

50 idées à lancer en Suisse

Tout succès entrepreneurial repose avant tout sur une bonne idée. Voici 50 concepts inspirants qui ont fait leurs preuves à l'étranger.

Par Erik Freudenreich, Sophie Gaitzsch, Blandine Guignier, Robert Gloy, Julien Calligaro, Alexia Nichele et William Türler/LargeNetwork

«**L**ES BONS ARTISTES COPIENT, les grands artistes volent», disait Steve Jobs dans une interview pour *Triumph of the Nerds*, un documentaire consacré au développement de l'ordinateur personnel. Pour autant, est-ce que s'inspirer d'une idée à l'étranger est toujours une méthode valable? «C'est une stratégie qui fait ses preuves, Google, Amazon, Facebook, Apple, mais aussi Coop, Rolex, UBS ne sont pas les premiers arrivés sur leur secteur et pour autant, ils sont leaders sur leur marché, analyse Maxime Pallain, cofondateur et directeur suisse de la plateforme d'investissement en ligne Raizers. Ils se sont tous inspirés d'autres, à un moment donné, mais ils ont aussi innové pour les dépasser. Je rencontre très souvent des entrepreneurs qui me disent que «leur concept n'a jamais été fait», mais quasiment à chaque fois on peut trouver des contre-exemples. Il ne faut jamais imaginer que vous êtes la première personne sur 7 milliards à avoir eu telle ou telle idée. A moins d'être un ingénieur pointu sur une niche très précise, il vaut mieux prendre ce qui fonctionne ailleurs et le refaire «en mieux» ou au moins en aussi bien. Attention aux différences culturelles, car nous ne sommes ni aux Etats-Unis, ni en Chine.» >>

Au Japon, l'hôtel Onomichi-u2 a été conçu uniquement pour les cyclistes (lire p.28).



PHOTO: ISTOCKPHOTO



Notre panel d'experts donnent leur avis



■ **Maxime Pallain** Cofondateur et directeur suisse de la plateforme d'investissement en ligne Raizers.



■ **Nicholas Niggli** Directeur général du développement économique, de la recherche et de l'innovation du canton de Genève.



■ **Dina Mottiez** Entrepreneure et enseignante, membre de l'incubateur dédié aux technologies de l'éducation de l'EPFL.



■ **Mauro Cherubini** Professeur à la Faculté des hautes études commerciales de l'Université de Lausanne.



■ **Dina Elikan** Doctorante à la Faculté des hautes études commerciales de l'Université de Lausanne.



■ **Michel de Marsano** Collaborateur scientifique à la Faculté HEC de l'Université de Lausanne et Business Developer.



■ **Christine Demen Meier** Responsable du département entrepreneuriat et innovation de l'Ecole hôtelière de Lausanne.



■ **Pascal Bourquier** Coach en création d'entreprise au sein de l'association de soutien aux start-up Genilem.



■ **Cyril Déléaval** Coach en création d'entreprise au sein de l'association de soutien aux start-up Genilem.



■ **Raphael H Cohen** Directeur académique de la spécialisation en Entrepreneurial Leadership du EMBA de l'Université de Genève.



■ **Joseph Ayuso** Coach business au sein de l'association Fri Up.



01

DIGITAL

Crowdfunding pour la bonne cause

■ Classy est devenue depuis sa fondation en 2011 la plus grande plateforme de financement participatif (crowdfunding) aux Etats-Unis dans le domaine social. Des ONG et des associations peuvent y présenter leurs projets et recueillir des fonds auprès de particuliers. Depuis son lancement, Classy a reçu près de 50 millions de dollars de la part d'investisseurs. Elle a relayé environ 300 000 campagnes de plus de 3 000 organismes, dont notamment Oxfam (une ONG luttant contre la

pauvreté), et récolté plusieurs centaines de millions de dollars. La prochaine étape est le développement de la plateforme en dehors du marché américain.

Nicholas Niggli: «Ce secteur s'est développé plus tardivement en Suisse, même si des exemples de succès existent. La plateforme zurichoise Wemakeit connaît un franc succès depuis sa fondation en 2011. A Genève, nous avons également la plateforme WeCan. Fund qui émerge.»

02

NOUVEAUX COMPORTEMENTS

Bars sur abonnement

Pour 9,99 dollars par mois, les abonnés de l'application Hooch obtiennent un verre gratuit chaque jour dans un bar ou un restaurant de leur ville. La start-up américaine a des partenariats avec plus de 450 établissements à New York, Los Angeles, Miami, Dallas, Austin, San Diego, San Francisco, New Jersey, Phoenix et Hong Kong. Elle a levé 7,2 millions de dollars de fonds depuis sa création en 2014.

Christine Demen Meier: «Je pense que ce type d'abonnement, avec des montants supérieurs pour la Suisse, est intéressant et peut marcher, surtout si le client perçoit qu'il appartient à une vraie communauté. Les avantages pour les restaurateurs sont doubles: ils pré-encaissent le montant de l'abonnement, ce qui leur donne un peu de liquidités, et ils peuvent augmenter leur clientèle. Ce business model demande néanmoins beaucoup d'efforts: organiser la logistique de la répartition des paiements, toucher les bons clients et construire des partenariats. En Suisse, malheureusement, les établissements aiment cultiver leur indépendance et préfèrent rester autonomes.»



03 NOUVEAUX COMPORTEMENTS Airbnb pour animaux

Le marché mondial de l'entretien et des soins aux animaux domestiques devrait s'élever à 110 milliards de dollars en 2017, avec une augmentation globale de 3% ces cinq dernières années, selon le cabinet Euromonitor International. Dans ce secteur en pleine croissance, de nouvelles applications voient le jour pour vendre des services aux propriétaires d'animaux. DogHero au Brésil en fait partie. La plateforme met en relation des maîtres avec des dog-sitters afin qu'ils gardent leurs chiens lorsqu'ils partent en vacances. La plateforme créée en 2014 fait un tabac: 100 000 chiens y ont été inscrits, pour 5 000 hôtes dans 400 villes du pays. Des outils similaires existent également aux Etats-Unis sous le nom de Rover.com et DogVacay.



Christine Demen Meier: «Avec plus de 500 000 chiens sur son territoire, la Suisse pourrait voir la création d'une plateforme similaire. Mais le lien émotionnel entre le chien et son maître rend difficile la décision de confier son animal à des gardiens non professionnels. On n'est jamais certain de la réaction de son chien.»

04 NOUVEAUX COMPORTEMENTS Vacances pour geeks

Les camps de vacances orientés sport et nature ne suffisent plus à combler les jeunes générations. De nouvelles offres émergent comme des colonies proposant des activités geek telles que la programmation, l'impression 3D ou la robotique. L'entreprise française Destination Découverte, spécialisée dans les colonies de vacances thématiques avec sa marque Telligo, propose une dizaine de camps de ce type pour les enfants de 10 à 17 ans, avec un prix démarrant à 669 euros pour huit jours. Plus de 20 000 jeunes sont partis avec cet organisme en 2016. Forte de son succès, la société vient d'être rachetée par UCPA, le numéro un français des séjours sportifs, qui désire ajouter cette corde à son arc.

