

# CASE STUDY

# ADOPT'

PARFUMS DE FRANCE

—

## LA DIGITALIZACIÓN DE UN PUNTO DE VENTA HEALTH & BEAUTY



INNOVATION IN RETAIL

# PUNTO DE PARTIDA

La llegada de la era digital ha marcado un antes y un después en los procesos de compra. El desarrollo de los canales de venta online, así como la entrada de fuertes distribuidores digitales en el ecosistema actual, han impulsado un importante cambio de los hábitos de compra, donde la omnicanalidad se ha convertido en la apuesta generalizada.

Marcas y distribuidores han tenido que hacer frente a esta realidad adaptando sus establecimientos a las

exigencias de los compradores. La experiencia del cliente se convierte en el centro de cualquier acción desarrollada en el punto de venta.

La integración de soluciones tecnológicas permite avanzar hacia puntos de venta cada vez más digitalizados con el objetivo de ofrecer una experiencia de compra mejorada para los compradores finales, lo que se convierte en un valor diferencial para nuestros clientes.



# CONOCIENDO ADOPT'

---

Adopt' es una marca de cosméticos de origen francés nacida en 1986 que tiene como corazón del negocio su gama de perfumería.



La esencia de Adopt' se basa en la búsqueda constante de productos únicos a través de la máxima personalización. Una filosofía que le lleva a desarrollar una amplia gama de perfumería con casi **150 fragancias** exclusivas y novedosos lanzamientos todos los meses.

---

Actualmente Adopt' cuenta con **130 tiendas** en Francia y aproximadamente **83 franquicias**.

---

Además, la compañía está en un importante momento de expansión con la apertura de **40 nuevos puntos de venta** al año hasta 2022 en Francia y **10 nuevos establecimientos** en China.

---



## EL CAMINO HACIA 2022

---

Para apoyar esta nueva fase del negocio y adaptarse a los nuevos requerimientos de un consumidor cada vez más exigente, Adopt' decide apostar por la tecnología en sus tiendas **confiando en HMY como socio estratégico y experto en soluciones innovadoras para el «retail».**

## EL OBJETIVO

Transformar la zona de ventas de Adopt' convirtiéndolo en un espacio atractivo, eficiente y altamente interactivo. Todo ello gracias a soluciones punteras e innovadoras que le permiten crear experiencias de compra que aporten valor añadido al cliente y al consumidor.

---

## EL DESAFÍO

Integrar la digitalización y la tecnología en el actual concepto de POS de Adopt' respetando sus valores e identidad.

---

## EL FUTURO

Acompañar a Adopt' en su salto internacional como socio estratégico, definiendo una relación a largo plazo que asegure la disposición de las soluciones más apropiadas y adaptadas a cada momento y realidad.

---



# HMY, UNA APUESTA DIFERENCIAL

**HMY es el líder internacional en servicios globales 360º e innovación para el «retail».** Un liderazgo que, aunado al «expertise» acumulado a lo largo de su trayectoria, posiciona a la compañía en un lugar privilegiado para acompañar

a Adopt' en este proceso global de transformación y expansión.

Con esta base, la aportación diferencial de HMY en este proyecto se concreta en tres aspectos:



1

## INTEGRACIÓN DE TODAS LAS SOLUCIONES

Adopt' elige a HMY como el proveedor líder de soluciones digitales y **el único con una propuesta 360°** que abarca desde la fase de desarrollo del proyecto hasta el mantenimiento de las instalaciones incluyendo consultoría, fabricación, montaje y mantenimiento.

En este sentido, la apuesta diferencial radica en la **capacidad de HMY de diseñar e implementar soluciones tecnológicas personalizadas** en un sector tan complejo como Health & Beauty.

---





2

## INTERNACIONALIZACIÓN, DE LO LOCAL A LO GLOBAL

HMY tiene presencia en más de **160 países** y gestiona **15 unidades de producción**, tres de ellas ubicadas en Francia y dos en China.

La producción francesa de HMY constituye un valor real y en coherencia con las expectativas de Adopt'. Esta producción local permite acompañar al cliente en Francia en la remodelación de todas sus tiendas, además de la implementación de las nuevas aperturas hasta 2022.

El **componente internacional global de HMY**, así como su presencia en China, lo convierten en el «partner» ideal para acompañar a Adopt' en su salto internacional.



3

## COMPETITIVIDAD EN PRECIO CON LA MÁXIMA EFICIENCIA

La producción local y la amplia experiencia global permite a HMY ofrecer una **oferta competitiva en servicios, soluciones y costes** para sus clientes.



