



# Radars des start-ups de la relation et de l'expérience Client 2021

---

Un radar pour réenchanter l'expérience du parcours client sur tous les canaux

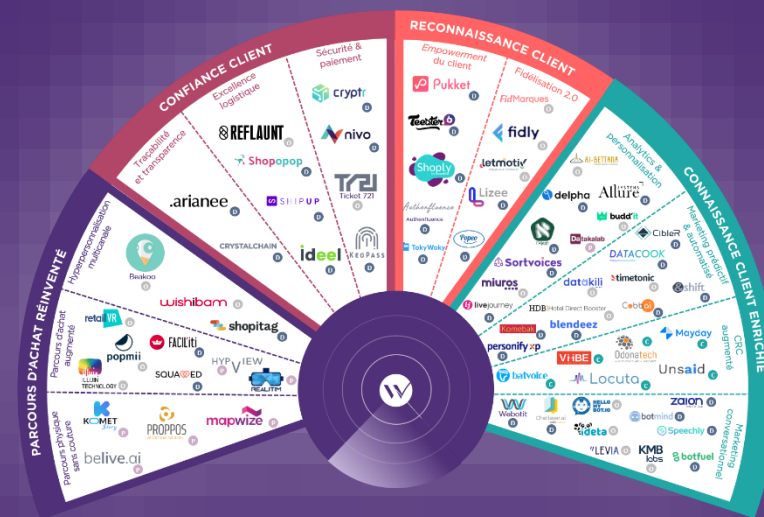
1<sup>er</sup> Juin 2021

# Présentation du Radar



## Wavestone, expert dans la réalisation de radars de start-ups

Avec la parution de plus d'une dizaine de radars de start-ups tous les ans, Wavestone se démarque dans le recensement des start-ups les plus prometteuses de nombreux secteurs.



## Le rôle de la plateforme Forinov

Forinov est la plateforme des acteurs de l'innovation qui fait le lien entre start-ups, incubateurs et entreprises pour faciliter leur collaboration.

Forinov joue un rôle primordial dans la constitution de ce radar. La plateforme a permis de sourcer de nombreuses start-ups présentes dans ce radar, d'en faire la sélection, puis a hébergé les candidatures de celles-ci pour les sélections aux Palmes de la Relation Client AFRC.



forinov

# La méthodologie qui a permis la construction du Radar



Le **Radar des start-ups de la relation et de l'expérience Client** Edition 2021 de Wavestone est le fruit de la collaboration entre **l'AFRC, Hub France IA, Forinov** et **Wavestone**. La seconde édition se veut toujours plus ambitieuse et innovante dans une conjoncture disruptive pour les entreprises en matière d'expérience proposée aux clients finaux.

Cela se traduit par une veille soutenue de rencontres de start-ups sur un mois et se prolongera sur l'été 2021. Ce modèle expérimental a pour objectif d'affiner en continu la pertinence des propositions d'usage offertes par les start-ups actuelles. Le cadrage des start-ups suit **quatre** phases séquentielles :

## CADRAGE ET DÉFINITION DES THÈMES



Identification & priorisation des **challenges XC en conjoncture pandémique**.  
Etat des lieux des **technologies** clefs  
Segmentation de la chaîne de valeur XC B2B / B2B2C.

## SOURCING DE START-UPS



Cadrage & fiabilisation des sources.  
Sourcing réalisé en **push & pull**.

## QUALIFICATION



Validation sur base des critères d'éligibilité de la méthode Radar.  
Identification de la **pertinence business et techniques** de la proposition de valeur.

