

Annuaire

des start-up
e-commerce

20
—
21

ST*RT
ME
UP



Édito



Marc Lolivier

Délégué Général, FEVAD

Jean-Marc Liduena

Associé, Global Strategy Group,
Responsable KPMG Advisory Biens de
Consommation et Distribution France

L'annuaire Start Me Up a pour objectif de présenter une liste de start-up proposant des solutions e-commerce particulièrement innovantes à destination des sites marchands. Il est le fruit d'un rigoureux processus de sélection mis au point par la FEVAD et les équipes Consumer & Retail de KPMG dans le cadre de la quatrième édition du Challenge Start Me Up. Il a été réalisé avec l'appui d'un Advisory Board spécialement réuni pour l'occasion et composé de dirigeants et d'entrepreneurs, reconnus pour leur expertise et leur engagement en matière d'innovation e-commerce.

Pourquoi cet annuaire ? Parce que nous sommes convaincus que les start-up sont essentielles à l'innovation et donc au développement du e-commerce. Leur dynamisme, leur agilité, leur réactivité en font des leviers de progrès recherchés par tous les e-commerçants. Dans le même temps, l'esprit d'entreprendre qui s'est emparé de la French Tech ces dernières années a eu pour effet de démultiplier « l'offre start-up », notamment dans le domaine du e-commerce.

Face à cette profusion de solutions nouvelles, repérer la ou les start-up qui permettront d'avancer de la manière la plus rapide et la plus efficace peut s'avérer un exercice difficile, notamment pour les PME qui ne disposent pas toujours des ressources nécessaires.

Le but de cet annuaire est d'aider les sites marchands à identifier les start-up parmi les plus innovantes et les plus performantes dans leur domaine, celles qui pourraient leur permettre de gagner en compétitivité, en qualité de service. Il s'adresse donc en priorité à tous les e-commerçants qui cherchent à travailler avec des start-up dans le but de conduire de nouveaux projets, d'accélérer leur développement.

Les start-up recensées dans l'annuaire ont été regroupées par domaine. Chacune d'entre elles a fait l'objet d'une fiche synthétique qui reprend les informations essentielles sur son activité, ainsi que sa position dans le classement Start Me Up pour les 5 finalistes.

L'ensemble des start-up listées dans cet annuaire offre également au lecteur un reflet des tendances les plus innovantes en matière d'e-commerce.

À travers cette publication, la FEVAD et KPMG entendent contribuer à favoriser l'innovation au service de la compétitivité et de la performance du e-commerce français.

Méthodologie

Le Challenge Start Me Up a été ouvert le 27 avril 2020. Les dossiers pouvaient être déposés sur la plateforme entre le 27 avril et le 6 juillet 2020. Pour être éligibles, ils devaient répondre aux critères :



Avoir moins de 7 ans d'existence (au 1^{er} janvier 2020)



Avoir un chiffre d'affaires positif (clients en actif) et <5 M€



Être d'origine européenne et exercer une activité en Europe



Les fondateurs doivent détenir +50 % de la société



Ne pas avoir une activité purement financière (fintech)



Ne pas avoir été parmi les 5 lauréats lors de l'édition 2019

Les candidatures déposées et éligibles ont été analysées par KPMG et la FEVAD sur la base d'une liste de critères objectifs validés par la FEVAD parmi lesquels : la valeur de la solution, sa facilité d'intégration, son originalité, la viabilité économique de l'entreprise et son plan de développement.

Le Top 15 issu de cette première analyse a été présenté à l'Advisory Board chargé de définir le Top 5.

Les 5 start-up finalistes ont été invitées le 16 octobre à venir présenter leur dossier devant l'Advisory Board et les professionnels du e-commerce lors d'un événement digitalisé en raison des mesures sanitaires imposées par la crise de la COVID-19.

Le classement définitif des 5 lauréats est le résultat d'un vote en direct des membres de l'Advisory Board et du public (50 % - 50 %) à l'issue des 5 pitches.

L'Advisory Board du challenge Start Me Up 2020-2021 était composé des personnalités suivantes :



Nathalie BALLA

Coprésidente
La Redoute



Ilan BENHAIM

Cofondateur
veepee.com



Thierry PETIT

Cofondateur
et Co-CEO
showroomprive.com



Julien NICOLAS

Directeur Général
adjoint
Oui.sncf

La FEVAD et KPMG souhaitent tout particulièrement remercier l'ensemble des membres de l'Advisory Board pour leur contribution au Challenge Start Me Up 2020-2021 qui a permis de réaliser cet annuaire.

Pour toute information sur le challenge Start Me Up ou si vous souhaitez participer à la prochaine édition du challenge Start Me Up, merci de nous contacter : contact@fevad.com

Sommaire

Les 56 start-up françaises qui dynamisent l'e-commerce par secteur d'activité



DATA & ANALYTICS

ALPHALYR	02
FACTONICS	03
HUBWARE	04
INVENIS	05
KLACK	06
POPEO	07
PRICINGHUB	08
QEMOTION	09



ÉCONOMIE CIRCULAIRE

LIZEE	10
-------	----



LOGISTIQUE

COCOLIS	11
FENOTEK	12
FIND & ORDER	13
FRETLY	14
MONSTOCK	15
ONESTOCK	16
URBANHUB	17



MARKETING / COMMUNICATION

ANTVOICE	18
BOTFUEL	19
FACIL'ITI	20
FRUCTIFI	21
GRATIX	22
HDB SOLUTIONS	23
INFLUENSNETWORK	24
MAGILEADS	25
MARKET INVADERS	26
MRSURICATE	27
NOCI BY DIGITAL'IZE	28
PARCELLAB	29
SMARTKEYWORD	30
SNATCH STUDIO	31
TEESTER	32
TWICPICS	33
WIBILONG	34
ZAION	35



OFFRE POUR LES MARQUES FABRICANTS

BLEEKER	36
---------	----



OMNISCANAL & DIGITALISATION

ASMODINE	37
BOTMIND	38
CONNECT INNOV	39
DAILYLIVE	40
FRONT-COMMERCE	41
JOKO	42
LETMOTIV	43
RETAIL VR	44
STRATOW	45
THUNDERSTONE	46
WEBOTIT	47
WISHIBAM	48



PLATEFORME / MARKETPLACE

DEAL2DRIVE	49
GOODMECANO	50
HUBSTAIRS	51
LES MARMOTS	52
QIDOOON	53
OCTOPULSE	54
POSSIBLE FRANCE	55
WATIZ	56



PAIEMENT

ShareGroop	57
------------	----



ANNÉE DE CRÉATION
2014
ORIGINE
France

B2B/B2C
BtoB
SITE WEB
www.alphalyr.fr

CONTACT
bf@alphalyr.com

Stade

Serie A

Levée de fonds

1M €

Chiffre d'affaires

NC

Concurrents

Excel

Prix /

Récompenses

- Nuit du commerce connecté
- Ad innovation pitch catégorie data
- ½ finaliste Vivatech female founders
- 100 startups où investir Challenges
- Sélection Start'in Post
- Sélection Accélérateur Hub BPI
- Sélectionné au Batch8 de l'accélérateur « Lafayette Plug & Play »

FONDATEUR

Bertrand Fredenucci : Diplômé de l'Ecole Polytechnique, ex-Bain et fondateur / PDG de Baobaz, Président de SaaS Partners

Didier Fredenucci : Diplômé d'EDHEC, ex-GE et Président Btwinz Ventures

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

Produit

• Plateforme de pilotage commerciale 360°, incluant reporting, attribution, optimisation de l'offre produit et des discounts pour les e-commerçants et les retailers

1. Fusionne tous les rapports en un seul, qui alerte et renvoie vers les bonnes personnes et les bons dashboards (datastudio ...)

2. Permet d'analyser en temps réel tous les facteurs qui influent sur les ventes :

- Attribution des ventes on & offline, avec l'analyse des parcours client et la rémunération optimisée des canaux d'acquisitions
- Analyse des courbes de vie produit et optimisation des démarques
- Prise en compte de la météo, des événements externes (grèves...), des devises, fuseaux horaires ...
- Pilotage commercial du retail en intégrant le digital

Technologie

• Alphalyr est une Plateforme end-to-end de pilotage de la performance commerciale des eretailer et retailer. Avec ses 7 modules intégrés, Alphalyr permet de déployer en quelques semaines - et non quelques mois - des applications de pilotage de la performance on et offline.

• Plus de 100 connecteurs « plug & play », un datalake full API déjà paramétré pour le pilotage du (e)retail, un datalake partagé météo, calendriers et concurrence, un module de temporalisation pour créer et analyser les tendances, un module IA pour de l'alerting avancé et du prédictif, un module de push dataviz « pixelperfect » et une gestion des droits qui opère notre moteur collaboratif.

Originalité

- L'utilisation d'Excel génère de trop nombreux rapports siloté, là où Alphalyr unifie et filtre l'information dans un rapport unique
- Les solutions de BI n'intègrent pas les spécificités du retail (attribution multitouch, analyse de l'offre, gestion du retail...), là où Alphalyr est une solution de pilotage de la performance métier dédié au eretail et au retail
- Les solutions de dataviz génèrent des projets de plusieurs mois ou années, là où Alphalyr est « plug & play » et live en 4 semaines
- Vos fichiers Excel n'analysent que les données internes, là où Alphalyr exploite nativement les données externes de contexte

Plan de développement

- Automatiser les analyses de corrélation et les prédictions autour de facteurs externes comme la météo, les opérations commerciales et les budgets marketing
- Montrer les tunnels de ventes on/offline sur les zones de chalandise et faciliter la collaboration on/off sur l'activation digitale autour du point de vente
- Enrichir la bibliothèque d'algorithmes d'IA. qui surveillent les KPI's clés pour augmenter la productivité des décideurs

BUSINESS MODEL – GÉNÉRATION DE REVENUS

Croissance CA et Clients

- Croissance CA : X3 en 3 ans
- Clients: 70 clients actifs - La compagnie du lit, Sephora, Sandro Maje Claudie Pierlot (groupe SMCP) , Kusmi Tea, Bricomarché, San Marina, Intermarché, SudExpress, Hanes Brands, Minelli, Boticinal, BUT, Palais des Thé, etc

Business model

- Logiciel SaaS avec un modèle économique de licence mensuelle récurrente à partir de 1K€/mois
- Panier moyen annuel entre 10K€ et 100K€

FACTONICS

ANNÉE DE CRÉATION

2017

ORIGINE

France

B2B/B2C

B2B

SITE WEB

www.factoronics.com

CONTACT

charles.dadi@factoronics.com

com

Stade

NA

Levée de fonds

NA

Chiffre d'affaires

500 K€

Concurrents

NA

Prix /
Récompenses

- 2018: Blue Ocean Award Hackathon - Ministère de l'Economie et des Finances

FONDATEUR

Charles Dadi - Machine Learner : Data Scientist, diplômé de Centrale Paris / ENS Cachan en Machine Learning - Directeur Scientifique Executive Data Strategy à MediaSchool

Eugénie Dadi - Responsable de développement : Maîtrise d'Anglais à l'Université Paris 7, diplômée en Luxury Brand marketing and management à l'INSEEC Paris - Ex-retail manager (YSL, Emilio Pucci, Gucci), avec plus de 10 ans d'expérience professionnelle

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

Produit

Factoronics édite la première plateforme de services commerciaux sécurisés, basée sur les données pour tous les départements de l'entreprise. Ils visent à injecter l'intelligence artificielle au cœur de l'entreprise grâce à notre outil prêt à l'emploi. Notre catalogue d'algorithmes permet déjà d'améliorer les performances d'une douzaine de clients dans plusieurs domaines (supply chain, merchandising, développement produit, efficacité marketing)

Technologie

- Outil prêt-à-l'emploi
- Orienté métiers
- Sécurisé
- Collaboratif

Originalité

- Valorisation des développements techniques au sein de directions métiers et accélération de l'adoption de l'IA
- Développement de plusieurs cas d'usage métier à partir des moteur IA Factoronics
- Gagner du temps en R&D pour vous concentrer sur l'intégration de l'IA au cœur des processus métiers

Plan de développement

- Création de partenariats avec des plateformes technologiques dans l'e-commerce
- Création de partenariat avec des acteurs du conseil digital

BUSINESS MODEL – GÉNÉRATION DE REVENUS

Croissance CA et Clients

- CA: 1M € de chiffre d'affaires réalisé sur les deux dernières années
- Clients: acteurs du e-commerce et de la marketing automation (ex: Manutan, Bpi France, L'Oréal, Nestlé, Givaudan, Paris Saclay ..)

Business model

- Solution SaaS par abonnement pour accéder aux algorithmes et éventuellement un accompagnement stratégique

KPIs

- Nombre d'entreprises souscrites aux abonnements/licences



ANNÉE DE CRÉATION
2016
ORIGINE
France

B2B/B2C
BtoB
SITE WEB
www.hubwa.re

CONTACT
Pitch@hubwa.re

Stade
NA

Levée de fonds
1,4 M € en 2018

Chiffre d'affaires
NC

Concurrents

- Inbenta
- OWI
- DoYouDreamUp
- Recital
- Calldesk
- IBM Watson

Prix / Récompenses

- EGIBooster 2018 (1ère place)
- Start & Pulse-Sofinco (Finaliste)
- LesBigBoss 2018 (10ème)
- 100 Startups où investir en France - Challenges 2019

FONDATEUR

Alexis Laporte - Président : Diplômé de l'ENSEEIH, Toulouse, cocrée Unitag (2011)

Simon Ternoir - Équipe et infrastructure technique : Diplômé de l'ENSEEIH, cocrée Unitag (2011)

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

Produit

- Assistance professionnelle pour le métier de conseiller de service client - automatise les réponses qui peuvent l'être et suggère des réponses adaptées au conseiller
- Se connecte aux systèmes utilisés par les conseillers (intégration par API - messagerie et back-office)
- Met à disposition une plateforme d'administration permettant de modifier le comportement de l'assistance - apprend à prédire la réponse adéquate

Technologie

- Création des modèles de prédiction de la réponse, basé sur un réseau neuronal d'analyse du texte (intention du client) et des données de backoffice (logique métier)
- L'équipe de R&D travaille en particulier sur l'explicabilité de la prédiction qui est aujourd'hui de la recherche appliquée

Originalité

- Solutions similaires : traitement d'emails: Inbenta, OWI, DoYouDreamUp; mélange de produit et service: Recital, Calldesk, IBM Watson
- Facteurs différenciants : ne consiste pas simplement en un routage d'emails - l'aspect humain est non négligeable de Hubware

Plan de développement

- Amélioration de la plateforme pour simplifier le déploiement, le paramétrage, le monitoring
- Travaux de R&D pour augmenter la couverture, la précision et la prédictibilité des décisions
- Développement commercial : automatisation des ventes (lead generation, inside sales)

BUSINESS MODEL – GÉNÉRATION DE REVENUS

Croissance CA et Clients

- Clients : 10 entreprises acteurs de l'e-commerce/services financiers (BricoPrivé, Beauté Privée, Nickel, Le Slip Français, Sézane, Alltricks, LouYetu, etc.)

Business model

- Fondé sur le ROI : le temps + argent économisés au client est celui qui finance Hubware

KPIs

- Plus de 15M d'emails analysés depuis sa création
- Précision de notre IA supérieure à 95 % pour une couverture de plus de 60 %

Invenis

ANNÉE DE CRÉATION

2015

ORIGINE

France

B2B/B2C

B2B

SITE WEBwww.invenis.co**CONTACT**

antoine.cupillard@

invenis.co

Stade

Développement commercial

Levée de fonds

3 M €

Chiffre d'affaires

NA

Concurrents

- Solutions de BI / AA

Prix /**Récompenses**

NA

FONDATEUR

Pascal Chevrot - Président : X-Telecom, a passé 5 ans chez Orange puis 12 ans au Ministère de la Défense à diriger des équipes d'ingénieurs et de développeurs qui mettaient en place des technologies Big Data et IA afin de rendre autonomes les équipes métiers pour une meilleure performance opérationnelle.

Benjamin Quétier - CTO : PhD informatique, il a passé 6 ans au ministère de la Défense à développer et mettre en place les infrastructures Big Data et à diriger les équipes de Data Scientists qui construisaient des solutions révolutionnaires au profit des équipes opérationnelles.

Grégory Serrano - CSMO : Iscom-HEC, il a passé 7 ans chez Colt en tant que Sales & Marketing manager Europe et a notamment créé et développé un nouveau canal de vente indirect, le faisant passer de concept à 12M€ de CA et 4,3M€ de New Business avec 25 partenaires dans 9 pays, au bout de quatre ans.

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION**Produit**

- Logiciel de self service analytics qui permet aux métiers de faire des analyses prédictives sur toutes leurs données simplement, rapidement et sans code
- Cas d'usage dans le e-commerce: lutte contre le churn, la recommandation de produits, optimisation et prédiction des stocks, optimisation de l'acquisition
- La solution permet de collecter facilement les données, les préparer, les enrichir, appliquer des modèles de machine learning / text mining et visualiser les résultats

Technologie

- Solution SaaS permettant de rendre accessibles des algorithmes complexes de machine learning au plus grand nombre en créant une solution tout-en-un
- Repose sur des Frameworks et des bibliothèques Open Sources
- Les technologies utilisées par la solution sont : Docker, Spark, Scala, Python / django et d3.js

Originalité

- Solutions similaires: il y a d'un côté les outils de Business Intelligence (BI) qui n'ont pas de module basé sur des technologies d'Intelligence Artificielle, d'un autre côté, les outils d'Advanced Analytics (AA) utilisables par des experts de la donnée
- Facteurs différenciants : Invenis se positionne entre les outils de BI et d'AA en rendant simple l'application d'algorithmes de Machine Learning

Plan de développement

- 2020 : levée de fond série A : 3m€ auprès de Crédit Mutuel Innovation ainsi que d'un pool de banques partenaires françaises
- Accélérer la pénétration commerciale : lancer le canal de ventes indirectes en travaillant avec des partenaires tels que des ESN, des revendeurs et des intégrateurs.
- Investissement dans le produit : développer le Club Utilisateurs, investissement massif en R&D et apport de performance et innovations à nos clients.
- Recrutement massif dans les 12 prochains mois des commerciaux, des designers, des développeurs...

BUSINESS MODEL – GÉNÉRATION DE REVENUS**Croissance CA et Clients**

- Une dizaine de clients parmi lesquels : des administrations publiques, des industriels dans le domaine de la défense, des sociétés de services
- Pas de communication sur le CA

Business model

- Abonnement mensuel et sans engagement
- Accompagnement des clients dans la détection des cas d'usage potentiels et leur réalisation grâce à leur solution ce qui permet une montée en compétence des utilisateurs lors de la mise en place d'un POC / MVP

KPIs

- Nombre d'entreprises souscrites aux abonnements

Klack

ANNÉE DE CRÉATION
2019
ORIGINE
France

B2B/B2C
B2B
SITE WEB
www.klack.fr

CONTACT
team@klack.io

Stade
NA

Levée de fonds
NA

Chiffre d'affaires
10 K €

Concurrents
• First Insight,
• Conjoint.ly

Prix / Récompenses
NC

FONDATEUR

Augustin Wolff : Diplômé de l'European Communication School, a créé une agence de publicité et une plateforme de mise en relation entre freelances et entreprises. En charge du pôle commercial et partenariat @Klack

Tom Ktorza , : Diplômé de l'Ecole 42, plusieurs missions de freelances en startups et grands groupes, CEO & CTO @Klack

Jeremy Lazimi , : Diplômé de PSB, a créé une agence de contenu marketing, participé à la création de plusieurs startups. En charge du pôle marketing @Klack

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

Produit

• Klack a développé un algorithme de perception de valeur permettant aux marques et retailers d'accélérer les études consommateurs. Cela permet :

- d'identifier les produits phares de leurs collections (ceux suscitant le plus d'intérêt)
- d'établir leur stratégie pricing et go-to-market c'est à dire à qui, comment et à combien vendre leurs produits).

• L'algorithme a été construit sur la base de modèles d'analyses les plus utilisés par les cabinets de conseil à laquelle a été intégrée la valeur psychologique. De cette manière, notre solution permet à nos clients de découvrir l'intention d'achat de leurs produits sur des marchés et des cibles afin de booster leur chiffre d'affaire et leur gain de parts de marché. Ces informations proviennent directement des opinions des communautés des marques ou de leurs audiences, favorisant leur engagement et leur acquisition.

• Gamification des questionnaires permettant aux marques de récupérer les meilleurs insights et de favoriser la pénétration des messages publicitaires.

Technologie

• L'algorithme est le fruit d'une année de recherche en économie basé sur des formules mathématiques mêlant : des modules d'analyses pricing (Gabor Granger et Van Westendorp) utilisés par les Big Four et Big Three, un module de perception de valeur financière (Value Based Pricing), un module de perception de valeur psychologique (intention d'achat)

• Cette technologie a été validée par un cabinet de conseil (Advention Business Partner)

Originalité

• Facteur différenciant : positionnement collaboratif + innovation algorithmique + intégration du facteur psychologique

Plan de développement

- Construction d'une offre marque blanche pour les cabinets de conseil (mise à disposition de la technologie)
- Ouverture internationale
- Acquisition de grands comptes (Décathlon, Ikea, Zara, LVMH, L'Oréal, Sephora)
- Construction d'un jeux service pour accompagner le lancement des entreprises dans le service (comptabilité, mise en relation, etc)
- Application SaaS intégrée aux app stores des CMS e-commerce (Shopify, Prestashop, Woocommerce etc)
- Application mobile users permettant aux marques d'interagir en direct avec les consommateurs
- WinnersProduct - nouveau jeux de sélection de produit en vu d'optimiser la production

BUSINESS MODEL – GÉNÉRATION DE REVENUS

Croissance CA et Clients

- 30K en France
- 10 clients, marques retails (lunettes, consommation & mode)

Business model

• Monétisation : Plug & Play (paiement mensuel), Starter (achat intégré au compte standard permettant de diffuser les études à des panels de répondants qualifiés), Sur-mesure (utilisation de la technologie dans un accompagnement personnalisé), Conseil & Formation (intervention chez le client de manière ponctuelle sur les problématiques orienté stratégie marketing et lancement de produits)

KPIs

- Nombre de clients
- Evolution technologique.

[RETOUR AU SOMMAIRE](#)



ANNÉE DE CRÉATION
2019
ORIGINE
France

B2B/B2C
B2B
SITE WEB
www.popeo.io

CONTACT
didier@popeo.io

Stade
NA

Levée de fonds
En cours

Chiffre d'affaires
NC

Concurrents
• Nosto,
• Kameleoon
• Target2sell

Prix / Récompenses
NC

FONDATEUR

Didier Majerowiez - Président : 9 années d'expérience dans le domaine du digital marketing. Concepteur de la galerie marchande en ligne Dealplaza.fr (200.000 VUs / mois).

Mariane Berriot - Directrice Technique : Ingénieur en informatique, titulaire d'une spécialisation en intelligence artificielle, et mentor à l'école d'ingénierie informatique de Brest dans le domaine de l'intelligence artificielle.

Jean-Claude Nubret - Directeur Marketing : Titulaire d'un MBA en management international, et spécialiste en matière de stratégie innovation pour les startups et les grands groupes.

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

Produit

- Popeo permet aux e-commerçants de rattraper efficacement les acheteurs hésitants
- Popeo cible les internautes n'ayant rien ajouté à leur panier, et leur recommande automatiquement, - juste avant leur départ du site marchand visité -, des produits conformes au besoin exprimé durant leur navigation.
- La hausse du temps de visite optimise le SEO du site marchand. La pertinence des recommandations booste les ventes (jusqu'à +30%).
- Grâce à son moteur inédit d'intelligence artificielle, Popeo agit comme un impulseur d'achats de dernière minute.

