

MIDAS, TUI, MAX HAVELAAR...
DÉCRYPTAGE DE STRATÉGIES

START-UP RETAIL
FAITES VOS COURSES

DU STORYTELLING
AU STORYLIVING

emarketing.fr

marketing

Good boy!



Crise & retail : soyez les meilleurs
pour attirer et garder vos clients
dans votre parcours d'achat.

N°224 SEPTEMBRE 2020

M 02175 - 224 - F: 8,50 € - RD





Technos retail

Faites vos courses



Une solution intelligente à une problématique réelle.
 @CLEMFAGES

Deepreach optimise votre ROAS local

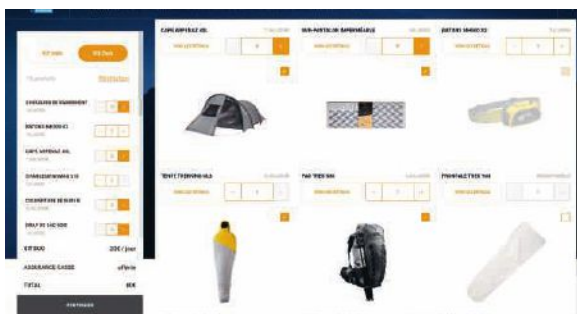
- > Construit via l'IA le meilleur mix-média pour votre zone de chalandise.
- > Anime et optimise les différents canaux push et pull en temps réel.
- > S'adresse aux réseaux d'enseignes, en France et bientôt en Europe.



Lancée en 2018 par Jean-Pierre Rémy, alors p-dg de SoLocal,

Deepreach propose à ses utilisateurs (80 agences et 500 annonceurs) une plateforme unique de gestion des campagnes de marketing local push et pull: display, mobile, social media, SEA, e-commerce... « 2 à 3 000 campagnes tournent en permanence. Grâce à l'IA, nous sommes capables de définir le mix offrant le meilleur ROAS: en drive-to-store, branding, etc. Nous comparons pour cela l'efficacité de l'ensemble des mix, y

compris des concurrents, en fonction de la zone de chalandise, et activons les données 1st party des clients ou celles de Facebook, Google et des autres plateformes. » Deepreach, qui emploie une quarantaine de personnes, veut désormais se développer à l'international et sur de nouveaux canaux: « Certaines régies nous utilisent en complément de leur offre radio, OOH ou PQR. Mais tant que ces canaux n'offrent pas une remontée du ROI en temps réel, nous ne pouvons entraîner notre outil de machine learning. »



Lizee propulse les marques dans un nouveau modèle, plus centré sur l'usage que sur la possession.
 @BARBHADDAD

Lizee Pour développer la location en ligne de ses produits

- > Start-up créée en 2019 par Tanguy Frécon et Anna Balez.
- > Solution e-commerce et logistique de location en marque blanche.
- > Une levée de fonds de 1,3 million d'euros en mars 2020.



Le virage éco-responsable est dans tous les esprits des consommateurs et des retailers. Parmi les leviers de cette transformation responsable, figure l'intégration de la location dans leur business model. La start-up Lizee les accompagne ainsi pour déployer un service complet de location de leurs produits, comprenant un site web dédié pour la location et ensuite toute la logistique pour récupérer les produits et les remettre à neuf.

Decathlon a, par exemple, déployé ce service pour ses marques Quechua, Domyos et Forclaz. « Nous accompagnons les acteurs du retail dans une démarche plus durable et vertueuse, avec pour double bénéfice celui de participer à la préservation de la planète, mais aussi à la croissance des entreprises: augmentation des marges, opportunité de toucher de nouveaux consommateurs comme les millennials, etc. », explique Tanguy Frécon, fondateur de Lizee.



Spockee Du shopping en live video

- > Implique davantage les vendeurs en les intégrant à l'activité digitale.
- > Augmente les ventes globales en période de trafic calme.
- > Réduis l'écart entre l'expérience en ligne et le réel.

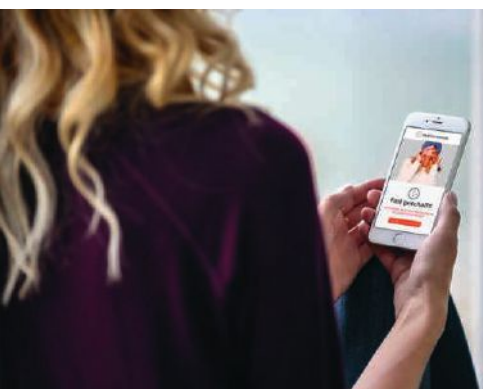
★ Spockee, fondée en 2018 par Alexandre Taieb, est une application de shopping en live video dédiée aux détaillants. La start-up propose deux manières d'interagir à distance: soit via des "Shopping Party" sur lesquels des conseillers en magasin diffusent des vidéos avec achat intégré. Soit avec la connexion one to one: les clients demandent une connexion vidéo

en direct avec un vendeur qui lui présente les produits. Les shoppings live sont facilement pilotables par les équipes magasin directement depuis l'application. En plus d'être intégrées au site web, les vidéos en direct sont diffusables sur l'ensemble des réseaux sociaux. Spockee permet de reproduire facilement la relation client-vendeur depuis le e-commerce. ◀



Pour sa simplicité d'utilisation et sa mise en valeur des conseillers.

🐦 @FIONA GENTILLEAU



ParcelLab L'expérience client personnalisée jusqu'à la livraison

- > ParcelLab se déploie en France en 2020.
- > Permet d'optimiser la rétention client et d'augmenter de 90 % le taux de réachat.
- > Près d'1 million de transactions quotidiennes suivies dans 38 pays.

★ Fondée en 2014, elle met à disposition des entreprises une plateforme SaaS pour suivre les envois et automatiser leur communication client de façon proactive. En pratique, la technologie couvre l'ensemble du parcours de livraison jusqu'à l'arrivée. Nourris par les transactions clients, les algorithmes de la solution parcelLab

sont capables d'anticiper les retards de livraison et de les communiquer au client. La start-up pilote ainsi la stratégie d'Operation Experience Management de plus de 500 marques à travers le monde dont Lidl, Ikea, Nespresso, etc. « *Le dernier kilomètre devient essentiel aux stratégies marketing* », déclare Tobias Buxhoidt, le fondateur. ◀



Pour que le suivi de la livraison ne soit plus le parent pauvre du parcours client.

🐦 @BARBHADDAD



Belive.ai Pour éviter les ruptures de stock en rayons

- > Levée de fonds de 4,1 millions d'euros fin 2019.
- > Belive.ai a rejoint le "Microsoft Connected Store Program" en avril 2020.
- > Déploiement en France, en Allemagne et aux États-Unis.

★ Créée début 2019, Belive.ai, filiale d'Ageco, spécialiste de l'agencement mobilier en magasin, propose une solution de reconnaissance visuelle des produits en rayons. Des caméras (4x4 cm) sont placées tous les quatre mètres et identifient les produits en face d'elles grâce à une intelligence artificielle de reconnaissance d'images: « *Ainsi sont identifiés les produits manquants,*

ceux qui sont mal agencés: mauvaise place, packaging à l'envers, absence d'étiquette, etc. », explique David Borakovic, un des fondateurs. L'enjeu est aussi d'optimiser la solution pour identifier les packagings le plus rapidement possible et ainsi mettre à jour l'IA dédiée. Belive.ai est implémenté chez Intermarché et Système U et en déploiement dans quatre autres enseignes. ◀



Participe à la satisfaction client et facilite le travail au quotidien des employés des grandes surfaces

🐦 @BARBHADDAD