

Airtag ou le boom du commerce sur mobile

PAIEMENT CONNECTIVITÉ

POSTÉ LE 09.23.16



Depuis son acquisition par Safran Identity & Security en 2015, Airtag poursuit son développement. Son offre AirShop, une solution innovante de fidélisation et de paiement mobile sécurisée et sans contact pour le secteur marchand, séduit de nombreux clients. En février dernier, les organisateurs du Mobile World Congress de Barcelone, le rendez-vous annuel de la high-tech mobile, ont fait appel à cette technologie pour gérer les prises de commande mobiles des visiteurs. Un partenariat entamé un an plus tôt et d'ores et déjà renouvelé pour la prochaine édition. Tout un symbole, car en matière de gestion des commandes ou de paiement en ligne, AirShop a fait ses preuves.

Par exemple, la plateforme est utilisée pour l'offre m-commerce (commerce sur mobile) des supermarchés G20, avec une fonctionnalité qui permet de visualiser des produits en trois dimensions. Pour l'enseigne Dia, Airtag a développé un outil de click&collect (les clients commandent en ligne avant de retirer leur achat en magasin). Grâce à cette solution, la nouvelle filiale de Safran Identity & Security, forte d'une trentaine de collaborateurs, compte également parmi ses clients le groupe Le Duff et l'enseigne Brioche Dorée, Carrefour, Ronde des Pains ou encore l'enseigne Casino.

Valeur ajoutée

L'équipe de développeurs finalise actuellement un module de gestion de prise de commande et de livraison à domicile avec le groupe YUM ! International pour la chaîne de restauration rapide KFC au Royaume-Uni et en Irlande. Des discussions sont également en cours pour l'intégration d'une solution de paiement par smartphone en magasin : le nouveau chapitre d'une success-story pour Airtag.

En 2015, la société a déjà développé une solution globale de fidélisation et de couponing (programme fondé sur les bons de réduction), actuellement déployée dans 1300 points de vente de la chaîne KFC UK. « Concrètement, il s'agit d'une application « wallet » (portefeuille), dans laquelle les clients peuvent gérer leur programme de fidélité et profiter d'offres promotionnelles depuis leur terminal mobile, » explique Guillaume Massis, co-fondateur d'Airtag. « Nous avons également raccordé la plateforme au système de caisse qui permet de gérer tout le cycle de vie des bons de réduction. » Objectif : booster l'expérience client. Le projet est un succès : le nombre de clients utilisateurs a déjà dépassé le million. AirTag s'est même vu décerner par la chaîne de restauration le prix du meilleur fournisseur IT de l'année.

La restauration rapide est un secteur de prédilection pour nous car la fidélisation et la fluidité lors du passage en caisse sont des enjeux importants. Nous avons une forte valeur ajoutée sur ce marché.

Guillaume Massis, co-fondateur d'Airtag

Innovation

Avec le boom du m-commerce, les perspectives sont prometteuses. Guillaume Massis, le co-fondateur d'Airtag, s'enthousiasme pour les challenges et les nouveaux projets : « L'adossement à Safran Identity and Security nous offre plus d'opportunités et une force de frappe démultipliée. » Prochaines étapes : proposer les solutions AirShop et AirPass (plateforme de paiement mobile dédiée aux banques et institutions financières) au portefeuille de clientèle de la division DSA. « Par exemple, nous pouvons déjà intégrer certains modules d'AirShop, comme celui dédié à la fidélité clientèle, dans des plateformes déjà existantes, pour proposer aux clients des solutions intégrées plus sécurisées et plus pratiques. C'est une source importante de développement. »