Technologie

- Popeo réalise une analyse comportementale ciblée de l'internaute durant sa navigation sur le site marchand visité.
- Un algorithme de matching fait apparaître une sélection optimale et personnalisée de produits, juste avant le départ du site marchand.
- Un algorithme auto-apprenant affine en continu la pertinence de la sélection de produits recommandés.
- Un algorithme prédictif anticipe le moment du départ de l'internaute sur les supports mobiles.
- Plug & Play : un tag de 3 lignes à copier / coller une seule fois, à la manière de Google Analytics.

Originalité

- Les recommandations n'apparaissent qu'au moment du départ de l'internaute. Il n'est ainsi jamais importuné durant sa navigation.
- Popeo fonctionne non seulement sur les ordinateurs, mais aussi et surtout sur les mobiles et les tablettes (70% des visiteurs d'un site marchand). Sur ces deux derniers supports, un algorithme de pointe anticipe le moment du départ des internautes.
- Le parcours de navigation des internautes est analysé de manière anonyme et transparente (100% compatible RGPD).
- Possibilité de définir librement le délai de réapparition des recommandations pour les visiteurs récurrents (par exemple tous les X jours).
- Possibilité d'assortir les recommandations d'un code promo à usage unique et limité dans le temps (« ventes flash »).

Plan de développement

- 2020 : Marché français,
- 2021 : Pays francophones,
- 2022 : Marché européen.
- 2023 : Extension à l'international.

BUSINESS MODEL – GÉNÉRATION DE REVENUS

Croissance CA et Clients

- Une cinquantaine de clients actifs en France.
- Plusieurs partenariats conclus avec des plateformes d'affiliation de référence et des agences e-commerce.

Business model

- Formule « Win-Win » : Aucun abonnement fixe mensuel, aucun engagement, commission sur les ventes à négocier au cas par cas.
- Formule « Premium » : 69 € HT/mois, aucun engagement, 200 clics sur les produits recommandés, pas de commission sur les ventes.
- Formule « Pro » : 149 € HT/mois, aucun engagement, 1.000 clics sur les produits recommandés, pas de commission sur les ventes.
- Les formules « Premium » et « Pro » sont assorties de 15 jours de période d'essai.

KPIs

- Multiplication par 3,5 en moyenne du temps de visite sur le site marchand
- Jusqu'à 45% de diminution du taux de rebond sur le site marchand (optimal pour le SEO)
- Les internautes consultent 4 pages supplémentaires en moyenne du site e-commerce
- Jusqu'à 30% de ventes supplémentaires sur le site e-commerce

Stade

Early stage

Levée de fonds

2 M€

Chiffre d'affaires

300 K€

Concurrents

- Pricemoov

Prix /**Récompenses**

- Batch 8 Lafayette
Plug and Play

FONDATEUR

Jerome Laurent - CEO : MBA, 19 ans d'expérience en Marketing Internet. Ex-CMO du groupe eDreams ODIGEO, early-investor et VP sales and marketing de liligo.com après le 1er tour de series A avec Alven Capital (Nicolas Célier)

Guillaume Tujague - CPO : MBA, background en conseil et 5 années d'expérience en tant que Directeur du Revenue Management du Groupe eDreams ODIGEO (4,5 Milliards € de CA)

Xavier Casellato - CTO : Ingénieur de formation, 18 années d'expérience en software development dont 3 chez SAP. 11 années chez Liligo.com dont les 3 dernières années en tant que CTO (groupe eDreams ODIGEO)

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION**Produit**

- Plateforme SaaS de Revenue management et d'Optimisation du Pricing pour les retailers et les e-commerçants
- PricingHUB ActivateTM: Une boîte à outil Plug and Play, répondant à des use cases spécifiques sans intégration BI.
- PricingHUB OptimizeTM: Une application complète pour optimiser votre pricing et mesurer la performance. Vous optimisez en utilisant:
 - le Rule Based Pricing, un moteur de règle complet (Ex: alignement sur la concurrence, Stock, ...)
 - le Target based Pricing, un algorithme qui se fonde sur le calcul de la sensibilité prix des clients pour atteindre votre objectif businessbusiness

Technologie

- Plateforme en SaaS incluant une démarche Test vs. Control intégrée nativement dans l'application et qui permet de mesurer l'impact isolé des actions pricing.
- La combinaison algorithmique : mix d'algorithmes propriétaires d'apprentissage par renforcement centrés sur le calcul d'élasticité et d'algorithmes existants pour certaines fonctionnalités (Google Causal Impact, Facebook Prophet)
- Une connectivité simple avec les principaux outils BI, Analytics et plateformes e-commerce du marché.

Originalité

PricingHUB est seule solution sur le marché à :

- Proposer dans la même interface un ajustement des prix via un moteur de règle ou une optimisation algorithmique fondée sur l'élasticité
- Intégrer une approche Test vs. Control en natif dans l'application
- Permettre de piloter de multiples stratégies de pricing et optimise le catalogue produit pour différents objectifs business
- Se baser sur des algorithmes d'apprentissage par renforcement qui explorent l'élasticité-prix au niveau du SKU par opposition aux modèles prédictifs qui sont exposés à beaucoup de bruit

Plan de développement

- PricingHUB ActivateTM: Nous visons une augmentation des cas d'utilisations et un assouplissement de la structuration de donnée entrante
- PricingHUB OptimizeTM: Sur 2021 nous ambitionnons de mettre à disposition un ensemble de services facilitant l'optimisation des Promotions. Nous avons une douzaine de cas d'utilisations dans les cartons pour ces 3 prochaines années

BUSINESS MODEL – GÉNÉRATION DE REVENUS**Croissance CA et Clients**

- CA: 300K € pour l'exercice 2019/2020
- Clients: Les principaux clients actifs sont le Groupe Fnac- Darty (déploiement européen), Allopnus.com, Castorama.

Business model

Business model de solution Saas - donne accès à l'ensemble de l'application (moteur de règle + pricing dynamique + reporting de la performance et reporting concurrentiel):

- Set-up fees: couvrant la phase de déploiement du data lake et de l'onboarding de la solution
- Frais de Licences mensuels: frais fixes mensuels fonction du nombre de licences et du CA du client
- Frais Variables Mensuels (en fonction du Volume d'affaire optimisé PricingHUB OptimizeTM)

KPIs

- Le Target Based Pricing permet un incrément de masse de marge de 12% pour +15% de CA
- PricingHUB OptimiseTM yield un ROI entre 7 et 14 en fonction des catégories de produits



ANNÉE DE CRÉATION
2015
ORIGINE
France

B2B/B2C
B2B
SITE WEB
www.qemotion.com

CONTACT
Grégoire Pfirsch, DG
Cofondateur

gregoire.pfirsch@
qemotion.com
+33 (0) 663706037

Stade
NA

Levée de fonds
800 K€ Seed (Juin 2017)

Chiffre d'affaires
300 K€ (2019)

Concurrents
• Outils d'analyse sémantique/ Outils d'analyse émotionnelle sur la voix, la reconnaissance faciale...

Prix / Récompenses
• Lauréat EDF 2019

• Finaliste Fevad 2018
• Lauréat Hackathon BNPParibas 2017
• Finaliste Vivatech LVMH award 2017

FONDATEUR

Matthieu Bruneteau de Gorsse : Président, 15 ans d'expérience dans le retail et la finance, 10 années d'expérience à l'étranger en Allemagne, Espagne et Chine pour Promod et Lacoste.

Grégoire Pfirsch : Directeur général, 15 ans d'expérience dans les analytics digitaux et les études marketing pour Danone, Meccano, Altran et MetrixLab.

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

Produit

- Plateforme SaaS utilisant du Machine Learning pour détecter et analyser les émotions clients (joie, surprise, peur, tristesse, colère, dégoût) afin de réduire les irritants dans les parcours, diminuer l'attrition/ le churn et d'augmenter la fidélité / NPS.
- Modules d'expérience et de parcours client phygital, d'insights, de benchmark et de reporting automatique.
- Les données traitées sont les messages écrits des clients (avis, commentaires, verbatim, chat, emails...) pour identifier les tonalités émotionnelles, classer les sujets sémantiques et révéler les actions business prioritaires.

Technologie

- Algorithmes sémantiques (NLP - traitement du langage naturel) utilisant l'IA (machine learning) couplés à des algorithmes de scoring émotionnel qui s'appuient sur un dictionnaire émotionnel multilingue (30 langues) indexant plus de 50 millions de mots et expressions qualifiant les émotions primaires (joie, surprise, peur, tristesse, colère, dégoût) et les niveaux d'intensité émotionnelle de l'expérience client.
- Solution disponible via plateforme SaaS ou API pour intégration dans les environnements techniques des clients (y compris des logiciels de CRM type Salesforce).

Originalité

- Première plateforme émotionnelle proposant d'analyser les émotions clients à partir des propos écrits pour permettre aux marques/ enseignes d'améliorer leur expérience client digital ou en point de vente, et de personnaliser les parcours utilisateurs.
- Dictionnaire émotionnel du langage multilingue unique au monde.

Plan de développement

- Sortie fin 2020 d'une version produit full SaaS complètement automatisée et standardisée beaucoup plus accessible financièrement (prix) et rapide (temps réel).
- +50% de projets internationaux fin 2021.
- Levée de fonds Série A S2 2021.

BUSINESS MODEL – GÉNÉRATION DE REVENUS

Croissance CA et Clients

- Croissance CA +50% tous les 9 mois depuis 2017.
- Principaux clients: FNAC DARTY, Sodexo, Banque CASINO, MAIF, Crédit Agricole, Banque Populaire, TUI, Chanel, Musée du LOUVRE, Heineken.

Business model

- Licence : abonnement mensuel ou annuel.
- Palier de tarification en fonction du volume de données analysées principalement.
- Set up et intégrations ad hoc facturés en mode projet.

KPIs

- MRR majoritaire dans le revenu global
- Taux d'acquisition de nouveaux projets clients grands comptes : 1 à 2 / mois
- Base de données propriétaire de plus de 50 millions de mots et expressions indexés émotionnellement
- 10 millions d'avis clients analysés sur les 12 derniers mois. en fonction des catégories de produits

Lizee

ANNÉE DE CRÉATION
2019**ORIGINE**
France**B2B/B2C**
B2B**SITE WEB**
www.lizee.co**CONTACT**
tanguy@lizee.co**Stade**

Post Seed

Levée de fonds

1 M€

Chiffre d'affaires

400 K€ en 2019

Concurrents

- Circuly.io
- Caastle

Prix /**Récompenses**

FONDATEUR

Anna Balez : Co-Founder & COO: Elle a fondé en 2013 Tale Me, première entreprise de location en ligne D2C d'Europe qu'elle a développé pendant 5 ans avant de s'orienter vers le B2B. Elle est ingénieure et passionnée par les processus industriels de l'économie circulaire.

Tanguy Frécon : Co-Founder & CEO: Après son diplôme d'école de commerce (SKEMA), il a travaillé pour différents fournisseurs de solutions retail-tech tels que Cegid, Microsoft ou Wynd à NY, Londres et Paris. Conscient de l'impact du retail sur l'environnement, il est déterminé à aider les marques dans leur transition écologique d'un modèle linéaire vers un modèle circulaire.

Timothée Emery : Co-Founder & CTO: Diplômé de la Sorbonne / I'IAE de Paris. Il a été Scrum Master chez Michelin. En 2014, il crée YouShould, plateforme de réservation de bars dont il se sépare en 2020. Développeur de formation et entrepreneur dans l'âme, il a rejoint Lizee pour aider les marques à booster leurs revenus tout en polluant moins.

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

Produit

- Lizee propose aux enseignes un logiciel eCommerce et Logistique ainsi que des services en marque blanche (Lizee Lab) afin de les lancer, en quelques semaines, dans l'économie du partage et de la fonctionnalité, grâce à location de leurs produits.
- Forte de son expertise dans l'économie circulaire et grâce à ses solutions, Lizee accompagne les marques dans leur transformation durable, par le déploiement de business models circulaires innovants leur permettant, entre autres, de cibler de nouveaux types de consommateurs, de récolter de la donnée sur la qualité des produits ou encore de booster leur marge (x3).

Technologie

- Rental Management Software (RMS)

Originalité

- Sur le marché de la location, il y existe beaucoup d'acteurs B2C. Ils ont besoin de beaucoup d'argent pour acquérir des clients (ex: Rent The Runway, Le Tote, Y-Closet, Le Closet...).
- Lizee se démarque de la concurrence grâce à sa stratégie B2B. Ils partent du principe que les marques et les détaillants sont les plus puissants ambassadeurs et influenceurs de ce nouveau business model.

Plan de développement

1 Lizee Lab : Pour tester et valider le business model de location, Lizee propose aux marques et aux détaillants un logiciel eCommerce et logistique sur étagère ainsi que des services en marque blanche pour les lancer, en quelques semaines seulement, dans l'économie du partage et de la fonctionnalité. Ce Lab est le point de départ de tout projet de location pour une marque car il permet de tester facilement ce nouveau business model et de tester son intérêt.

2 Lizee Rental Management Software (RMS): Une fois la période de validation du modèle terminée, Lizee fournit le logiciel nécessaire aux marques qui cherchent à gérer, de manière autonome, une offre de location dans leur propre infrastructure eCommerce et logistique (WMS).

BUSINESS MODEL – GÉNÉRATION DE REVENUS

Croissance CA et Clients

- CA: 400K€ 2019
- 10 clients internationaux. Parmi eux: Decathlon, Galeries Lafayette, Delsey, VF Corp, Kiabi, Tommy Hilfiger...

Business model

Pour notre marque blanche eCommerce et Logistique:

- 1 Coût d'installation (services)
- 2 Abonnement (tech)
- 3 Coût par commande (logistique)

A terme, Lizee souhaite seulement opérer le SaaS et laisser les marques opérer la location grâce à leur technologie: le Rental Management Software (RMS).

KPIs

- 10 clients,
- 15 employés
- Taux de conversion en ligne allant jusqu'à +8% sur les plateformes de location,
- Accélérateurs: Fashion For Good / Lafayette Plug & Play / Retail Tech Hub / Ellen MacArthur / Circle Economy

[RETOUR AU SOMMAIRE](#)

**ANNÉE DE CRÉATION**
2015**B2B/B2C**
B2B et B2C**CONTACT**
julien@cocolis.fr**ORIGINE**
France**SITE WEB**
www.cocolis.fr**Stade**

NA

Levée de fonds

NC

Chiffre d'affaires

NC

Concurrents

NC

Prix / Récompenses

- Easy Mobility
- Challenge 2019
- European Startup Prize for Mobility 2018
- Be a boss Award 2016
- La Fabrique Aviva 2016
- Incubée par le Moove Lab à Station F

FONDATEUR**Eliette Vincent** : EM Lyon, ex Responsable E-Commerce chez La Redoute, ex Directrice Marketing chez Vente-unique.com**Julien Lardé** : Grenoble EM, ex-Directeur Commercial Cherchons.com, ex e-business developer LeGuide.com**DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION****Produit**

- Solution API permettant aux e-commerçants et aux plateformes de livrer partout en France leurs clients, grâce à un système collaboratif (type Blablacar), garantissant ainsi une livraison plus écologique et économique.
- Votre client fait un achat en ligne et sélectionne la livraison « Cocolis ». Cocolis le connecte avec une personne dont le trajet coïncide et propose une assurance pouvant aller jusqu'à 5000€, avec la MAIF.

Technologie

- Connexion API / module e-commerce (Prestashop, Magento, Shopify...).

Originalité

- Livraison collaborative au plan national : Cocolis dessert 97% des villes françaises de plus de 2000 habitants.
- Ecologie : en mettant en relation les personnes sur le principe du covoiturage, Cocolis limite les émissions de CO2 et propose une solution fiable et sur mesure pour vos livraisons.
- Fiabilité : excellent niveau de satisfaction client (NPS : 80.8), assurance des biens jusqu'à 5000€.

Plan de développement

- Densification du réseau de transport (particuliers et transporteurs partenaires).
- Cocolis veut s'imposer comme la première solution collaborative de livraison pour le e-commerce et l'économie circulaire.

BUSINESS MODEL – GÉNÉRATION DE REVENUS**Croissance CA et Clients**

- (données chiffrées du CA non communiquées) +90 % de CA sur 2020 vs 2019.
- Clients : + 3200 marketplaces et e-commerçants sur des verticales variées : mobilier, vente de seconde main, bricolage, automobile, vélos, etc.

Business model

Commission sur les frais d'expédition

- Nombre de colis expédiés
- Nombre de trajets proposés
- Net Promoter Score



ANNÉE DE CRÉATION
2015

ORIGINE
France

B2B/B2C
B2B et B2C

SITE WEB
www.fenotek.com

CONTACT
Bruno.davoine@
fenotek.com

Stade

NA

Levée de fonds

3,07 M€

Chiffre d'affaires

662 K€ (2019)

Concurrents

- Ring
- Nest

Prix /

Récompenses

- Trophée Med Innovant 2016 - Coup de Cœur

- Trophée des Objets Connectés 2017 - Meilleur tableau de bord, meilleur système de pilotage

- Lauréate EDF Pulse 2017 - EDF finaliste Smarthome

- Trophée Prix EDF Pulse Paca 2016 - Habitat Connecté

- Trophée des Entrepreneurs Positifs CPME 13 - 2017 Prix Persévérance

- Lauréate The Smart Tech Show 2017 - Distree

FONDATEUR

Bruno Davoine - CEO : Multi-entrepreneur, diplômé de l'Ecole Nationale des Ponts et Chaussées et de l'ESSEC, Bruno a fait carrière dans la distribution de matériel informatique (Symbiotic), l'édition de logiciel (Adobe) et les télécom (Vodafone C&W)

Didier Elbaz - Directeur général : Commence sa carrière chez Gemplus, en 2002, il crée avec la société SPS (Smart Packaging Solutions) pour industrialiser des produits innovants dans le domaine de la sécurité. SPS est racheté en 2014 par l'Imprimerie Nationale

Olivier Ros - Directeur Technique : Diplômé de l'Ecole Nationale Supérieure des Mines de Saint-Etienne, a occupé un large éventail de postes en Europe et aux Etats-Unis, d'ingénieur R&D, ingénieur avant-vente, business développer, responsable de comptes

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

Produit

- Interphone connecté: permet de réceptionner un colis, se faire livrer ses courses ou faire intervenir un ouvrier à distance
- Le client, même s'il est absent, peut voir et discuter avec le livreur qui se présente à son domicile, ouvrir le portail/ si le client n'est pas disponible pour répondre à son smartphone - possibilité d'envoyer par mail un QR code éphémère/prise de photo horodatée lors de l'accès du livreur/connexion à la domotique existante de la maison (caméras de surveillance ou à l'alarme)
- Résout la problématique du « dernier mètre »

Technologie

- Connecté au Cloud - permet de créer de nombreux nouveaux services (livraison, maintien à domicile, location temporaire, sécurité)
- Apps mobile Android et iOS
- Plusieurs brevets ont été déposés pour protéger l'invention

Originalité

- Permet d'ouvrir le portail et/ou la porte d'entrée à distance
- Facteurs différenciants:
 - Réel interphone (platine de rue) en métal, totalement étanche et connecté à Internet en Wi-Fi ou en 4G (bien souvent le Wi-Fi ne porte pas jusqu'au portail)
 - Système de gestion de clés virtuelles (QR codes ou Barre Code uniques et sécurisés - à présenter par le livreur pour ouvrir le portail/porte, autodétruites après utilisation) - photo horodatée déclenchée et envoyée au client comme preuve de passage

Plan de développement

- Internationalisation: développement de leurs réseaux de distribution en Europe avec une priorité en Allemagne, UK et Benelux
- Développement de partenariats: avec les grandes enseignes de e-commerce (BtoC ou BtoB) pour les aider à optimiser le "click to possession" en intégrant Hi) dans leurs programmes de fidélisation

BUSINESS MODEL – GÉNÉRATION DE REVENUS

Croissance CA et Clients

- CA : 126K € en 2017 / 384K € en 2018 / 662K€ en 2019
- Clients: 70% particuliers, 30% entreprises

Business model

- Version Wi-Fi au prix de 399€ TTC - pour 6€ TTC/mois l'utilisateur peut activer la carte SIM 4G intégrée à l'objet.
- Plusieurs abonnements peuvent être souscrits (Assurance avec intervention sur site, clés virtuelles/QR codes, enregistrement vidéo, etc ...) allant de 6€ à 10 € TTC/mois
- Travail sur une offre de LLD aux alentours de 10€ TTC/mois sur 60 mois

KPIs

- Nombre de clients qui détiennent l'interphone



ANNÉE DE CRÉATION
2015

ORIGINE
France

B2B/B2C
B2B

SITE WEB
www.findnorder.com

CONTACT
arthur.guelton@
findnorder.com

Stade
NA

Levée de fonds
830 K€

Chiffre d'affaires
150 K€

Concurrents

- RSitum
- Oriient
- Indoor
- Atlas

Prix / Récompenses

• Lauréate Innovation Station by Auchan (avril 2018)

• Lauréate de l'innovation CCIFP (décembre 2018)

• Prix Madein92 (décembre 2018)

• Prix de la Nuit du Commerce connecté (octobre 2018)

• Prix Challenge Trafic+ (février 2018)

• Lauréat Concours Graines de Boss (2019)

• Lauréat Concours Innovation Station (2019)

• Sélection aux incubateurs suivants : Retail Booster (2019), Paris & Co Immobilier (2018), Paris & Co Retail (2019), Showroomprivé/Look Forward (2019), CRI/ POPAI (2019)

FONDATEUR

Mickael Carvalho : Cofondateur en charge du développement produit et de la R&D. Ingénieur sécurité réseau diplômé de l'EFREI, Mickael a d'abord commencé sa carrière à la direction informatique de l'Oréal avant de créer Find & Order.

Arthur Guelton : Cofondateur en charge du développement commercial et des financements. D'abord analyste financier en immobilier et infrastructure, il a ensuite lancé en Australie les activités commerciales et d'account management pour le compte de sociétés étrangères.

L'équipe technique : Est répartie entre 3 ingénieurs chercheurs (docteur en physique, doctorant en traitement du signal, data scientist) et 3 ingénieurs logiciel (modélisation, back-end, mobile).

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

Produit

- La solution est destinée à optimiser les opérations de préparation de commandes en entrepôt et magasin en:
 - optimisant les itinéraires des préparateurs en temps réel (carte et guidage),
 - en accélérant la montée en compétence des opérateurs en contrat court,
 - en supprimant certaines opérations manuelles (codes détrompeurs via oral ou scan, passages de seuil...),
 - en limitant les erreurs et les coûts associés.

Technologie

- Technologie avancée avec de fortes barrières à l'entrée.
- Un dépôt de brevet est prévu cette fin d'année (étude d'antériorité faite).
- Principe technique: géolocalisation précise de téléphones (ou PDA) par analyse de l'activité de leurs capteurs (magnétomètre, accéléromètre, gyroscope, caméra). Solution sans infrastructure sur site.
- Principe de "fusion de capteurs" via traitement du signal et machine learning.

Originalité

- Solutions similaires: Les solutions existantes de géolocalisation de produits reposent principalement sur les technologies beacon, RFID et wifi. Elles nécessitent l'installation de balises ou d'étiquettes sur site. Leur faible précision (3 à 10m) ne permet pas de traiter le cas d'usage de la préparation de commandes. Elles sont davantage utilisées pour guider les consommateurs en hypermarchés ou dans des centres commerciaux.
- Facteurs différenciants: la technologie de Find & Order fonctionne sans infrastructure avec une précision inférieure au mètre. Find & Order réalise à la fois la modélisation (3D, AR) et la technologie de géolocalisation.