Christine Demen Meier: «Dans un environnement stable et favorisé comme la Suisse, des offres de ce type peuvent marcher. J'accentuerais en particulier sur la programmation, qui est très demandée par les jeunes et les parents, mais absente des cours à l'école obligatoire.»



05 NOUVEAUX COMPORTEMENTS Distributeur automatique de denrées saines

■ Véganisme, végétarisme, consommation locale, slow food, agriculture biologique... Les régimes spécifiques et l'alimentation saine connaissent une croissance importante. La restauration rapide, les cafétérias et même le monde des distributeurs automatiques de produits alimentaires s'adaptent à ces nouveaux comportements. Au Canada, l'entreprise Lean Machine Healthy Vending a mis en place un réseau de machines ne proposant que des produits sains. Le but: encourager les élèves d'une école ou les employés d'un bureau à faire le bon choix et à se passer de snacks trop salés, sucrés, gras, etc. Outre la sélection de produits diététiques, l'originalité du concept réside dans son organisation. L'entreprise fournit la machine, puis elle encourage les entrepreneurs qui acquièrent la franchise – il peut s'agir par exemple d'étudiants dans un collège ou une université – à proposer des produits locaux supplémentaires ou à suivre des cours d'entrepreneuriat.

Christine Demen Meier: «Le succès d'un tel modèle pourrait être compli-



qué à mettre en place en Suisse. Les grands acteurs du marché comme Selecta ont déjà dû s'adapter à des cahiers des charges plus contraignants, émis par les établissements scolaires notamment.»

06 MARKETING Pub pour petits commerçants

Aux Etats-Unis, la société RainLocal propose un intéressant système de placement de publicités géolocalisées pour les petits commerces de quartier. L'idée consiste à placer des annonces sur des milliers d'applications et de sites que les gens utilisent dans leur vie quotidienne, lorsque ces derniers se trouvent à proximité du commerce en question.

Raphael H Cohen: «Il est certain que la géolocalisation de beaucoup de prestations va jouer un rôle de plus en plus important dans les années à venir.» L'enseignant relève cependant que sa mise en œuvre peut se révéler plus compliquée pour un petit commerce. «Le service de placement de ces publicités doit trouver suffisamment de commerçants prêts à jouer le jeu, ce qui représente un gros effort commercial.» Par conséquent, afin de maximiser ses chances de réussite, l'entrepreneur qui désire se lancer sur ce type d'entreprise devra disposer de moyens financiers et économiques suffisants, ce qui peut constituer un obstacle au démarrage.

«L'entretien des animaux devrait s'élever à 110 milliards de dollars en 2017.»

DIGITAL

Déetective numérique

07

L'entreprise Detectify est née du constat que les sites et les applications de Google, Facebook, PayPal et autres comportent de nombreux défauts et failles de sécurité. La nouveauté, c'est que ce service propose à ses clients un scan automatique et permanent de leurs offres en ligne. Les fondateurs collaborent avec un réseau de plus de 100 hackers qui les alertent de tout nouveau risque potentiel. Les clients sont informés en direct et reçoivent des instructions sur la façon de se protéger. La société a levé près de 2 millions de dollars et travaille déjà avec *Le Monde* et la plateforme danoise d'avis de consommateurs Trustpilot.

Nicholas Niggli: «Le domaine de la cybersécurité a énormément de potentiel. Digitalisation oblige, les risques sont de plus en plus aigus et les entreprises négligent les systèmes de protection. La présence en Suisse romande de ProtonMail, leader mondial des messageries chiffrées, montre que ce type d'activité peut avoir un important succès. Les technologies qui sont liées aux compétences spécifiques et au branding suisse ont la possibilité de régater au plan mondial.»



«En matière de sécurité, la Suisse peut régater sur le plan mondial»

08

SENIORS

Plateforme de rencontres pour seniors

■ Une personne de plus de 65 ans sur trois se sent seule, selon Pro Senectute. Pour pallier l'isolement, une start-up américaine a développé une application qui met en relation les personnes âgées qui vivent proches l'une de l'autre. Stitch n'est pas réservée aux seuls seniors souhaitant trouver l'amour. On peut aussi participer aux activités du groupe local – telles que des dégustations de vin –, organiser des voyages ou simplement parler au téléphone. L'app propose également un abonnement payant ainsi qu'un service d'assistance par téléphone, un détail qui fait la différence auprès des aînés.

Mauro Cherubini: «Cette solution répond à un réel besoin de société, car beaucoup de personnes âgées souffrent de solitude. L'innovation principale réside dans le fait d'allier plateforme de rencontres amoureuses

et organisation d'activités, alors que la plupart des sites de ce genre sont basés sur le sexe. Le succès d'une telle solution ne va pourtant pas de soi: une grande partie des seniors n'est pas encore familiarisée avec les nouvelles technologies et ne les perçoit pas d'un bon œil.»



09

COMMERCE DE DÉTAIL

Livraison de proximité

Bon nombre de commerces de proximité sont trop petits pour posséder leur propre service de livraison. C'est la lacune que veut combler la start-up française MoneyTime. Cette dernière permet, via une application dédiée, de rendre les commerces d'une ville accessibles au plus grand nombre, qu'il s'agisse d'une librairie ayant une sélection de livres introuvables ou d'une boulangerie située dans un autre quartier, mais qui réalise les meilleurs croissants.

Cyril Déléaval: «L'idée de «digitaliser» les petits commerces et de leur ouvrir de nouveaux horizons est intéressante. Il existe un véritable enjeu en matière de logistique et cela peut vite devenir un incroyable casse-tête. L'externalisation d'une fonction aussi importante est incontestablement une belle idée. Il faut cependant veiller à ce que la technologie reste suffisamment facile d'utilisation pour le commerçant. On doit aussi se montrer capable de former ce dernier et changer les mentalités, notamment en ce qui concerne les bienfaits d'une stratégie multicanaux.»



10

RESSOURCES HUMAINES

Améliorer la productivité

Etablie à Londres, la société Perkbox propose une plateforme originale de récompense des collaborateurs par le biais de coupons de réduction et autres offres spéciales. Cela concerne aussi bien le domaine du wellness (offres d'abonnement pour des salles de gym, repas sains, smoothies) que des invitations à des événements ou à des conférences diverses.

Cyril Déléaval: «L'incitation financière telle que pensée pour d'autres pays doit être ciblée au mieux pour répondre aux besoins spécifiques des salariés en Suisse.» L'expert rappelle que le travail partiel y est très développé, ce qui montre que les salaires sont en principe suffisants pour vivre. Davantage que des bénéfices financiers, il voit donc d'un bon œil toutes les mesures permettant d'améliorer concrètement le bien-être au travail, «une préoccupation très forte du salarié en Suisse». C'est le cas, notamment, de ce qui relève de la santé des employés.