## SÉLECTION

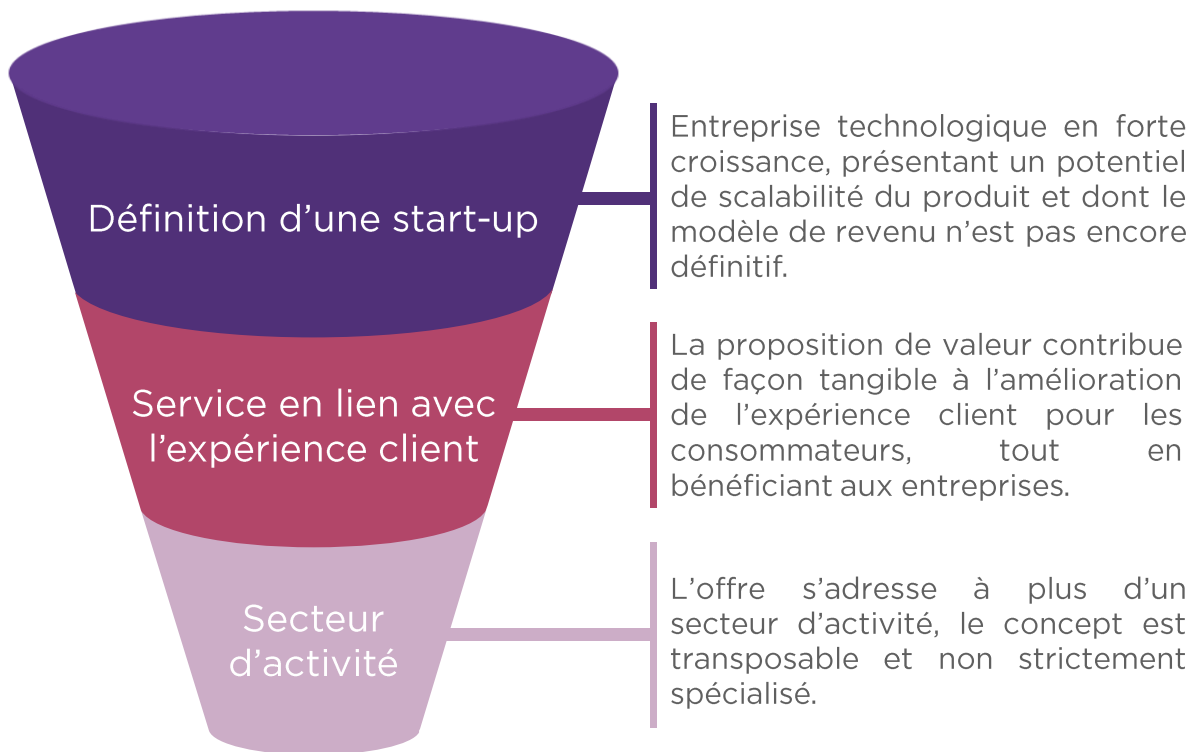


**Adaptabilité et réponse de l'offre de valeur** des start-ups au contexte épidémique.  
Répartition des start-ups selon le cas d'usage adressé.

# Les critères d'éligibilité au Radar de l'expérience client 2021



## Notre approche des start-ups sur le radar de l'expérience client



## Des critères d'éligibilité qui s'appuient sur la méthode due diligence

**Pays du siège**  
France ou Européen

**Levée de fonds**  
Seed à Série B

**Durée d'existence des start-ups**  
Inférieure à 5 ans\*

**Solidité de la solution**  
Au moins 1 MVP client / Pas de seuil sur le CA

**Périmètre**  
Entreprises B2B voire B2B2C selon pertinence



# Notre radar est structuré autour de 4 grands enjeux de la relation et de l'expérience client



## PARCOURS D'ACHAT RÉINVENTÉ

Adresser les irritants clés du parcours d'achat en ligne et en boutique afin de créer une expérience d'achat fluide, personnalisée et sans couture.



## CONFIANCE CLIENT

Rassurer et accompagner le client, grâce à des outils de traçabilité, de sécurisation de paiements ou encore grâce à l'excellence logistique.



## RECONNAISSANCE CLIENT

Mettre en place des *loyalty programs* innovants et transformer le client en influenceur et ambassadeur de la marque et de ses offres.



## CONNAISSANCE CLIENT ENRICHIE

Monitorer et mesurer les interactions de la marque avec ses clients afin d'améliorer, automatiser ou personnaliser la relation et l'expérience client.

## SOUS-CATÉGORIES

Parcours physique sans couture

Parcours d'achat augmenté

Hyperpersonnalisation multicanale

Traçabilité et transparence

Excellence logistique

Sécurité & paiement

*Empowerment* du client

Fidélisation 2.0

Analytics & personnalisation

Marketing prédictif & automatisé

CRC augmenté

Marketing conversationnel



# PARCOURS D'ACHAT RÉINVENTÉ



Les startups de cette catégorie adressent les irritants clés du parcours client : manque de simplicité et de fluidité ou manque d'accompagnement, ainsi que de nouveaux besoins qui émergent, comme, par exemple, le besoin de transversalité et de suivi omnicanal. Les solutions digitales, interactives ou de l'intelligence artificielle proposées par ces startups permettent de créer un parcours d'achat fluide et sans effort.

## SOUS CATÉGORIES

## DESCRIPTION

## START-UPS

### Parcours physique sans couture

Ces solutions permettent au client d'être acteur de son propre parcours d'achat *in-store*.

belive.ai



### Parcours d'achat augmenté

Les solutions de cette sous catégorie visent à rendre le parcours d'achat plus fluide grâce aux technologies de réalité virtuelle ou d'accessibilité numérique, ou bien à améliorer l'expérience d'achat en ligne grâce à un système de *community management*.



