationales de sport, de vêtements de sport à la mode et de sneakers. Les clients sont également satisfaits d'une équipe de vente experte qui leur apporte son aide et des conseils d'experts. La caractéristique principale du AW LAB est l'interaction avec le groupe de clients cibles.

*"Nous voulons établir une relation forte avec nos clients, en faisant de nos magasins un endroit passionnant à visiter"* **states Rocco Carena, AW LAB Marketing Manager.**



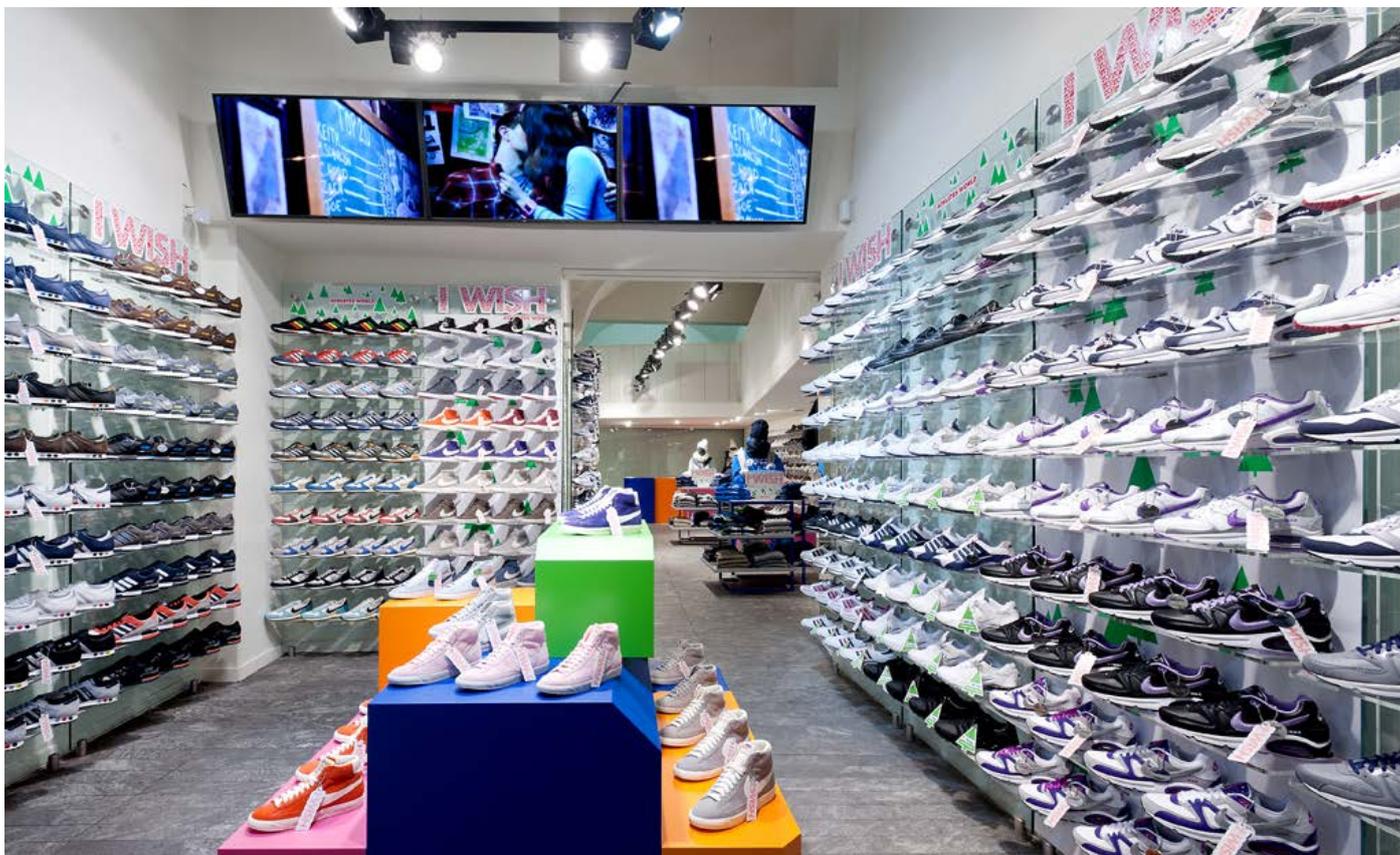
Les magasins de détail sont redessinés pour interpréter la nouvelle identité de la marque. Dans le nouvel aménagement, chaque élément trouve son origine dans le logo principal et les couleurs utilisées.