Plan de développement

- Business model: nous prévoyons une facturation basée sur la performance de notre outil, prenons en compte le volume de produits collectés (2021)
- Internationalisation: nous nous appuyons sur des partenaires prescripteurs mondiaux comme Zebra et Microsoft, avec qui nous avons obtenu les statuts nécessaires ("ISV")
- Priorité client: nous ciblons en priorité les réseaux intégrés internationaux de grands comptes, en logistique et retail

BUSINESS MODEL – GÉNÉRATION DE REVENUS

Croissance CA et Clients

- CA : 0 € en 2017 / 150K € en 2018 (France) / 150K€ en 2019
- Marchés: France, Portugal, Colombie, Espagne (nouveau)
- Clients: grande distribution, logistique. 12 clients actifs parmi lesquels: Casino, Leroy Merlin, Exito (Colombie), Auchan Portugal, Aéroport de Paris...

Business model

- Licence annuelle par bâtiment utilisant la solution
- Frais de mise en place dégressifs selon le volume engagé par le client.

KPIs

- Nombre d'entreprises souscrites à la licence annuelle



ANNÉE DE CRÉATION
2017

ORIGINE
France

B2B/B2C
B2B

SITE WEB
www.fretly.fr

CONTACT
philippe@fretly.fr

Stade
NA

Levée de fonds
600 K€

Chiffre d'affaires
500 K€ (prévision 2020)

Concurrents
NC

Prix / Récompenses
• Prix Innovation du Hub Retail

FONDATEUR

Philippe Adjadj : Il a passé >15 ans à des postes de directeur achat dans des entreprises de transport et de logistique
Equipe de 12 personnes : Des IT developer, des data analyst et des business Developer

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

Produit

- Solution Saas B2B pour mesurer la performance (économique/qualitative/environnementale) des transporteurs des e-commerçants
- Le déploiement se déroule en 4 étapes : Le e-commerçant donne mandat à FRETLY pour l'autoriser à collecter ses données de transport dans le système d'informations de ses transporteurs, puis FRETLY collecte les données de transport du e-commerçant dans le système d'informations de ses transporteurs, ensuite FRETLY analyse les données de transport du e-commerçant grâce à son outil digital, finalement le e-commerçant pilote sa performance transport au travers de tableaux de bords dynamiques

Technologie

- Pas de brevet
- Innovation d'usage plus que technologique

Originalité

- Concurrent : nc
- Facteur différenciant : connectée à tous les transporteurs grâce à sa plateforme collaborative, intégré dans une solution digitale unique des savoirs-faire couverts par d'autres plateformes (ex: FREIGHT TENDER pour les appels d'offres transport ou CONTROLPAY pour le contrôle de la facturation)

Plan de développement

- Court terme : déploiement commercial sur toute la France
- Moyen terme : en Europe
- Un développement technologique en partenariat avec des laboratoires de recherche spécialisé en transport et data (FRETLY labellisée FrenchTechSeed)

BUSINESS MODEL – GÉNÉRATION DE REVENUS

Croissance CA et Clients

- CA : 89K 2018 / 236K 2019 / 500K prévision 2020
- 40 clients actifs

Business model

- Le e-commerçant paie un abonnement mensuel par transporteur

KPIs

- Nombre d'abonnements

**ANNÉE DE CRÉATION**
2018**B2B/B2C**
B2B**CONTACT**
contact@monstock.net**ORIGINE**
France**SITE WEB**
www.monstock.net**Stade**

Accélération

Levée de fonds

1,6 M€ (avril 2020)

Chiffre d'affaires

NA

Concurrents

NA

Prix /**Récompenses**

- Labélisé Innovant par Nov@log

FONDATEUR

Guillaume Blanc : Ingénieur de formation (ESIEA Paris), après avoir travaillé 13 ans dans la rationalisation des Systèmes d'Informations de grands comptes; Guillaume a suivi le parcours dirigeant chez Les Mousquetaires sur le management d'entreprise et la gestion des stocks/flux. Au cours de son parcours il a constaté que les solutions informatiques existantes imposaient des contraintes qui limitaient l'optimisation de la Supply Chain / Logistique. Conscient des besoins opérationnels des entreprises, il a alors décidé de créer une solution simple et agile qui digitalise et automatise la gestion des stocks et des flux.

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION**Produit**

- Gestion des stocks : entrepôts (WMS), usines, magasins, véhicules, hubs, etc.
- Supply Chain étendue : Clients, Fournisseurs, Partenaires, etc.
- Gestion des commandes Omnicanale (OMS) : E-Commerce, marketplace,
- Livraison du dernier kilomètre avec Hubs logistique urbains (TMS),
- Traçabilité complète/centralisée des process métiers,
- Suivi des équipements et contenants/contenu (palettes, colis, etc.) avec IOT,
- Gestion des interventions et planning (FSM),
- Algorithmes et IA pour proposition intelligente des préparations et réceptions,
- Connecteurs environnement existant (Scanner, ERP, E-commerce, ...)
- Disponible en 9 langues
- Reporting et Analytics avancés,

Technologie

- Solution Full Saas, modulable et personnalisable pour répondre rapidement aux use case de nos clients,
- Nativement mobile sur iOS et Android, ce qui permet aux équipes sur le terrain d'être connecté en temps réel en mobilité
- Grande capacité de connexion aux systèmes informatiques des clients pour avoir une vision complète de la Supply chain
- Mise en œuvre de l'Intelligence Artificielle et du machine Learning pour aider les managers dans leurs prises de décisions

Originalité

- Solution Innovante par sa technologie moderne et temps réel,
- Mobilité complète et une ouverture complète à tous systèmes,
- Richesse fonctionnelle et paramétrable,
- Connectivité IOT,
- Programme R&D ambitieux

Plan de développement

- Renforcer les équipes R&D et commerciales,
- Enrichir les fonctionnalités de la solution,
- Nouer de nouveaux partenariats avec des éditeurs et distributeurs sociétés de conseils/éditeurs en France et à l'international

BUSINESS MODEL – GÉNÉRATION DE REVENUS**Croissance CA et Clients**

- CA confidentiel car startup labélisée innovante par Nov@log en 2018 : Répartition du CA 84% en France et 16% international,
- 40% des clients dans le Retail et +300 sociétés clientes (en France et à l'international)

Business model

- Licences utilisateur et Professional Services : Conseils, Accompagnements, Formations, Imports de données, etc.
- Licence connecteurs système externe (ERP, E-commerce, finance ...)
- Abonnement annuel à partir de 238,8 € HT par utilisateur.

KPIs

- Réduction des achats de consommables (-15% en moyenne constaté chez nos clients)
- Réduction du volume de stocks (baisse du BFR)
- Standardisation de tous les processus et traçabilité complète
- Gain de temps pour les équipes (amélioration de la productivité)

[RETOUR AU SOMMAIRE](#)



ANNÉE DE CRÉATION
2015

ORIGINE
France

B2B/B2C
B2B

SITE WEB
www.onestock-retail.com

CONTACT
Romulus Grigoras,
CEO

rgrigoras@onestock-retail.com
+33 (0)5 62 80 21 94

Stade

Commercialisé

Levée de fonds

NC

Chiffre d'affaires

NC

Concurrents

- Manhattan
- Associates
- Tecsys
- IBM Watson Order Optimize, etc.

Prix / Récompenses

- Pass French Tech
- Paris Retail Awards
- Coup de cœur du jury LVMH innovation award

Business model

- Un modèle de commercialisation basé sur la valeur et la performance de la solution
- Frais de mise en place de la solution + abonnement logiciel
- Un ROI pour nos clients entre 3 et 6 mois.

FONDATEUR

Romulus Grigoras : CEO, Ancien professeur en informatique à l'ENSEEIH - INP Toulouse et chercheur en technologies web et multimédia à l'Institut de Recherche en Informatique

Benoît Baccot : Directeur technique, docteur en informatique, ingénieur de l'ENSEEIH - INP Toulouse

Vincent Charvillat : Responsable scientifique, professeur en informatique et mathématiques appliquées à l'ENSEEIH - INP Toulouse

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

Produit

- OneStock est l'OMS (Order Management System) agile dédié aux retailers. Sa force : l'unification des stocks (entrepôts, points de vente, fournisseurs...) et l'orchestration des commandes. Déployez en quelques mois des scénarios hautement rentables (Ship From Store, Order In Store, Click & Collect, E-Réservation) et offrez une expérience on-line et in-store réellement omnicanale (Return Anywhere, Delivery Promise, Personal Stylist).
- Captez plus de commandes, écoutez plus rapidement vos stocks, augmentez votre rentabilité et ré-enchantez l'expérience d'achat.

Technologie

Solution "Best of Breed" et agnostique en mode SaaS, OneStock s'intègre facilement au sein du paysage applicatif des marchands. Notre technologie se base sur 3 volets :

- **Écoulement des stocks** : OneStock, au travers de son OMS et de l'unification des stocks, aide les retailers à vendre leur stock plus rapidement et ainsi à diminuer significativement les produits résiduels ainsi que tous les transferts inhérents à leur gestion
- **Optimisation des ressources** : OneStock met à disposition des vendeurs des outils à forte valeur ajoutée tels que la tablette vendeur (mobile pos). Notre solution améliore également la performance globale des vendeurs et des magasins (Order in Store, Ship From Store)
- **Innovation technologique** : D'importants investissements sont réalisés en R&D afin de proposer aux retailers un OMS fiable et performant. OneStock progresse constamment en répondant aux besoins de ses clients les plus innovants.

Originalité

OneStock est le leader Européen du Ship From Store :

- Améliore l'expérience des acheteurs en évitant les ruptures de stocks en ligne,
- Ecoule plus rapidement les stocks et diminue ainsi les remises en fin de saison
- Maximise la rentabilité et réduit l'empreinte carbone en optimisant l'envoi de chaque commande
- ROI rapide et important : Augmente le CA e-commerce (+15%) et améliore les marges

Plan de développement

- OneStock a pour objectif de devenir le premier partenaire technologique des retailers omnicanal..
- Notre mantra : connecter l'ensemble des points d'approvisionnement avec la demande client et offrir tous les modes de livraison tout en maximisant les bénéfices.
- Nous souhaitons poursuivre notre expansion sur le marché Européen (Angleterre, Espagne, Italie, Allemagne, Finlande...) et Américain

BUSINESS MODEL – GÉNÉRATION DE REVENUS

Croissance CA et Clients

- Un chiffre d'affaires en hausse de 110% en 2019
- 510 millions d'euros générés par nos client grâce à l'Order Management System
- 3.7 millions de commandes exécutées grâce à notre module d'orchestration des commandes
- Les leaders Européens du retail font confiance à OneStock : INTERSPORT, LVMH, Jules, Ba&Sh, Sergent Major, ManoMano, Truffaut, Du Pareil Au Même, Camaïeu, Pimkie, Ollygan, Orchestra-Prémaman, Natalys, Brice, RougeGorge Lingerie, Kaporal, Jacadi, Oxybul, Okaidi, Obaibi, Bizzbee, Serge Blanco ou encore Monsoon Accessorize, Ted Baker, Phase Eight, Jigsaw, Whistles, Radley au Royaume-Uni et Imperial Fashion en Italie

KPIs

- ROI rapide et important : Augmentation CA e-commerce (+15%), amélioration des marges
- Nombreuses références dans un contexte omnicanal et retail
- Quick Win grâce à un temps d'implémentation court : 3 à 6 mois
- Une facilité d'adoption grâce à des interfaces ergonomiques et intuitives pour les utilisateurs (vendeurs, service client, siège)

[RETOUR AU SOMMAIRE](#)

**ANNÉE DE CRÉATION**
2015**ORIGINE**
France**B2B/B2C**
B2B**SITE WEB**
www.urbanhub.fr**CONTACT**
bernard.ochs@
urbanhub.fr**Stade**

Commercialisé

Levée de fonds

2,5 M€ (entre 2015 et 2019)

Chiffre d'affaires

304 K€

Concurrents

- La Poste
- Ecolotrans
- Cubyn
- FM Logistic
- Axelis
- Logtex

Prix /**Récompenses**

- Invité par Accor à Vivatech 2019

FONDATEUR**Bernard Ochs** : Nombreuses expériences et entrepreneur récidiviste (NetValue, Calao)**Steve Grandfils** : Entrepreneur du transport, autodidacte**DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION****Produit**

- Externalisation logistique complète pour le e commerçant grâce à un ERP
- Opérateur logistique urbain decarboné

Technologie

- Reconnu comme innovants depuis 2016
- Retenu par la Région Île de France pour le concept de hub urbain decarboné
- Le développement de logiciels de yield management, en partenariat avec India, pourra faire l'objet d'un dépôt de brevet en 2021

Originalité

- Principaux concurrents : La Poste, Ecolotrans, Cubyn, FM Logistic, Axelis, Logtex
- Dans l'ensemble tous les logisticiens traditionnels sont appelés à devenir nos partenaires.
- Facteur différenciant : l'implantation dans Paris, la capacité à faire du transport propre, l'ERP et les compétences métier, l'approche omnicanal

Plan de développement

- Business model: Saas sur base stockage + services+ transport (sous-traité)
- Expansion: 3 autres entrepôts à Paris, puis Lyon, Lille en partenariat avec un grand de la GMS
- Franchise pour constitution d'un réseau, via notre ERP et nos methodes
- Clients: grands comptes et marques Premium

BUSINESS MODEL – GÉNÉRATION DE REVENUS**Croissance CA et Clients**

- CA: 2017 47000€, 2018 102.000€, 2019. 304.000€ CA, Budget 2020 de 1.3M€
- Clients: 70 actifs

Business model

- Solution Saas

KPIs

- Nombre de clients



ANNÉE DE CRÉATION
2017 (Solution)

B2B/B2C
B2B

CONTACT
alban@antvoice.com

ORIGINE
France

SITE WEB
www.antvoice.com

Stade
Scale

Levée de fonds
5M€

Chiffre d'affaires
>1M€

Concurrents
NA

Prix / Récompenses
• Grand Prix de la Nuit des rois en 2018

• Parmi les 10 finalistes des LVMH Awards (VivaTech 2019: parmi 920 startups du monde entier)

FONDATEUR

Rodolphe Mirilovic - CTO : a co-créé AntVoice à la sortie de ses études d'ingénieur à l'EFFREI et juste après une première expérience comme CTO de Looneo, un site de social shopping créé par Alban Peltier

Alban Peltier - CEO : Master 2 de marketing, Paris-Dauphine, fait partie des pionniers du digital avec une première partie de carrière dans des startups comme iBazar (rachetée par eBay) ou Sporever (rachetée par Orange) et des grands groupes comme Microsoft où il était directeur des services de communication de MSN France (MSN Messenger, MSN Hotmail, etc.). Sous son impulsion, MSN est devenue la messagerie instantanée ultra leader en France dans les années 2000. Il a ensuite fondé Looneo puis cofondé AntVoice

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

Produit

• AntVoice répond aux enjeux des marques qui souhaitent identifier, cibler et activer leurs futurs clients en haut de tunnel d'acquisition. Nous exploitons ainsi une technologie de Predictive Targeting qui se base sur l'Intelligence Artificielle et le Machine Learning pour prédire les futurs achats des consommateurs. Résultat : Une marque peut recruter des nouveaux clients avant même qu'ils la connaissent grâce à une solution publicitaire innovante et responsable.

Technologie

• Seul acteur à mettre l'intelligence artificielle et le machine learning au cœur de sa solution publicitaire, AntVoice est un expert de l'IA appliquée à la publicité plutôt qu'une adtech classique

• Les différents algorithmes (prédiction d'achat, bid learning pour trouver les meilleurs emplacements, trading des campagnes) ont été développés in-house et sont en perpétuelle évolution - cité dans de très nombreux mapping portant sur l'IA en France (BPI, France is IA, etc.) et aux Etats-Unis (CB Insight, Juniper Research, etc.)

Originalité

• Solutions similaires: le marché de l'acquisition de nouveaux clients sur l'open web est assez traditionnel. La plupart des acteurs (trading desks, régies, ad networks, etc.) utilisent un process très manuel et classique: choix d'un ou plusieurs segments à toucher, choix de formats (native advertising, display, etc.), choix de supports, association d'une ou plusieurs créations pub et optimisation suite au lancement (accélération ou arrêt sur certains formats, certains emplacements, etc.)

• Facteurs différenciants: utilisation de l'intelligence artificielle pour optimiser ces étapes (prédire un acte d'achat et cibler les internautes, trouver les meilleurs emplacements publicitaires, « trader » la campagne (définition de l'enchère en fonction de chaque internaute, etc.)

• Possède un full stack contrairement à la plupart des acteurs de la publicité permettant d'optimiser la performance. Modèle au CPC (vs CPM) avec un objectif de coût d'acquisition. Capable de prédire un achat permettant aux marques de toucher les consommateurs avant leurs concurrents

Plan de développement

• Développement de nouveaux secteurs : au lieu du retail, AntVoice s'adresse maintenant à d'autres secteurs comme la Banque / Assurance, l'Auto, les services, etc.

• Développement des formats : au lieu de - en plus du display et du native advertising

• Développement géographique avec de premières campagnes dans d'autres pays d'Europe dès mi 2019

BUSINESS MODEL – GÉNÉRATION DE REVENUS

Croissance CA et Clients

• Croissance du CA : +90% en 2019 vs 2018

• Clients: plus de 100 clients signés au global et plus de 50 clients qui utilisent tous les mois, en fil rouge, la solution de predictive targeting d'AntVoice (ex: GMF, Jules, Damart, JPG, Odalys Voyages, etc.)

Business model

Vend des campagnes publicitaires au CPC avec un objectif de CPA, et achète l'espace média au CPM

KPIs

• Coût d'acquisition client / coût de la visite qualifiée

• Taux de rebond

• Pourcentage de nouveaux clients



ANNÉE DE CRÉATION

2016

ORIGINE

France

B2B/B2C

B2B

SITE WEB

www.botfuel.io

CONTACT

javier@botfuel.io

Stade

NA

Levée de fonds

4M€

Chiffre d'affaires

1 M€ en 2019

Concurrents

- Dialogflow,
- Mindsay

Prix / Récompenses

- Concours d'innovation numérique
- Programme Européen H2020,
- Techstars contest AI - CES 2019

FONDATEUR

Javier Gonzalez Helly : CO-CEO et co-fondateur : serial entrepreneur, expériences en M&A chez BNP Paribas

Yan Georget : CO-CEO et co-fondateur : serial entrepreneur, expériences en tant que CTO, ex- VP Engineering chez Criteo

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

Produit

Botfuel fournit une plateforme de Commerce Conversationnel créée et pensée pour les équipes marketing. Grâce aux conversations et à l'IA, notre solution permet d'offrir aux clients le niveau d'accompagnement et de conseil que l'on trouve en magasin.

À chaque étape du parcours client nos vendeurs virtuels aident les marques et les distributeurs à :

- Engager de façon personnalisée les clients potentiels
- Lever les obstacles et les questions qui freinent l'avancée dans le parcours d'achat
- Aider les clients à trouver le produit qui leur convient sous la forme d'une conversation personnalisée, comme le ferait un vendeur en magasin
- Émettre des recommandations ultra-personnalisées
- Optimiser l'expérience d'achat sur mobile
- Augmenter les ventes en ligne

Technologie

• Botfuel possède des algorithmes IA propriétaires, développées depuis plus de 3 ans, et qui offrent des résultats sur la verticale E-commerce supérieurs aux autres solutions du marché.

Originalité

- Le seul acteur spécialisé sur les problématiques de Marketing et de Conversion pour l'E-commerce
- Une solution Martech avec un outil puissant de construction de campagnes conversationnelles et d'A/B testing qui parle aux équipes marketing
- Une intégration forte aux plateformes E-commerce, CRM et PIM
- Une intelligence artificielle spécialisée grâce à la donnée des utilisateurs de sites e-commerce
- Une solution plug & play, ne nécessitant aucun développement informatique et pouvant être déployée en quelques semaines.

Plan de développement

- Confirmer sa place en tant que solution conversationnelle leader pour le E-commerce
- Multiplier les références parmi les grands e-commerçants français
- Se développer à l'international.

BUSINESS MODEL – GÉNÉRATION DE REVENUS

Croissance CA et Clients

• Botfuel compte une dizaine de clients actifs parmi lesquels Europcar, ClubMed, La Poste, FDJ, Opéra de Paris, Fermob

Business model

Botfuel propose une solution adaptée à chaque site e-commerce grâce à un abonnement mensuel, à partir de 990€/mois, qui varie en fonction du nombre de visiteurs uniques du site e-commerce sur lequel la solution est installée. Botfuel propose aussi des prestations d'intégration et d'accompagnement.

KPIs

- 15,5% de taux de conversion
- 92% de taux de satisfaction
- Panier moyen +17%



ANNÉE DE CRÉATION
2018
ORIGINE
France

B2B/B2C
B2B
SITE WEB
www.facil-iti.fr

CONTACT
y.cornu@facil-iti.com

Stade

NA

Levée de fonds

NA

Chiffre d'affaires

700 K€ à date

Concurrents

NA

Prix / Récompenses

- Startup à impact positif à Vivatech 2018
- Label tous concernés, tous mobilisés du Ministère de la Santé
- Prix FEVAD / KPMG – Start Me Up 2019
- Prix Innovation E-Tonomy 2018
- Palme de la Jeune Pousse de la Relation Client 2018

FONDATEUR

Frédéric Sudraud - CEO : Effectue une partie de ses études aux Etats-Unis et en Espagne avant de diriger le service international de Geodis. Il reprend en 2003 une agence de communication basée à Limoges, ITI communication (respect de l'environnement, insertion/réinsertion de personnes handicapées/sortant de prison, innovation)

Yves Cornu - Directeur Général et CEO FACIL'iti Japon : Formation littéraire (Sorbonne 1985-1990) et EM Lyon 2008 (MBA), dix ans dans la grande distribution (KIABI) puis dirige une entreprise de tissage de soieries historique en région lyonnaise et la revend, vice-président des Conseillers au Commerce Extérieur de la France en Nouvelle-Aquitaine

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

Produit

Solution d'accessibilité numérique (besoins visuels, moteurs, cognitifs ou temporaires) innovante qui adapte l'affichage d'un site Web en fonction des besoins personnels de l'internaute. C'est la page qui apparaît à l'écran qui s'adapte à l'utilisateur et plus le contraire pour un site plus inclusif. Cela sans modifier ou refaire les sites existant.