FACIL'iti

HYPVIEW



SQUARED

### Hyperpersonnalisation multicanale

Ces acteurs d'hyperpersonnalisation permettent de proposer aux clients une expérience d'achat personnalisée et homogène, quelque soit le canal ou le produit.



wishibam





## CONFIANCE CLIENT



Les startups présentes dans cette catégorie œuvrent pour rétablir le « rapport de forces » entre le client et la marque. Ces solutions visent à rassurer le client, à rendre l'expérience d'achat plus transparente et plus sécurisée ou encore à améliorer la gestion après-vente grâce à des solutions d'excellence logistique et opérationnelle.

### SOUS CATÉGORIES

### DESCRIPTION

### START-UPS

#### Traçabilité et transparence

Le combat de ces startups consiste à donner aux consommateurs l'accès à toutes les informations relatives aux origines ou à la qualité des produits qu'ils achètent.

.arianee

CRYSTALCHAIN

#### Excellence logistique

Ces startups aident à mettre les systèmes logistiques de l'entreprise au service de l'efficacité et de la simplification de la gestion pour le client.

REFLAUNT ideel SHIPUP

Shopopop

#### Sécurité et paiement

Les solutions de cette sous catégorie fournissent à leurs clients les outils permettant de sécuriser le parcours d'achat.

cryptr nivo KEOPASS T2J  
WHISPEAK  
VOICE BIOMETRIC SOLUTION



# RECONNAISSANCE CLIENT



L'objectif des startups de cette catégorie est d'exploiter l'ensemble des interactions pour définir la valeur client, mettre en place des *loyalty programs* innovants, transformer le client en influenceur et ambassadeur de la marque et de ses offres ou encore embarquer le client dans une démarche vertueuse.

## SOUS CATÉGORIES

## DESCRIPTION

## START-UPS

### Empowerment du client

Les solutions proposées par ces startups donnent aux marques des outils leur permettant d'impliquer plus de personnes dans la promotion de leurs offres et permettent aux clients de devenir acteurs de développement de leurs marques préférées.



### Fidélisation 2.0

Ces startups aident les marques à déployer des programmes de fidélité personnalisés et puissants ou à fidéliser leurs clients en leur proposant de s'inscrire dans une démarche vertueuse et de cocréation.







# CONNAISSANCE CLIENT ENRICHIE



Ces start-ups utilisent les technologies d'intelligence artificielle, de reconnaissance d'image et de voix ou encore de *Machine Learning* pour analyser l'ensemble des interactions de la marque avec ses clients afin d'identifier et mettre en œuvre en continu des leviers d'amélioration pour le service client ou proposer une expérience client personnalisée.

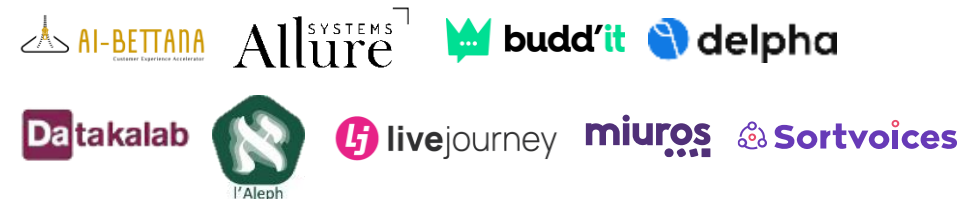
## SOUS CATÉGORIES

## DESCRIPTION

## START-UPS

### Analytics & personnalisation

Les startups de cette sous catégorie analysent les informations client afin de créer une expérience d'achat personnalisée et fluide.



### Marketing prédictif & automatisé

L'offre de valeur de ces startups consiste à automatiser le service et la relation client grâce à l'analyse des informations clients.



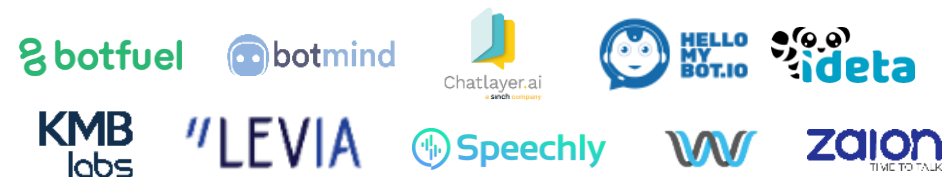
### CRC augmenté

Ces solutions appuient les équipes de service client afin qu'ils puissent mieux répondre aux demandes clients.



### Marketing conversationnel

Ces startups permettent aux marques de créer des chatbots, voicebots ou callbots afin de faciliter le parcours client.



