

Le courrier augmenté avec La Poste

La Poste propose depuis peu un service clé en main de réalité augmentée – basée sur la reconnaissance d’images – à ses clients professionnels. Pour ce faire, La Poste dispose d’une application mobile, baptisée Courrier Plus, qui est basée sur la solution de réalité augmentée du prestataire Bear2be. Avec cette application, La Poste vise les annonceurs dans l’élaboration de leurs campagnes de publipostage cross-média qui peuvent ajouter un volet numérique pour augmenter l’impact des messages auprès des consommateurs. Corinne Boisseau, Directrice de Marché Communication Commerciale à La Poste, explique : « J’aime l’expression ‘réenchanter l’expérience client’. Au-delà de la communication, nous sommes dans une recherche d’expérience du client à travers l’association du courrier et du digital. Favorisant la mémorisation, le courrier peut de plus contenir beaucoup d’information sur la marque et les produits. » Frédéric Galant, Directeur de projet digital à La Poste, complète : « La réalité

augmentée va renforcer encore plus la mémorisation du courrier grâce à une expérience nouvelle. Il se crée un acte d’adhésion à la marque ».

En septembre 2016, La Poste a mis au point une campagne de marketing direct en réalité augmentée pour la marque de prêt-à-porter Burton of London, baptisée « Back to work ». La campagne de publipostage adressée et basée sur la réalité augmentée consistait à envoyer aux clients le nouveau catalogue Automne-Hiver 2016 et une carte publicitaire présentant trois façons de porter le tailleur et le costume à la rentrée. En flashant la photo de son choix avec un smartphone (ou une tablette) via l’application ‘Courrier plus’ de La Poste, le client pouvait alors voir les mannequins de la carte s’animer. Via les images animées, l’utilisateur a eu la possibilité d’accéder à des pages de présentation des articles sur le site web de Burton of London et, éventuellement, d’effectuer un achat. Cette opération de courrier adressé reste relativement simple dans son contenu puisque la version print et numérique reste similaire. Cependant, l’aspect ludique de la



La campagne de DM augmenté « Back to school » de la marque de vêtements Burton of London.

Quelques prestataires et plateformes dédiés à la communication cross-média

Onprint

Onprint est une technologie de reconnaissance d’images dont la plateforme d’édition est basée en ligne en mode SaaS. L’application mobile qui peut être personnalisée selon les couleurs de la marque permet de révéler le contenu digital d’un document imprimé



Catalogue augmenté : la réalité augmentée rend ici cliquable les pages du catalogue de cuisine de Darty afin de favoriser le canal d’achat. Les produits sont en effet consultables en ligne.

en flashant une image avec un smartphone. La société a été fondée en 2013 et est basée à Paris. Elle a d’abord vu le jour dans le monde de l’édition presse et scolaire, mais trouve aussi des applications dans l’e-commerce, le packaging, etc.

SnapPress

SnapPress est une autre application mobile de réalité augmentée qui fonctionne en mode SaaS. Elle permet de révéler le contenu numérique des supports imprimés. L’utilisateur a de plus le loisir de déposer du contenu via ‘le Drop’ qui est accessible à tous les utilisateurs de l’application SnapPress. Le Drop est un commentaire virtuel déposé sur un support visuel (magazine, livres, affiches, emballages, etc.). Les imprimeurs et autres acteurs de la chaîne graphique peuvent insérer de la réalité augmentée dans les supports imprimés avec le Plug-In Adobe InDesign SnapPress Publisher.

Selectionnist

Selectionnist est une application mobile et un site consacrés aux lectrices de presse magazine. Selectionnist permet de retrouver en ligne tous les produits présentés dans les magazines féminins qui ont été pris en photo avec un smartphone. Le but est de créer un pont entre le magazine et les boutiques en ligne afin de transformer les lectrices en acheteuses. Marie Claire, Madame Figaro, Elle, Femme actuelle sont quelques magazines qui ont déjà adopté la technologie.

Paddix

Paddix est une solution de publication cross-média de l’agence Idix. Elle permet de gérer du contenu en version PDF, web, newsletter, print, applicative... en back-office. Il est ainsi possible de convertir du contenu de sites web en contenu « print » avec une mise en page professionnelle automatique en colonne de type magazine. Le logiciel permet également de générer des versions iPad/iPhone. Le plug-in InDesign Paddix offre plus de souplesse dans la mise en forme.