Technologie

- Le e-commerçant n'a rien à faire pour rendre son site plus inclusif, simplement insérer un tag (10 minutes de mise en œuvre), aucune mobilisation de ressources en interne
- Le e-consommateur crée son profil une fois pour toutes sur son ordinateur, sa tablette ou son smartphone et tous les sites équipés de FACIL'iti lui apparaissent adaptés selon son besoin, sur-mesure
- FACIL'iti est brevetée et la marque est déposée dans la plupart des pays industrialisés

Originalité

- Pas de concurrents proposant un si large spectre d'adaptations au niveau mondial, surtout avec une telle simplicité de mise en œuvre – ce sont des centaines de profils différents sur-mesure qui peuvent être créés
- Des solutions très partielles existent

BUSINESS MODEL – GÉNÉRATION DE REVENUS

Croissance CA et Clients

- CA: 1050 K€ à la suite du second exercice
- Environ 500 000 utilisateurs
- Clients dans tous les domaines d'activités (e-commerce, banques, assurances, mutuelles, collectivités, médias...)
- Filiale au Japon, présent aux USA et en Suisse

Business model

- Forfait de développement (2000 à 5000 € en général)
- Abonnement à partir de 350 € par mois pour une url

KPIs

- Nombre de e-commerçant qui vont insérer leur solution
- Nombre de e-consommateur qui vont utiliser leur solution
- Adaptation technologique de leur solution

fructifi

ANNÉE DE CRÉATION

2017

ORIGINE

France

B2B/B2C

B2B

SITE WEBwww.fructifi.com**CONTACT**philippe@fructifi.com**Stade**

Early Stage

Levée de fonds

NC

Chiffre d'affaires

NC

Concurrents

- Klaviyo
- Agilone
- Optimove
- Brightback

Prix /**Récompenses**

NA

FONDATEUR

Philippe Pavillet (CEO) : Passionné par le software et le business development, auxquels il a consacré plus de 20 années de carrière, notamment chez Vivendi Games et IAC. Diplômé de l'EM Lyon

Andrii Feklistov (CTO) : Expert en data science, ancien officier de recherche de l'armée de l'air ukrainienne. Double profil scientifique (PhD en data mining) et business (MBA)

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION**Produit**

Fructifi est une plateforme SaaS anti-churn pour les entreprises dont les clients achètent de manière récurrente

- À partir du flux de données de commandes, notre logiciel de machine learning détecte le comportement de chaque client et calcule la date et le montant théoriques de sa prochaine commande
- Cela permet alors de déterminer le statut de risque du client (actif, à risque, perdu), qui, croisé à une segmentation de la base clients, permet de mettre en place une action adaptée à la situation individuelle de chaque client
- Cette action peut alors être menée soit par les outils de campagne marketing déjà en place, soit via un outil d'automatisation proposé par Fructifi, qui combine emails, SMS et voicemails pour créer des campagnes de réengagement et de win-back performantes

Technologie

- Processus de dépôt de brevet en cours (invention d'application).
- Les algorithmes sont innovants en termes de calcul de l'ordre de priorité du contact des clients ainsi que de la valeur à vie (LTV) des clients

Originalité

- Concurrents directs : Klaviyo, Agilone, Optimove, Brightback
- Approche complète, de l'identification des clients à risque à la mise en place de campagnes de réengagement, optimisées par l'IA
- Plateforme multi-canal 1) en amont: fonctionne quel que soit le canal de ventes, online ou offline 2) en aval: actions de rétention par email, SMS et voicemail
- Structure de données adaptée aux acteurs du commerce B2B et B2C

Plan de développement

Pour les 12 mois à venir:

- Déploiement commercial national et international
- Développement d'intégrations poussées à 2 plateformes e-commerce et 2 CRM leaders du marché

BUSINESS MODEL – GÉNÉRATION DE REVENUS**Croissance CA et Clients**

- Activité lancée en 2018
- 6 clients actifs dont 4 B2B et 2 B2C
- CA 2020 x2 par rapport à 2019

Business model

- Abonnement
- Tarifs en fonction du volume de commandes, du nombre d'utilisateurs et du choix de fonctionnalités
- À terme, évolution vers une rémunération au % de CA récupéré

KPIs

- Nombre d'abonnements & MRR
- Nombre de clients finaux et CA récupérés grâce à notre solution

**ANNÉE DE CRÉATION**

2015

ORIGINE

France

B2B/B2C

B2B

SITE WEBwww.gratix.fr**CONTACT**

chris@gratix.fr

Stade

NA

Levée de fonds

NA

Chiffre d'affaires

NA

Concurrents**Prix /****Récompenses**

FONDATEUR

Christophe Lassus : Directeur technique ingénieur Supélec**Olivier Pinel** : Directeur commercial école de commerce, directeur commercial**Vincent Benoï** : Directeur financier : expert-comptable, expérience + de 5 ans chez PwC comme Senior Manager

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

Produit

- Programme de fidélité qui permet de transformer les clients en abonnés pour les chaînes de magasins ou les sites e-commerce. Le programme s'adapte à tous types de retailer, même s'il n'a jamais pratiqué la vente par abonnement.

- Gratix s'intègre facilement à la fin du parcours d'achat du client (en physique ou en digital) pour lui proposer l'adhésion au programme de fidélité avec une proposition de valeur supplémentaire Gratix. Enfin, Gratix assure entièrement l'animation du programme et la récurrence de revenus pour le marchand

Technologie

- Plateforme SaaS pour l'animation du programme

Originalité

- Le programme de fidélité Gratix révolutionne le retail physique et le e-commerce en rendant possible le modèle de vente par abonnement, auparavant réservé à la presse ou aux services numériques.

Plan de développement

- Prospection commerciale et éducation de notre marché

- Mesure de l'accroissement de CA par type de retailer, mesure des taux de conversion au programme, taux de désabonnement

BUSINESS MODEL – GÉNÉRATION DE REVENUS

Croissance CA et Clients

- CA : quelques dizaines de K

- Une dizaine de campagnes annuelles

Business model

- L'abonnement est un modèle de vente très puissant qui permet de multiplier le CA, sans efforts commerciaux ou marketing supplémentaires. Gratix se rétribue en prélevant une commission sur l'accroissement du CA créé par le programme de fidélité

KPIs

- Augmentation du CA. Pour 5% de taux de conversion au programme, le CA double (variable selon le taux de désabonnement au programme).

HDB

ANNÉE DE CRÉATION

2017

ORIGINE

France

B2B/B2C

B2B

SITE WEB

www.hdb-solutions.com

CONTACT

romane.abbou@

hdb-solutions.com

Stade

NA

Levée de fonds

NA

Chiffre d'affaires

NC

Concurrents

- Webhelp
- Téléperformance

Prix /

Récompenses

NA

FONDATEUR

Eddy MIMOUN : Ex-hôtelier en charge de la relation client du plus grand hôtel 5* à Paris et auto-entrepreneur alumni de Station F. L'entreprise est constituée de 4 collaborateurs en France et 52 collaborateurs offshore

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

Produit

- HDB humanise les sites e-commerce auprès de leurs clients pour accélérer leurs performances commerciales
- Contact center augmenté combinant intelligence artificielle et compassion humaine en 24/7 pour accompagner les visiteurs hésitants à passer à l'acte d'achat.
- Solution de relation client omnicanale fluide et rentable : social commerce, livechat, téléphone
- Implémentation de la solution sous 30 jours avec installation à 100% gérée par les équipes de HDB. Espace client à disposition de l'entreprise pour piloter et suivre les KPIs en temps réel.

Technologie

- Plateforme de suivi de process, chatbot, voicebot, smart FAQ

Originalité

- Concurrents : webhelp, téléperformance
- Facteur différenciant : omnicanal, multilingue + promotions via réseau sociaux

Plan de développement

- Embauche de 200 commerciaux d'ici 2022
- Ouverture à 3000 marques et acteurs du e-commerce
- Nouveau bureau en Bulgarie

BUSINESS MODEL – GÉNÉRATION DE REVENUS

Croissance CA et Clients

- CA : NC
- 900 marques touristes

Business model

Deux modèles :

- ROI garanti : rémunération à la performance
- Pay-as-you-go : au volume d'échanges

KPIs

- Nombre de marques
- Nombre d'échanges



ANNÉE DE CRÉATION
2016
ORIGINE
France

B2B/B2C
B2B
SITE WEB
www.shopmyinfluens.fr

CONTACT
boris@influens.fr

Stade
NA

Levée de fonds
0 €

Chiffre d'affaires
500 K€ en 2019

Concurrents
• 21 buttons,
• RewardStyle

Prix / Récompenses
NA

FONDATEUR

Boris Deltell : Fondateur de InfluensNetwork et de ShopMyInfluens avec plus de dix ans d'expérience en marketing digital et marketing d'influence
Equipe composée de 6 personnes

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

Produit

Shopmyinfluens est un outil d'influence à la performance.

Il apporte aux marques et aux agences digitales/RP/e-influence des indicateurs de performances précis comme les ventes et CA générés de leurs campagnes réalisées avec des influenceurs.

Véritable booster de programme d'affiliation, il facilite aux influenceurs l'accès à leurs marques préférées avec un accès aux statistiques en temps réel sur leur smartphone.

Technologie

- Pas de brevet

Originalité

- Concurrence : Reward Style (USA) - 21 buttons (Espagne) - Pas de concurrent français.
- L'outil est destiné à tous les influenceurs petits ou gros, en devenir ou déjà très puissants. Shopmyinfluens permet aux influenceurs d'activer n'importe quelle marque, en générant un lien tracké de manière instantanée qu'ils placent dans leurs réseaux sociaux, afin d'être rémunérés sur les ventes avec accès aux commissions en temps réel.

Plan de développement

- A court terme : Développement en Europe via des revendeurs / distributeurs exclusifs dans chaque pays

BUSINESS MODEL – GÉNÉRATION DE REVENUS

Croissance CA et Clients

- Clients actifs : 10 (e-commerçants de beauté, mode et déco)
- CA : 100K € 2017
- CA : 300K€ 2018
- CA : 500K€ 2019

Business model

- Abonnement mensuel et pourcentage sur les ventes générées par les influenceurs.

KPIs

- Nombre de clients actifs
- Nombre d'influenceurs/utilisateurs



ANNÉE DE CRÉATION
2019
ORIGINE
France

B2B/B2C
B2B
SITE WEB
www.magileads.com

CONTACT
fkolli@magileads.com

Stade
NA

Levée de fonds
NA

Chiffre d'affaires
NA

Concurrents

- Kompass
- Nomination
- Mailchimp
- SendinBlue
- Mailjet
- Marketo
- Datananas
- HubSpot

**Prix /
Récompenses**
NA

FONDATEUR

François KOLLI : Formation en dessin industriel, créateur de : Progexo (fournituriste de bureaux), Venex Création (intégration de PC), CDPRO (solutions de stockage CD, DVD et HDD), GeniusTim (laboratoires de langues portables)

Nicolas Arnaud : Formation à Dauphine en Entrepreneuriat, banquier privé (LCL), consultant en stratégie (Capgemini), fondateur et CEO (emailcatcher.io)

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

Produit

Solution de prospection commerciale automatisée par LinkedIn, mail, téléphone:

- Mise à disposition d'une Base de données BtoB de 8 millions de contacts nominatifs avec la fonction du contact
- L'accès à la base LinkedIn de 15 millions de contacts à partir de laquelle vous sourcez pour réaliser vos ciblages
- Outil d'emailing et de LinkedIn automation (scenario) pour envoyer vos mails et messages LinkedIn
- Statistiques comportementales et socio-professionnelles et visiteurs de votre site internet
- Outil de Lead Scoring et Lead Nurturing pour de l'acquisition et fidélisation de prospects
- Retargeting : Outil analytique pour suivre les interactions des visiteurs sur votre site et les relancer par email
- Un CRM / PRM intègre pour le suivi & la programmation de rappels des prospects

Technologie

- Création et innovations de scripts intelligents
- Solution en marque blanche à vos couleurs

Originalité

- Solution unique et innovante avec une vision 360 de la prospection automatisée la plus complète du marché
- Facteurs différenciants: intègre tous les outils de prospection, un tout-en-1 et coût 4 à 10 fois moins élevé

Plan de développement

- Création d'un réseau de revendeurs
- Faire du Branding / communication
- Possibilité de transformer la solution en marque blanche
- Nouer des partenariats
- Automatisation de la prospection vers les réseaux sociaux

BUSINESS MODEL – GÉNÉRATION DE REVENUS

Croissance CA et Clients

- Clients: 1300 inscrits depuis janvier, 50 comptes avec paiement récurrent
- Solution pour les entreprises désirant prospecter de nouveaux clients : Service Digital, Marketing, Communication,
- Solution adaptée pour l'e-commerçant qui désire capter de nouveaux clients/visiteurs

Business model

- Vente de packs de crédits - 1 crédit équivaut à un mail expédié au prospect
- Récurrence du renouvellement de l'achat des packs à plus de 70 %
- Location de notre base de données par API pour les éditeurs / intégrateurs

KPIs

- Nombre d'entreprises souscrites aux packs : 150 clients récurrents en 6 mois avec une progression prévue de plus de 100 % par an



ANNÉE DE CRÉATION
2014
ORIGINE
France

B2B/B2C
B2B
SITE WEB
www.market-invaders.com

CONTACT
vincent.oger@market-
invaders.com

Stade

En croissance commerciale

Levée de fonds

Auto financement total

Chiffre d'affaires

354 K€

Concurrents

• Aucun concurrent direct. Quelques concurrents indirects à travers le monde

Prix /

Récompenses

FONDATEUR

Vincent Oger : 14 ans d'expérience dans les deux plus grands cabinets mondiaux d'audit et de conseil (missions de type transformation des SI, renforcement du contrôle interne et Cybersécurité), création et management d'une équipe d'une dizaine de personnes en audit et conseil en Cybersécurité.

Jean-Baptiste Raynaud : Double formation en Informatique et en Arts Appliqués, a débuté sa carrière de développeur en 2000 et a notamment conçu les premières plateformes d'affiliation et de ventes privées en ligne.

Julien Amic : Formation commerciale, spécialisé sur la digitalisation des entreprises, expérience professionnelle variée à la fois au sein de grands groupes (SPIR Communication, Renault) et de plus petites structures.

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

Produit

- Application SAAS qui permet aux marques et distributeurs d'observer une croissance à 2 chiffres de leur CA en France ainsi qu'à l'international. La solution centralise via une seule interface l'activité des clients sur les différentes places de marché (Amazon, etc.)
- Bénéfices clients : Multiplication des canaux de ventes en France et à l'international, croissance du volume de ventes, optimisation de la marge et amélioration de la productivité (équipes commerciales, logistiques et IT)
- Offre modulaire adaptable selon les besoins des clients : Publication des produits, gestion des commandes, adaptation automatique des prix, module cross border (traduction automatique, gestion des logisticiens dont FBA, etc.)

Technologie

- Innovation d'usage : Permet d'utiliser de manière simple et industrialisée les places de marché, orchestration d'API existantes, création d'algorithmes innovants (comme par exemple l'adaptation automatique des prix en fonction de la concurrence)
- Technologie logicielle non brevetable mais importantes barrières à l'entrée (complexité des API ayant un fonctionnement hétérogène)

Originalité

- Nombreuses fonctionnalités exclusives maximisant le Chiffre d'Affaires (enrichissement automatisé du catalogue produits, traduction automatisée du catalogue, création automatisée de lots produits, gestion avancée des logisticiens et transporteurs),
- Solution SAAS capable de proposer des développements sur mesure afin de répondre parfaitement aux besoins clients,
- Sécurité : Piste d'audit intégrée, système scalable hébergé en France, revues Cybersécurité périodiques réalisées par l'un des principaux cabinets spécialisés sur le sujet, système certifié par eBay, revue par Amazon et audité par une filiale du groupe Carrefour,
- Accompagnement sur mesure avec des chargés de compte dédiés, revues mensuelles d'activité et optimisation des stratégies flux.

Plan de développement

- Court terme : Mise en place d'une campagne de marketing et publicité (Google Adwords, Cdiscount, etc.), participation à des salons ciblés en France et à l'international.
- Moyen terme (au-delà de 3 ans) : Développement des alliances stratégiques avec plusieurs acteurs internationaux du monde du e-commerce afin de faciliter la croissance à l'international. Le renforcement de la R&D et l'accélération du déploiement international sera financé par une levée de fonds. Embauche de deux commerciaux et un chargé de compte en 2022 afin de renforcer la structure et l'approche commerciale.

BUSINESS MODEL – GÉNÉRATION DE REVENUS

Croissance CA et Clients

- CA : 354K avec une croissance moyenne sur les 3 dernières années de 19%
- Connectée à plus de 90 places de marché à travers le monde
- Une cinquantaine de clients actifs, il s'agit de grands comptes comme par exemple Rue du Commerce mais aussi des PME et TPE.

Business model

- Au forfait par palier en fonction du CA réalisé : Mensualité située entre 190 € et 1 490 €, davantage (sur devis) si le CA dépasse les 140K€ mensuels
- A la performance en fonction du CA réalisé : Mensualité de 2,3% du CA



ANNÉE DE CRÉATION
2015

ORIGINE
France

B2B/B2C
B2B

SITE WEB
www.mrsuricate.com

CONTACT
anis@mrsuricate.com

Stade

Scale-up

Levée de fonds

2,5 K€

Chiffre d'affaires

NC

Concurrents

NA

Prix / Récompenses

- Paris Retail Awards
– Parcours client
Agile 2019

- Réseau
Entreprendre
(Lauréat)

- Adn Booster
(Lauréat)

FONDATEUR

Fabrice Beck - Président de la société : Spécialisé dans l'e-commerce, auparavant actionnaire de la Magento Academy

Fabien Van Herreweghe - Directeur général : Ancien fondateur d'Auféminin.com, consultant, responsable de l'acquisition de FIA-NET pendant plus de dix ans, expert du e-commerce

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

Produit

- Une solution SAAS, des innovations techniques, des services personnalisés qui permettent aux entreprises web de détecter et qualifier les bugs sur les parcours client de leurs sites internet (web et mobiles).
- Mr Suricate met à disposition son expertise en accompagnant les entreprises du e-commerce, des banques et de l'assurance dans leurs stratégies de tests fonctionnels automatisés tout en réduisant leurs coûts de campagnes par 10. La solution Mr suricate couvre toutes les fonctionnalités des environnements de Recette, Production SANS INTEGRATION : 100 % en ligne ou pilotage de campagne via API et accessible à un profil non-développeur.

Technologie

(Confidentiel)

Originalité

Mr Suricate grâce à ses innovations techniques, détecte et qualifie les bugs en temps réel, permet la remontée des bugs aux clients par mail, API ou différentes solutions du marché, et propose une interface en ligne qui recense les données métriques des campagnes de scénarios lancées disponibles à tout moment par le client.

Enfin, Mr Suricate fournit des services clients complets avec un chargé de compte dédié : Rédaction cahier de recette, rédaction des cas de tests, mise en place et supervision des scénarios, reporting ainsi que la maintenance par un centre de service du lundi au vendredi de 8h à 20h.

Plan de développement

- Court terme: gagner une part de marché significative sur le marché de la production en France et faire évoluer leur offre sur la recette pour en faire de même
- Moyen et long terme: plan d'internationalisation (Europe puis continent américain)

BUSINESS MODEL – GÉNÉRATION DE REVENUS

Croissance CA et Clients

Clients: 30 - 50% dans le retail, le reste dans l'assurance, les banques, les marketplaces, le luxe, l'édition, les laboratoires pharmaceutiques (ex: Fnac/Darty, B&B Hotels, Sisley, Intersport, La Poste, Franprix, France Billet, Mr Bricolage, Manitou, Pileje, Coverlife, ECA Assurance, Opisto, Lapeyre, TUI France, Titelive, Epagine, L'Exception ...)

Business model

- Offres Full-service (= mêlant outil et services)
- Abonnement mensuel avec ou sans engagement
- Prestation facturée à l'avance pour le mois en cours et doit être réglée à la fin du mois pour la prestation réalisée

KPIs

- Rapports et comptes rendus Hebdomadaire, Mensuel et Annuel mis à disposition de nos clients (Récupération de données en .Json ou via Grafana)
- Comptes rendus réguliers élaborés par un chargé de compte dédié



ANNÉE DE CRÉATION
2015
ORIGINE
France

B2B/B2C
B2B
SITE WEB
www.noci.io

CONTACT
jonathan@noci.io

Stade
Scaling

Levée de fonds
600 K€

Chiffre d'affaires
100 K€ en 2020
39,8K € en 2019

Concurrents

- Botnation
- DYDU
- iAdvize
- Crisp
- Soyooz

Prix / Récompenses

- Finaliste SportTech Viva Tech 2016
- Finaliste Concours Bordeaux Entrepreneurs

FONDATEUR

Guillaume Feregotto : Diplômé d'un Master ESC-PAU Commerce - Cadre pendant 5 ans au sein du groupe Decathlon

Jonathan Piboteau : Diplômé d'un Master ESC-PAU Marketing - Cadre pendant 4 ans au sein du Groupe Casino - Directeur Marketing pendant 4 ans de la société N'PY (E-commerçant Tourisme Hivernal)

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

Produit

- Solution omnicanale de vendeur virtuel e-commerce
- Via une interface de type chatbot, le client dispose d'un conseil produit personnalisé respectant les impératifs économiques et le "comment vendre" de l'e-commerçant. L'expertise métier de l'e-commerçant est au cœur même de leur chatbot !
- E-commerçant : fournit son "comment vendre" et sa base de données produits, définit ses impératifs économiques
- E-consommateur : répond à un questionnaire interactif pour se voir conseiller des produits correspondant à 100% de ses attentes, cela en moins d'une minute !

Technologie

- Innovation d'usage
- Conseil produit expert via une analyse concentrique des besoins
- Live-chat

Originalité

Concurrence avec trois types de solutions alternatives:

- Chatbots conversationnels (Botnation, DYDU...): souvent centrés sur des aspects institutionnels/SAV plutôt que sur le conseil client. Facteur différenciant: ne proposent de conseil produit expert via un vendeur virtuel au cœur du chatbot.
- Live-chat (iAdvize, Zendesk) : humanise la relation mais génère des coûts importants d'interactions, ont des coûts très excessifs, limités en matière d'agents,
- Conseil produit : ne font que du filtrage. Facteur différenciant : nous prenons en compte les réels besoins et attentes du consommateur à l'aide d'une analyse concentrique de ses besoins !

Plan de développement

- Aujourd'hui: scaling
- Court terme: petits/moyens acteurs de la e-distribution en France
- Moyen terme: développement sur l'Europe et acquisition de 300 clients pour décembre 2021

BUSINESS MODEL – GÉNÉRATION DE REVENUS

Croissance CA et Clients

- CA: 1,2 K€ en 2017 / 15,9K€ en 2018 / 39,8k€ en 2019 / 100K € en 2020
- 1 seul client en 2018 : Decathlon France
- 20 clients en 2020 : Decathlon, N'Py, Burger & Cie (Booa), La Croquetterie...

Business model

- Abonnement mensuel lié au nombre de profils terminés

KPIs

- Taux de conversion +17% via un tunnel de conversion renouvelé
- Taux de panier moyen +23%
- Temps de SAV gagné : moins de questions redondantes par email ou téléphone



ANNÉE DE CRÉATION
2014
ORIGINE
Allemagne

B2B/B2C
B2B
SITE WEB
www.parcellab.com/fr

CONTACT
nguyen@parcellab.
com

Stade

NA

Levée de fonds

NA

Chiffre d'affaires

NA

Concurrents

NC

Prix / Récompenses

- Lafayette PlugnPlay
- LSA retail awards
- World Retail Congress

FONDATEUR

Tobias Buxhoidt : Business et ingénieur et expériences en tant que consultant logistique

Julian Krengel : Ingénieur en informatique

Anton Eder : systèmes d'information et management

Tobias Buxhoidt et Julian Krengel se sont rencontrés grâce au jumelage du programme de l'UE

« SpeedUp Europe », puis ont été rejoints par Anton Eder, par le biais d'une offre d'emploi, le troisième fondateur. Depuis l'entreprise est implantée en Allemagne, Angleterre et en France. Elle compte 80 collaborateurs dont 6 en France.