L'expérience client en magasin est pensée comme une expérience d'achat numérique, y compris dans le nouvel aménagement, l'affichage dynamique et la radio en magasin. Les premiers seront placés à la fois dans les vitrines et derrière les comptoirs. Ce dernier sera utilisé pour diffuser de la musique et fournir des informations sur les produits.

*"Ce changement s'explique par la nécessité de multiplier les moyens de communication pour atteindre nos clients (qui ont toujours des attentes élevées et sont habitués à toutes sortes de stimuli promotionnels). En utilisant des médias innovants, nous pouvons accroître la fidélité des clients, améliorer la communication avec eux et augmenter le nombre de ventes. La notoriété de notre marque a augmenté grâce à cela,"* explique **Rocco Carena**, AW LAB Marketing manager.



## La solution



AW LAB devait trouver un fournisseur disposant d'une technologie fiable et d'un service professionnel, capable de répondre à ses besoins en matière de communication. Après une évaluation comparative des principaux fournisseurs d'affichage dynamique, AW LAB a choisi M-Cube. L'entreprise a répondu aux exigences tant sur le plan technologique avec la plateforme d'affichage dynamique Scala que sur le plan du service offert. AW LAB connaissait déjà M-Cube en tant que fournisseur de services radio en magasin pour Bata, qui fait partie du même groupe qu'AW LAB. Elle a donc eu l'occasion d'apprécier son service de haut niveau.



## Digital Signage

M-Cube fournit les moniteurs d'affichage dynamique aux magasins et gère le contenu de l'ensemble du réseau. À ce jour, 75 magasins de détail AW LAB ont été rénovés. Dans le cadre du nouvel aménagement, les magasins ont été équipés d'un affichage dynamique en vitrine et d'une bannière derrière le comptoir.

## Content

L'objectif de Content AW LAB est d'utiliser la gamme de fonctionnalités de l'affichage dynamique pour augmenter ses capacités de communication avec les clients en magasin. Le contenu sur les écrans peut être mis à jour rapidement et partagé sur différents canaux. Le contenu, mis à jour chaque semaine dans tous les magasins, comprend : des vidéos de promotion des produits et des publicités télévisées des partenaires, des vidéos AW LAB, des événements en direct et des vidéos de style de vie pour soutenir les campagnes de marketing en magasin.

## In-Store Radio

Radio en magasin Grâce à la radio en magasin, le marketing de proximité est encore plus passionnant et captivant. La musique accompagne le client pendant qu'il se trouve dans le magasin, améliorant ainsi son expérience d'achat. En outre, il permet à AW LAB de communiquer de manière innovante avec les clients. La radio AW LAB représente la marque en donnant une image cohérente dans tous les magasins.

