

WeLoveCustomers, l'e-communication pour les commerces locaux

WeLoveCustomers est une startup qui organise une campagne de communication digitale pour les commerces locaux en mettant en place un système de parrainage clients. Une stratégie gagnant-gagnant.

« *Quand je discutais avec les commerçants, ils ne savaient pas comment se faire connaître à part avec des flyers classiques* », raconte Loïc Morvan, le fondateur de la startup. Développeur web de formation, il a créé une solution de communication performante pour les commerces locaux. Sa cible ? B2B, business to business, c'est-à-dire entreprise vers entreprise. Avec une offre de 40 euros par mois HT, il propose aux commerces de s'abonner sans engagement. Le site se charge de diffuser les offres aux internautes les plus proches et organise une publicité géolocalisée sur ses sites partenaires.

Le parrainage, un système de récompense

En recommandant un commerce, les clients obtiennent une récompense qui leur permet de dépenser plus dans ces commerces de proximité. Par exemple, s'ils parrainent un nouveau client chez Bessec Chaussure, ils obtiennent 5 euros de réduction. « *La récompense ne doit pas empiéter sur la*

marge du commerçant tout en ayant suffisamment d'impact pour provoquer la recommandation du client », explique Loïc. Un savant calcul dont le site se charge : le commerçant n'a plus à s'embarrasser de la logistique.

Miser sur le digital

« Ce midi, j'ai récupéré un flyer dans ma banque qui me permettait de parrainer seulement une personne. Avec le digital, c'est plus simple, moins coûteux et multipliable. » Pour Loïc, ce choix est un investissement plus qu'une charge. Même si la publicité papier reste la concurrente directe de WeLoveCustomers puisqu'elle requiert les mêmes budgets des commerçants, il croit en l'économie sociale et solidaire. Son but, c'est de revenir à des valeurs locales en *« sortant de l'économie de marché et de la société de consommation. »* Pour Jean-Charles Legrand, concessionnaire à Rennes, cela a fonctionné en seulement 3 semaines : 330 000 internautes touchés. Un record dont le site se félicite.

Une startup en plein développement

Magasins de jouets, pressing, agences matrimoniales, assurances, commerces de bouche... La cible de l'entreprise de Loïc reste les commerces indépendants et locaux qui ne bénéficient pas des outils mis à disposition par les

réseaux comme la carte de fidélité. Pour correspondre au mieux à la demande, WeLoveCustomers offre chaque mois de nouvelles fonctionnalités et améliore son ergonomie. Prochainement, Loïc souhaite lancer la gamification. « *L'idée, c'est de transformer le programme de parrainage clients en jeu. Par exemple, le premier parrainage apporterait 5 euros de réduction, le deuxième 7 euros et le troisième 10 euros...* ». Après avoir embauché un spécialiste en webmarketing, de nouveaux recrutements sont prévus pour 2017. Mais quand on lui demande quelles sont ses perspectives de croissance, Loïc préfère répondre « *joker* ». WeLoveCustomers n'en est qu'à ses débuts mais semble avoir un avenir prometteur devant lui.

Aurore Esclauze

Propos recueillis par **Aurore Esclauze, étudiante à l'IJBA (Institut de Journalisme Bordeaux Aquitaine)**

Profil Twitter : [auescl](#)

Profil LinkedIn : [Profil Aurore Esclauze](#)