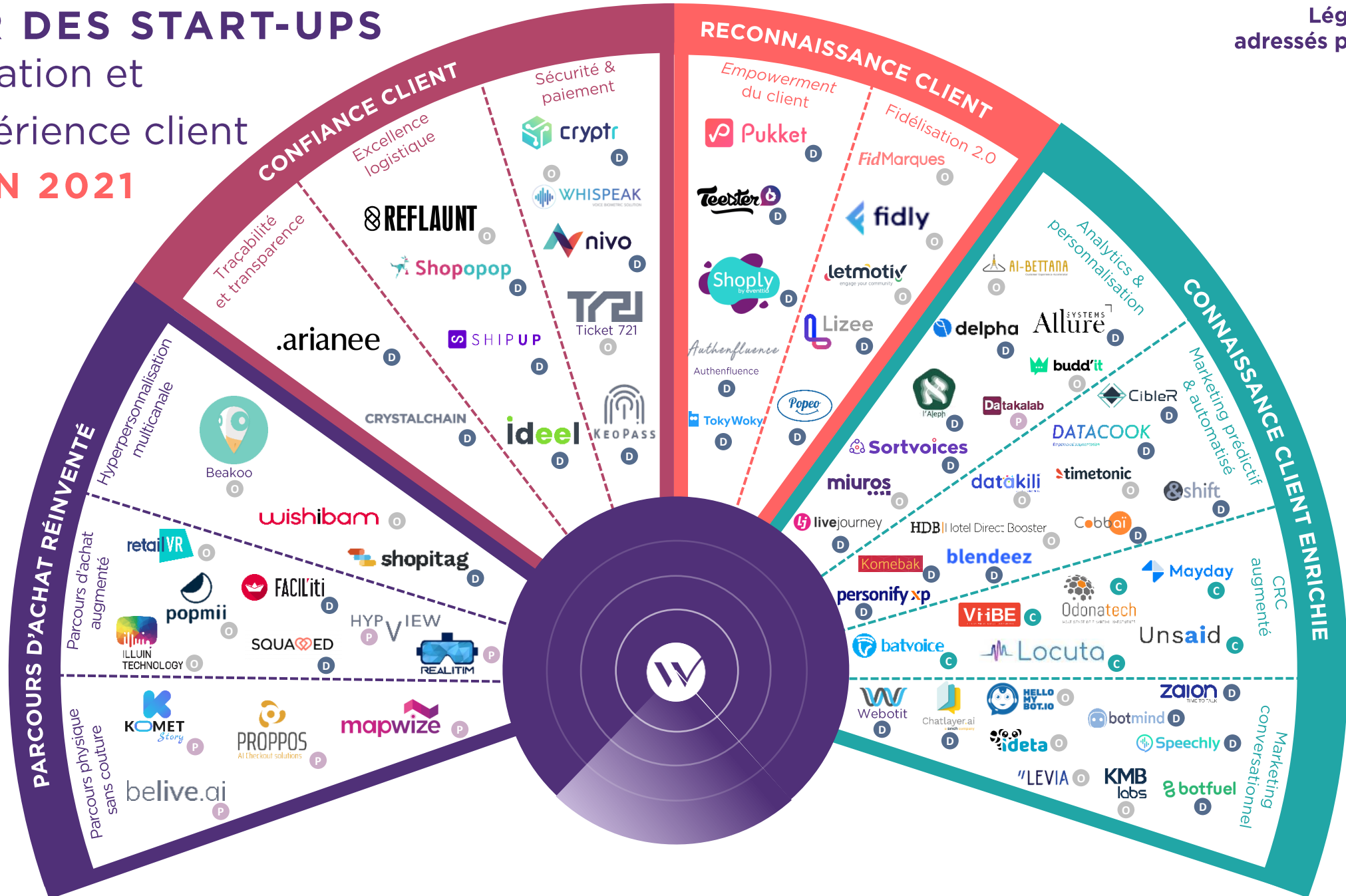
# RADAR DES START-UPS

de la relation et de l'expérience client

EDITION 2021

Légende - canaux adressés par la solution :

- O Omnicanal
- D Digital
- C CRC
- P Physique





# Contacts

Jeanne Fisseau, Senior Consultante – Wavestone

[jeanne.fisseau@wavestone.com](mailto:jeanne.fisseau@wavestone.com)

<https://www.wavestone.com/fr/>

Eric Dadian, Président – AFRC

[edadian@afrc.org](mailto:edadian@afrc.org)

<https://www.afrc.org/>

Marie-Joséphine Brognon, CEO & Cofondatrice – Forinov

[mj@forinov.com](mailto:mj@forinov.com)

<https://fr.forinov.com/>

Antoine Couret, Président – Hub France IA

[antoine.couret@aleia.com](mailto:antoine.couret@aleia.com)

<https://www.hub-franceia.fr/>