



# Radars des start-ups de l'Expérience et de la Relation Client 2022

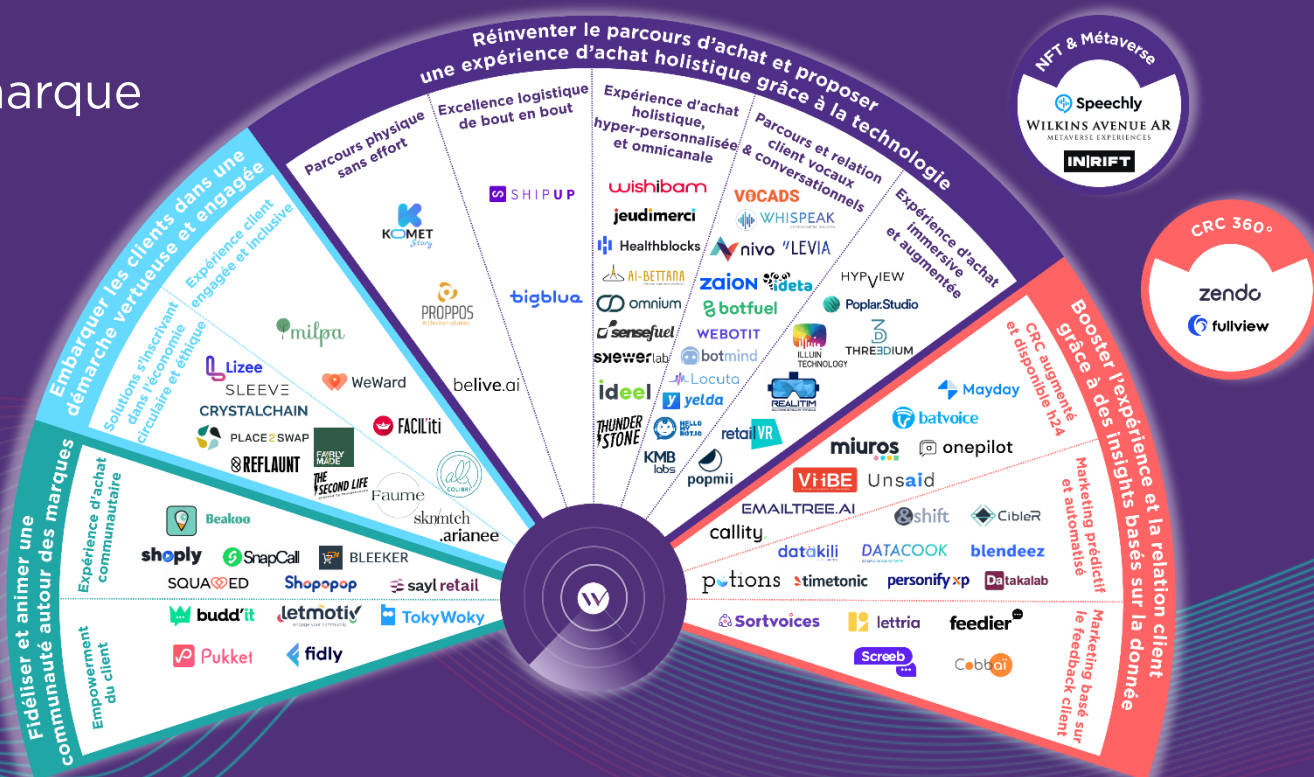
Un radar pour imaginer l'expérience  
et la relation client sur tous les canaux

19 mai 2022

# Présentation du Radar

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

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



# Méthodologie : un radar construit grâce à une veille permanente et la rencontre des start-ups



Le **Radar des start-ups de la Relation et de l'Expérience Client** Edition 2022 de Wavestone est le fruit de la **collaboration** entre **l'AFRC et Wavestone**. La troisième 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 trois mois. 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

1

Identification & priorisation des **challenges de l'expérience et de la relation client**. Etat des lieux des **technologies** clefs.  
Segmentation de la chaîne de valeur XC B2B / B2B2C.

## SOURCING DE START-UPS

2

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

## QUALIFICATION

3

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

## SÉLECTION

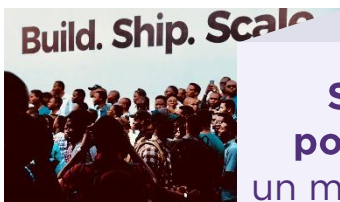
4

**Adaptabilité et réponse de l'offre de valeur** des start-ups aux enjeux de la RC & XC.  
Répartition des start-ups selon le cas d'usage adressé.

# Des critères d'éligibilité permettant de décrypter les start-ups les plus prometteuses



## Une approche en entonnoir



**Start-up** : entreprise **technologique** à **fort potentiel de développement** du produit avec un modèle de revenu pas nécessairement définitif.