Déneigement et ramassage de feuilles à la demande

■ C'est en 2014 que l'entreprise américaine Plowz & Mowz a lancé son service de déneigement à la demande dans l'Etat de New York. Elle a depuis levé des fonds, séduit les médias nationaux et étendu ses activités à la tonte de pelouse et au ramassage de sapin de Noël. Cette expansion se traduit également sur le plan géographique, par une présence dans une dizaine d'Etats du pays. Plowz & Mowz collabore avec un réseau de jardiniers professionnels. La prise de rendez-vous, le devis et le paiement passent par son application. Et, petit plus, le client reçoit une photo de son jardin une fois le travail effectué. En Suisse, où la météo hivernale est plus clémente qu'aux Etats-Unis, c'est davantage sur le jardinage que sur le déneigement qu'il faudrait miser.

Pascal Bourcier: «Une initiative de ce type pourra trouver son public. Surtout si elle permet aux propriétaires de jardin d'éviter le travail au noir, encore très répandu pour ces services, et d'engager facilement des personnes assurées et déclarées. La demande existe, et cette dimension sociale pourrait jouer un rôle porteur.»



Aide aux élèves en difficulté

Le service de messagerie instantanée Snapask a déjà attiré plus de 150 000 élèves en Asie (Hong Kong, Singapour, Taïwan). Il permet aux jeunes, de l'école primaire aux premières années d'études supérieures, de poster une photo de leur problème. Un tuteur qualifié répond à leur question à l'aide d'une image, d'un texte ou d'un message audio. Au départ gratuit, l'outil requiert par la suite d'acheter un forfait de 12 questions ou un abonnement mensuel.

Dina Mottiez: «L'instantanéité plaît à la jeune génération qui veut tout tout de suite. Le potentiel de croissance avec une partie gratuite est immense et le coût de développement d'un simple «chat» raisonnable. Néanmoins, un bon apprentissage ne peut pas se passer d'une interaction en face-à-face. Quand – après une première explication d'un sujet complexe – un enseignant demande à un élève s'il a compris, il a trop souvent tendance à répondre par l'affirmative. Seuls des signes gestuels permettent de distinguer le vrai du faux.»



Un Airbnb pour indépendants

Travailler depuis la maison a ses avantages, mais n'offre pas toujours la même productivité. Les espaces de coworking sont une alternative, mais qui peut s'avérer coûteuse. La start-up suédoise Hoffice a développé une plateforme de réservation qui connecte les travailleurs indépendants entre eux. On peut ainsi réserver une place chez un autre freelance proposant son appartement pour une journée de travail ou quelques heures.

Michel de Marsano: «La demande de bureaux indépendants augmente. C'est donc une bonne idée. D'autant plus que les espaces de coworking ne conviennent pas à tout le monde. Cela peut également créer plus de synergies que dans les structures existantes, ou encore permettre à un freelance de rentabiliser du matériel coûteux, comme une imprimante 3D.»



NOUVEAU COMPORTEMENT

Hôtel pour cyclistes

14

Sur le littoral japonais, dans la région d'Hiroshima, se trouve un hôtel d'un nouveau genre: l'établissement Onomichi-u2 a été entièrement conçu pour les cyclistes. Des supports muraux accueillent les vélos en toute sécurité dans les chambres; des outils et un atelier dans les espaces communs permettent, en cas de pépin, de réparer son deux-roues; un service d'expédition s'occupe de renvoyer les bicyclettes à la maison. Sans parler de la présence d'un magasin spécialisé dans ce complexe inauguré en mars 2014.

Christine Demen Meier: «Plutôt que de construire un hôtel uniquement autour du cyclisme, cela semble une idée intéressante pour les hôteliers déjà installés, en particulier ceux situés à proximité de parcours de



cyclotourisme. Ce sont des services qui peuvent amener de la clientèle et sont peu onéreux à mettre en place. Ils nécessitent essentiellement un peu de matériel ainsi qu'un espace d'entretien et de stockage des vélos. Ils peuvent être réalisés en partenariat avec des entreprises de transport et des magasins spécialisés.»



15

ENFANTS ET FAMILLE

Conciergerie pour femmes enceintes

■ L'entreprise américaine Bed Rest Concierge, basée à Dallas, propose des services en lien avec la grossesse et l'arrivée d'un enfant: création et envoi de liste de naissance et de faire-part, organisation de baby-shower, installation de la chambre du bébé, achat des accessoires et vêtements nécessaires. Présente dans tout le pays, la société fondée en 2011 continue de suivre les familles lorsque les enfants grandissent, par exemple en sécurisant le logement, en organisant une solution de garde ou

en assurant la livraison de couches ou un service de lessive écologique.

Pascal Bourcier: «Les chances de succès pour les projets de ce type sont «assez assurées». Même si l'offre dans le créneau de la conciergerie est déjà plutôt développée en Suisse, il y a de la place pour davantage de monde, surtout pour des services sur mesure qui s'adaptent aux besoins d'une clientèle très aisée et d'expatriés.»

16

ÉCONOMIE COLLABORATIVE

Livraison collaborative

La start-up française You2You a créé un service de livraison collaborative en septembre 2015. Il fait se rencontrer deux groupes: d'un côté, des commerçants et des entreprises qui cherchent à faire livrer leurs produits à leurs clients. De l'autre, des particuliers qui veulent arrondir leurs fins de mois ou rentabiliser leurs trajets quotidiens. Concrètement, le commerçant crée une demande de livraison en ligne et la soumet à la communauté des livreurs du site, qui regroupe plus de 35 000 personnes. Toujours via la plateforme, un livreur intéressé à proximité accepte la demande, vient récupérer le colis et l'amène à bon port. Il gagne en moyenne 6 euros par livraison. Le service est déjà présent dans cinq grandes villes et compte plus d'un millier de commerçants utilisateurs.

Pascal Bourcier: «C'est une proposition innovante. Mais je vois aussi une problématique d'offre pour étendre le modèle à la Suisse. Qui seront les livreurs? Gagner quelques francs par-ci par-là risque de ne pas être suffisamment incitatif.»

17

COMMERCE DE DÉTAIL

Chaussures customisées

Sur le site australien Shoes of Prey, l'internaute peut sélectionner un modèle de chaussures de base et décider de le modifier à son goût. Type et hauteur de talon, forme du bout, couleurs et matériaux: une interface ludique permet au client de visualiser une création unique à son image, sans qu'il n'ait besoin de s'engager.

Défiant toute concurrence, le prix affiché varie au fur et à mesure des choix jusqu'à la validation finale.

Dina Elikan: «Le développement du commerce de masse et en particulier l'augmentation des achats sur internet vont de pair avec la personnalisation et la customisation des marchandises. Un tel concept apparaît particulièrement approprié au domaine de la chaussure. Cela dit, les coûts de production, de livraison et les taxes en Suisse pourraient constituer des freins à cette idée.»



PHOTOS: ISTOCKPHOTO.DR

18

B2B

Voyages d'affaires en un clic



En Angleterre, la société Roomex se présente comme l'une des plateformes leaders dans le domaine de la réservation d'hôtels pour des voyages d'affaires. Elle revendique un accès sécurisé à plus de

650 000 établissements hôteliers dans les principales destinations d'affaires du monde. Une spécialisation qui permet d'engranger des économies conséquentes (de l'ordre de 20%) sur les réservations d'hôtels, grâce aux taux préférentiels obtenus.

