

Damart en colaboración con Atos lanza una aplicación de voz para los usuarios utilizando Google

Basta decir; "Google quiero hablar con Damart", para que los usuarios puedan seleccionar y comprar su Thermolactyl (la marca de ropa térmica de Damart), teniendo en cuenta la climatología, su estilo de vida, sus gustos de moda y su actividad física

Basta decir; "Google quiero hablar con Damart", para que los usuarios puedan seleccionar y comprar su Thermolactyl (la marca de ropa térmica de Damart), teniendo en cuenta la climatología, su estilo de vida, sus gustos de moda y su actividad física.

Simplemente un altavoz o teléfono inteligente conectado, guía al usuario por la voz de Damart que interactúa con el cliente respondiendo a una serie de preguntas que le llevan a su Thermolactyl ideal: ¿Es para un hombre, una mujer o un niño? ¿Con qué ropa lo vas a llevar? etc. Además, la aplicación permite localizar la tienda de Damart en Francia y en la Bélgica francófona.

El proyecto ha sido posible gracias al trabajo desarrollado por el fabricante de textiles térmicos Damart con la colaboración de Atos, que han lanzado esta sofisticada aplicación de voz, que se ejecuta a través de altavoces conectados a Google Home y de los teléfonos inteligentes compatibles con Google Assistant. La creación de la aplicación contó con el apoyo de los equipos del Centro de Innovación de Atos en Grenoble, especializado en Inteligencia Artificial, que colaboraron estrechamente con los de Damart en su desarrollo y en la integración en el asistente de Google.

Este proyecto forma parte de la transformación digital de Damart, en la que la compañía está invirtiendo cerca de 8 millones de euros, del desarrollo de una nueva plataforma web global, y busca situar a Damart como uno de los líderes en el comercio "de voz".

"Damart es una marca innovadora en el ámbito de la tecnología textil desde hace 65 años, y hoy, con el lanzamiento de nuestra primera aplicación de voz, confirmamos nuestro ADN pionero y damos un nuevo impulso de la marca apostando por un modelo omnicanal y la conquista de nuevas generaciones de clientes y empleados", comenta Thomas Masurel, CIO de Damart. "Esta aplicación, desarrollada con la ayuda de Atos, es un primer paso de Damart hacia el comercio conversacional, y nos permite cultivar el atractivo de nuestra marca, que hoy en día coloca a la TI en el centro de su transformación. Entre nuestros retos para el 2020 figuran el reclutamiento de nuevos talentos de TI, personas apasionadas por los retos de la revolución de la venta al por menor y la inteligencia artificial, y que quieren unirse a una empresa familiar que combina sólidos valores, métodos ágiles y gestión de nueva generación".

"Estamos encantados de apoyar a Damart proporcionándole las herramientas que evolucionan con la forma en que los clientes perciben sus compras. Gracias a nuestra experiencia en el mundo de la distribución, desarrollamos soluciones que responden a las expectativas de las empresas del sector de la moda. Al aprovechar nuestra alianza estratégica con Google Cloud y nuestro conocimiento del

mercado, estamos creando las condiciones adecuadas para el éxito de esta nueva aplicación de voz. Este proyecto también pone de relieve las competencias de nuestro centro de innovación de Grenoble, especializado en Inteligencia Artificial, incluyendo las tecnologías de chatbots y voicebots", comenta Jean-Philippe Poirault, CEO de Atos en Francia.

El comercio de voz complementa el modelo omnicanal de Damart

El invierno es un período comercial crucial para Damart, que puede vender hasta 40.000 artículos de Termolactyl todos los días a través de su tienda electrónica y su red comercial. Con la nueva aplicación, Damart añade un nuevo canal de ventas a su modelo: el comercio de voz.

Una voz nunca fría, 2 escenarios para el usuario

Solo con decir "Google, quiero hablar con Damart" y un altavoz o teléfono inteligente conectado, permite al usuario ser guiado por la voz de Damart respondiendo a una serie de preguntas que le llevan a su Termolactyl ideal. Dependiendo de las respuestas del usuario, la voz de Damart propone una o más opciones que cumplen con los criterios y luego envía esta selección por SMS al smartphone del usuario. Todo lo que tiene que hacer el comprador es hacer clic para hacer el pedido y recibir un vale de descuento en esta primera "compra vocal Damart". Otro escenario contemplado es la búsqueda de una tienda Damart, en Francia o en la Bélgica francófona. La voz de Damart geolocaliza al usuario y envía, vía SMS, la dirección de la tienda más cercana.

Un MVP (Minimum Viable Product) que marca el compromiso de Damart con el comercio conversacional

Con este ágil MVP desarrollado con Atos para Google Home, Damart marca un nuevo paso en la evolución de la experiencia de sus clientes y se compromete a ser pionero en el v-commerce. Este nuevo continente a explorar tiene muchas ventajas para una marca transgeneracional como Damart: de hecho, la naturaleza innovadora, juguetona y fácil de ejecutar del comercio de voz habla tanto a jóvenes como a adultos. Según OC&C Analytics, se espera que el comercio mundial de voz aumente en un 1.900% hasta alcanzar los 40.000 millones de dólares en 2022, frente a los 2.000 millones de dólares actuales. La voz no es sólo una revolución para el comercio minorista ahora, sino también para su futuro.

Datos de contacto:

Paula Espadas
620059329

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

Categorías: [Nacional](#) [Imagen y sonido](#) [Moda](#) [E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>