

Extrait du numéro spécial consacré au LAB Natexpo

NOUVEAUX SERVICES POUR COMMERCE ÉTHIQUES

L'application qui facilite les opérations promotionnelles ponctuelles

Combiner sans contrainte les atouts commerciaux de promotions ponctuelles et l'anti-gaspillage, c'est tout l'intérêt de l'application développée par la startup lyonnaise Buyer-Tech. L'application mobile qui a fini sa phase de test et est en phase de lancement sur Lyon depuis quelques semaines vise à permettre aux commerçants de proximité de créer en quelques clics des opérations promotionnelles très ponctuelles (limitées à quelques heures) qui leur permettent notamment de gérer les fins de stocks et d'attirer de ce fait de nouveaux clients dans les établissements. L'opération promotionnelle se crée en quelques

clics, le magasin définissant pour le produit son taux de réduction de 10 à 50% qui ne durera que quelques heures. Le client qui se situe dans la zone de la promotion (100 km de rayon maximum) voit sur son application les promotions s'afficher avec le temps restant sur la promo (ou reçoit des notifications s'il le souhaite) et peut ainsi se rendre dans le commerce. Car l'opération commerciale, et c'est un point clé du concept, s'opère toujours dans le magasin de manière traditionnelle. La promotion permet ainsi non seulement de vendre son produit phare ou de limiter les pertes, du moins sur les produits à durée de vie limitée

(alimentaire, cosmétique), mais aussi laisse la main libre au vendeur pour proposer d'autres produits. C'est donc un vrai outil d'appel au-delà de la gestion des surplus. Autre atout de Buyer Tech, elle ne prend aucune commission sur les ventes : elle fonctionne avec un simple abonnement mensuel (résiliable à tout moment avec un simple préavis d'un mois) très peu élevé de seulement 20 € donc très facilement amortissable, même sur des commerçants de bouche du type boulangerie.

L'outil a été pensé pour les petits commerçants de proximité dont le niveau de numérisation est limité et qui sont à la recherche ➔

➔ d'outils pour redynamiser l'attractivité (donc autant pour les nouvelles boutiques que pour les fins de stocks...). Buyer n'est par exemple pas prévu pour la gestion de marketing de masse de marques sur tout un réseau. Pour la question de la lutte contre le gaspillage, l'inté-

rêt est que les opérations sont nécessairement ponctuelles, donc peuvent s'opérer sur des petits volumes et sans engagement récurrent du commerçant. Si le lancement est en cours sur Lyon, l'idée est maintenant de développer d'autres villes au fil du temps, en travaillant à

la fois sur la prospection des commerçants et sur la communication auprès des publics visés, par exemple les étudiants et autres publics connectés.

📧 > Colin.glenat@buyertech.fr

Article rédigé par Cécile Clicquot de Mentque,
rédactrice en chef, Green News Techno