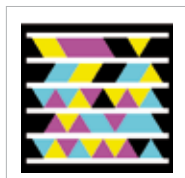


EspaceMax : une expérience inédite de shopping en 3D



Par *Dora Lainé*



Utilisez votre smartphone pour en savoir plus sur EspaceMax

EspaceMax et Dassault Systèmes s'associent pour développer une expérience interactive en 3D sur espacemax.com, avec 3DVIA Virtools. Objectif : mesurer l'effet de l'interactivité 3D sur le processus d'achat.



sous tous les angles, et même les « porter » par l'intermédiaire d'un mannequin virtuel humain animé.

OPÉRATION DE VENTE VIRTUELLE : UNE RÉELLE RÉUSSITE

Les résultats parlent d'eux-mêmes : l'application 3D a reçu 100 000 visites dès la première semaine, et les produits présentés en 3D se sont vendus si vite que la société a dû commander un stock supplémentaire pour sa campagne.

La nature de ces articles haut de gamme et la nécessité de les illustrer de manière aussi réaliste et « luxueuse » que possible a confronté l'équipe chargée de travailler sur cette application à de nombreux défis. La texture des matériaux, tels que le velours et le cuir, devait apparaître aussi réelle que possible afin que l'acheteur puisse pratiquement les « ressentir ». Les animations développées devaient dépeindre les mouvements de façon réaliste quand le

sac est ouvert par exemple, ou lorsque des objets y sont placés et que le volume du sac augmente.

Le plus important pour les utilisatrices est d'interagir avec le sac plutôt que se limiter à le visualiser. « Reproduire les mouvements du sac comme dans la réalité a représenté un véritable défi » reconnaît Karine Guilbert, responsable de projets marketing expérientiels chez Dassault Systèmes. « Mais grâce à 3DVIA Virtools, les utilisatrices peuvent désormais se faire une idée très réaliste de la façon dont le sac réagit quand on l'utilise, et de son aspect tant extérieur qu'intérieur. »

Maintenant que le shopping en 3D n'est plus un rêve, que nous réserve l'avenir ? Pierre-Etienne Boilard, Directeur Général d'EspaceMax, est confiant : « Nous innovons constamment et ce nouvel outil 3D est une autre illustration de notre engagement à ouvrir la voie des achats en ligne. Ce développement offre aux consommateurs une expérience nouvelle et passionnante, et les libère de l'un des principaux obstacles de la vente en ligne. Notre objectif est de convaincre les internautes réticents aux achats en ligne, qui craignent que l'article choisi les déçoive par son toucher, son aspect ou ne leur convienne pas. Nous souhaitons les conquérir en rendant l'expérience d'achat en ligne aussi proche que possible que la réalité. »

En savoir plus :
www.espacemax.com
Karine.Guilbert@3ds.com