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

Produit

- Parcellab est une solution SaaS intelligente, construite pour répondre aux besoins post-achat des e-commerçants.
- Les entreprises conservent et maîtrisent l'ensemble des points de contact, sans avoir à déléguer la relation client au profit des transporteurs.
- Peu d'intégration technique, s'adapte aux moyens de transfert de données des transporteurs

Technologie

- Solution permet de : intégrer tout type de contenu (même video) à un email, prévoir les retard de livraison, noter des patterns dans les comportements des clients et en informer les marques, partager des communications entièrement personnalisées et pertinentes sur l'avancée de la livraison
- Solution SaaS

Originalité

Facteur différenciant : plateforme personnalisable, centrée sur la data, pas un plug-in ou un add-on

Plan de développement

- Garder notre croissance de + 100% chaque année
- Nouveau bureau aux Etats-Unis

BUSINESS MODEL – GÉNÉRATION DE REVENUS

Croissance CA et Clients

- CA non communiqué
- CA et clients ont doublé chaque année depuis la création
- 500 marques dans tous types d'industries

Business model

- Système d'abonnement

KPIs

- Plus de 500 clients dans le monde

ANNÉE DE CRÉATION

2015

ORIGINE

France

B2B/B2C

B2B

SITE WEBwww.smartkeyword.io**CONTACT**louis@smartkeyword.io**Stade**

NA

Levée de fonds

NA

Chiffre d'affaires

1 M€

Concurrents

NA

**Prix /
Récompenses**

• Réseau

Entreprendre Paris -
2017 (Lauréat)**FONDATEUR**

Louis Chevant : Ingénieur en informatique de formation, joueur d'échecs de niveau international, après 8 ans d'expérience en tant que Product Manager chez Murex (leader mondial des logiciels financiers), Louis se met à son compte en 2015 pour conseiller ses clients en startup & PME sur leur stratégie digitale. Il crée SmartKeyword pour répondre à leur besoin d'une solution de référencement simple et adaptée à un pilotage en interne.

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION**Produit**

- La solution de référencement simple pour les sites de e-commerce, qui propose une plateforme en ligne et un conseiller à la demande.
- La solution est adaptée aussi bien aux opérationnels (rédacteurs, webmasters) qu'aux managers (pilotent la performance du site web).
- La plateforme en ligne prédit les mots clés porteurs, fournit des recommandations, et mesure la performance, en un seul endroit.
- Utilisable immédiatement, sans coût d'implémentation.

Technologie

La plateforme en ligne de SmartKeyword utilise l'intelligence artificielle (IA) et les réseaux neuronaux pour automatiser la prédiction des mots clés porteurs, les recommandations SEO, et les rapports de trafic, chiffre d'affaires et positionnement.

Originalité

- La solution SEO de SmartKeyword est la seule qui combine une plateforme SEO en ligne et un conseiller à la demande permettant d'être autonome, en toute simplicité !
- Les alternatives sont soit des outils pour experts difficiles à appréhender par les novices, soit des agences web qui distancient les équipes digitales de leur stratégie, et souvent ne permettent pas de devenir autonome ou en maîtrise du sujet.

Plan de développement

D'ici 36 mois l'implémentation des recommandations SEO de SmartKeyword se fera directement dans le CMS des sites e-commerce afin de permettre aux équipes digitales de se focaliser sur les actions à valeur ajoutée de pilotage de leur stratégie. C'est déjà le cas pour Prestashop !

BUSINESS MODEL – GÉNÉRATION DE REVENUS**Croissance CA et Clients**

- Chiffre d'affaires en croissance mensuelle de 10%
- Plus de 100 clients actifs e-commerçants et marketplaces: E. Leclerc, Rakuten, GO Sport, Galeries Lafayette, Tediber, Privateaser, Bergamotte, But, etc.

Business model

Formule d'abonnement mensuel ou annuel qui inclut un accès illimité à la plateforme en ligne et un conseiller à la demande

KPIs

- MRR (revenu récurrent mensuel)
- Nombre de e-commerçants abonnés

SNATCH.STUDIO

ANNÉE DE CRÉATION

2018

ORIGINE

France

B2B/B2C

B2B et B2C

SITE WEB

www.snatch.studio

CONTACT

contact@snatch.studio

Stade

Seed

Levée de fonds

NA

Chiffre d'affaires

NC

Concurrents

NC

Prix / Récompenses

- Identifiée par La Réclame comme pépite du salon Vivatech 2019
- Prix du jury Mama Festival 2019 (Credit Mutuel)

FONDATEUR

Vincent Sattler : CEO (ex-CISCO)

Sébastien Randoux : CTO (ex-CISCO, ex-PHILIPS)

L'équipe est constituée d'experts en vidéo, en intelligence artificielle et en marketing digital.

Advisors: Vincent Mady (Tradelab), Rémi Barbe (Roland Berger)

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

Produit

SNATCH STUDIO propose des solutions technologiques pour les équipes créatives, leur permettant d'améliorer leur productivité.

- GETSLIM.co permet de recadrer automatiquement les vidéos sur tous les supports (mobile, publicité, réseaux sociaux, affichages extérieurs). Grâce à une technologie d'intelligence artificielle, un contenu vidéo 16/9 peut-être réajusté en quelques minutes sans formation audio-visuelle.
- PATCHANGO.com permet de réajuster les messages texte au sein d'une vidéo (DCO, A/B Test, ...). Patchango fait gagner en rapidité de production et simplifie la personnalisation des contenus vidéos avant leurs diffusion.

Technologie

L'équipe a développé sa propre technologie d'Intelligence Artificielle, basée sur 2 principes :

- 1 reconnaissance de forme, visage, produit, marque adaptée à la scénarisation de la vidéo.
- 2 Identification des paradigmes audio-visuels pour transformer automatiquement les séquences : zoom, traveling, Cette technologie exclusive permet de personnaliser le format vidéo permettant d'élargir l'audience de diffusion dans tous les formats standards et emplacements publicitaires du marché.

Originalité

- SNATCH Studio offre une technologie exclusive sur le marché : la « responsive video ». C'est une vidéo qui s'adapte automatiquement au support sur lequel elle est diffusée.
- La réalisation de formats courts avec sous-titrage automatique est possible avec l'outil en ligne.

La solution SNATCH Studio est : 30x plus rapide et 100x moins cher !

Plan de développement

- SNATCH Studio est hébergée au Media Lab TF1 à Station F. Identifiée comme pépite Marketing / Communication à Vivatech 2019, l'équipe accélère rapidement son développement en 2020. SNATCH Studio a lancé récemment son offre B2C et son dernier produit PATCHANGO.
- Dans les 3 prochaines années: développement de l'activité commerciale sur les secteurs suivants : publicitaires, e-commerce, media et éducation / formation.
- SNATCH Studio sera l'outil incontournable pour proposer des multiples variantes d'une vidéo.

BUSINESS MODEL – GÉNÉRATION DE REVENUS

Croissance CA et Clients

- Références : TF1, Tradelab, JC Decaux, Publicis
- CA non communiqué

Business model

- Abonnement à la plateforme en fonction du volume de vidéo à traiter, ou un paiement par crédits vidéo à adapter. Tarifs à partir de 9€ par format vidéo.
- Version managed (gestion interne via l'outil). Le modèle économique est au forfait (coût de déclinaison vidéo). Tarifs à partir de 100€ / vidéo.

KPIs

- 3 minutes pour adapter une vidéo via la plateforme VS 3 heures aujourd'hui par un monteur professionnel
- Plus de 100 vidéos injectées chaque semaine dans la plateforme

**ANNÉE DE CRÉATION**

2016

ORIGINE

France

B2B/B2C

B2B

SITE WEBwww.teester.com**CONTACT**[christophe.pilcher@](mailto:christophe.pilcher@teester.com)

teester.com

Stade

NA

Levée de fonds

700 K€ en 2017

Chiffre d'affaires

NC

Concurrents

NC

**Prix /
Récompenses**

- Gagnant "Espoir"
Nuit des Rois 2020

- Lauréat ICC
Startup Awards
2019

- Lauréat Nuit
du Commerce
Connecté 2019

- Lauréat The
Bridge by CIC 2017

- Gagnant concours
start-up "Grand
Ouest" Les Echos
2017

FONDATEUR

Julien Chevalier : Diplômé d'un Master en école de commerce, 15 ans d'expérience en e-commerce en France et en Amérique du Nord (Cdiscount, Price Minister, Groupe Casino...)

Matthieu Charron : Diplômé d'un Master Informatique et Communication Numérique à l'ESIEE, ingénieur chez Expedia, Directeur de Projets en Ssii chez Cartier, fondateur de Troovon et Carlili

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION**Produit**

- Plateforme SaaS de vidéos consommateurs permettant aux marques et e-commerçants d'automatiser la création et la diffusion de vidéos pertinentes, qualitatives et authentiques réalisées directement par leurs consommateurs. Un contenu plus humain, plus convaincant, qui permet aux sites d'augmenter leurs taux de conversion et leurs ventes.

- 2 solutions de création de vidéos :

- Up&Cast: Une solution pour récupérer et diffuser automatiquement des avis clients en vidéo sur les fiches produits d'un site e-commerce, après l'achat des consommateurs.

- Video Creator Platform: Une solution pour identifier, engager et gérer une communauté de consommateurs-créateurs de vidéo pour partager leur expérience des produits / services d'une marque.

- 4 solutions de diffusion vidéo : Player personnalisé conçu pour le e-commerce / Video Shopping Gallery / Youtube Automation / Social Media

Technologie

- Concept et noms déposés

- Pas de brevets

- Ecosystème propriétaire complet : algorithme de sourcing et profiling, encodage vidéo, modération automatisée, post-processing automatisé, player personnalisé, galerie de vidéo pour e-commerce, diffusion automatique sur Youtube, tracking complet des ventes et ROI

Originalité

- 1ère plateforme de User Generated Content en vidéo pour le e-commerce.

- Facteurs différenciants : technologie unique permettant de créer, optimiser et diffuser des vidéos de consommateurs à grande échelle

- Maîtrise de l'ensemble de la chaîne de valeur de A à Z : de l'engagement des clients, à la réalisation, post-production automatisée, diffusion et analyse des KPI's

Plan de développement

- Nouvelle phase de levée de fonds

- Démocratiser la solution en France

- Conquête d'autres marchés en fin d'année : UK, Allemagne, Espagne, USA

BUSINESS MODEL – GÉNÉRATION DE REVENUS**Croissance CA et Clients**

- CA: (données chiffrées non communiquées)

- Clients: 60 dans le secteur de la mode, high tech, informatique, maison, puériculture, bricolage, domotique, cosmétique, beauté, assurance, sport, animalerie (ex: Decathlon, Petit Bateau, ManoMano, BUT, Besson Chaussures, Weber, Somfy, Mr Bricolage, Berceau Magique...)

Business model

- Abonnement à la plateforme (SaaS) + coût à la vidéo variant en fonction du volume de vidéos validées

KPIs

- +68% d'augmentation du taux de conversion en moyenne observée chez les clients en 2019

- 10% d'abandon panier en moins

- Social selling : 100% des consommateurs/créateurs partagent leurs vidéos sur social media



ANNÉE DE CRÉATION
2018
ORIGINE
France

B2B/B2C
B2B
SITE WEB
www.twicpics.com

CONTACT
marc-henri@twic.pics

Stade

NA

Levée de fonds

1,2 M€

Chiffre d'affaires

220 K€

Concurrents

- Cloudinary
- Imgix

Prix / Récompenses

NA

FONDATEUR

Les 4 founders se connaissent depuis 2017 : Trois experts du web **Julian Aubourg** CPO, **Florent Bourgeois** CEO, **Xavier Baldacci** CTO (une de leur startup rachetée par SeLogger) rencontrent un spécialiste du développement commerciale (ancien Apple, Cisco) **Marc-Henri Spiess**.

Une équipe de 9 personnes.

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

Produit

- TwicPics boost l'engagement et la performance des sites web/e-commerce en améliorant le rendu des images web, tout en accélérant le display des pages, et en réduisant les coûts
- S'intègre dans tous site web et plateforme e-commerce, en API et en JavaScript

Technologie

- Solution SaaS se composant d'un moteur de processing d'image temps réel, de modules d'IA pour la détection de points d'intérêt dans l'image, d'un JavaScript, et d'une infrastructure mondiale AWS
- Il n'y a pas de brevet (logiciel)

Originalité

- Deux concurrents américains : Cloudinary et Imgix
- Facteurs différenciant : une intégration front-end unique, les features, la simplicité et le pricing model

Plan de développement

- Objectif 2020 est de doubler le nombre de clients + une équipe all-TwicPics de 10 personnes pour fin 2020
- 2020: Mise en place du canal d'acquisition in-bound, cible Europe et USA
- 2020/21: Développement technique de notre roadmap « Optimisation des vidéos courtes » et « Analytics Image »
- 2021: Approche out-bound des marchés Europe du Sud, Nordics, USA

BUSINESS MODEL – GÉNÉRATION DE REVENUS

Croissance CA et Clients

- CA 220K en 2019
- 50 clients (dont l'Oréal, Rakuten, Céline/LVMH, Le coq sportif, 20 Minutes...)
- 1000 utilisateurs enregistrés.

Business model

- « Pay-as-you-go » : facturation du trafic d'images optimisées par mois
- Réservation de trafic pour les clients medium size et Enterprise
- Platform fee et Setup fee pour les clients Enterprise

KPIs

- MRR ; CA / client ; marge
- Nombre de clients et d'utilisateurs ; cout d'acquisition client ; durée du cycle de vente
- Par mois : nombre de nouveaux clients, nombre de leads entrant sur twicpics.com ; churn
- Volume de trafic d'images optimisées, et milliards d'images transformées et livrées (3 milliards en juin 2020)
- Coûts d'infrastructure AWS



ANNÉE DE CRÉATION
2014
ORIGINE
France

B2B/B2C
B2B
SITE WEB
www.wibilong.com

CONTACT
marine.bieliaeff@
wibilong.com

Stade

Internationalisation
Série A

Levée de fonds

1,5 M€

Chiffre d'affaires

NC

Concurrents

NA

Prix / Récompenses

- 2ème place aux Trophées de l'Assurance 2016
- Prix Innovation à l'événement interne Renault : AROP en 2016
- 1er Prix des Argus d'or 2017

FONDATEUR

David SCHWARZ : Président - Ancien dirigeant/exécutif Retail et e-commerce, Ingénieur, BA & Advisor de startups depuis 10 ans. **Stephane BOUKRIS** : Strategie & BizDev - Serial entrepreneur (Ametix, Staaf, ...) , investisseur, fondateur & President de Excelsior. **Jean-Christophe HUA** : Revenus & Clients - Serial entrepreneur (APL, Wibilong), Consulting/Strategy, ex Publicis, ex Gemini, ex Bossard. **Marion NOUGIER** : BizDev - Serial entrepreneuse (Eli, Etumed ...), Girl in Tech, association StartHer, ex Microsoft, ex CGI. **Marine BIELIAEFF** : Marketing - Marketing en agence, grands groupes & startups, ex Sopra Steria, ex NewWind, Ex Publicis, Ex Orange. **Jérôme QUEMENEUR** : Produit - Serial entrepreneur, ex Lowiee, ex Carity, ex OpenClassroom (mentor), ex ClickBoat. **Guillaume DURET** : Engineering - Ingénieur, Dev, Consultant, ex Beijaflore, ex AXA

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

Produit

WIBILONG est une solution SaaS permettant à tout(e) marque, industriel, retailer, pureplayer, association..., BtoC comme BtoB, de transformer intégralement sa base clients en communauté puissante de véritables connaisseurs/utilisateurs des produits ou services, avec laquelle coopérer activement, développer des services innovants et collaboratifs pour atteindre des objectifs business. Et ce sur son propre site web ou app mobile (et non Facebook & co). Wibilong transforme les bases clients en ressources actives, en "collaborateurs" pour tous types de besoins de l'entreprise, et surtout en source de data quasi illimitée. Wibilong dispose en outre d'un écosystème-plateforme ("store" à venir) de partenaires SaaS pour enrichir les services & fonctionnalités proposés (ex: demo produit, ratings, NPS, points de vente ...).

Technologie

En approche 100% cloud, API, temps réel, avec les meilleurs partenaires, la plateforme Wibilong est simple et rapide d'implémentation. Les équipes Produit et Tech ont intégré des fonctionnalités riches, notamment à des fins de création pertinente ou massive d'UGC (user generated content), de conversations, de blogposts, de SEO, et surtout de conversion. Les derniers développements portent sur le Natural Language Processing (NLP), la Voix, et surtout la Data et du Machine Learning afin de permettre de gérer, optimiser, analyser la communauté, les services, les contenus, l'essence de ces contenus ou conversations, les intentions sous-jacentes, et pour capter les comportements actuels et futurs des consommateurs à tout moment du cycle de vie produit ou lors d'un besoin ou intention d'achat.

Originalité

- La solution est active sur tout le cycle de vie produit ou service et le site web ou l'app du client devient un lieu de création et d'échange permanent de conversations, d'entraide, de services, de contenus "user generated", sollicitables partout par API, dans les fiches produits, en SAV, en Marketing, etc. Une fois en place, les communautés accueillent plus de 90% d'une base client et auto-génèrent de l'UGC et des conversations entre clients, qui sont 2 leviers majeurs SEO, et surtout d'engagement, de conversion et de fidélité à la marque ou l'entreprise.
- Pas de solutions concurrentes directes en Europe. En concurrence directe avec des solutions américaines mais déjà anciennes, assez lourdes et onéreuses à l'implémentation et surtout en exploitation. Pour un coût total 2 à 3x fois inférieur au concurrent principal (américain), Wibilong est la solution la plus riche du marché fonctionnellement, avec des connecteurs/API à tous niveaux et surtout son approche NLP (Natural Language Processing) et Data/Machine Learning.

Plan de développement

- Leader français, rare alternative aux solutions américaines et aux GAFAM, Wibilong est actuellement en finalisation de levée de fonds pour accélérer sa croissance et se positionner en champion européen dans son domaine.
- L'objectif est de capter 50% des entreprises du CAC/SBF et équivalents européens, et sectoriellement 30% des leaders retail, travel, hospitality, grande conso, assurance. Intéressé par des cas d'usage sur tous secteurs, Wibilong est déjà sollicité par d'autres (TelCo, ...).

BUSINESS MODEL – GÉNÉRATION DE REVENUS

Croissance CA et Clients

- Le portefeuille clients rassemble plusieurs dizaines de clients, dont une majorité de très grands comptes principalement des secteurs Retail, Travel/Hospitality, Ecommerce, Grande conso, Assurances, Automobile, et de nombreux groupes du CAC40/SBF120 et familiaux.
- Chiffre d'affaires en croissance entre 30 et 50% par an sur les grands comptes

Business model

Modèle Software as a Service en contrat d'abonnement classique complété par une monétisation des données ou revenue sharing sur les prestations générées avec et sur la communauté de clients.

KPIs

- Taille et activité/engagement de la communauté (nombre de membres, taux et fréquence de participation, taux de conversion, ...)
- Génération de contenus (UGC), Modération du contenu
- KPIs de SEO, ranking de mots clés stratégiques, trafic naturel généré
- Impressions, clics, conversion et CA générés sur la communauté
- Avis, ratings & NPS émis.



ANNÉE DE CRÉATION
2017
ORIGINE
France

B2B/B2C
B2B
SITE WEB
www.zaion.ai

CONTACT
arebulet@zaion.ai

Stade
NA

Levée de fonds
3,3 M€

Chiffre d'affaires
1,16 M€ en 2019

Concurrents
• Solvemate
• leadoo

**Prix /
Récompenses**
• PM'UP
• INNOV'up
• JEI
• BPI France

FONDATEUR

Franz FODERE : Président Fondateur : Franz a commencé sa carrière en 1992 chez Cegelec avant de rejoindre le bureau de Paris du Boston Consulting Group jusqu'en 2001. Après 7 ans chez B2S en tant que Directeur Général, il crée la société de conseil Miage Conseil en 2008, puis lance l'aventure Zaion en 2017. Il est diplômé de Supélec et titulaire d'un MBA de l'Insead.

Khalid ACHIAKH : Directeur Commercial et Services Professionnels : Après 10 ans de management dans le secteur Banque-Assurance suivis d'activités de Conseil et de BPO dans la Relation Client, Khalid a rejoint Zaion en tant qu'Associé. Il prend en charge l'ensemble des Activités Commerciales et des Services Professionnels. Khalid est titulaire d'une formation d'actuaire et d'un doctorat en théorie de la décision à l'Université Paris-Dauphine, où il exerce encore.

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

Produit

Solution à base d'IA en mode Saas, Zaion permet d'automatiser dans le cadre d'un parcours client omnicanal (Callbot, Chatbot, Messagingbot) le traitement de l'ensemble des demandes récurrentes et processables. Avec son Welcomebot qui permet d'identifier / authentifier le client et comprendre sa demande en langage naturel nettement plus satisfaisant en termes d'Expérience Client que les SVI habituels.

Technologie

Pas de brevet

Originalité

- Zaion propose une solution qui s'inscrit naturellement dans un modèle de Relation Client hybride Bot/Humain avec des mécanismes de transfert de contexte lorsque l'appel doit être dirigé vers un conseiller. Grâce à une architecture ouverte, la solution s'intègre facilement via Web Service ou API avec les outils CRM/ERP et Téléphonie de ses clients. La solution est personnalisable et les évolutions peuvent être réalisées facilement par les utilisateurs.
- Zaion est un éditeur de logiciel qui apporte à ses clients l'ensemble des services depuis la mise en place technique de la solution jusqu'au suivi et pilotage des opérations (Machine Learning, amélioration continue de la performance,..)

Plan de développement

- Court terme : poursuite du développement géographique (en France et à l'étranger) et sectoriel avec un souhait fort d'être leader du secteur E-commerce.
- Moyen terme : nous continuons le développement de nos bots en enrichissant leurs fonctionnalités grâce à une forte activité de R&D. Les chantiers principaux sont la détection de l'émotion pour adapter la conversation avec un bot et le développement d'un Dialog Manager intégré au Botcenter permettant de développer des conversations et réaliser du Machine Learning de manière simple et rapide

BUSINESS MODEL – GÉNÉRATION DE REVENUS

Croissance CA et Clients

- Clients actifs : 50 clients grands comptes
- CA : 400K€ 2018
- CA : 1,16M€ 2019

Business model

- Facturation d'un set up forfaitaire au lancement du projet
- Le Run est facturé à la conversation (avec adaptation en fonction du/des média(s) souhaités).

KPIs

- Nombre de clients actifs : 50
- Nombre de conversations/jour : 45 000 appels / jour

BLEEKER

ANNÉE DE CRÉATION
2020

ORIGINE
France

B2B/B2C
B2C

SITE WEB
www.bleeker-st.com

CONTACT
olivier@bleeker.app

Stade
NA

Levée de fonds
NA

Chiffre d'affaires
Projection 2020 :
100 K€

Concurrents
Demooz

**Prix /
Récompenses**
NA

FONDATEUR

Olivier Hudry : accompagne les marques dans leur transformation digitale depuis 20 ans. Avant de fonder Bleeker, Olivier a créé Onibi, société qui gérait les activités e-commerce de Bourjois, Haribo, La Chaise Longue, Shiseido... et accompagnait FDJ, Unilever, Ada, Leclerc, La Grande Récré dans leur développement e-commerce. La société a été vendue en 2017 au fond de private equity Evolem/Insign.

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

Produit

- Bleeker est la 1ère plateforme de partage d'expériences de marques entre particuliers.
- C'est l'appli qui permet de découvrir un produit, dans des vraies conditions d'utilisation, avec un utilisateur passionné qui le possède déjà
- Les utilisateurs peuvent découvrir un produit ou une marque soit en visio, soit près de chez eux chez le particulier qui organise l'expérience.