Pascal Bourgier: «Pour les grosses entreprises, il s'agit d'une bonne alternative au recrutement d'une personne dédiée à cette activité. Par ailleurs, le salarié est ainsi davantage acteur de son voyage et peut se projeter dans l'hôtel dans lequel il souhaite aller, en fonction de ses propres besoins.» Selon l'expert, il n'y a pas de raisons qu'une telle offre n'intéresse pas les entreprises helvétiques. Attention toutefois à ne pas négliger la notion de service, «très importante dans ce petit pays qui préfère la qualité à la stricte économie financière».

19

COMMERCE DE DÉTAIL

Epicerie sans personnel

Ouverte 24h/24, 7j/7, Farmhouse Market est une épicerie sans personnel et accessible grâce à une carte de membre. Un couple d'entrepreneurs a monté cette supérette dans une petite ville du Minnesota avec pour objectif de proposer des produits locaux sains et abordables, sans contrainte d'horaires. Le premier commerce basé sur un concept d'adhésion similaire a ouvert ses portes en 2016 en Suède: une application sur smartphone sert de clé, de porte-monnaie et de scanner.

Dina Elikan: «L'idée d'une épicerie sans personnel accessible en tout temps paraît adaptée à des rythmes de vie citadine élastiques. Notamment en Suisse où les supermarchés ferment tôt en comparaison avec d'autres pays. L'usage du smartphone pour faire ses courses semble facile à mettre en place. Le système d'adhésion permet d'éviter des problèmes de sécurité. Il faudra néanmoins qu'un tel mode opératoire soit accepté par les législations cantonales et communales, chose qui pourrait poser problème.»



20

NOUVEAUX COMPORTEMENTS

E-sports bar

■ Le marché international des e-sports devrait atteindre 700 millions de dollars en 2017, pour 190 millions d'adeptes, selon le cabinet hollandais Newzoo, spécialisé dans les jeux vidéo. Tablant sur cette croissance des sports électroniques, des entrepreneurs japonais ont créé Storia. Ce bar montre des compétitions d'e-gaming sur divers écrans. Il diffuse des tournois de jeux comme *Dota* ou *StarCraft*. Une idée qui pourrait bien faire son chemin en Suisse romande, alors que la première édition de l'International

Gaming Show s'est tenue fin novembre à Beaulieu à Lausanne. **Christine Demen Meier:** «Il s'agit d'une vraie tendance, on parle par exemple d'intégrer les e-sports aux Jeux olympiques. J' imagine bien l'installation d'un tel bar à Zurich ou Winterthur, dans un endroit où il y a un bassin de joueurs suffisant. En revanche, l'ouverture d'un tel endroit sera plus chère qu'un café standard, car elle nécessite un espace important pour la diffusion des compétitions sur grand écran ainsi que du matériel dernier cri.



21

TRAVAILLEURS INDÉPENDANTS

Plateforme pour indépendants

La start-up américaine And Co a conçu une plateforme destinée à améliorer la productivité des travailleurs indépendants. Grâce à des technologies intelligentes et le suivi d'experts, l'entreprise s'occupe notamment de la facturation, du suivi des dépenses ou de la gestion d'écrits administratifs. Le site promet à ses utilisateurs une meilleure compréhension de leurs objectifs et une analyse de l'impact de leurs mandats.

Joseph Ayuso: «La gestion de l'envoi de factures et leur suivi peuvent être une offre intéressante pour un indépendant. Cela dépend toutefois du prix et de la manière dont le suivi est communiqué et respectivement pris en charge par l'entreprise qui fournit le service. Je dirais donc «pourquoi pas», mais cela dépend du prix en comparaison avec les fiduciaires, de l'offre détaillée et de l'expérience client.»

«Le marché du e-sport devrait atteindre les 700 millions en 2017.»

IDÉES DE BUSINESS

CRM - RELATION CLIENT

Carte de fidélité multi-enseignes **22**

Les porte-monnaie des consommateurs sont encombrés de cartes de fidélité ou de bons de réduction.

Partant de ce constat, la start-up française Keetiz a développé une application de collecte et de partage d'avantages. En flashant des codes QR placés dans les points de vente et sur les tickets de caisse des commerces partenaires, l'utilisateur peut obtenir une remise à faire valoir lors d'un prochain achat. Il peut aussi les partager avec ses amis ou les échanger avec d'autres usagers sur une marketplace intégrée. A l'heure actuelle, une centaine de commerces et restaurants utilisent l'application dans la ville de Montpellier.

Maxime Pallain: «Cette app peut fournir un excellent outil marketing pour les enseignes de taille moyenne, celles inférieures aux géants que sont Coop, Manor ou Migros. Le challenge va être de convaincre des commerçants de payer pour avoir accès à la plateforme. Ensuite, il faut veiller à ce que la technologie suive. Aussi, quid d'un partenariat avec la société française? Utiliser sa technologie et son savoir-faire pourrait permettre d'aller plus vite, mais tout dépend des ambitions de l'entrepreneur.»



«Avec ses 750 000 abonnés, le fitness est très tendance en Suisse.»

23 NOUVEAUX COMPORTEMENTS

Minisalles de fitness mobiles

■ A peine plus grands qu'une cabine téléphonique, des kiosques à fitness ont été installés dans les rues de Pékin par la start-up chinoise Misspao.com. Le sportif souhaitant spontanément utiliser un tapis de course ou quelques accessoires de gym simples peut accéder à ce service à n'importe quelle heure du jour et de la nuit. Il doit régler la modique somme de 0,03 dollar par minute, depuis son smartphone à l'aide d'un QR-code. Les minifitness existants sont répertoriés sur une carte dans l'application. Afin d'installer environ un millier de ces cabines en Chine, la société a levé 11 millions de dollars auprès d'investisseurs.

Christine Demen Meier: «Avec 750 000 abonnés en Suisse, le fitness est une grande tendance dans le pays. Mais l'offre y est déjà très dense. Et comme les distances sont réduites, les usagers trouvent facilement une salle près de chez eux ou de leur travail. En outre, les salles de sport sont déjà nombreuses à proposer des horaires élargis.»



MARKETING

24 Uber pour les annonceurs

Afficher des publicités sur votre véhicule privé, en échange d'une rémunération qui peut atteindre 500 dollars par mois: c'est le business model de l'américain Wrapify ou de l'indonésienne Sticar. Mais contrairement aux précédentes offres de ce type, ces start-up proposent aussi un suivi en temps réel via une application. Les annonceurs peuvent ainsi suivre l'itinéraire de chaque voiture, le kilométrage, tandis que les conducteurs de véhicule reçoivent en temps réel la somme générée par leurs déplacements.

Maxime Pallain: «Aux Etats-Unis, cela fonctionne parce qu'ils ont une culture de la consommation et donc de la pub très différente. La première chose que je ferais, c'est de réaliser des sondages dans la rue, pour vérifier si le public suisse est prêt à être voiture-sandwich. Ensuite, je demanderais aux annonceurs potentiels ce qu'ils pensent d'un tel projet. Des questions d'image sont en jeu: imaginez qu'une de ces voitures provoque un accident couvert par les médias. Cela peut nuire à la marque. Il y a donc une vraie étude de marché à réaliser pour un tel projet, du côté des annonceurs, des propriétaires de voiture et des personnes visées par ce service sur leur perception.»