# CONSTRUYENDO UNA EXPERIENCIA PERSONALIZADA

**Adopt' requería de una integración total de la tecnología en sus puntos de venta para crear interactividad entre el producto, la marca y el cliente final.**

La experiencia sensorial y la personalización tan importantes en el mundo de la cosmética tienen especial relevancia

para Adopt', al contar con una amplia oferta de fragancias.

En este contexto, el objetivo de la división de Retail Tech de HMY fue apoyar las ventas y mejorar la experiencia de compra a lo largo de todo el recorrido del cliente.



## ¿CÓMO SE HIZO?

El proyecto se desarrolla en tres fases fundamentales:



1

**COMPRENDER LAS  
NECESIDADES Y  
LOS OBJETIVOS  
DE ADOPT'**

2

**DESARROLLO  
DIGITAL CON  
INGENIEROS  
IT DE HMY**

3

**INTERCAMBIOS,  
VALIDACIÓN Y  
APERTURA DEL  
PRIMER POS EN  
BELLE-EPINE,  
FRANCIA**

## ¿CÓMO SE HIZO?

Articulando el proyecto en dos ejes de trabajo:

1

**EQUIPAMIENTO  
DE LAS TIENDAS  
ACTUALES CON  
LAS SOLUCIONES  
DIGITALES DE HMY**

2

**FABRICACIÓN  
DE MOBILIARIO  
QUE INTEGRE  
SOLUCIONES  
TECNOLÓGICAS EN  
LAS TIENDAS DE  
FRANCIA Y CHINA  
DE LA COMPAÑÍA**



## LAS SOLUCIONES

HMV ha sido capaz de impulsar la «shopping experience» creando estrategias multicanal en la tienda física de Adopt' gracias a las herramientas digitales integradas, logrando una mayor rentabilidad.



A

## INSTALACIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE SEÑALIZACIÓN DIGITAL

Se instalaron **10 canales** de comunicación por tienda, que permiten mostrar publicidad personalizada y oferta de productos. La gestión de contenidos se realiza con Netipbox, «partner» estratégico de HMY.





## B

### INTEGRACIÓN DE DISPOSITIVOS INTERACTIVOS ESPECÍFICOS EN EL MOBILIARIO

Co-diseño, en colaboración con Adopt, de un muro de fragancias que incluye un dispositivo para ayudar a la compra. A través de una tablet conectada a redes sociales el consumidor contesta a una serie de preguntas sobre sus gustos y el dispositivo, por medio de una animación Led en la unidad, selecciona tres productos que coinciden con las elecciones del cliente.

---

C

## ESTACIONES DE MAQUILLAJE

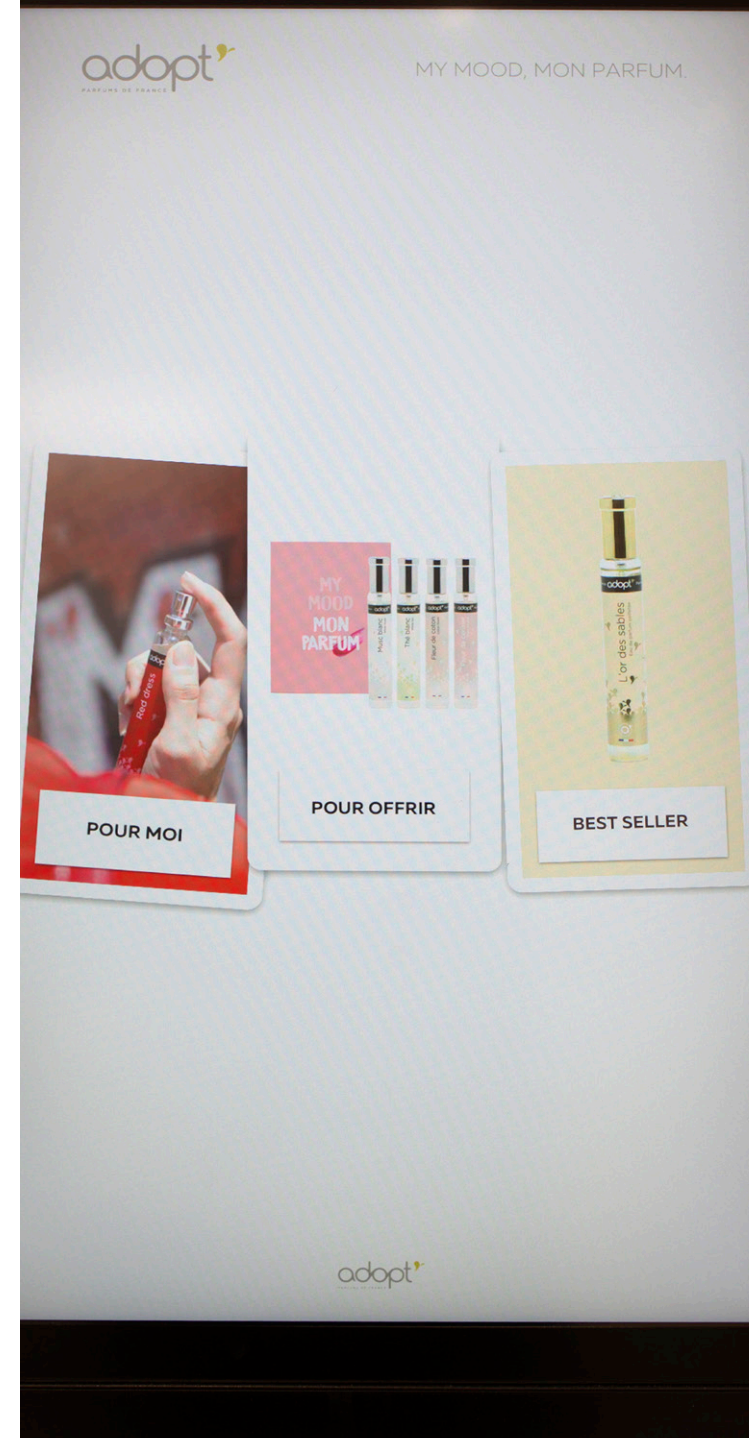
Estas mesas permiten al cliente sentarse delante de un espejo y probar los productos que ha elegido o llamar a un consejero para un maquillaje o consejo gratuito. Las estaciones de maquillaje cuentan con cámaras que permiten al cliente hacerse fotos y compartir su experiencia en redes sociales y debajo del espejo hay una tablet con la que el cliente accede a tutoriales y consejos de ventas relacionados.