Technologie

- 1ère plateforme de User Generated Experience
- Application mobile et Plateforme Saas (en cours)

Originalité

- Concept exclusif du showroom, à la maison
- Concurrent : alors que de nombreuses plateformes donnent la parole aux clients (avis, ambassadeurs, influenceurs), Bleeker propose une passerelle unique entre l'expérience digitale et l'expérience physique d'une marque, entre particuliers.
- 1ère plateforme de User Generated Experience

Plan de développement

- Partenariat avec e-retailers et/ou plateforme communautaire en affinité avec le service Bleeker
- Accélération du recrutement de marques partenaires
- Levée de fonds

BUSINESS MODEL – GÉNÉRATION DE REVENUS

Croissance CA et Clients

- CA projection 2020 : 100K
- 5 marques partenaires et 300 marques référencées : dans les univers du sport, du son, de la tech, de la cuisine, de la musique et du design

Business model

La solution s'appuie sur 2 sources de revenu :

- 1 Commission de 10% sur les points nécessaires pour réserver une expérience auprès d'un utilisateur.
- 2 Les marques partenaires s'acquittent d'un forfait mensuel, de 390 Euros pour le forfait Essentiel jusqu'à 2490 Euros pour le forfait premium.

KPIs

- Nombre d'expériences organisés
- Nombre de marques référencées/partenaires

**ANNÉE DE CRÉATION**
2017**ORIGINE**
France**B2B/B2C**
B2B et B2C**SITE WEB**
www.ai-bettana.com**CONTACT**
cmarquis@asmodine.com**Stade**
NA**Levée de fonds**
400 K€**Chiffre d'affaires**
40K € estimés en
2020**Concurrents**

- Click n'Dress,
- Fitzzy,
- TrueFit,
- FitAnalytics,
- Eyefitu,
- Fitle

**Prix /
Récompenses**

- Lauréat réseau
Entreprendre
Maine et Loire et
d'initiative d'Anjou

FONDATEUR

Claude Marquis : ancien joueur de basket professionnel en France et à l'international. Il a joué en équipe de France aux côtés de Tony Parker entre 2006 et 2008. Il rencontrait des difficultés à trouver des vêtements qui lui plaisent et qui soient adaptés à sa morphologie (2.04m pour 115 kg)

Composée de 8 personnes : 1 CEO, 1 CTO, 1 Business Developer, 1 Styliste, 1 Web designer, 1 Data scientist, 2 Developers web.

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION**Produit**

Solution de shopping mode, spécialisé dans le conseil en image, qui trouve automatiquement des vêtements et accessoires en fonction de la morphologie, en ligne et en magasin grâce à l'intelligence artificielle.

Avec intégration Al-Bettana :

- **En ligne** : la vendeuse virtuelle accueille les shoppers dès leur arrivée sur la boutique en ligne des marques de prêt-à-porter et les accompagne, préparation de la visite en magasin
- **En physique** : borne phygitale, appli BodyScan sans besoin d'essayer
- **Intégration** : paramétrage de l'outil Al-Bettana en fonction des données de l'e-commerçant + ligne de code javascript à ajouter à la plateforme

Technologie

- Technologie brevetée

Originalité

- Solutions similaires: recommandation de taille (ex: Click n'Dress, Fitzzy, TrueFit, FitAnalytics, Eyefitu et Fitle), moteur de recherche (ex: EarlyBirds, Attraqt, Prediggo, Fact Finder), personal shopper (ex: Wishibam), conseil de style (ex: Dressipi)
- Facteurs différenciants: respectivement: proposent uniquement des widgets pluggés sur les sites de leurs clients e-commerçants tandis qu'Asmodine intègre un véritable moteur de recherche dédié à la mode (morphologie, taille, style, couleurs) pour une réponse sur-mesure aux shoppers, seul moteur spécialisé dans les produits mode, intégrable et centré sur l'utilisateur, véritables recommandations aux clients fondées sur leur morphologie

Plan de développement

- 2020 : Asseoir la présence d'Al-bettana sur le marché français du prêt-à-porter
- 2021 : implantation en Grande Bretagne et diversification (événements sportifs, armée, vêtements professionnels, etc.)
- Al-Bettana incluse par défaut sur tous les smartphones, au même titre que l'application météo ou la calculatrice
- Al-Bettana incluse en option recommandée sur les principales plateformes e-commerce (Shopify, Magento, Prestashop, Demandware)

BUSINESS MODEL – GÉNÉRATION DE REVENUS**Croissance CA et Clients**

- CA multiplié par 38 entre 2018 et 2019 (85 K€/2.2 K€)
- 2020 : 40k€ estimés
- Clients: 2 clients : 1 Pure Player et 1 Brick & Click

Business model

- Logiciel en mode SaaS: son prix varie en fonction des fonctionnalités choisies et du niveau de personnalisation requis:
 - Une fois la technologie installée sur l'e-shop, le client souscrit à un abonnement mensuel (maintenance et serveurs) dont le prix varie en fonction du trafic généré par l'e-shop et du nombre de requêtes
 - Les prestations de consulting annexes telles que des analyses, études quantitatives, recommandations stratégiques, etc. seront chiffrées en fonction de la problématique
- Borne phygitale : Mise en place + Abonnement mensuel (maintenance et serveurs)

KPIs

- Nombre d'entreprises faisant appel aux différents services proposés (abonnement mensuel, consulting)
- Nombre de consommateurs utilisant la borne phygitale et le site web



ANNÉE DE CRÉATION
2018

ORIGINE
France

B2B/B2C
B2B

SITE WEB
www.botmind.io

CONTACT
emeline@botmind.io

Stade
NA

Levée de fonds
NA

Chiffre d'affaires
NA

Concurrents

- Intercom,
- Ada Support,
- Chatfuel,
- Recast,
- Zendesk

Prix / Récompenses
Oui

FONDATEUR

Christophe Chevalier - CEO/CTO : ancien e-commerçant Paullster (racheté par The Tops) et CTO de Surprizemi/Wootbox (racheté par Webedia)

Jonathan Kam - COO : Expérience pro chez Oracle et Critéo dans le secteur du e-commerce

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

Produit

- Accompagnement des e-commerçants dans l'automatisation d'une partie de leur service client via le canal de live-chat.
- Assistance à la vente avec des pré-qualifications de besoin et des recommandations de produit effectuées dans le canal de live-chat
- Parallèlement aux agents humains, notre agent virtuel répond 24h/24 à toutes les demandes entrantes, chronophage et récurrentes, que les sites e-commerce peuvent rencontrer

Technologie

- Statut JEI
- Programme R&D financé par BPI
- Une plateforme SaaS complètement en self-service
- UUn agent virtuel différent des chatbots classiques

Originalité

- Solutions similaires: 3 types de concurrence:
 - Solutions chatbot (ex: Chatfuel, Recast) qui permettent de réduire les coûts mais réduisent aussi la satisfaction client en apportant une expérience client décevante pour les clients qui n'obtiennent pas de réponse dans 50% des cas,
 - Solutions de relation client classiques (ex: Zendesk, iAdvize) qui ont un coût important lié aux ressources humaines nécessaires pour traiter correctement l'afflux des demandes clients,
 - Autres solutions hybrides (ex: Intercom, Ada Support) qui sont généralistes et nécessitent un important travail d'apprentissage avant que l'agent virtuel puisse répondre aux demandes des clients
- Facteur différenciant: Botmind a déjà pré entraîné un agent virtuel spécialisé e-commerce qui détecte déjà plus de 100 questions fréquentes liées aux commandes, au paiement ou à la livraison

Plan de développement

- Expansion à tout l'e-commerce français
- Développement du marché anglo-saxon en 2020

BUSINESS MODEL – GÉNÉRATION DE REVENUS

Croissance CA et Clients

- 2019 : 23 Clients dont Vestiaire Collective, Feed, Nestor, My Jolie Candle, Ankama, Devialet...
- 2020 : 35 Clients dont E.Leclerc, EasyParapharmacie, Lamazuna, Sena, Saveur Bière, Le Petit Ballon (Veepee)...

Business model

- Rémunération exclusivement à la performance, en fonction du nombre de conversations résolues par l'agent virtuel, avec un tarif dégressif par résolution entre 50% et 90% moins cher qu'une résolution par un agent humain
- Pas de frais de setup car la mise en ligne ne nécessite pas d'intégration technique

KPIs

- Nombre d'entreprises utilisant la plateforme
- Nombre de conversations résolues



ANNÉE DE CRÉATION
Décembre 2014

ORIGINE
France

B2B/B2C
B2B

SITE WEB
www.connectinnov.com

CONTACT
michel@connectinnov.com

Stade

En développement

Levée de fonds

En cours

Chiffre d'affaires

640 K€

Concurrents

NA

Prix / Récompenses

NA

FONDATEUR

Michel Millul : Directeur de l'innovation technologique 3D et hologramme de Wizoo en Allemagne pendant 3 ans puis Directeur de la communication d'une agence de production audiovisuelle

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

Produit

- Solution spécialisée dans les supports tactiles et connectés: propose une large gamme de tables, de bornes et de totems tactiles
- Prend en charge l'ensemble de la réalisation, hardware, logiciels et contenu
- Ces bornes peuvent être installées dans les salons, les points de vente ou lors d'événements
- Revendeurs des solutions POS-retail HP
- Création d'application pour les officines
- Table Kid's: A partir de ce savoir-faire Connect Innov a conçu la Table Kid's - table de jeux d'enfants unique, tactile et compacte pour les points de vente et les salles d'attente

Technologie

- Concept et innovation technologique déposé à l'INPI
- Labels: Fabriqué en France, La FrenchTech, CCI Hauts-de-Seine, Googleplay, Val d'oise Comité d'expansion économique

Originalité

- Table Kid's : Design et concept original qui a fait l'objet d'un dépôt à l' INPI
- Conception de produits en bois sur mesure par un artisan-menuisier M.O.F
- Spécialisation dans la digitalisation Front des officines

Plan de développement

- Ouverture de partenariats et élargissement de l'offre : HP retail / Lundi-Matin
- Déploiement d'une flotte commerciale de terrain (2)
- Création d'applications dédiées au conseil et à l'aide à la force de vente en magasin

BUSINESS MODEL – GÉNÉRATION DE REVENUS

Croissance CA et Clients

- CA: 120K € en 2017 / 290K € en 2018 / 640K en 2019
- Clients: retailers et groupements pharmaceutiques (Optic 2000, Espace Aubade, PharmagoraPlus, Leadersanté, Pharmavie, Pharmaffaires, Giphar, Hyundai...) en France métropolitaine, DOM TOM, Cote d'Ivoire, Belgique, Maroc, New-York.

Business model

- Distribution en BtoB de solutions clés-en-main (Support + Interface)
- Réponse aux besoins des retailers par le développement d'interfaces digitales sur mesure
- LOA possible sur l'ensemble des solutions proposées

KPIs

- Nombre de clients
- KPI digitaux d'acquisition trafic
- Nombre de produits vendus
- CA



ANNÉE DE CRÉATION
2020

ORIGINE
France

B2B/B2C
B2B

SITE WEB
www.try.dailylive.fr

CONTACT
hady@dailylive.co

Stade
NA

Levée de fonds
30K €

Chiffre d'affaires
NA

Concurrents

- Vimeo,
- Bambuser,
- Spocklee,

Prix / Récompenses

- Nominé IMT Retail E-Commerce 2019
- Lauréat ISM Business Pitch 2019

FONDATEUR

Hady Hobeich : CEO 17 d'années d'expériences en e-commerce et entrepreneur avec 2 succès story

Denis Kulpin : CTO 10 années d'expériences en Full stack developer

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

Produit

- DailyLive est une solution live video shopping pour les marques de vente du retail et les e-commerçants. Le live shopping est une fusion du commerce électronique et du livestreaming
- Abonnement par un utilisateur afin de lancer des sessions de Shopping party en ligne ou en one-to-one à l'aide d'une application mobile live commerce

Technologie

- Solution Saas

Originalité

- Concurrents : vimeo (gestion de livestreams, pas de fonctionnalité e-commerce), Bambuser (application suédoise très populaire début 2010, offre désormais B2B, pas d'intégration directe aux réseaux sociaux), Spocklee (Solution de live shopping Canadienne proposant un concept de commerce de proximité)

Plan de développement

- Stratégie de marque blanche pour les marques directement sur leur site internet du type <http://monsite.fr/live>
- Mise en place de livres blancs sur la façon d'améliorer son résultat en video shopping
- Dailylive Academie un programme de formation pour les futurs social sellers
- Application Mobile disponible sur IOS et ANDROID pour converger en omnicanal du web en magasin en one to one

BUSINESS MODEL – GÉNÉRATION DE REVENUS

Croissance CA et Clients

- CA non communiqué (lancement 2020)
- MRR de 1500 euros
- 4 commerçants et marques

Business model

- Système d'abonnement à la plateforme
- Commission sur les ventes générées

KPIs

- Nombre d'abonnements
- Nombre de ventes



ANNÉE DE CRÉATION
2020

ORIGINE
France

B2B/B2C
B2C et B2B

SITE WEB
www.front-commerce.com

CONTACT
laurent@front-commerce.com

Stade

En production

Levée de fonds

NA

Chiffre d'affaires

75 K € en 2019

Concurrents

• PWA Studio de Magento,

• VueStorefront (Open Source)

Prix / Récompenses

NA

FONDATEUR

Laurent Lacaze : CEO, 20 ans d'expérience dont 12 ans sur du e-commerce, ex-directeur général de Smile Benelux.

Pierre Martin : CTO, +10 ans expérience dans le développement web et le e-commerce.

Etienne Zulauf : en charge de l'administratif et de la finance, +15 ans dans le digital/e-commerce et fondateur de 3 sociétés dans le service et l'hébergement.

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

Produit

• Front-Commerce est un logiciel qui permet d'augmenter le CA sur mobile pour les commerçants en ligne (+25% de taux de conversion) grâce à une Progressive Web App (meilleur des deux mondes entre une app native et un site responsive) et réduire les coûts de possession grâce à une architecture évolutive basée sur des micro-services.

Technologie

• Front-Commerce utilise la technologie PWA qui est très innovante pour les performances des sites, associée au concept de JAMstack (génération de sites statiques) qui sera le standard de demain. Nous utilisons les langages ReactJS et NodeJS dans Front-Commerce

Originalité

• Logiciel développé depuis 2015, en production depuis 2018 par Occitech (intégrateur e-commerce). Création en janvier 2020 d'une société indépendante dédiée au produit Front-Commerce

• Solution agnostique compatible avec l'ensemble des versions de Magento, OroCommerce BtoB et prochainement Prestashop. Services et engagements aux clients et aux intégrateurs pour faciliter le déploiement de Front-Commerce qui reste une solution innovante et nécessite de l'accompagnement.

Plan de développement

- Accélération sur le développement produit dans les 12 mois.
- Accélération sur le marketing sur S2 2020.
- Ouverture à l'international dès 2021.

BUSINESS MODEL – GÉNÉRATION DE REVENUS

Croissance CA et Clients

• CA 2019 : 75K et CA S1 2020 : 130K

• Clients actifs sur des marchés BtoC et BtoB en France et en Suisse : Chaîne Thermale du Soleil, Groupe Bernard, Collegien, Terrang, Retif, Devialet, Tauer Perfumes, PetDistrib, Lillinappy

Business model

• Licence annuelle avec version cloud (en mode PaaS car chaque projet est spécifique) et des Professional Services (pour accompagner les développeurs et certifier la qualité du projet) dont le prix dépend du trafic, du nombre de sites et du CA généré par le site.

KPIs

- Le nombre de visiteurs sur le site internet
- Le taux de conversion
- Le nombre de e-commerçants qui vont utiliser leur solution

**ANNÉE DE CRÉATION**
2018**ORIGINE**
France**B2B/B2C**
B2C**SITE WEB**
www.hellojoko.com**CONTACT**
nsalatbaroux@
hellojoko.com**Stade**

NA

Levée de fonds10 M€ en 2020
1,6 M€ en 2019
(juin)**Chiffre d'affaires**

NA

ConcurrentsPlusieurs
concurrents**Prix /****Récompenses**

- Prix Or Meilleure Innovation Fournisseur lors de la Nuit du Commerce Connectée

- Jeune Pousse 2019

- Top 30 des start ups les plus prometteuses par Station F

- Parmi les 16 startups retailtech OnetoOne Monaco

FONDATEUR

Xavier Starkloff - CEO : Diplômé de Polytechnique, a dirigé la plateforme de réservation d'hôtels de Rocket Internet en Afrique de l'Ouest avant de rejoindre le Ministère de l'Economie

Alexandre Hollocou - CTO : Diplômé de Polytechnique, PhD en intelligence artificielle, a travaillé chez Criteo avant de rejoindre le Ministère de la Défense

Nicolas Salat-Baroux - COO : Diplômé de l'ESSEC et anciennement chez Goldman Sachs
Equipe de 30 personnes

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION**Produit**

- Plateforme marketing d'acquisition, de fidélisation et de compréhension du comportement d'achat des 18-35 ans
- Permet à ses enseignes partenaires (retailers, e-commerçants et Digital Native Vertical Brands) de fidéliser et d'acquérir des clients réceptifs grâce à une expérience d'achat sur mesure
- Pour les utilisateurs, Joko prend la forme d'une application mobile connectée à leur carte bancaire, leur permettant de bénéficier d'offres exclusives d'être automatiquement récompensés (points convertibles en bons d'achats ou dons associatifs)
- Côté partenaire, le tracking des conversions se fait grâce à la bancaire donc aucune intégration technique ni de formation de staff

Technologie

- Catégorisation à la volée et enrichissement automatisé de l'ensemble des transactions de leur communauté. Correspondance automatique entre les transactions et marchands
- Machine learning permettant, par la compréhension des comportements d'achat basée sur l'analyse des transactions bancaires, de former à la volée des segments et clusters d'utilisateurs selon leur comportement d'achat afin de proposer la bonne offre partenaire au bon moment à la bonne personne (et ainsi augmenter les taux de conversion).

Originalité

- Solutions similaires: cartes de fidélité "traditionnelles": elles sont souvent mono-enseignes, peu adaptées à l'expérience d'achat prônée par les 18-35 ans et donc peu utilisées; mécanismes de cashback: faible expérience utilisateur et aucune adaptation et personnalisation de l'offre (car faible connaissance utilisateur) ; les banques comme American Express qui permettent le cumul de point
- Facteurs différenciants: connaissance fine du comportement d'achats dont ne disposent pas les solutions ci-dessus - nouvelle expérience d'achat, reward et fidélité, expérience simple, personnalisée et gamifiée, valable en ligne et en magasin.

Plan de développement

- Court terme: réaliser des investissements conséquents en marketing, tech et produit en commençant par recruter de nouveaux talents. Ces améliorations vont permettre d'attirer plus d'utilisateurs pour remplir notre objectif d'1M d'utilisateurs actifs et de multiplier le nombre de partenaires (e-commerçants et retailers).
- Moyen terme: plan d'internationalisation en Europe. La DSP2 faisant de l'Open Data une opportunité européenne, volonté d'ouvrir prochainement un nouveau pays au sein de l'UE

BUSINESS MODEL – GÉNÉRATION DE REVENUS**Croissance CA et Clients**

- CA non communiqué
- Chiffre d'affaires mensuel a été multiplié par 10 sur un an
- Clients: une communauté de 500k utilisateurs. La moitié d'entre eux ont connecté leur compte bancaire à l'application et ainsi 250k utilisateurs sont actifs. En moyenne, ils consultent l'application 4 fois par semaine.

Business model

- Le business model de Joko est 100% à la performance.
- Les enseignes définissent une commission sur le chiffre d'affaires généré (ex. 3%) ou un coût d'acquisition fixe et une cible (ex. les femmes de 18-25 ans non-clientes de mon enseigne). Joko touche alors une commission de 3% du chiffre d'affaires généré par les utilisateurs qui activent l'offre sur l'application, se rendent en magasin ou en ligne et dépensent avec leur carte bancaire. Une partie de la commission est reversée aux utilisateurs sous forme de points et l'autre est gardée par Joko.

KPIs

- Nombre d'utilisateurs acquis, réactivé ou fidélisé pour le compte d'une enseigne grâce à Joko
- Nombre d'entreprises partenaires de Joko

[RETOUR AU SOMMAIRE](#)



ANNÉE DE CRÉATION
2017

ORIGINE
France

B2B/B2C
B2B

SITE WEB
www.letmotiv.io

CONTACT
go@letmotiv.io

Stade
NA

Levée de fonds
NA

Chiffre d'affaires
200 K €

Concurrents
NA

**Prix /
Récompenses**
NA

FONDATEUR

Raphaël Bitter - CEO : Master en communication d'entreprise, fondateur et gérant de l'agence de communication TIME TO COM

David Thoiron - COO : Diplôme ESC, fondateur et gérant de la société de télécommunications APEXIA

Steven Titren - CTO : DUT Informatique - option génie logiciel

Nicolas Coutureau - Lead Développeur : Licence d'informatique et Master Chef de projet

Nicolas Desmurs - Community Manager : Licence en Communication/Marketing et Master en création publicitaire

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

Produit

Letmotiv (anciennement DigiReward) est une plateforme universelle d'engagement qui

- active et analyse l'engagement des communautés de clients, fans, prospects, distributeurs et collaborateurs
- développe la fidélisation transactionnelle et l'engagement relationnel multicanal
- démultiplie la connaissance-client et génère de la data multicritère inédite

Technologie

- Innovation d'usage (1ère plateforme omnicanale ouverte d'engagement et de connaissance client) et technologique (module générateur de data unique)

Originalité

- Solutions similaires : solutions de fidélisation
- Facteurs différenciants : letmotiv va bien au-delà de la fidélisation transactionnelle en activant des dizaines d'actions d'engagement sur tous les canaux de distribution et de communication et en générant de la data ultra-qualifiée unique
- Sur la base des données générées, letmotiv fournit des recommandations et préconisations marketing

Plan de développement

- Letmotiv est accompagné par BPI France dans le cadre de l'Aide pour le Développement de l'Innovation
- Le plan de développement inclut l'élargissement de l'offre à de nouveaux secteurs d'activité, l'accès à l'international, le développement d'un module unique autour de la publicité et l'utilisation d'algorithmes de Deep Learning pour les préconisations marketing

BUSINESS MODEL – GÉNÉRATION DE REVENUS

Croissance CA et Clients

- CA : 200K € sur le marché français
- Clients : clients grands comptes, PME et startup, dont notamment FACOM (marque de Stanley Black & Decker), PATYKA, DreamAway et un leader mondial du mobilier haut de gamme (en cours d'implémentation)

Business model

- Abonnement mensuel aux modules proposés - les tarifs varient selon le type de module et la taille de la communauté adressée

KPIs

- Plus de 20 000 inscrits sur la plateforme letmotiv.io
- Plus de 50 missions d'engagement mesurées

**ANNÉE DE CRÉATION**
2018**ORIGINE**
France**B2B/B2C**
B2B**SITE WEB**
www.retail-vr.com**CONTACT**
Erwan KROTOFF, CEO
fondateurerwan.krotoff@retail-
vr.com
+33(0)603163160**Stade**Commercialisation +
développement**Levée de fonds**Fonds propres BPI
French Tech**Chiffre d'affaires**

NA

Concurrents

- Indirects: AR CORE,
- AR KIT,
- Agences de communication et éditeurs de solutions 3D

Prix /**Récompenses**

- Top 5 meilleures innovation 2018 KPMG/FEVAD

Kpis

- Forte croissance du CA depuis 2 ans = X3
- Croissance permanente du nombre de leads

FONDATEUR

Erwan Krotoff : CEO, expériences professionnelles chez Casino, Pernod Ricard, JDA software (l'éditeur de solutions merchandising et de category management), cofondateur de Kalista, ses clients comprennent Carrefour, Intermarché, General Mills, Bic, Sony et Bonduelle.

