

T-Cuento se consolida en Francia y presenta sus productos en Cannes

La española T-Cuento, líder en soluciones de retail para el punto de venta presente en más de 10 países de 4 continentes, contará con un espacio propio en la zona de exposición del MAPIC, el encuentro internacional sobre inmobiliario comercial más reconocido en el sector del retail, celebrada en Cannes del 14 al 18 de noviembre.

T-Cuento, que dio el salto a Francia el pasado mes de febrero de 2011 a través de un acuerdo de distribución en exclusiva con el grupo de iluminación Luxiona, este año ha abierto delegación propia en París para estar más cerca de los clientes locales.

“En estos momentos el sector de la distribución en Francia está menos castigado que el español. Los retailers, con visión internacional, tienen muy en cuenta las métricas de paso de clientes para prospecciones y mejoras operativas”, argumenta Romain Baseilhac, Country Manager de T-Cuento France.

Este año, y por segundo año consecutivo, T-Cuento France, la delegación francesa de T-Cuento, estará presente en la zona de exposición del MAPIC para presentar y hacer demostraciones de sus productos in situ en el stand nº 13.17, situado junto a la entrada de acceso al nivel 1, entre el espacio de conferencias y el Business Lounge.

El objetivo de la participación de T-Cuento en esta 18ª edición del MAPIC es dar a conocer a expositores y asistentes a la Feria sus dos herramientas de Retail Intelligence®: TC-Street y TC-Store.

TC-Street es una web que permite conocer el tráfico peatonal de las calles comerciales, las 24h del día y por franjas horarias, permitiendo comparar varios tramos entre sí o distintos periodos del mismo tramo. Esta nueva herramienta se lanzó al mercado español a primeros de junio con una base de sensores instalados en más de 300 calles comerciales de 75 ciudades de España, y ahora la empresa tiene previsto iniciar la instalación y comercialización en Francia.

TC-Store, en cambio, es una herramienta que permite al retailer saber y analizar el comportamiento del tráfico peatonal dentro y fuera de sus establecimientos, ofreciendo todo tipo de ratios de conversión, además de la ocupación media de las tiendas en cada periodo o el tiempo medio de estancia del cliente, entre otros datos. En la versión que presenta este año (TC-Store Analytics 2.0) incorpora, adicionalmente, una herramienta de cálculo del staff óptimo y un ranking de posicionamiento de tiendas. Con esta información, las cadenas de tiendas pueden detectar oportunidades y tomar decisiones estratégicas con las que aumentar la rentabilidad, la eficiencia comercial y el servicio al cliente.

Datos de contacto:

T-Cuento

Nota de prensa publicada en: [08830](#)

Categorías: [Marketing](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>