MARKETING

25 Conseils en crowdfunding

En France, des sociétés comme Naoxica ou Happy Crowdfunding se sont lancées dans le conseil en crowdfunding. Leur travail consiste à aider la clientèle à créer une communauté de contributeurs afin de maximiser la réussite d'un projet, notamment à travers du webmarketing, mais aussi des actions et des campagnes sur le terrain. Ceci sans négliger l'entretien des relations avec les financeurs, qui sont autant de clients, prescripteurs ou partenaires potentiels.

Raphael H Cohen: «La viabilité de ce type de projet dépendra avant tout de l'évolution de la mode du crowdfunding.» A l'entrepreneur qui souhaiterait se lancer en Suisse, où le volume de crowdfunding reste encore assez modeste, l'expert conseille de bien soigner sa présentation en ligne afin de séduire des internautes de plus en plus sollicités. Pour se démarquer et bien construire son offre, il recommande en outre l'appui de professionnels du marketing. Une telle spécialisation pourrait, selon lui, également être lancée directement par une agence de communication.

PHOTOS: ISTOCKPHOTO.DR

IDÉES DE BUSINESS

COMMERCE DE DÉTAIL

Box de bouquets de fleurs

26

Fondée en 2015, la start-up malaisienne BloomThis surfe sur le concept des box à domicile en proposant un service de livraison de bouquets de fleurs. Le client fait son choix sur le site internet et reçoit sa commande le même jour. Exit le fleuriste du coin: les créations florales proviennent directement du maraîcher. Les clients de BloomThis peuvent également souscrire à une formule d'abonnement et recevoir ainsi des bouquets de manière régulière.

Dina Elikan: «L'idée des box à domicile remporte un franc succès en ce moment. La livraison sur le pas-de-porte de bouquets de fleurs de saison permet d'éviter un lever matinal le samedi pour aller chez le fleuriste et d'en être encombré pendant le reste des courses. De quoi fleurir maisons et appartements avec des bouquets qui plaisent vraiment et réduire le nombre d'intermédiaires entre la ferme et le salon.»



«Trois mères ont lancé le Uber des enfants en Californie. Elles ont levé 21 millions.»

27

ÉCONOMIE COLLABORATIVE

Expositions d'art à domicile

■ En France, la start-up «Les Expos à la Maison» met en relation des artistes qui souhaitent montrer leurs œuvres et des particuliers qui veulent organiser une soirée ou un événement original chez eux. Ces expositions ne sont pas réservées à un public aisé ou aux propriétaires de

grands appartements et peuvent se déployer à partir de 30 m². Le service est gratuit pour l'artiste et pour l'hôte. L'entreprise se finance en prélevant un pourcentage des ventes. Présente en Belgique et en France, la start-up Artzup a lancé un concept similaire fin 2016. Une différence toutefois: le

client paie l'artiste pour l'exposition, un montant généralement compris entre 200 et 600 euros. Artzup empoche une commission sur cette somme, ainsi que sur les ventes. Elle propose également une offre pour les entreprises.

Pascal Bourcier: «Ce concept est intéressant, mais de nombreux artistes procèdent déjà ainsi pour se faire connaître. Aujourd'hui, cela se fait sans formalisation, grâce au bouche-à-oreille. La question est de savoir s'il y a de la place pour un intermédiaire.»



ENFANTS ET FAMILLE

28

Transport réservé aux enfants

Marcher sur les plates-bandes d'Uber: trois mères californiennes ont osé, en lançant HopSkipDrive en 2014. Cette application permet, comme le géant américain, de réserver un chauffeur pour un trajet précis, payable en ligne et traçable à l'aide de coordonnées GPS. Avec toutefois une différence de taille: elle est réservée aux enfants qui ne sont pas censés monter seuls dans une voiture Uber. Les conducteurs d'HopSkipDrive détiennent tous une expérience d'au moins cinq ans avec des mineurs et ont passé une série de tests de sécurité. Pour un minimum de 16 dollars, ils sont engagés la veille par les parents afin de conduire les jeunes à l'école ou à une activité sportive. L'entreprise a déjà levé 21,5 millions de dollars.

Dina Mottiez: «Une telle app pourrait fonctionner en Suisse, où la population paie facilement pour ce genre de service. Mais avec deux écueils: il faudra convaincre les parents de la sécurité du système et surveiller qu'Uber n'ajoute pas lui-même un service kids à son offre. Quant au coût de développement, il ne sera pas dans la fourchette basse, notamment en raison de la géolocalisation.»



29

RESSOURCES HUMAINES

Défis en ligne pour recruter

Basée à Bangalore, en Inde, HackerEarth propose des solutions innovantes et ludiques en matière de recrutement et d'entraînement du personnel par le biais de défis en ligne. La start-up, qui compte parmi ses clients des groupes informatiques comme Adobe ou Symantec, a notamment mis sur pied une plateforme de programmation compétitive incluant plus d'une trentaine de langages de programmation.

Raphael H Cohen: «L'idée est intéressante, d'autant que les projets EdTech (*l'éducation qui a recours aux solutions technologiques*, ndlr) ont actuellement le vent en poupe. Proposer de relever des défis en ligne pour former les collaborateurs est un bon moyen de combiner EdTech et jeu pour enseigner ce qui doit l'être.» Selon lui, la Suisse dispose de très bons atouts pour se positionner sur ce marché. Surfant sur cette opportunité, l'EPFL a d'ailleurs récemment lancé sur son site l'incubateur EdTech Collider.

PHOTOS: ISTOCKPHOTO, DR

30 NOUVEAUX COMPORTEMENTS Salle de défolement

La Suisse succombera-t-elle à la vague des Angers Rooms? Ce concept né au Japon en 2008 s'est propagé dans différents pays dont la France. Concrètement, une pièce est mise à la disposition de particuliers pendant un certain laps de temps. A l'aide de battes de baseball, pieds-de-biche ou barres de fer, ils peuvent casser tout ce qu'ils trouvent sur leur passage: objets en verre, ordinateurs, meubles, etc. L'entreprise parisienne propose des formules allant de 10 à 100 euros. Elle pense maintenant à franchiser cette idée.

Michel de Marsano: «Ce n'est pas étonnant que ce concept soit parti du Japon, où l'on trouve des offres pour toutes sortes de services, des bars à chats aux «Love hotels». C'est une bonne idée, mais qui possède une dimension culturelle qu'il ne faut pas négliger. On peut se demander si la population suisse exprime le besoin de se défolement de cette manière? D'autant plus que le sport peut aussi servir d'exutoire. Mais dans un monde toujours plus globalisé, c'est une offre qui pourrait particulièrement séduire les travailleurs expatriés.»



«En Suisse, il existe un marché autour du deuil et des obsèques.»

31 B2C Pompes funèbres en ligne

En France, la start-up AdVitam facilite l'organisation d'obsèques grâce à un service de pompes funèbres en ligne. La jeune entreprise met l'accent sur la liberté de choix, sans la pression d'un vendeur, et la transparence des prix. Sur la base de souhaits formulés via le site ou par téléphone, elle gère toutes les démarches administratives et la cérémonie. Autre innovation: elle se charge de la fermeture des comptes et abonnements du défunt, notamment sur les réseaux sociaux. Dans la même veine, l'entreprise Quiring Monuments, à Seattle, propose des pierres tombales munies d'un code QR qui donne accès à une biographie de la personne décédée.