Stéphane Dupasquier : CTO, 15 ans d'expérience dans la réalité virtuelle, il a participé à la création de Virtools et a été un des VP de la marque 3DVIA chez Dassault Systèmes, fondateur d'Octarina (conception des apps de réalité virtuelle), ses clients comprennent Airbus, Boeing, P&G, Accenture, Total, etc.

Adrien Zanelli : COO, depuis 15 ans dans le développement de réseaux commerciaux à l'international en particulier dans l'agro-alimentaire (Bonduelle, Vins et Spiritueux) et dans les télécommunications (Orange).

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

Les acteurs du retail entrent de façon accélérée dans une nouvelle ère

- L'expérience client est la clé
- Le virtuel au service du réel
- Faire converger physique et digital
- Des marques plus proches de leurs clients
- Une transformation digitale boostée par la période "COVID"

Grâce aux technologies 3D nous les aidons à accélérer leur processus d'innovation à créer de nouvelles expériences d'achat

Produit

Toutes nos applications sont conçues autour de la plateforme Cloud Retail VR :

- Instore Activation : Utiliser la réalité augmentée pour visualiser le rendu des opérations promotionnelles en magasin
- Retail Staging : Configurateur 3D de magasins basé sur une technologie de reality capture. Il permet de virtualiser et modéliser vos magasins. Et donc de simplifier les tests, itérations et propositions de planogrammes.
- Commerce : Offrir aux clients une expérience e-commerce immersive, enrichie et multi-plateforme.
- Showrooms pour permettre aux marques Fashions/Luxe de présenter des collections virtuelles en BtoB

Technologie

- Une production d'environnements 3D accélérée et industrialisée grâce à une technologie brevetée
- Une plateforme interopérable avec des applications partenaires, grâce à notre technologie orientée service
- Des applications à la demande, développées en interne ou par des partenaires
- Une infinité d'usages métier
- Une plateforme sécurisée accessible aux plus grand nombre, PME, ETI, Grands groupes

Originalité

Notre double défi :

- Dynamiser le retail en faisant vivre des expériences inédites aux consommateurs.
- Démocratiser la réalité virtuelle et augmentée en l'utilisant à des fins utiles et économiquement sensées. L'émotion doit être au service de l'expérience d'achat.

Plan de développement

Objectifs à 3 ans :

- Devenir le leader des plateformes 3D pour le retail..
- Capturer 50 clients d'envergure en France et à l'international d'ici 2021
- Levée de fonds début réalisée en 2020
- Réaliser 30 % du CA avec des acteurs internationaux en Europe et 10 % hors d'Europe

BUSINESS MODEL – GÉNÉRATION DE REVENUS**Croissance CA et Clients**

- Répartition du CA : 60 % plateforme SaaS ; 20 % services associés (création, intégration de contenus, mise en service) et 10 % projets spécifiques ad hoc.
- Clients dans des secteurs variés : Marques leader sur leur marché PATYKA, DreamAway et un leader mondial du mobilier haut de gamme (en cours d'implémentation)

Business model

- Abonnement à la plateforme Saas
- Facturation de services ad hoc ou au projet

STRATOW

ANNÉE DE CRÉATION
2015**ORIGINE**
France**B2B/B2C**
B2B**SITE WEB**
www.stratow.com**CONTACT**
marc.wolff@stratow.com**Stade**
NA**Levée de fonds**
NA**Chiffre d'affaires**
NA**Concurrents**

- Esker
- Yooz
- Cegedim
- Generix

**Prix /
Récompenses**
NA

FONDATEUR

Marc Wolff : Diplômé de Neoma Business School, CEO : co-fondateur/président d'Aerow de 2004 à 2020, Portify, YourBO, Wapsi

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

Produit

- Stratow édite et opère la solution Extranet-As-A-Service qui métamorphose la collaboration avec clients et fournisseurs (commande en ligne, traitement de documents, archivage et diffusion aux tiers)
- Elle ouvre sur sa propre plateforme les extranets des entreprises, permet une collaboration plus efficace avec l'écosystème de partenaires. A travers ses solutions extranets dans le cloud, Stratow résout 3 problèmes majeurs : la sécurité, la gestion des utilisateurs externes et la gestion des licences.
- 5 modules : Stratow Invoice (pour les factures fournisseurs), Stratow Folder (pour les factures clients), Stratow Order (pour la prise de commandes B2B), Stratow Suppliers (pour créer et administrer les fournisseurs), Stratow Purchase (pour générer des fiches d'engagements de dépense jusqu'au paiement)

Technologie

Innovation collaborative / comportementale : par le biais des extranets, ils canalisent des infos platformisées qui simplifient la collaboration entre nos clients et leurs tiers sans ouvrir le SI de ses clients

Originalité

- Concurrents : Esker, Yooz, Cegedim, Generix
- Facteur différenciant : TCO stable et lisible (l'un des plus faibles du marché) + prix indexé sur volumétrie documentaire (et non le nombre d'utilisateurs).

Plan de développement

Plan de développement à court et moyen terme : accentuation des ventes directes + des ventes indirectes (via prescription, revendeurs et partenaires technologiques)..

BUSINESS MODEL – GÉNÉRATION DE REVENUS

Croissance CA et Clients

- CA non communiqué
- 20 clients actifs, clientèle multi-sectorielle

Business model

- Business Model : Extranet as a Service = nous ouvrons dans notre serveur la plateforme extranet de nos clients qui complète efficacement leur ERP, et leur permet de collaborer directement avec ses tiers.
- Monétisation : tarif indexé sur la volumétrie documentaire de nos clients.

KPIs

- Un loyer unique annuel pour un volume de transactions avec utilisateurs en illimité
- 70% d'appels entrants économisés grâce au extranet self service

**ANNÉE DE CRÉATION**
2018**ORIGINE**
France**B2B/B2C**
B2B**SITE WEB**
www.thunderstone.io**CONTACT**
arthur@
thunderstone.io**Stade**
NA**Levée de fonds**
+ 2 M€ en deux
levées de fonds**Chiffre d'affaires**
NC**Concurrents****Prix /
Récompenses**
• Prix ANF
Entreprendre

FONDATEUR

Arthur de Soutrait : a fondé Vicomte Arthur à 23 ans en 2005, une marque de prêt à porter. La marque s'est développée à l'international et s'est distribuée dans 32 pays à travers 650 points de vente. Vicomte a réalisé, en 2013, près de 20 millions d'euros de chiffre d'affaires. A cette époque, la marque est valorisée 15 millions d'euros, soit 660 fois l'investissement initial. Il cède finalement Vicomte Arthur en 2016 à un fonds d'investissement.

Marcy de Soutrait : a fondé Marcy Paris, une société de vêtements d'image et lifestyle, qui compte parmi ses clients Renault, Peugeot et Citroën. Il a également créé une nouvelle marque de prêt-à-porter baptisée AIM Experience

Jonathan Anguelov : a fondé Aircall en 2014, une entreprise de téléphonie 100% cloud, connectée aux outils de l'entreprise. Aircall s'impose comme l'un des leaders sur son marché et possède des bureaux à Paris et New-York.

Autres actionnaires : Laurent Dassault (Dassault Aviation), Edouard et Philippe Carle (fondateurs Babilou), Marc-Antoine de Longevialle (fondateurs Le Cab)...

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

Produit

- 1ère Marketplace physique spécialisée dans le secteur du retail. Connectées en temps réel aux stocks de marques de vêtements et de design, les tablettes et les bornes connectées à Thunderstone permettent aux consommateurs de trouver n'importe quel article qui ne serait pas disponible en magasin. La marketplace est compatible avec la majorité des plateformes e-commerce (Shopify, Prestashop, WooCommerce, Lengow...) et directement connectée aux stocks e-commerce des marques. Le paiement se fait par carte bleue via TPE directement sur la borne ou la tablette.
- L'installation est très simple : C'est Thunderstone qui fournit au commerçant une borne ou d'une tablette tactile par l'intermédiaire de son fournisseur de Hardware. Thunderstone encaisse le paiement du consommateur puis redispache le produit de la vente à la marque et à la boutique.
- 20 bornes installées dans des boutiques multimarques, 50 bornes en cours d'installation d'ici fin 2020 et 3 Showrooms Thunderstone 100% phytiaux à Paris, Lyon et Nice.

Technologie

Processus pour devenir Jeune Entreprise Innovante

Originalité

Thunderstone est la 1ère marketplace offline : borne d'achat implantée dans les points de vente physique et connectée aux stocks des marques partenaires en temps réel. Thunderstone a également lancé les premiers concept-store 100% phytiaux en Europe.

Plan de développement

- Ouverture de pop-up stores en partenariat avec les grandes foncières françaises
- Intégrer 250 marques partenaires d'ici la fin 2021 et fournir 150 bornes dans des boutiques multimarques.

BUSINESS MODEL – GÉNÉRATION DE REVENUS

Croissance CA et Clients

- Collaboration avec une soixantaine de marques (K-WAY, Pyrenex, Faguo, Bang&Olufsen, Cabaia...)
- La clientèle visée par Thunderstone est une clientèle haut de gamme cliente des marques de vêtements, de design ou d'high-tech (casques audio, accessoires de modes...)

Business model

- Thunderstone pré-encaisse les paiements pour compte de tiers et permet ensuite une répartition équitable du CA entre les magasins ou les foncières et les marques partenaires selon un pourcentage négocié entre ces acteurs.
- Thunderstone se commissionne sur le CA H.T

KPIs

- Nombre de partenariats marques : (63)
- Nombre d'accords commerciaux avec les points de vente (32)

**ANNÉE DE CRÉATION**
2016**ORIGINE**
France**B2B/B2C**
B2B**SITE WEB**
www.webotit.ai**CONTACT**
louis-clement@
webotit.ai**Stade**
NA**Levée de fonds**
NA**Chiffre d'affaires**
NC**Concurrents**

- Clustaar
- Levia.ai
- The Chatbot Factory

Prix /**Récompenses**

- TOP 20 des startups digitalisant le e-commerce par la FEVAD & KPMG en 2018

- TOP 300 des startups françaises par FrenchWeb

- Gagnante du challenge Cartes Bancaires « Connected Commerce & Future Store UX

- Gagnante du challenge Klépierre « Towards the most pleasant shopping experience »

FONDATEUR

Nicolas Ilhe - CTO : Diplômé de l'EISTI avec une spécialité en Ingénierie du Cloud Computing. Il est passionné par l'intelligence artificielle, les technologies innovantes et les infrastructures scalables. Ex-CTO chez VisioGroup, Webotit est sa 3ème start up.

Louis-Clément Schiltz - CEO : Diplômé de la faculté de Commerce McGill University à Montréal, avec une spécialisation en Technologie de l'information et en Finance; cursus qu'il a complété par un double diplôme en entrepreneuriat à l'ESSEC et à Centrale. Webotit est sa seconde entreprise, créée suite à son expérience professionnelle au sein du distributeur spécialisé en parapharmacie, Parashop. Avec son associé, il a pour ambition de rendre accessible à tous le Commerce Conversationnel, le futur du e-commerce.

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION**Produit**

- Webotit propose la première solution de Commerce Conversationnel du marché français. Celle-ci combine intelligence artificielle et puissance servicielle pour permettre aux marques de nouer des relations pérennes avec leurs clients.
- Webotit propose deux offres pour répondre aux enjeux stratégiques de ses clients :
 - Social Commerce : Un vendeur virtuel présent sur Facebook Messenger et dans des Stories Instagram pour générer du chiffre d'affaires. Pris par la main, le client obtient des réponses à ses questions et va jusqu'au paiement, sans quitter la conversation. Rapide et efficace !
 - Bot+ : Assistant virtuel orienté service client doté d'une intelligence artificielle entraînée sur des milliers de questions capable de traiter sans intervention humaine plus de 85% des demandes clients. Une meilleure qualité de service et du temps libéré dans les équipes pour des tâches à plus forte valeur ajoutée.

Technologie

- Une plateforme complète intégrant une intelligence artificielle maison (NO GAFA), un système d'encaissement (les fonds arrivent directement sur le compte de l'e-commerçant), une solution de gestion des commandes (pouvant être transmises par API) et un livechat pour reprendre la main sur les cas les plus complexes
- Des recommandations précises pour recommander le bon produit à la bonne personne au bon moment.
- Des intégrations en un clic avec les principales plateformes de messagerie, les sites e-commerce et les principaux CRM
- Des centaines de questions entraînées avec des réponses pré-rédigées selon les dernières recherches en psycholinguistique

Originalité

- Solutions similaires: Chatbots et Agents Conversationnels: Clustaar, Levia.ai, The Chatbot Factory
- Facteurs différenciants: Ces solutions n'ont pas de vocation transactionnelle - Webotit gère toutes les phases de la vente: avant-vente, vente, après-vente; partenariat exclusif avec Carte Bancaires (paiement en conversation); I.A. pré-entraînée sur la thématique e-commerce pour un déploiement en moins de 2 semaines.

Plan de développement

- Génération Automatique de Langage Naturel (NLG) : l'assistant/vendeur virtuel génère les réponses à la volée en fonction de l'utilisateur, de ses besoins et de son état psychologique (ex: une personne frustrée se verra proposer une réponse apaisante et plus longue que une personne pressée)
- Relance de paniers abandonnés fondée sur les biais cognitifs : en cours de développement avec le LABbyCB et une joaillerie de luxe pour récupérer des ventes perdues

BUSINESS MODEL – GÉNÉRATION DE REVENUS**Croissance CA et Clients**

- CA: N.C.
- Clients:
 - En Commerce Conversationnel: Parashop, AXA, TimHotel, LePage, Cartes Bancaires, Botical , UNICEF
 - En BOT+ : Banque, courtiers, sites e-commerce, ONGs

Business model

- Frais de mise en service correspondant à la conception, la construction et l'entraînement du vendeur virtuel. Sur devis en fonction de la complexité du vendeur virtuel et des intégrations techniques à réaliser (CMS E-Commerce, PSP, CRM)
- Abonnement mensuel avec un engagement de 2 ans (A partir de 1090 € HT pour 10000 utilisateurs par mois)

KPIs

- Taux de traitement des demandes sans interventions > 85%

[RETOUR AU SOMMAIRE](#)

Stade
NALevée de fonds
8 M€Chiffre d'affaires
NC**Concurrents**

- Wynd
- SoCloz
- Improveeze
- KBRW
- Ma ville mon shopping
- Achetez a

Prix / Récompenses

- Juin 2017 : Top 20 des start-ups les plus innovantes (FEVAD)
- Novembre 2018 : Prix du "Meilleur Outlet au Monde" pour The Village (MAPIC Awards)
- Mai 2019 : (Gagnante du Entrepreneurship World Cup , Gagnante de Klépierre, Finaliste du Female Founder, Finaliste de la Métropole du Grand Paris) x Vivatech
- Mars 2019 : Trophée "Création d'un Centre Outlet " pour The Village (CNCC)
- Juin 2019: Top 5 des start-up les plus innovantes (FEVAD/KPMG)
- Novembre 2019: Meilleure Innovation Retail (MAPIC AWARDS)(FEVAD/ KPMG)

ANNÉE DE CRÉATION
2015**ORIGINE**
France**B2B/B2C**
B2B et B2C**SITE WEB**
www.business.wishibam.com**CONTACT**
cjbaur@wishibam.com**FONDATEUR**

Charlotte Journo-Baur - CEO : Diplômée de l'EMLYON Business School (Master entrepreneuriat), passée par la finance chez Natixis, le marketing chez l'Oréal et le conseil en stratégie chez AT.Kearney. Fille et petite fille de commerçant, elle décide de lancer Wishibam une solution SaaS qui a la vocation de réconcilier le commerce physique et le commerce en ligne pour redynamiser les points de vente.

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION**Produit**

Wishibam SaaS Solution a la vocation d'accompagner les acteurs physiques du commerce dans leur transformation numérique. Nous œuvrons chaque jour pour que nos villes restent conviviales et nous engageons amoureusement auprès des commerçants pour leur permettre de vendre plus et mieux. Via notre plateforme, nous déployons efficacement des solutions permettant de réconcilier digital et local et favorisons les circuits courts. Nos solutions sont pensées pour s'adapter à la réalité du retail ce qui les rend efficace : +12% de CA en magasin et +30% de trafic en magasin.

- Notre « hub » nous permet de digitaliser n'importe quel magasin de 20 000 références en 30 minutes. Notre technologie synchronise automatiquement les stocks magasin et en ligne et permet à la boutique d'anticiper et de maîtriser ses flux logistiques
- Notre OMS permet de gérer les multi-modes de livraison efficacement depuis les magasins
- Notre CRM intelligent réconcilie les données physiques et en ligne pour engager et fidéliser la base client via des campagnes ultra-personnalisées

Technologie

- Protection du design du back-office, code et algorithme par dépôt d'huissier

Originalité

- Notre philosophie est différente, notre solution s'adapte aux besoins clients. Basée sur du machine learning, nous sommes capables d'avoir un rendu ultra customisé sur une solution SaaS. Nous avons par exemple déployé un site marchand et citoyen pour la ville d'Angers (150 000 habitants) basé sur les stocks magasins des commerçants en seulement 15 jours. Au total plus de 65000 produits disponibles sur leurs points de vente physique et sur angersshopping achetables en 1 clic et récupérables en click & collect ou à domicile.

Plan de développement

- Nous digitalisons actuellement plus de 600 000 M2 de surface commerciale en travaillant pour des foncières internationales.
- Nous déployons notre solution dans d'autres villes : Nice, L'Île de France, La Réunion (...)
- Nous commençons nos premiers projets hors de France.

BUSINESS MODEL – GÉNÉRATION DE REVENUS**Croissance CA et Clients**

- Clients : Nous nous adressons à la fois aux foncières commerciales, et aux Chambres de Commerces. Nous comptons actuellement 1 200 points de ventes digitalisés. Plusieurs centres commerciaux et villes sont actuellement en fin de développement et devraient être lancés avant la fin de l'année.
- Une levée de fonds est en préparation pour 2021. Elle nous permettra de continuer nos recrutements d'investir en marketing d'acquisition massivement et de renforcer nos investissements marketing de nos marketplaces

Business model

- Notre solution a un business model classique pour du SaaS : frais d'installation (qui varient selon le nombre de boutiques à digitaliser), licence mensuelle et rémunération à la performance

KPIs

- Nombre d'entreprises et de villes ayant souscrit à la licence mensuelle de Wishibam For Business
- Suivi des performances des sites, et des boutiques.



ANNÉE DE CRÉATION

2016

ORIGINE

France

B2B/B2C

B2B et B2C

SITE WEB

www.deal2drive.com

CONTACT

Arnaud De Lagabbe,
arnaud.de-lagabbe@deal2drive.com

Stade

NA

Levée de fonds

100 K€ en 2018

Chiffre d'affaires

NC

Concurrents

NA

Prix / Récompenses

- Sélectionnée parmi les 39 sociétés distinguées par la FEVAD en 2018 qui allaient révolutionner le e-commerce

FONDATEUR

Arnaud de Lagabbe : Diplômé d'HEC et de l'Ecole spéciale de Mécanique et d'Electricité, Ingénieur et Spécialiste de la gestion de projets dans le secteur des IT

Guillaume Renondin : Ancien dirigeant d'un équipementier automobile spécialisé dans l'aftermarket

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

Produit

- Deal2Drive est une plateforme de données dédiée aux marchés de la pièce détachée et de l'après vente automobile. Deal2Drive collecte, analyse et monétise des données fiabilisées issues des sites de ventes en ligne et des analyses comportementales sur des millions d'offres de pièces auto.

- Comparateur/moteur de recherche de pièces auto vendues sur le net - permet aux e-consommateurs de trouver le meilleur prix sur l'ensemble du web de pièces auto pour la réparation d'une automobile. Site grand public et collecteur de comportement client

- DashBoard et outils visuels d'analyse de ventes de pièces auto sur le net aux constructeurs, aux équipementiers et aux e-distributeurs - monétisation de l'ensemble des données du marché internet sur la pièce auto avec la possibilité de faire du profilage d'acheteurs et de l'analyse prédictive des ventes et des prix.

- API Plateforme Big Data d'accès aux données et analyses de Deal2Drive pour les OEMs, Constructeurs, places de marché ainsi qu'à une multitude de développeurs individuels.

Technologie

- Solution technologique unique : croisement des bases de données équipementiers (une 100aine) pour l'identification du véhicule et de la pièce recherchée avec les flux de produits collectés des sites internet - ces croisements de données sont obtenus et maintenus à jour de façon automatique par des algorithmes qui sont la propriété de Deal2drive.

- Analyse comportementale statistique et sémantique pour déterminer les tendances d'achats.

- Développement d'algorithmes d'analyse permettant le rapprochement entre les offres produits et les comportements d'achat.

Originalité

- Solutions similaires : pas de comparateur de pièces auto vendues sur le net - comparaison possible avec Amazon, Oscaro, Webdealauto, etc... - concurrence de substitution au sein des marketplaces.

- Facteur différenciant :

- seuls à avoir la capacité d'intégrer la totalité des pièces, des références (22 millions d'affectation), des véhicules (23 000 modèles différents) sur leur panel de comparaison.

- Seuls capable de faire le rapprochement entre l'offre et la demande.

Plan de développement

- Court terme : finalisation du développement du site pour améliorer le SEO et lancement de campagnes de communication en France.

- Horizon de 2 ans : exportation sur le marché européen : Allemagne, Italie et Espagne.

BUSINESS MODEL – GÉNÉRATION DE REVENUS

Croissance CA et Clients

- CA : NC

- Clients : 11 sites en affiliation avec lesquels, ils ont des accords commerciaux et dont les flux de produits se situent sur la plateforme de comparaison.

Business model

- BtoC : CPC et CPA gain à la redirection et à l'achat de pièces.

- BtoB : vente d'analyse de marché sous forme d'abonnement pour les constructeurs auto, les équipementiers, les distributeurs traditionnels et les sites internes

KPIs

- Nombre d'abonnements vendus aux constructeurs auto, équipementiers, distributeurs traditionnels ou sites d'internet

- Nombre de e-consommateurs sur le site web

- Nombre d'offres référencées sur le comparateur



ANNÉE DE CRÉATION
2018

ORIGINE
France

B2B/B2C
B2B et B2C

SITE WEB
www.goodmecano.com

CONTACT
m.anseur@
goodmecano.com

Stade
NA

Levée de fonds
NA

Chiffre d'affaires
NC

Concurrents
NA

**Prix /
Récompenses**
NA

FONDATEUR

Anseur Moustapha (CEO) : Plus de 10 ans d'expérience dans les sites e-commerce spécialisés dans la pièce auto

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

Produit

- GoodMecano est une plateforme permettant aux automobilistes de trouver rapidement et simplement un garage, un carrossier ou un mécanicien à domicile, mais aussi de calculer le tarif de la prestation très simplement et de prendre rendez-vous avec lui en ligne immédiatement.
- La plateforme permet également aux professionnels de renouveler leur clientèle, de gagner du temps en leur épargnant la gestion et l'élaboration des devis.

