



AFFAIRES À SUIVRE...



La plupart de nos entreprises font souvent figure d'illustres inconnues auprès de leurs pairs et ne bénéficient que rarement d'un éclairage médiatique. Une mise à l'ombre d'autant plus regrettable que toutes ces sociétés apportent, chacune à sa manière et quel que soit son domaine d'activité, une sérieuse contribution au tissu économique français. D'où l'idée de cette rubrique à travers laquelle nous vous proposerons désormais, dans chacun de nos numéros, de partir à la découverte d'un certain nombre de ces « affaires à suivre » ...



L'application qui rassemble tous les commerçants et consommateurs

La redynamisation des centres villes est aujourd'hui au centre de l'actualité comme le montrent les différents séminaires et formations réalisés sur cette thématique, ainsi que les actions de l'Etat au travers du programme Action Cœur de Ville et des projets de lois ELAN, OSER et PACTE. Mais la question des cœurs de ville, et plus largement de l'avenir du commerce, n'est pas récente. À l'heure où les petits commerces se meurent au fil du temps au profit des grandes surfaces et de la vente sur Internet, redynamiser le centre-ville reste un challenge et près de 3 millions d'emplois sont en danger. Stefano Andronico travaille sur le commerce de proximité depuis plus de 15 ans. Il nous parle de TAMTAMDeals, qu'il a conçue : la seule application mobile complète et bidirectionnelle qui fonctionne en réseau social fermé et sécurisé, et permet aux consommateurs, aux commerçants de proximité et aux services publics de communiquer entre eux dans le but de redynamiser le centre-ville.

Informations Entreprise : Quels constats vous permettent de comprendre les enjeux majeurs quant à l'avenir du commerce ?

Stefano Andronico : Les commerçants, les unions commerciales et les acteurs publics se sentent le plus souvent impuissants face aux évolutions actuelles du commerce et notamment de la déprise commerciale. Ils sont à la recherche de solutions simples, pragmatiques et réellement efficaces pour redynamiser le commerce. Mais j'insiste aussi sur la nécessité d'impliquer les consommateurs dans leurs choix et dans leurs pratiques. Les français déclarent depuis plusieurs années qu'ils veulent devenir les acteurs de leur consommation, dans une relation d'égal à égal avec les marques et les enseignes. Pour cela, ils ont besoin d'une information personnalisée, en temps réel pour pouvoir, avant tout, être reconnus dans leurs spécificités.

IE : Comment votre application TAMTAMDeals se positionne-t-elle face à ces constats, et qu'en est-il de la concurrence ?

SA : L'originalité de l'application proposée par TAMTAMDeals, c'est qu'elle part des attentes et des pratiques des consommateurs, alors que la plupart des autres solutions s'attachent avant tout à utiliser les possibilités de la technologie, parfois en oubliant les consommateurs ou la réalité de la maîtrise de ces outils par les commerçants eux-mêmes. Ainsi, comme le montre régulièrement le Baromètre du centre-ville et des commerces

réalisé par Clear Channel et CSA pour Centre-Ville en Mouvement, le centre-ville reste pour les français un lieu de destination autour d'une large diversité d'activités qui, à côté du commerce, intègre les rendez-vous personnels (médecin, coiffeur, etc.), les démarches administratives (mairie, banque, téléphonie, etc.) ou encore les loisirs et la détente (restaurants, bars, etc.). Si le centre-ville reste le lieu de l'achat plaisir, il constitue aussi, et peut être avant tout, un espace de rencontre et de partage. Ces différents usages de la ville varient bien sûr selon l'âge, le genre, la situation familiale ou encore le revenu. Mais ils sont surtout définis par les modes de vie, les centres d'intérêt et les choix quotidiens des individus. Les consommateurs recherchent la variété dans leur consommation, leurs activités quotidiennes et leurs loisirs, ce qui implique une certaine infidélité, mais aussi un besoin constant d'information en temps réel. Ils doivent pouvoir trouver tout cela dans une seule application qui regroupe toutes les fonctions indispensables dans les activités quotidiennes, qu'elles soient commerciales ou qu'elles concernent les relations avec les services de la ville : recherche de produits ou de services, recherche d'informations, prises de rendez-vous, commandes, bons plans et offres promotionnelles, programmes de fidélité, etc. Pour définir mon métier, j'utilise une formule choc et simple : « TAMTAMDeals, c'est toute ma ville dans ma poche ! », et notre application s'adapte à tous les écosystèmes et à toutes les villes.

IE : Quelles sont les solutions qui permettent de répondre et à la demande des consommateurs et aux besoins des commerçants, sans intermédiaire et en temps réel ?