Pascal Bourcier:

«Proposer une gestion de A à Z est une idée intéressante et surtout la gestion des comptes sur les réseaux sociaux. En Suisse, il existe indéniablement un marché autour du deuil et des obsèques pour les start-up.»



PUBLICITÉ

Nos offres de formation continue ont un objectif fondamental: vous faire avancer.

Les LeaderTrainings ASC sont des séminaires orientés sur la pratique et offrent aux participants de nouveaux points de vue, de nouvelles approches pouvant être immédiatement appliqués.

Prochains LeaderTrainings ASC:

Meilleur leader pour soi avant de l'être pour les autres

Jeudi 8 février 2018 - 18h30 à 20h30 - **Lausanne**

Restons zen face au stress!

Jeudi 1er mars 2018 - 18h30 à 20h30 - **Genève**

Résolution collaborative de problèmes

Jeudi 22 mars 2018 - 18h30 à 20h30 - **Neuchâtel**

De manager à team coach, je réussis en équipe

Jeudi 3 mai 2018 - 18h30 à 20h30 - **Fribourg**

Comment profiter des réseaux sociaux pour élargir son rayonnement?

Mardi 29 mai 2018 - 08h30 à 12h30 - **Lausanne**

Allier efficacité et sérénité dans mon organisation journalière

Jeudi 7 juin 2018 - 18h30 à 20h30 - **Martigny**

Renseignements et inscriptions:

www.cadres.ch/manifestations ou par mail info@cadres.ch

LeaderTrainings ASC
Investissez dans
votre formation!



SKO
ASC
ASQ

Association
suisse
des cadres

Le centre de compétences pour les cadres





32

ENFANTS ET FAMILLE

Tripadvisor pour parents

■ A Singapour, la start-up Social Weaver propose une plateforme en ligne qui se présente comme un puits de ressources pour les parents débordés. A la fois place de marché et site communautaire, la plateforme permet de réserver des services locaux (traiteurs, activités sportives, pédiatres, organisation d'anniversaires), de poser des questions aux autres membres ou de noter les services proposés. Elle compte environ 4000 fournisseurs, répartis dans une centaine de catégories.

Maxime Pallain: «Il faut disposer d'une offre très solide, bien diversi-

fiée et organisée. Il y a déjà beaucoup de concurrents (surtout indirects), avec la vague des marketplaces qui a déferlé il y a quatre ou cinq ans. Cela devient difficile de percer dans ce secteur, d'autant plus que le modèle économique n'est pas évident. On peut également se demander combien de parents connectés en Suisse aimeraient utiliser un tel service pour leurs enfants. Il faut insister sur l'étude de marché.»

33

SENIORS

Surveiller les seniors à distance

Surveiller le bien-être des personnes âgées dans leur propre maison et leur permettre de vivre de façon indépendante plus longtemps. C'est ce que vise la société australienne Curo. Des capteurs sont placés dans les logements des clients. Ils collectent des informations telles que leur façon de se déplacer, l'heure à laquelle ils prennent leurs médicaments et s'alimentent ou encore la qualité de leur sommeil. Les données sont ensuite analysées puis transmises aux personnes concernées (famille, personnel soignant ou assurance) via une application pour smartphone. Celle-ci envoie des alertes lorsqu'un client tombe ou interrompt sa routine.

Mauro Cherubini: «Pour que l'application puisse toucher le plus de monde, il faudrait pouvoir personnaliser le traitement technologique. Cela requiert sans doute davantage de gestion des utilisateurs et reste plus compliqué à mettre en place. Il faut aussi éviter de tomber dans un écueil du type «big brother» avec ce genre de projet.»



34

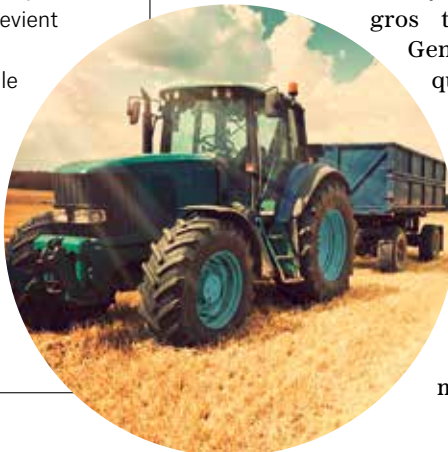
B2B

Location de matériel agricole

La société française Wefarmup propose une plateforme de location originale, consacrée au matériel agricole. Cela peut concerner un tracteur, des outils de maintenance, un semoir ou même un pulvérisateur. La recherche, la réservation et le paiement de l'outil désiré se font directement en ligne. Le propriétaire reçoit une notification par e-mail et peut alors accepter ou refuser la demande de location.

Cyril Déléaval: «Comme pour toutes les activités nécessitant des investissements de départ importants, la location est souvent une bonne alternative. Surtout dans le monde agricole, où il n'est pas rare de mutualiser les moyens pour mener à bien des gros travaux.»

L'expert de Genilem relève cependant qu'il existe des cas où l'endettement peut être bénéfique et souligne par ailleurs l'importance de veiller à la disponibilité du matériel: les besoins peuvent être les mêmes et en même temps pour les agriculteurs (par exemple dans le cas d'une moissonneuse).



PHOTOS: ISTOCKPHOTO

35

DIGITAL

Se former contre les hackers



La société américaine KnowBe4 propose des cours en ligne pour des salariés d'entreprise afin de les sensibiliser aux pratiques des cybercriminels. Les fondateurs avaient remarqué que dans 70%

des cas de panne informatique dans les entreprises, la faute venait d'un employé. Souvent, un virus est introduit lorsqu'un employé clique sur un lien qui se trouve dans un e-mail. Pour compléter l'offre de ses 14 000 clients, KnowBe4 simule régulièrement des attaques afin de voir comment les salariés réagissent. Le client reçoit ensuite un feedback. La société a doublé ses effectifs entre 2015 et 2016 et compte aujourd'hui une centaine d'employés.

Nicholas Niggli: «L'établissement de cours en ligne MOOCs (Massive open online courses) est une tendance vers laquelle toutes les académies tendent, y compris les meilleures. Les académies romandes se sont construit une vraie renommée dans ce domaine. Ces plateformes vont aider à la transition vers les emplois du futur, sachant que la formation continue tout au long de la vie sera de plus en plus indispensable.»

37

NOUVEAUX COMPORTEMENTS

Nettoyage de lendemain de fête

■ Avec Batmaid ou Book a Tiger, la Suisse dispose déjà de plusieurs applications permettant de réserver en ligne du personnel d'entretien. Un service originaire d'Australie pourrait peut-être également éclore dans le pays. Baptisé Hangover Helpers («les aides de gueule de bois»), il propose aux fêtards un nettoyage de lendemain de soirée, ainsi que la livraison d'un petit-déjeuner en option. Les prix pratiqués par la société créée en 2015 dépendent du nombre de pièces, d'invités, de la localisation de l'appartement ou encore du type de petit-déjeuner choisi. Le personnel d'entretien est joignable «en urgence» par téléphone.