Technologie

- Technologie capable de calculer un tarif précis automatiquement à partir de la plaque d'immatriculation du véhicule de l'utilisateur en fonction des infos constructeurs pour plus de 200 prestations (freinage, moteur, carrosserie...) et de géolocaliser les différents prestataires

Originalité

- Pas de concurrent direct dans le secteur du « do it for me », où l'automobiliste peut apporter sa pièce auto déjà achetée et avoir la visibilité immédiate sur le prix à payer. Leurs clients sont des automobilistes ayant déjà achetés leurs pièces auto adeptes du « do it for me ». Ils ont donc acheté leur pièce auto chez des e-commerçants comme Oscaro, Mister-Auto ou Yakarouler pour ne citer que les pure players. Une fois leur pièce auto achetée ils auront besoin d'un garage ou d'un mécanicien pour la monter, et c'est là que GoodMecano entre en jeu

Plan de développement

- Recruter un dizaine de collaborateurs d'ici fin 2021

BUSINESS MODEL – GÉNÉRATION DE REVENUS

Croissance CA et Clients

- Environ 10000 clients automobilistes qui se sont enregistrés, 650 Garages partenaires et 150 mécaniciens à domicile partenaires

Business model

- Commission de 10% sur chaque rendez-vous réalisé
- Abonnement de visibilité pour les garages et mécaniciens à domicile partenaires

KPIs

- Le nombre de visiteurs sur le site internet
- Le taux de conversion
- Le nombre de garages & mécaniciens référencés

hubstairs**ANNÉE DE CRÉATION**
2016**B2B/B2C**
B2B**CONTACT**
cj@hubstairs.com**ORIGINE**
France**SITE WEB**
www.hubstairs.com**Stade**
NA**Levée de fonds**
5,7 M€**Chiffre d'affaires**
1 800 000€**Concurrents**

- Decod
- Innersense
- Amazon
- Showroom

Prix / Récompenses

- 1er Prix de l'Innovation de BPI France (2016)
- Accélérée par IKEA (Ikea Boot Camp) (2017)
- Accélérée par NUMA NYC (2018)
- Prix « Best User Experience » lors de la NRF french party (2020)

FONDATEUR

Alexandre de Vigan - CEO : Diplômé en droit de l'Université D'Assas, Columbia (USA) et d'un Master en management d'HEC (2011). Il a commencé sa carrière en tant qu'avocat avant de fonder sa première startup Matchimmo : place de marché dans le domaine immobilier. Puis il a créé Hubstairs en 2016 et en est depuis le PDG.

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION**Produit**

Hubstairs™ est une solution de visual merchandising.

Elle offre à ses clients, un moyen facile et rapide de maîtriser l'intégralité du processus de création et de diffusion de contenus visuels statiques ou dynamiques.

Son objectif est de remplacer la photographie par la technologie 3D dans l'univers du retail. La plateforme a été conçue comme un véritable outil collaboratif qui améliore la productivité des équipes et rationalise les budgets marketing alloués à la création de contenus visuels.

Technologie

- Modélisation 3D PBR
 - Visualisation 3D photo-réaliste
 - Utilisation de l'IA pour identification des styles
- Enjeux : automatiser la chaîne de création de contenus visuels 3D et accélérer la production des modèles 3D PBR

Originalité

- Solution SaaS end-to-end répondant à tous les besoins visuels des retailers : print, e-commerce, réseaux sociaux etc..
- Une plateforme simple et intuitive pour créer et manager tous ses contenus visuels sans expérience technique
- Un outil de diffusion de contenus 3D interactifs ne nécessitant aucun développement sur son site
- Une communauté de plus de 400 architectes d'intérieur

Plan de développement

La stratégie 2021 d'Hubstairs repose sur le déploiement massif de sa solution de visual merchandising, hubstairs™, à l'échelle nationale et internationale auprès des leaders du retail dans les secteurs du Home&Living, du Luxe, de la PGC, de la Grande Consommation, du Packaging etc.. Au niveau international: exportation directe de notre solution auprès de partenaires stratégiques puis construction d'une équipe locale pour assurer la prospection et la relation client (marché cible : USA, Canada, UK)

BUSINESS MODEL – GÉNÉRATION DE REVENUS**Croissance CA et Clients**

- CA: 1 800 000€ (2019) / 1 040 000€ (2018) / 440 000€ (2017)
- Clients: retailers toutes industries (Habitat, Décoration, PGC, Grande Distribution etc..)

Business model

100% BtoB: Service SaaS :

- Frais de set-up: intégration au site e-commerce, récupération du catalogue produit puis modélisation en 3D
- Abonnement annuel à la licence selon propriétés personnalisables

KPIs

- +30% de trafic sur les sites partenaires utilisant nos visuels d'inspiration
- +20% de taux de conversion avec des visuels dynamiques
- 10 fois moins cher que la photographie

[RETOUR AU SOMMAIRE](#)



ANNÉE DE CRÉATION

2018

ORIGINE

France

B2B/B2C

B2B et B2C

SITE WEB

www.les-marmots.fr

CONTACT

martin@les-marmots.fr

06 23 62 85 09

Stade

Scale

Levée de fonds

En recherche

Chiffre d'affaires

NC

Concurrents

NC

Prix / Récompenses

• Parmi les 100 startup dans lesquelles investir de Challenges

• Blanchemaille by Euratechnologie

• Fond Régional de l'Innovation

FONDATEUR

Martin Duret : CEO - 33 ans : Co-fondateur de SO! Com, agence de communication (3 ans), 8 ans chez Coca-Cola sur des fonctions de responsable régional événementiel et sponsoring, Compte Clé Régional & Senior Manager Compte Clé National.

Maxence Laplante : CSO - 31 ans : Diplômé de SKEMA - Master en Management spécialisation entrepreneuriat & Innovation, 4 ans en tant que Business Developer en France et à l'international

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

Produit

- Plateforme responsable 100% dédiée à l'enfant de 0 - 12 ans.
- Mission : rendre le consommateur responsable accessible aux parents
- L'objectif : réunir un maximum d'acteurs pertinents de l'enfance sur une même plateforme. Chaque partenaire doit correspondre à au moins l'un des 5 critères suivants : Made In France, Bio, Fait Main, Durable et Seconde Vie (uniquement pour les pros)

Les produits sont réunis dans 5 catégories : Mode, Puériculture, Chambre, Jeux/Jouets, Livres et Activité.

Technologie

- Site Web responsive
- Application (à venir)

Originalité

- 1ère plateforme responsable entièrement dédiée à l'Enfant
- La seconde main est en partenariat avec les professionnels de la seconde main et les marques
- Proposition de thème : Anniversaire, Naissance, etc...

Plan de développement

- Phase test de novembre 2018 à Juin 2019 - Création MVP juillet-aout - Accélération septembre 2019
- Développement des catégories Activités, Services et Info
- Internationalisation : Espagne et Belgique pour début 2020
- Recherche de fonds

BUSINESS MODEL – GÉNÉRATION DE REVENUS

Croissance CA et Clients

- CA: (pas données chiffrées sur le CA)

Business model

• Intermédiaire entre les acteurs du marché et les consommateurs, système de commission sur la transaction, vente pack boost pour les vendeurs, vente d'abonnement « club » pour les acheteurs, Route to market en direct avec système de marge, étude de pack logistique pour les vendeurs

KPIs

- 500+ membres actifs - 75% sont des femmes 24-34 ans et citadines
- 2000+ articles online
- 120+ partenaires professionnels
- 15K fans sur les réseaux sociaux



ANNÉE DE CRÉATION
2017
ORIGINE
France

B2B/B2C
B2B
SITE WEB
www.qidoon.com

CONTACT
ghazal.kabil@gmail.
com

Stade
NA

Levée de fonds
NC

Chiffre d'affaires
200 K€ en 2019

Concurrents
NA

**Prix /
Récompenses**

- PM'UP
- INNOV'up

FONDATEUR

Ghazal KABIL : A une expérience de plus de 10 ans dans le domaine de la billetterie de spectacle vivant, Qidoon est avant tout destinée à ce marché et se développe sur des marchés connexes.

Driss KABIL : Est ingénieur de formation avec une expérience dans divers secteurs (salles de marchés, aérospatial, énergie, paris sportifs).

Nous sommes 2 dans l'entreprise et collaborons avec 3 freelances à temps plein et 2 à temps partiel.

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

Produit

- Qidoon permet à des fournisseurs de prestation de services divers (Culture, soins, tourisme, Horeca, ...) de référencer leurs offres d'une part. La plateforme permet d'autre part de créer un compte revendeur et de distribuer l'ensemble du catalogue de prestations à son audience de manière automatique et sécurisée.

Technologie

Pas de brevet

Originalité

Il n'existe actuellement aucune plateforme offrant ce mode de distribution.

Plan de développement

Nous prévoyons d'adresser des marchés connexes et d'agrandir notre champ d'action à 10 villes françaises à moyen terme.

BUSINESS MODEL – GÉNÉRATION DE REVENUS

Croissance CA et Clients

- Clients actifs : 37 clients grands comptes
- CA : 50K€ 2018
- CA : 200K€ 2019

Le marché actuel est principalement francilien et nous prévoyons d'attaquer les marchés des 10 plus grandes villes françaises cette année.

Business model

- Nous prélevons une commission de 5% par transaction (avec un minimum d'1€).

KPIs

- Nombre de clients actifs



ANNÉE DE CRÉATION
2018

ORIGINE
France

B2B/B2C
B2B et B2C

SITE WEB
www.octopulse.io

CONTACT
simon@octopulse.io

Stade
NA

Levée de fonds
605 K€

Chiffre d'affaires
175 K€ en 2019

Concurrents
NA

**Prix /
Récompenses**
NA

FONDATEUR

4 développeurs IT issus d'EPITECH
1 expert SEO/SEA

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

Produit

Bénéficiez d'un outil simple et d'experts certifiés pour améliorer votre position sur Google et augmenter votre trafic. Chez Octopulse, nous avons développé une solution qui puisse répondre à un besoin critique pour un site internet: son trafic ! Sachant que la 1ère page des résultats Google représente 92% du trafic, un bon positionnement sur les moteurs de recherche est la clé de la visibilité de votre site. Sur l'application Octopulse, vous trouverez tout ce qu'il vous faut pour améliorer votre positionnement facilement. Un diagnostic gratuit pour déterminer les améliorations de référencement naturel (SEO) nécessaires à votre site pour être mieux compris par les moteurs de recherche. Un suivi de votre position sur 500 mots-clés à privilégier pour être présent sur un plus grand volume de recherche, la gestion de campagnes pub pour booster immédiatement votre trafic avec des prospects qualifiés, la gestion de campagnes de netlinking pour optimiser votre notoriété auprès de Google, ainsi qu'un outil de gestion du référencement local et des avis clients.

Technologie

- Outils et algorithmes développés en interne

Originalité

- Le marché est aujourd'hui composé d'outils très techniques n'offrant pas d'implémentation sur les sites clients ou d'agences digitales trop onéreuses pour des startups et PME

Plan de développement

Développement et commercialisation d'un outil d'aide à la rédaction de contenu SEO (La content Machine). RDV sur content-machine.octopulse.io pour plus d'infos.

BUSINESS MODEL – GÉNÉRATION DE REVENUS

Croissance CA et Clients

- 175k € CA en 2019
- 300k € CA et +250 clients à date du 09/2020

Business model

Rémunération sur les prestations + abos

POSSIBLE
éthique & à volonté

ANNÉE DE CRÉATION

2017

ORIGINE

France

B2B/B2C

B2C

SITE WEB

www.possiblefrance.com

CONTACT

olivia@possiblefrance.com

Stade

NA

Levée de fonds

NC

Chiffre d'affaires

NC

Concurrents

- Closet

Prix /

Récompenses

- Trophée Start Up Numérique, section Retail, organisé par l'IMTBS et Showroomprive.com

FONDATEUR

Marylou Mogier & Olivia Marc : Toutes les deux issues d'une grande école de commerce (Institut Mines Telecom). Avant l'aventure Possible, Marylou a travaillé 4 ans dans les SI pour le compte du Ministère de la Défense, et Olivia a travaillé 6 ans dans la finance de marché.

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

Produit

Possible France offre une vitrine sous forme de plateforme web aux petits créateurs Français, tout en permettant aux e-consommateurs de mieux consommer la mode, en adoptant un mode de consommation circulaire, plus respectueux de l'environnement.

Technologie

- Pas de brevet

Originalité

- Le Closet est précurseur sur le marché (location de vêtements)
- Les facteurs différenciants sont le fait de ne référencer que des marques éthiques et/ou made in France
- Proposer la livraison par coursier aux lieux et heures choisis par nos clientes.

Plan de développement

Court terme : travail sur l'acquisition client

BUSINESS MODEL – GÉNÉRATION DE REVENUS

Croissance CA et Clients

70 clients actifs. Toutes des femmes.

Business model

Système de commission sur la location ainsi que sur la vente des vêtements.

KPIs

- Nombre de clients actifs
- Nombre de conversation/jour



ANNÉE DE CRÉATION
2016
ORIGINE
France

B2B/B2C
B2B2C
SITE WEB
www.watiz.io

CONTACT
julien@watiz.io

Stade
NA

Levée de fonds
290 K€
Préparation d'une
2ème à 500 K€

Chiffre d'affaires
48 K€

Concurrents

- Screenshop
- Goxip
- Wink

Prix / Récompenses

- 2ème concours Trophée Start-up Numérique

- Lauréat 2018 Start-up Project

- Lauréat 2019 Concours IMT-Bercy

- Lauréat Réseau Entreprendre Seine & Eure

FONDATEUR

Julien Capra : Ingénieur-docteur de formation, Julien est titulaire d'un mastère spécialisé d'HEC Entrepreneurs. A la fin de ses études, il a failli reprendre une start-up dans le domaine de la Mode et des tendances. Avant de créer Watiz, il a créé de nombreuses associations au niveau national et européen et a travaillé trois ans en tant que bras droit de dirigeants de TPE-PME.

Rémy Villecroze : Après l'obtention de son diplôme d'ingénieur à Télécom SudParis, Rémy a obtenu un doctorat en astrophysique où il a travaillé sur l'instrumentation des télescopes européens (VLT) pour l'observation de galaxies lointaines. Lors de ses différentes expériences professionnelles, il a pu aborder plusieurs thématiques autour de la modélisation, de l'optique et du traitement d'images.

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

Produit

- Watiz est un assistant shopping qui permet de retrouver à partir de la photo d'un vêtement des articles identiques ou similaires en e-commerce.
- Watiz propose des contenus inspirants pour aider les utilisatrices à trouver leur look.
- Watiz a recours à des plateformes d'affiliation pour récupérer les flux produits ou négocie directement avec les marques des packages sous forme d'abonnements pour récupérer les catalogues. Dans tous les cas, Watiz intègre le catalogue sans effort de la part des équipes de la marque.

Technologie

- Technologie de reconnaissance visuelle en propre et des briques complémentaires en partenariat avec l'Institut Mines-Télécom. Cette technologie est à la pointe de l'état de l'art. Pour le moment, nous envisageons d'adopter la stratégie du secret sur les briques internes. Nous disposons d'une exclusivité concernant les brevets déposés par l'Institut Mines-Télécom.
- Technologie compatible avec l'analyse de flux vidéos

Originalité

- Principaux concurrents directs : Screenshop, Goxip et Wink
- Facteur différenciant : catalogue plus large en référencant notamment des marques non affiliées, des marques écoresponsables et des sites de seconde-main, contenu inspirant et dimension de réseau social en cours de développement, développement de filtres originaux pour analyser les résultats
- Autres concurrents : Google Lens, Amazon Style Snap, 21buttons, Liketoknowit

Plan de développement

- 2020 - Développement en France : Evangélisation de l'usage et création d'une communauté / Validation des Business modèles / Identification et création de partenariats avec les acteurs français de la Mode
- 2021- Accélération: Renforcement du positionnement sur le marché Français / Agrandissement de la gamme de produits aux accessoires et mode masculine / Lancement d'un deuxième produit dédié à la datavisualisation des données issues de l'application sous forme de plateforme SaaS / Pénétration du marché européen en Allemagne, Angleterre, Benelux
- 2022-2023 - Internationalisation : Développement du marché européen occidental et repérage aux Etats-Unis pour développement en 2023-2024. Extension du produit à l'analyse des flux vidéos.

BUSINESS MODEL – GÉNÉRATION DE REVENUS

Croissance CA et Clients

- CA : 48K
- 130 partenariats via des plateformes d'affiliation et une dizaine de partenariats en direct (environ 3000 marques au total)

Business model

- L'affiliation (commission sur vente allant de 7 à 15%)
- Le référencement (abonnement)

KPIs

- Nombre de partenariats et de produits référencés
- Nombre de téléchargements
- Nombre de clics
- Nombre de recherches
- Nombre de ventes

RETOUR AU SOMMAIRE

**ANNÉE DE CRÉATION**

2015

B2B/B2C

B2C et B2B

CONTACT

lola@sharegroop.com

ORIGINE

France

SITE WEBwww.sharegrooppay.com**Stade**

Seed

Levée de fonds

NA

Chiffre d'affaires

1 M€

Concurrents

NA

Prix / Récompenses

- Lauréat Graines de Boss 2019

- Lauréat Retail - Digital Award LVMH 2020

- Lauréat Retail - LaFayette Plug&Play 2019

FONDATEUR**Franck Burguière - CEO** : 7 ans d'expérience dans le conseil (Kedge, Square Management)**Richard Kim - CTO** : 5 ans d'expérience en startup (Epitech, Agriconomie.com)**Florent Brotons - CMO** : 6 ans d'expérience dans le marketing digital (Kedge, Procter&Gamble)**DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION****Produit**

- Solutions d'achat groupé intégrées aux sites e-commerce
- Bénéfices marchands : amélioration de la conversion (+7%) - enrichissement du CRM des données des co-payeurs (+4 contacts / panier)
- Solution 1 : le paiement partagé permet de diviser le montant d'un achat en ligne entre différents co-payeurs depuis la page de paiement
- Solution 2 : la cagnotte cadeau permet de lancer une cagnotte depuis un site e-commerce qui se convertira à l'échéance en carte cadeau
- Solution 3 : le service groupe optimise le process de réservation des groupes supérieurs à 10 personnes (GIR, comités d'entreprise...)

Technologie

- Intégration de nos solutions via un call API
- Les widgets de paiement s'intègrent in-page ou en redirection
- Solutions compatibles avec tous les PSP en mode gateway ou marketplace

Originalité

- Solutions intégrées sur le site internet du marchand et intervenant directement dans le funnel d'achat du client final, contrairement aux cagnottes et applications de remboursement qui se situent en amont et en aval de l'achat.
- Facteurs différenciant :
 - Richesse du produit : différents mode de validation de la commande (direct/partiel/standard), différentes UX pour répondre à la diversité des enjeux marchands (conversion / ventes additionnelles / enrichissement du CRM) et à la diversité des clients groupes (amis, familles, colocs, jeunes couples, grands groupes, CE...)
 - Expérience utilisateur intuitive : le partage de paiement se fait via un lien facilement partageable (via messengers, email ou SMS)

Plan de développement

- En 2018, confirmation de l'adéquation des solutions ShareGroop avec les besoins du Travel, de l'Event et du Retail, via la conclusion de partenariats stratégiques avec les leaders français des marchés cibles
- En 2019, développement commercial sur de nouveaux marchés potentiels comme le retail, les utilities, le delivery et l'énergie.
- En 2020, de nouveaux partenariats sont conclus avec certains acteurs de ces marchés dont Engie mais également à l'étranger.
- En 2021, ShareGroop travaille sur la création de nouvelles solutions de paiement pour être au plus prêt des besoins B2B2C.

BUSINESS MODEL – GÉNÉRATION DE REVENUS**Croissance CA et Clients**

- Clients: 110 clients dans l'énergie, le retail, le tourisme et l'événementiel sportif et culturel – parmi eux Engie, Air France, HOP, Transavia, UCPA, Belambra, Pierre&Vacances Center Parcs, Stade de France, Allianz Riviera, La Scala ou encore la Compagnie des Alpes
- Croissance de 350% sur les trois dernières années.

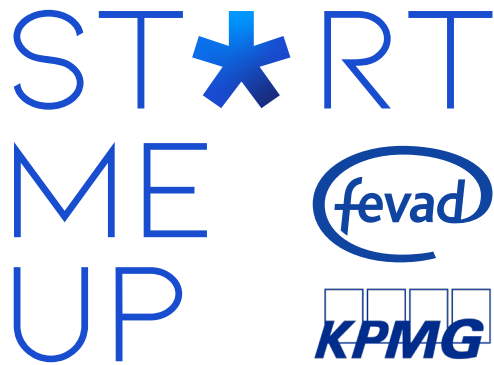
Business model

- Commissions sur les transactions
- Modèle de licence pour bénéficier du support utilisateur et des analytics
- Frais d'intégration

KPIs

- Amélioration du taux de conversion (+7%)
- Enrichissement du CRM avec les données des co-payeurs (+4 / panier de groupe)
- Marge générée par les cartes cadeaux non utilisées (30% d'entre elles)

[RETOUR AU SOMMAIRE](#)



À PROPOS DE LA FEVAD :

La Fédération du e-commerce et de la vente à distance, créée en 1957, fédère aujourd'hui 600 entreprises et 800 sites internet. Elle est l'organisation représentative du secteur du commerce électronique et de la vente à distance. La Fevad a notamment pour mission de recueillir et diffuser l'information permettant l'amélioration de la connaissance du secteur et d'agir en faveur du développement durable et éthique de la vente à distance et du commerce électronique en France.

Pour en savoir plus : fevad.com

Suivez-nous sur twitter : [@FevadActu](https://twitter.com/FevadActu)

À PROPOS DE KPMG :

Leader de l'audit et du conseil, KPMG France réunit 10 000 collaborateurs qui interviennent auprès des grands groupes français et internationaux, des ETI et des groupes familiaux, ou encore des PME / TPE et des start-up, pour les aider à anticiper et relever leurs défis. Nous pouvons vous accompagner dans la définition de votre stratégie jusqu'à son exécution opérationnelle et nous vous offrons notre expertise sectorielle sur les domaines clés de votre entreprise : expérience client, digital & e-commerce, RSE, logistique, achats, finance, etc.

Pour en savoir plus : www.kpmg.fr

Suivez-nous sur twitter : [@KPMG_France](https://twitter.com/KPMG_France)

Annuaire des start-up e-commerce 2020 - 2021

Référencées par
la FEVAD & KPMG

Marc Lolivier

Délégué Général

Tél. : +33 (0) 1 42 56 38 86

E-mail : contact@fevad.com

Jean-Marc Liduena

Associé KPMG, Responsable Advisory du Secteur
Consumer & Retail

Tél. : +33 (0) 7 72 24 24 24

E-mail : jmliduena@kpmg.fr

Sébastien Durand

Director KPMG, Digital & Customer

Tél. : + 33 (0) 6 34 08 14 85

E-mail : sebastiendurand@kpmg.fr

Les informations contenues dans ce document sont d'ordre général et ne sont pas destinées à traiter les particularités d'une personne ou d'une entité. Bien que nous fassions tout notre possible pour fournir des informations exactes et appropriées, nous ne pouvons garantir que ces informations seront toujours exactes à une date ultérieure. Elles ne peuvent ni ne doivent servir de support à des décisions sans validation par les professionnels ad hoc. KPMG S.A. est le membre français de l'organisation mondiale KPMG constituée de cabinets indépendants affiliés à KPMG International Limited, une société de droit anglais (« private company limited by guarantee »). KPMG International et ses entités liées ne proposent pas de services aux clients. Aucun cabinet membre n'a le droit d'engager KPMG International ou les autres cabinets membres vis-à-vis des tiers. KPMG International n'a le droit d'engager aucun cabinet membre.

© 2020 KPMG S.A., société anonyme d'expertise comptable et de commissariat aux comptes, membre français de l'organisation mondiale KPMG constituée de cabinets indépendants affiliés à KPMG International Limited, une société de droit anglais (« private company limited by guarantee »). Tous droits réservés. Le nom et le logo KPMG sont des marques utilisées sous licence par les cabinets indépendants membres de l'organisation mondiale KPMG.