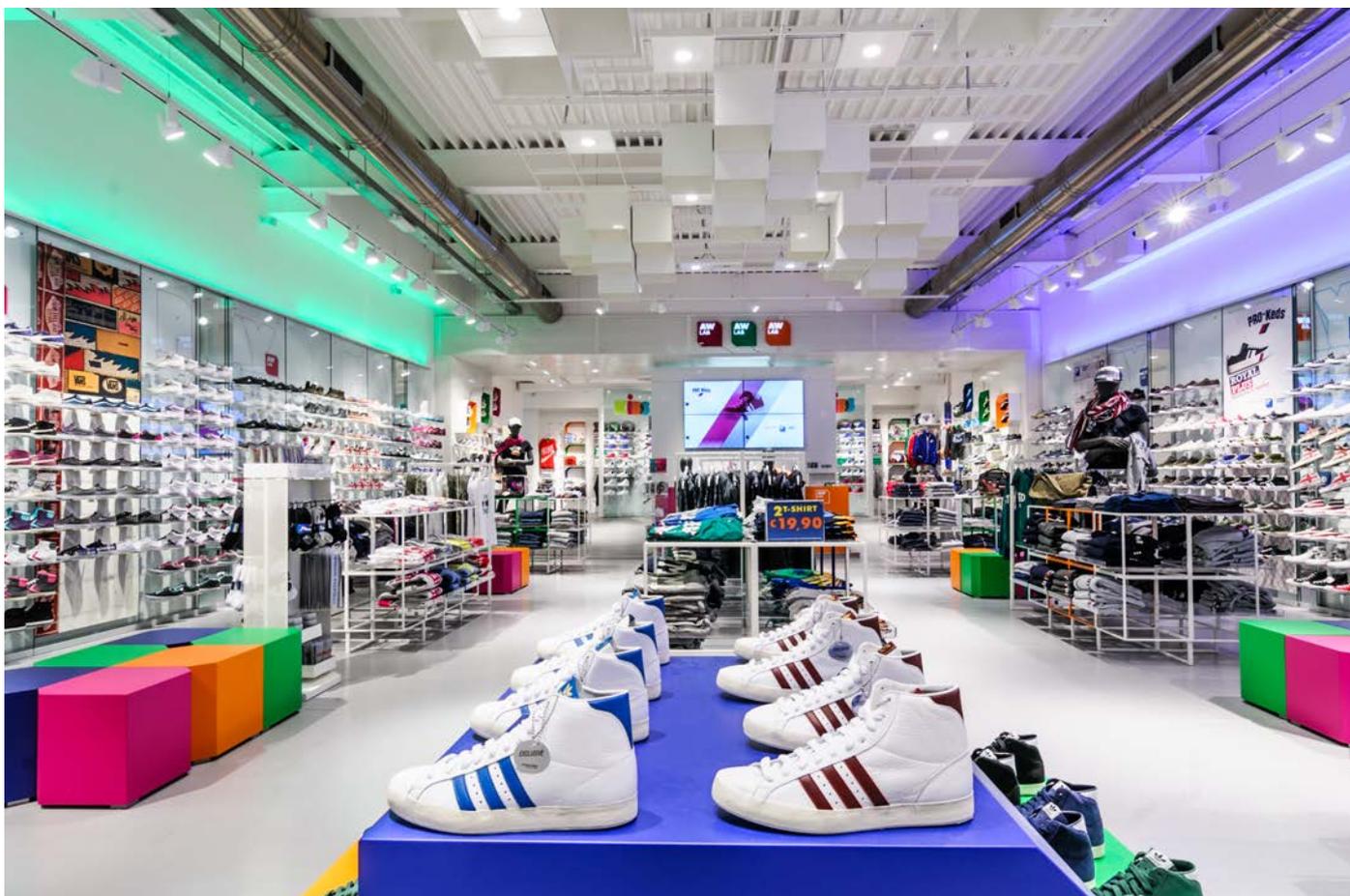
*"Les informations sont toujours mises à jour et données immédiatement. Grâce à l'unicité de ce dispositif, les messages et les promotions en cours peuvent être communiqués efficacement pour soutenir les activités en magasin"*, déclare **Rocco Carena, AW LAB Marketing manager**.

M-Cube propose un service complet de radio en magasin géré de manière centralisée par le département radio de M-Cube. Le programme du jour est diffusé dans les magasins de détail par le biais du lecteur M-Cube, un appareil audio de poche développé par la société. Le lecteur M-Cube reçoit des mises à jour quotidiennes via l'internet. Cependant, grâce à sa technologie "Store & Play", le programme quotidien est stocké sur une puce mémoire et reproduit sans dépendre d'une connexion internet – contrairement à un service de streaming.

Les concepteurs musicaux de M-Cube créent les programmes quotidiens à partir des instructions fournies par AW LAB. Ils créent les listes de lecture de musique et programment les heures de diffusion du programme quotidien, des publicités et des messages. Suite à une étude de marché, AW LAB a choisi les genres musicaux qui correspondent le mieux aux goûts de ses clients. Les listes de lecture sont fréquemment mises à jour en fonction des dernières tendances musicales. Le programme de la journée est varié, avec un mélange de musique aux différentes heures de la journée.



Selon Rocco Carena, " L'affichage dynamique a renforcé le marketing mix, en intégrant la communication en magasin avec des contenus multimédia. Il a un fort impact et attire l'œil du client, devenant ainsi le trait distinctif des magasins AW LAB. La radio en magasin rend le marketing de proximité encore plus attrayant et passionnant, en donnant une identité de marque forte à nos magasins à travers la musique."



## NOTRE ENTREPRISE

Notre mission consiste à créer des expériences digitales toujours plus captivantes dans les points de vente, en proposant des technologies et des contenus au service d'un commerce innovant et interactif dans les 105 pays où nous sommes présents.

Nous gérons la communication digitale en magasin pour plus de 400 marques, de l'ébauche des solutions à la création et au développement des contenus, de l'intégration des systèmes à leur installation dans les points de vente et à la gestion de l'ensemble des services.

### M-Cube France

215 Ave. Georges Clemenceau - 92000 Nanterre

### Storever Belgium | M-Cube Group

Boulevard International 55K - 1070 Brussels

salut@mcubeglobal.com

### [www.mcubeglobal.com](http://www.mcubeglobal.com)

Amsterdam • Brussels • Frankfurt • HongKong  
London • Madrid • Milan • Paris • Shanghai  
Toulouse • Trieste