# INNOVACIÓN

**HMY ha creado soluciones digitales desde cero.** El software del muro de fragancias, ya patentado por HMY, ha sido diseñado a medida para Adopt', siendo una idea generada y desarrollada por la división de Retail Tech. Se trata de un asesor interactivo de productos basado en el compromiso con el consumidor y la personalización de la oferta.





# EFICIENCIA

---

**Cada punto de interacción con el cliente se convierte en un posible punto de venta, por ello se integran soluciones interactivas con gran variedad de funcionalidades** que guían al consumidor hacia una experiencia de compra personalizada.

La innovación desarrollada por HMY Retail Tech ha sido diseñada con el foco puesto en la eficiencia, ayudando a satisfacer las necesidades actuales del cliente y favoreciendo las implementaciones futuras.

# FACTORES DE ÉXITO, OBJETIVOS ALCANZADOS

Al tratarse de un proyecto 360°, HMY puso a disposición de Adopt' toda su estructura en Francia implicando a múltiples departamentos con el objetivo de desarrollar un proyecto a nivel local y nacional, con vistas a exportarlo internacionalmente.

Ante el reto de integrar dispositivos digitales en un concepto y modelo de POS ya establecido, respetando

la identidad visual de Adopt' por encima de todo, la oficina de diseño y consultoría de HMY jugó un papel fundamental. La gran versatilidad de los equipos de diseño y tecnológicos de HMY, con el apoyo del expertise de la división de Health & Beauty, lograron renovar los establecimientos de Adopt' sin que la empresa perdiera su identidad.





## MÚSCULO LOCAL

HMY cuenta con una potente división en Francia y la producción con ese componente local ha sido un factor decisivo para Adopt'.



## PRESENCIA INTERNACIONAL

HMY tiene presencia y centro de producción en China, el mercado objetivo de Adopt' en los próximos años, por lo que HMY se posiciona como el «partner» ideal para el salto internacional de Adopt'.



## «BRAND CUSTODIAN»

Una de las premisas durante todo el proyecto fue cuidar de la imagen de marca y de tienda de Adopt' en todas y cada una de las integraciones y desarrollos.



## «EXPERTISE»

HMY es referencia y experto en innovación en retail además de contar con amplia experiencia en «shopfitting» para grandes marcas internacionales de Health & Beauty.



## DESARROLLOS PERSONALIZADOS

Los servicios de consultoría y diseño de HMY le permiten analizar las necesidades de cada cliente conceptualizando desde cero cada proyecto.



## CAPACIDAD INNOVADORA

El trabajo de HMY Retail Tech, compuesto por expertos en tecnología y en «retail», les permite desarrollar soluciones innovadoras adaptadas y flexibles a cada proyecto y cliente.

# adopt'

PARFUMS DE FRANCE

HMY GROUP  
ZI B.P.7- 50 Route d'Auxerre  
89470 Monéteau -FRANCE  
+33 (0) 3 86 53 49 00  
contact@hmy-group.com

[hmy-group.com](http://hmy-group.com)

