

Source:

<http://www.leparisien.fr/hauts-de-seine-92/a-puteaux-une-boite-a-outils-numeriques-pour-les-commerçants-de-proximite-04-03-2019-8024790.php>

Journaliste : Elsa Assalit

Date de publication: 4 mars 2019

A Puteaux, une boîte à outils numériques pour les commerçants de proximité

Installée sur le parvis de la mairie, la « boutique connectée nomade » propose pendant deux jours aux commerçants d'améliorer leur stratégie de communication sur Internet.



Puteaux, ce lundi. Yann Le Roux, responsable de développement commercial pour La Poste, renseigne Anne Goldfarb, bijoutière-plumassière de Puteaux, sur les stratégies digitales qu'elle pourrait adopter. LP/E. A

« Quand vous mettez commerce, proximité et digital dans un mixeur, vous obtenez la boutique connectée nomade, explique Damien Walker, responsable du département Développement territorial et Commerce à la Chambre du commerce et de l'industrie (CCI) du Val-d'Oise. C'est une remorque qui se déploie et qu'on va balader dans toute la France. »

Pour sa première sortie, la boutique connectée nomade s'est installée ce lundi à Puteaux, sur le parvis de l'hôtel de ville, où elle restera jusqu'à mardi soir. Deux journées pendant lesquelles les commerçants peuvent tester plus de trente solutions digitales organisées par thèmes : attirer, vendre, fidéliser, gérer. Et bénéficier, gratuitement, de conseils adaptés à leurs besoins.

« Vous êtes référencée sur Google ? »

« J'essaie déjà d'améliorer ma communication et je fais régulièrement un tour sur le site de la chambre des métiers », témoigne Yi Féron, propriétaire du Pressing Cartault. La commerçante a profité de son jour de repos pour faire un tour dans la boutique connectée. Elle y a reçu les conseils de Maëva Le Nuz, conseillère commerce à la CCI du Val-d'Oise.

« Vous êtes référencée sur Google ? », questionne d'emblée celle qui est coresponsable du projet de la boutique connectée. « Bien sûr », répond la commerçante. Mais à quelle position ? Ensemble, elles font alors une requête « pressing Puteaux » sur le célèbre moteur de recherche pour voir si le référencement du commerce est bon. Il ressort en quatrième position, pas trop mal.

Mais la visibilité pourrait être améliorée : le pressing n'a pas de site Internet. La conseillère suggère alors la création, pour 290 €, d'une page personnalisée sur le site petitscommerces.fr. « Avant de prendre une décision, il faut que j'y rerefléchisse à tête reposée », conclut la commerçante.

Casques de réalité virtuelle et marketing olfactif

Pour Anne Goldfarb, bijoutière-plumassière installée à quelques mètres du parvis, la problématique est autre. « J'ai mon e-shop et je suis sur Instagram, mais je n'arrive pas à transformer cette visibilité en vente », note la créatrice. Yann Le Roux, responsable de développement commercial pour La Poste Solutions Business, lui conseille de s'intéresser aux « marqueurs » : « c'est un outil d'analyse d'audience, qui vous permet de calculer concrètement l'impact de votre communication. »

Outre les plaquettes d'information et les tablettes connectées, la boutique nomade propose aussi de découvrir le « marketing olfactif » ou de porter des casques de réalité virtuelle, qui permettent de visiter un appartement ou d'acheter une perceuse sans se déplacer. « C'est encore trop cher mais on veut que les commerçants puissent imaginer le commerce du futur », précise Damien Walker.

Porté par la CCI du Val-d'Oise pour le compte de la CCI de Paris Île-de-France, le projet a nécessité 200 000 € d'investissement et un an et demi de préparation. Après Puteaux, la boutique mobile de 30m² doit sillonner plusieurs villes de France, comme Amiens ou Nice.