Christine Demen Meier:

«C'est une idée facile à mettre en place, en raison de son faible coût. Il y a cependant deux challenges majeurs à l'arrivée d'un tel service en Suisse. La petite taille de la demande d'abord: les jeunes gens en Suisse ne

sont pas si nombreux et l'activité se concentre sur deux ou trois jours en fin de semaine. La culture ensuite: contrairement aux Anglo-Saxons, je ne suis pas sûre que beaucoup de Suisses soient prêts à voir débarquer chez eux des inconnus alors que leur appartement est sens dessus dessous et qu'ils ont trop bu la veille. Mais peut-être que la génération Y peut être plus facilement séduite.»



36

B2C

Livraison de médicaments

Les applications de livraison de médicaments s'imposent dans de nombreux pays. C'est le cas de RemedioCerto au Brésil, qui cible le marché des contraceptifs, de NowRx et Zipdrug aux États-Unis, ou encore de Pharma Express en France. Par rapport aux services de livraison des pharmacies traditionnelles, ces apps se distinguent par leur facilité d'utilisation et de paiement, mais aussi par la possibilité d'être livré rapidement à tout moment. En France, la start-up Pharma Express assure une livraison en moins d'une heure, de jour comme de nuit. Elle a par ailleurs développé un système d'ordonnance numérique et conclu un partenariat avec SOS Médecins.

Pascal Bourcier: «Ces évolutions vont dans le bon sens. Pour la Suisse, il s'agit d'une idée intéressante dans la mesure où la tendance est au développement de consultations médicales à distance.» Mettre en place une activité de ce type soulève toutefois des questions juridiques et de réglementation.



«Les virus pénètrent le plus souvent l'entreprise par le biais d'un e-mail»

38

B2B

Stations-service mobiles

Après les fleurs, les courses et les repas, c'est au tour du carburant d'entrer dans l'ère de la livraison à domicile ou sur le lieu de travail. La start-up française Pomp, créée à Paris en 2015, se déplace directement auprès des véhicules de particuliers, mais surtout d'entreprises, pour les ravitailler à l'aide de minicamions-citernes. Le service, effectué par des pompistes certifiés, peut être commandé simplement via une application. L'entreprise s'approvisionne en gros, ce qui lui permet de facturer un prix au litre qui correspond à la moyenne de celui des stations-service de la zone où se trouve le client.

Pascal Bourcier: «C'est un projet innovant et très intéressant, particulièrement pour les flottes de véhicules d'entreprise. Il me semble pertinent pour la Suisse, qui compte un nombre élevé de véhicules de fonction. Reproduire le modèle en Suisse risque toutefois de soulever des questions de sécurité et d'autorisations, en raison de la nature dangereuse du carburant. Je pense notamment au transport dans des zones telles que les vieilles villes.»

IDÉES DE BUSINESS

PERSONNES VULNÉRABLES

Soins à domicile pour seniors

39

La start-up britannique Cera assure des soins à domicile aux personnes vulnérables. Les seniors – ou leur famille – qui nécessitent du soutien s'inscrivent à un service en ligne. Ils indiquent leurs besoins particuliers et accèdent ensuite à une liste de prestataires de soins en adéquation avec leurs attentes. Il est possible de réserver des soins urgents comme des soins à long terme. La plateforme, accessible sur tous les dispositifs intelligents, permet également aux membres de la famille de recevoir des nouvelles et d'envoyer des messages au personnel soignant. Cera a récemment lancé un service en partenariat avec Uber ainsi qu'un assistant basé sur l'intelligence artificielle. Le système a été conçu pour répondre à n'importe quelle question que les patients ou les prestataires de soins pourraient avoir, via la plateforme ou par SMS.



Mauro Cherubini: «Cette proposition me semble claire et simple à mettre en œuvre. Elle est en outre applicable à une multitude de situations. Elle nécessite en revanche une acceptation par le patient de son statut de «personne ayant besoin d'aide». Dans ce contexte, il peut se révéler difficile de communiquer avec des solutions technologiques.»



40

ÉCONOMIE COLLABORATIVE
Partage de piscines

■ Le modèle Airbnb continue d'inspirer les entrepreneurs. En France, la start-up Swimmy, fondée en juillet 2016, a décidé d'appliquer le concept au domaine de la baignade. Sur sa plateforme en ligne, des propriétaires de piscine dans tout le pays proposent aux particuliers de venir plonger dans leur bassin contre rémunération, à l'heure ou à la demi-journée. Mais aussi, selon les offres, de profiter du jardin, du barbecue ou encore d'un terrain de pétanque. L'idée est simple, la

proposition séduisante. A-t-elle un potentiel en Suisse?

Pascal Bourquier: «J'ai des doutes en raison de différences culturelles entre la France et la Suisse, qui est un pays de lacs. Et de nombreuses communes disposent d'une piscine publique. De plus, je crains que les propriétaires de piscines ne soient pas prêts à la partager. Chez nous, il y a un petit côté «Vivons heureux, vivons cachés» qui correspond moins à ce type de projet.»

42

B2B

Poids lourds à la demande

La société américaine Convoy s'est inspirée du modèle Uber pour le transposer à celui des poids lourds. Elle affirme avoir réussi à développer l'un des plus grands réseaux de camions fiables au monde. Avec, en prime, un suivi GPS en temps réel sur tous les envois permettant d'apporter diverses améliorations à la chaîne d'approvisionnement de la clientèle.

Pascal Bourquier: L'idée mérite d'être explorée en Suisse, d'autant qu'une grande partie du transport s'y fait par le train. Un élément reste cependant incontournable: dans un marché d'excellence comme le marché suisse, il est

impératif de fournir une qualité irréprochable en matière de logistique, notamment en ce qui concerne les rapports de confiance, mais aussi de respect des délais et des standards internationaux, à l'image de ce que réalisent des sociétés comme DHL, Fedex ou La Poste.



PHOTOS: ISTOCKPHOTO

43

RESSOURCES HUMAINES

Sondages pour employés

Grâce à une application permettant aux entreprises de faire des sondages ou d'obtenir des feedbacks instantanés de leurs collaborateurs, la société française Zest a mis sur pied un outil intéressant pour les responsables des Ressources humaines. Capable de sonder l'humeur et de recueillir les idées les plus innovantes, le système vise à booster l'engagement du personnel, mais aussi à préparer les entretiens d'évaluation annuels ou à s'assurer que les employés comprennent les valeurs de l'entreprise.

Raphael H Cohen: «Les outils aidant les cadres à être plus en phase avec les attentes de leurs collaborateurs sont promis à un bel avenir, étant entendu que les relations de travail reposant sur l'autorité du chef sont manifestement condamnées.» Reste à faire en sorte qu'un tel outil ne révèle pas de manière trop cruelle les carences de leadership des cadres.