SA : Pour que cette diversité soit accessible de façon intuitive et simple pour les consommateurs, l'application TAMTAMDeals leur permet de configurer toute l'information au travers d'une liste de centres d'intérêt de leur choix, présentée sur un seul écran. Ils ont ainsi accès en priorité et directement aux informations qui les intéressent le plus. Parallèlement, l'une des spécificités de cette application est qu'elle est totalement bidirectionnelle. Ainsi, un commerçant peut choisir de s'adresser à l'ensemble des utilisateurs, à ses seuls clients ou à une cible plus réduite définie par les profils de consommation. De la même manière, un consommateur peut faire une requête particulière à un commerçant ou demander à l'ensemble des commerçants d'un secteur s'ils ont en stock un produit particulier. TAMTAMDeals fonctionne en fait comme un réseau social fermé et sécurisé ouvert à ses seuls utilisateurs locaux et adhérents : consommateurs, commerçants, services publics, professions libérales, sociétés de services, etc. Je suis convaincu qu'il ne faut plus qu'il y ait de plateformes d'intermédiation. Les commerçants, les clients et les acteurs publics veulent pouvoir communiquer entre eux directement, instantanément et de façon totalement sécurisée, sans intermédiaire au travers d'une seule application globale. C'est précisément ce que propose et permet TAMTAMDeals.

IE : Que diriez-vous de l'offre et du contenu que veut véhiculer votre application ?

SA : Si la prise en compte des attentes et des pratiques des consommateurs est capitale dans l'utilisation concrète des solutions numériques, celle des offreurs que constituent les commerçants mais aussi les services publics l'est tout autant. Si le prix d'abonnement mensuels et les coûts de mise en place peuvent constituer un élément déclencheur fort, ils ne suffisent pas à assurer le succès de l'adoption locale d'une application de création de trafic. L'offre pour les consommateurs ne peut être intéressante que si elle présente un maximum d'activités et qu'elle est remise à jour très régulièrement. Dans l'idéal, tout consommateur devrait pouvoir recevoir plusieurs informations et propositions motivantes par semaine. Arriver à un tel résultat implique qu'un maximum d'acteurs privés et publics d'une ville s'engagent dans la démarche et fasse des propositions régulières.

IE : Avez-vous développé des services permettant de mesurer en temps réel l'impact de l'utilisation de votre outil pour une ville ou un commerçant ?

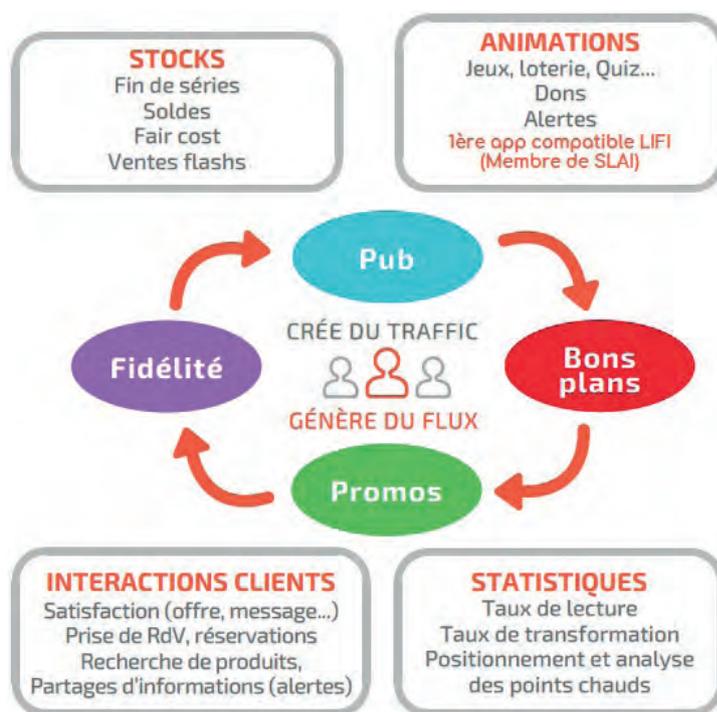
SA : TAMTAMDeals a développé plusieurs solutions d'accompagnement, mais aussi une plateforme de Business Intelligence qui permet à chaque utilisateur de mesurer en temps réel les retombées de ses actions pour la ville, pour l'ensemble du commerce et pour son magasin en particulier. Parallèlement, une enquête de satisfaction en temps réel est mise en place pour chacun des commerçants et c'est ici que l'intérêt d'un réseau social fermé est majeur : à l'inverse des sites de notation où l'on ne contrôle pas la réalité des répondants, ici le commerçant peut être sûr que ce sont bien ses clients qui ont répondu. Plusieurs indicateurs de performances peuvent alors être utilisés : taux de lecture, profils des lecteurs, nombre de clients ayant utilisé l'offre proposée, chiffre d'affaires généré, etc.

IE : On comprend que la solution que propose TAMTAMDeals est destinée à redynamiser les commerces de proximité et les centres villes, mais tous les réseaux et systèmes de distribution sont aussi concernés par votre application ?

