

Magasins

ON EN PARLE

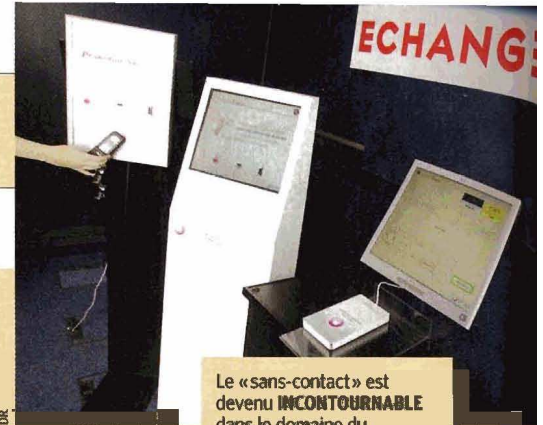


> LA VEILLE DE L'ÉCHANGEUR

La fidélisation à l'heure du sans-contact

La société Airtag a développé une plateforme NFC, « Near Field Communication », pour les applications dans le domaine de la relation client. La NFC, technologie dite « sans contact », permet d'établir une connexion sans fil entre une puce et un lecteur situé à moins de 10 cm. Le téléphone mobile intégrant la puce devient alors le support de services sans contact dématérialisés : paiement, coupons, billetterie, programme de fidélité, affiches interactives, objets communicants, publicité contextuelle. Le coût d'intégration de cette technologie dans les mobiles reste néanmoins encore relativement élevé pour un déploiement à plus grande échelle. De ce fait, pour pallier le manque d'équipement NFC sur les téléphones portables actuels tout en continuant à populariser les usages du sans-contact via mobile, la

technologie Bluetooth reste d'actualité. Des bornes Bluetooth de communication avec les téléphones mobiles sont actuellement développées. En effet, avec plus de 50 % du parc mobile mondial et près de 80 % de taux de pénétration en Europe occidentale, Bluetooth est devenue la seconde technologie sans fil après le GSM. En y ajoutant des fonctions de détection en champ très proche, il devient possible de déployer dès aujourd'hui des applications sans contact de type « NFC-Like ». C'est ce que propose la société Mobinear. Après avoir déclaré son profil sur la borne, l'utilisateur peut transférer son identité sur son mobile en l'approchant simplement de celle-ci, et accéder par la suite à des services personnalisés : carte de fidélité, coupons promotionnel, contenus multimédias, etc. **Y. P.**



Le « sans-contact » est devenu **INCONTOURNABLE** dans le domaine du paiement électronique, du transport et de la gestion de la relation client.

L'AVIS DE JEAN-YVES GRANGER, PRÉSIDENT DU FORUM DES SERVICES MOBILES SANS CONTACT



Il est évident que le téléphone mobile, devenu en moins de dix ans le média ayant dans le monde la plus forte pénétration, prépare une révolution dans la manière de gérer la communication et la relation client ; ces deux exemples témoignent des opportunités d'usage qui vont rapidement se développer. »