44

DIGITAL

Airbnb du droit

Seulement 10% des PME qui ont un problème juridique vont se tourner vers un professionnel du droit, notamment par manque de moyens financiers. Pourtant, ces problèmes se ressemblent souvent. La start-up française Openflow propose donc depuis cette année un site web où les professionnels de la branche peuvent revendre leurs documents à d'autres professionnels ou des PME ayant le même genre de problème juridique. Ce sont les utilisateurs qui fixent les prix, Openflow prend une commission sur chaque transaction accomplie.

Nicholas Niggli: «Les services dans le domaine du droit sont souvent limités géographiquement, à cause des différences entre systèmes juridiques. Une telle limitation donne une opportunité à des petits acteurs locaux de bien s'établir. La plateforme Law-Rence, qui se développe depuis Genève, en est un bon exemple.»



45

B2C

Café où l'on paie à l'heure

■ Sorte d'hybride entre cafés et espaces de coworking, les établissements où l'on paie le temps passé sur place plutôt que ce que l'on consomme se multiplient dans les grandes villes françaises, à l'instar de la chaîne Anticafé. Outre des boissons (sans alcool), ce type d'enseignes propose aussi de déguster gâteaux, pains et autres tartines à volonté, ou encore de profiter des jeux de société et de l'accès internet haut débit. Les prix varient entre 5 euros pour une heure à 240 euros par mois.

■ **Maxime Pallain:** «A priori j'adore cette idée! Dans un établissement traditionnel, un consommateur peut monopoliser une place pendant une heure tout en ne consommant qu'un seul café. Là il va payer un peu plus cher, mais il aura l'impression d'en avoir pour son argent, car il pourra prendre un thé, un café et une eau pour le même prix. Pour le restaurateur, le prix de revient d'une tasse ne dépasse pas les quelques centimes, cela lui coûte donc la même chose, alors que le client sera très satisfait d'avoir



consommé quatre fois plus que d'habitude. L'autre avantage, c'est que cette offre va faire le buzz, vu que cela n'existe pas en Suisse à ma connaissance. Cela garantit une communication forte autour de l'ouverture d'un bar, ce qui est plutôt inhabituel. Evidemment, il faut ensuite que l'endroit corresponde à la clientèle visée en termes d'agencement et de service.»

46

B2B

Lieux inédits pour les events

En France, la société Privateaser propose de rechercher, sélectionner et réserver des bars, des salles ou des restaurants dans le cadre d'événements d'entreprise, d'anniversaires, d'afterworks, de mariages ou de lancements de produits. Une offre qui semble avoir trouvé sa clientèle: à ce jour, plus de 600 000 particuliers et 2800 entreprises ont recouru à ce service.

Pascal Bourcier: «La privatisation est un excellent moyen de satisfaire des clients exigeants. Mais attention, en Suisse, il n'est pas très fréquent de privatiser un lieu entier pour le plaisir d'un seul client ou d'une organisation. On peut se heurter à une problématique purement culturelle.» Dès lors, il pourrait être intéressant de se contenter d'une salle dans un lieu public spécialement prévu à cet effet. Et ne pas oublier de veiller à la gestion du nettoyage, de la sécurité et des assurances.

«L'idée: ne plus payer le prix de sa boisson mais le temps passé dans un café.»

MARKETING

Récompenser les influenceurs

47

Basée à New York et à Dublin, la société Popdeem a choisi de récompenser les influenceurs et les consommateurs qui promeuvent l'image d'une marque sur les réseaux sociaux par le biais d'offres spéciales ou de coupons de réduction. Le but étant de générer un maximum de bouche-à-oreille, tout en mesurant concrètement les retombées aussi bien sur Facebook que sur Twitter ou Instagram.

Raphael H Cohen: «Pour que l'avis d'un client reste convaincant, ce dernier doit recommander une prestation de la manière la plus authentique possible. Pour que le système fonctionne, il faut donc que la rémunération du prescripteur reste secrète. Et bien sûr, comme pour beaucoup d'activités sur internet, un des plus grands défis consiste à créer la visibilité requise pour atteindre une taille critique suffisante: la meilleure des idées peut capoter si elle ne dispose pas des moyens d'atteindre suffisamment de clients.»



48

CRM - RELATION CLIENT

Service de suivi d'entretien automobile

■ Lancée par un mécanicien français, Car Care Solution se présente sous la forme d'une app visant à permettre aux garagistes de proposer un suivi d'entretien automobile en temps réel à leurs clients. Elle envoie des notifications qui signalent lorsque les opérations de maintenance sur le véhicule doivent être effectuées. L'app inclut également un système de diffusion d'offres de remise personnalisées, ainsi que des outils de planification et de gestion de la clientèle.

Maxime Pallain: «La fidélisation chez les garagistes semble être une niche intéressante. Vu le nombre relativement élevé de personnes possédant une voiture en Suisse, il doit y avoir un marché. En revanche, la mise en place d'un produit aussi technologique peut s'avérer compliquée. Ensuite, il faut trouver un bon positionnement prix, qui soit cohérent et qui garantisse au garagiste de générer du chiffre d'affaires s'il propose cette solution à ses clients. C'est probablement un projet avec peu de concurrents, donc intéressant à creuser.»



COMMERCE DE DÉTAIL

49

Gestion des coupons de promo

Lancée en 2010, ShopFully est une plateforme qui centralise les promotions et coupons de réduction actuels de détaillants locaux. Grâce à la géolocalisation, elle permet au consommateur de repérer les offres en un coup d'œil. Le site, qui se décline dans plusieurs pays, se positionne comme le leader du domaine: il compte 30 millions d'utilisateurs à travers le monde. Selon ses chiffres, 66% des utilisateurs de ShopFully décideraient de changer de détaillant après avoir consulté la plateforme, ce qui indique son fort pouvoir d'influence.

Dina Elikan: «Avec l'émergence des différents sites de regroupement de promotions et réductions tels que Groupon ou Dein Deal, ainsi que toutes les promotions des différents détaillants, difficile de savoir où donner de la tête. Centraliser tout cela en une seule plateforme permettrait de bien guider le consommateur et ainsi de ne louper aucun bon plan!»



50

SERVICES FINANCIERS

Conseils pour la génération Y

Tout le monde, quel que soit son revenu, devrait avoir accès à un conseil de qualité pour savoir comment gérer son argent. C'est sur la base de cette conviction que l'Américaine Ramona Ortega a créé sa start-up Mi Dinero Mi Futuro. Il s'agit d'une plateforme en ligne de conseil et de planification financière pour les millennials, la génération née entre 1980 et 2000, connue aussi en français sous l'appellation «génération Y». La jeune pousse fintech comporte également une dimension sociale: elle cible spécifiquement les communautés moins favorisées issues de l'immigration d'Amérique latine. Une idée dont on pourrait s'inspirer en Suisse?

Pascal Bourcier: «Oui à 200%! C'est un concept intéressant, car il vise un public négligé par les banques. Il faut toutefois être conscient que le millennial suisse est longtemps pris en charge par sa famille. En cela, il ne ressemble pas beaucoup à celui d'Amérique latine ou des Etats-Unis. Ses préoccupations ne sont pas les mêmes.» Reste donc à inventer le business model qui correspond aux spécificités locales.

PHOTOS: ISTOCKPHOTO