

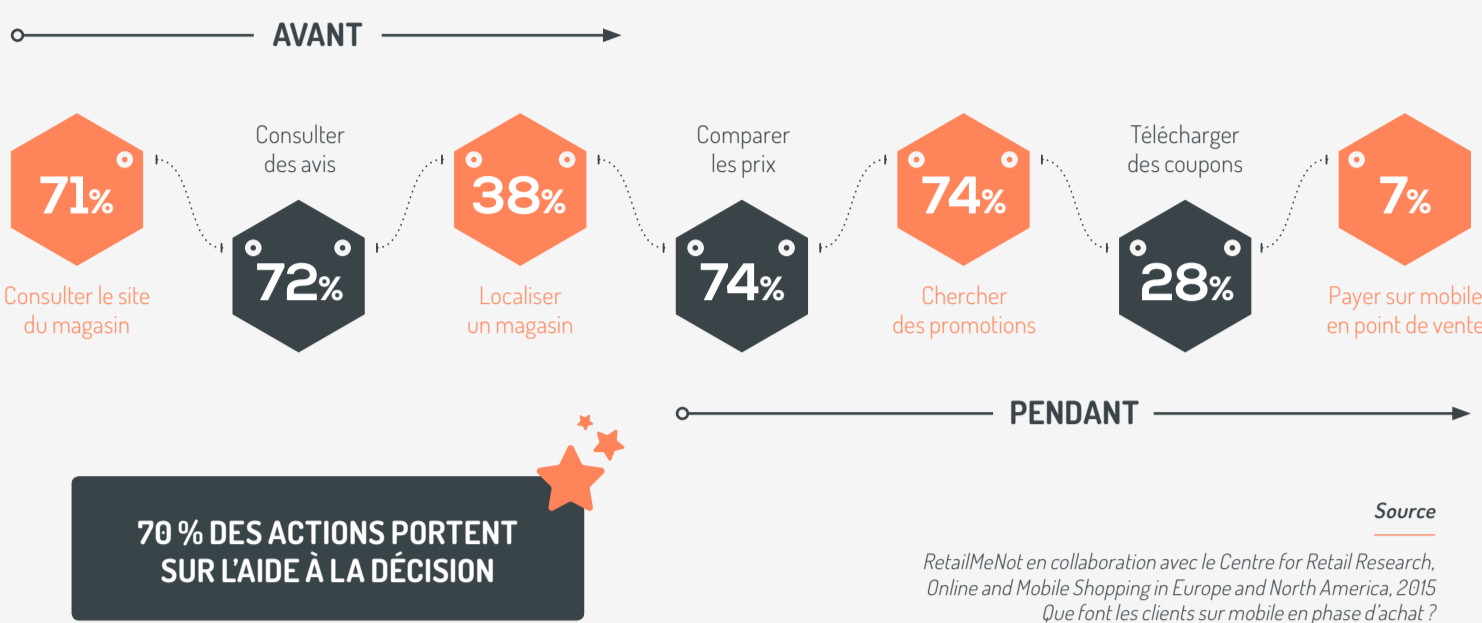
LES INTERACTIONS MOBILES

EN POINT DE VENTE

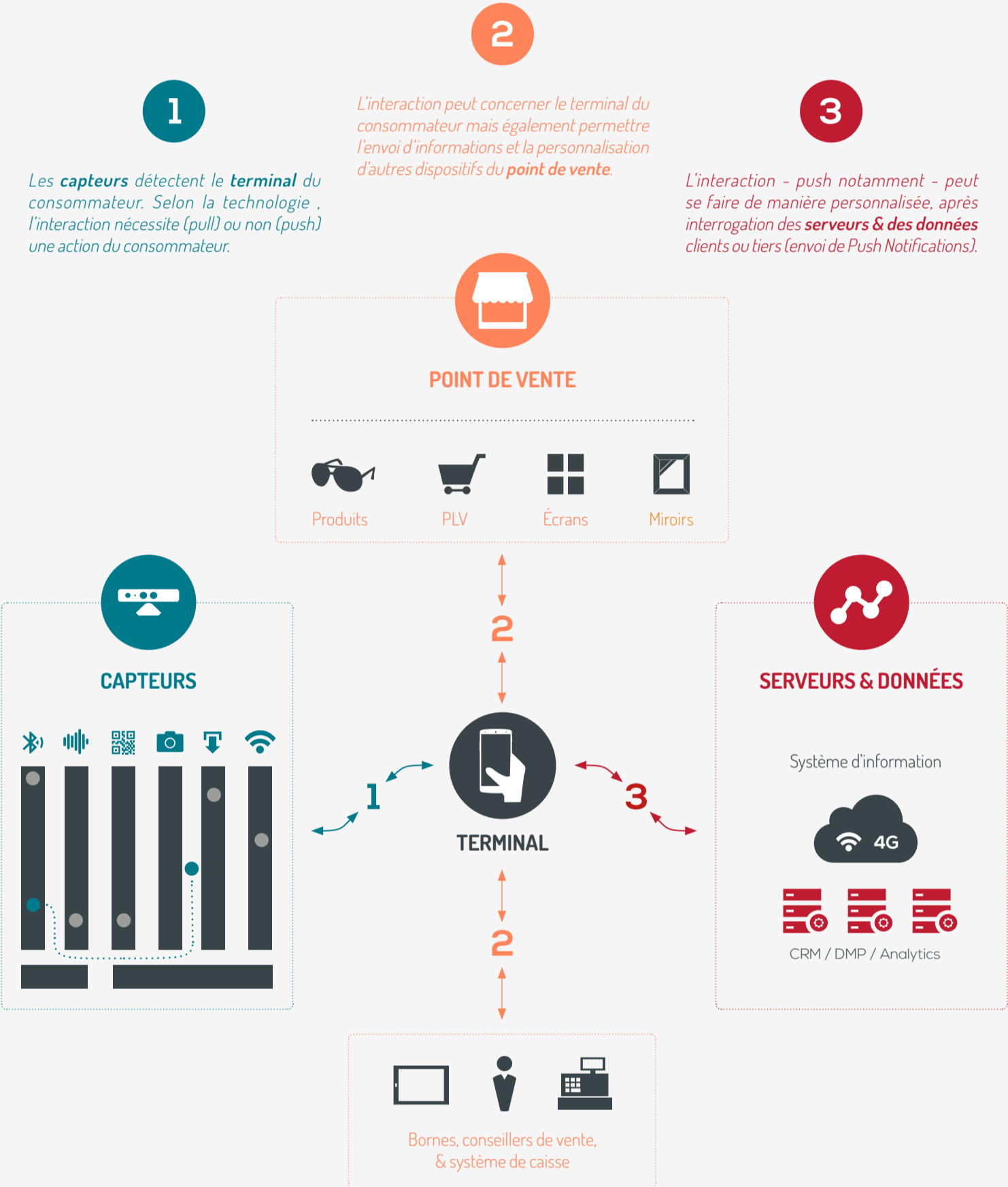
Analyse des différentes technologies permettant l'interaction consommateurs & l'analytics dans des lieux physiques

Créé par
MMA
MOBILE MARKETING ASSOCIATION FRANCE

LE PARCOURS MOBILE DES CONSOMMATEURS EN POINT DE VENTE



COMMENT ÇA MARCHE ?



POUR QUELS OBJECTIFS ?



AVEC QUELLES TECHNOLOGIES ?

	RADIO					OPTIQUE	
	NFC	Bluetooth LE	Wi-Fi	Reconnaissance d'image	QR code	VLC	
Nature de l'interaction	Pull	Push & Pull	Pull	Pull	Push & Pull	Push	Nature de l'interaction
Portée maximum	< 10 cm	30 à 50 m	< 50 m	10 cm à 1 m*	10 m*	10 cm à 5 m	Portée maximum

** variable selon taille de l'impression / l'objet*

TÉLÉCHARGEZ LE GUIDE DES INTERACTIONS MOBILE EN POINT DE VENTE

Inclut un chapitre complet concernant le cadre juridique et RGPD pour la collecte et l'exploitation des données

www.mmaf.fr/publications/

GRUPE DE TRAVAIL INTERACTIONS MOBILES EN POINT DE VENTE

Infographie réalisée au sein de la Commission Commerce Mobile de la Mobile Marketing Association France sous la coordination d'Anh-Vu Nguyen, membre et Co-fondateur & COO Fidzup.

Infographie supervisée par Bertrand Jonquois, Rapporteur de la Commission Commerce mobile et par Renaud Ménéral, Président.

Contributeurs



Merci à BNP Paribas et Hello bank!, partenaires privilégiés de la Mobile Marketing Association France

Hello bank! Mobile comme vous

BNP PARIBAS La banque d'un monde qui change