SA : Il faut bien comprendre que chaque intervenant du commerce, qu'il s'agisse de commerçants indépendants ou d'enseignes, ce que l'on appelle classiquement le retail, ont tous besoin de communiquer en temps réel avec leurs consommateurs, de données pour suivre les performances de leur réseau et d'améliorer leur service clientèle en connaissant mieux leurs clients et en créant avec eux un lien direct. Ils ont besoin de mieux définir leurs stratégies pour capter et fidéliser leurs clients et surtout ne pas les perdre. C'est d'ailleurs pour ces raisons que les enseignes sont intéressées par la solution de TAMTAMDeals au même titre que les commerçants indépendants ou les villes.

IE : Pouvez-vous nous confier une des clés de la réussite du développement rapide de TAMTAMDeals dans nos villes ?

SA : Il faut pour terminer insister sur l'importance de l'accompagnement. En majorité, les commerçants ne sont pas des professionnels du numérique et ils ont très peu de temps à y consacrer, de la même manière les associations de commerçants ne disposent pas le plus souvent d'un personnel suffisant et formé pour assister et aider les commerçants. L'ergonomie d'une application aussi parfaite soit-elle ne suffit donc pas à assurer son utilisation par les commerçants. Il faut alors mettre à la disposition des commerçants des tutos pour qu'ils puissent s'approprier les différentes fonctions de l'application, des exemples d'utilisation et de résultats dans d'autres villes et par d'autres commerçants exerçant la même activité, mais surtout être régulièrement présents auprès des commerçants et des associations de commerçants au travers d'ateliers thématiques et visites en face-à-face. Ce n'est pas TAMTAMDeals qui réussira, mais c'est la réussite de chacun des commerçants, des associations de commerçants et des villes qui fera la réussite de l'application. A priori, pas de craintes sur ce sujet, puisque huit mois après son lancement l'application est déjà opérationnelle chez quatre clients. Plusieurs dizaines de projets sont en phase de décision et l'extension internationale devrait être effective dès la fin 2019.



Témoignages d'experts

Quels sont les grands enjeux de commerce de centre-ville ? Obsand est une société de conseil spécialisée dans la prospective et la stratégie appliquée à la consommation et au commerce. Elle accompagne depuis plus de 20 ans des enseignes, des villes, des unions commerciales ou des fédérations professionnelles dans la mise en place d'un plan d'action et de redynamisation. L'expérience tirée de plus d'une centaine de villes et d'unions commerciales montre que la grande faiblesse du commerce de centre-ville reste dans son déficit de communication face aux centres commerciaux et aux grandes enseignes. Alors que le commerce indépendant représente près de 90% des points de vente, il pèse pour moins de 40% des dépenses médias et moins de 10% des dépenses numériques. Ce déficit est d'autant plus dommageable que les clients sont de plus en plus sensibles à l'information et que leurs décisions d'achat sont de plus en plus souvent faites au dernier moment : plus de 50% des Français font leurs courses au coup par coup, en fonction des besoins et notamment dans le commerce de proximité et de centre-ville. Seules des applications numériques peuvent permettre d'assurer cette présence quotidienne auprès des consommateurs et de faire des propositions commerciales ciblées. Mais les acteurs publics ont aussi un rôle important à jouer en ajoutant aux offres des commerçants celles liées aux services administratifs, aux loisirs (piscine, bibliothèque, médiathèque, etc.) et aux animations mises en place par les nombreuses associations culturelles et sociales qu'ils accompagnent.

Thibault le Carpentier – Obsand

Quel est l'intérêt pour les enseignes et plus largement pour les foncières de s'intéresser à des applications de type TAMTAMDeals ? Nous vivons une révolution digitale qui bouleverse les usages et comportements d'achat, car le commerce est le plus sensible aux changements sociétaux. Les enseignes, les foncières vont être impactées par la redistribution de l'acte d'achat dans le "no canal" et les magasins auront demain un rôle d'expérience. L'enjeu du trafic et de l'information (riche, animée, qualitative via réseau) devient essentiel. Les enseignes et opérateurs de commerce doivent être plus que jamais focus sur le client, son comportement, sa connaissance et son analyse et échanger / activer les clients par réseau en passant par des 1/3 opérateurs et solutions "choisies" par le client. La proximité, le lien au client sont donc les enjeux du commerce de demain. Et les applications ou mise en réseau de communauté seront des facilitateurs et facilitateurs. De ce point de vue, TAMTAMDeals présente une belle solution de lien multidirectionnel et multi sujet pour le retail par un vaste panel de solutions pour le client et son lien à sa communauté, via les enseignes, les foncières qui utiliseront ce 1/3 opérateur en SAS Data Client.

Alexis de Prévoisin – Directeur d'opérations Retail