Service qui contribue de manière **tangible** à **l'amélioration de l'expérience et la relation client.**



Service applicable à **un ou plusieurs secteurs d'activité.**

**84** startups en 2022, dont **37** nouvelles par rapport à l'édition 2021

## Des critères d'éligibilité stricts



**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



## Fidéliser et animer une communauté autour des marques

Révéler la valeur client, mettre en place des *loyalty programs* innovants, transformer le client en ambassadeur de la marque et de ses offres, ou encore rendre l'expérience d'achat communautaire et interactive.



## Embarquer les clients dans une démarche vertueuse, durable et engagée

Permettre aux clients une traçabilité tout au long du cycle de vie des produits et composants, s'inscrire dans une démarche vertueuse et engagée ou repenser le parcours d'achat grâce à la seconde-main ou la location.



## Réinventer le parcours d'achat et proposer une expérience holistique grâce à la technologie

Supprimer les irritants clés du parcours client : complexité, manque d'accompagnement ou de fluidité. Accompagner l'émergence de nouveaux besoins tels qu'une expérience omnicanale sans couture grâce à la technologie.



## Booster l'expérience et la relation client grâce à une meilleure connaissance client basée sur la donnée

Utiliser les technologies prédictives, de reconnaissance d'images, ou de Edge computing pour analyser les interactions entre la marque et ses clients. Identifier et mettre en œuvre en continu des leviers d'amélioration dans le service ou l'expérience client.





# Fidéliser et animer une communauté autour des marques



Les startups de cette catégorie permettent d'explorer toutes les facettes de l'interaction marque-client. Elles permettent ainsi de révéler la **valeur client**, mettre en place des **loyalty programs innovants**, transformer le **client en ambassadeur** de la marque et de ses offres, ou encore rendre l'expérience d'achat **communautaire et interactive**.

## SOUS CATÉGORIES

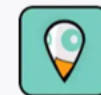
### Empowerment du client

Apporter aux marques des outils leur permettant de fidéliser et d'impliquer les **consommateurs** dans la promotion des offres et permettre aux clients de devenir **acteurs du rayonnement** de leur marque favorite.



### Expérience d'achat communautaire

Intégrer l'aspect **communautaire & interactive** à l'expérience d'achat en ligne en proposant des outils de **live shopping**, du co-shopping et de vente sur les réseaux sociaux.





# Embarquer les clients dans une démarche vertueuse, durable et engagée



Ces startups répondent aux enjeux du **développement durable**. Elles permettent aux clients une **traçabilité** tout au long du cycle de vie des **produits et composants**, ou encore de s'inscrire dans une **démarche vertueuse et engagée sur toute la chaîne de commercialisation**. Enfin, ces startups prônent un **acte d'achat repensé** comme au travers de la seconde-main ou la location.

## SOUS CATÉGORIES

### Solutions s'inscrivant dans l'économie circulaire et éthique

Bénéficier une visibilité sur la chaîne de production pour garantir des produits **éthiques** ou offrir un **impact environnemental réduit**. Pouvoir contribuer au développement de **l'économie circulaire**.



CRYSTALCHAIN

sknmtch



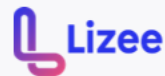
SLEEVE



.arianee



PLACE2SWAP



Lizee

THE SECOND LIFE  
powered by COUPRÉES.COM



### Expérience client engagée et inclusive

Rendre l'expérience d'achat plus **inclusive**, permettre aux clients **d'adresser des enjeux sociétaux et environnementaux** lors de leurs achats.



milpa



WeWard



FACIL'iti





# Réinventer le parcours d'achat et proposer une expérience d'achat holistique grâce à la technologie



Les startups de cette catégorie adressent les **irritants clés du parcours client** : complexité, manque d'accompagnement ou de fluidité. Elles accompagnent également l'émergence de nouveaux besoins tels qu'une **expérience omnicanale sans couture** grâce à des technologies **interactives ou prédictives**.

## SOUS CATÉGORIES

### Parcours physique sans effort

Rendre le client **acteur** de son propre parcours d'achat in-store.



### Excellence logistique de bout en bout

Mettre les systèmes logistiques de l'entreprise au **service de l'efficacité** et de la simplification de la gestion pour le client.



### Expérience d'achat holistique, hyper-personnalisée et omnicanale

Offrir aux clients une expérience d'achat **hyper-personnalisée et homogène**, quel que soit le canal ou le produit.



### Parcours et relation client vocaux & conversationnels

Proposer un parcours **d'achat ou d'après-vente** gérée **uniquement ou partiellement par la voix** ou des interactions avec les agents conversationnels.



### Expérience d'achat immersive et augmentée

Explorer un parcours d'achat **innovant et sans couture** grâce aux technologies de **réalité augmentée** sur tous les canaux, y compris grâce aux technologies du **web3** comme les **NFT** ou le **métaverse**.





# Booster l'expérience et la relation client grâce à des insights basés sur la donnée

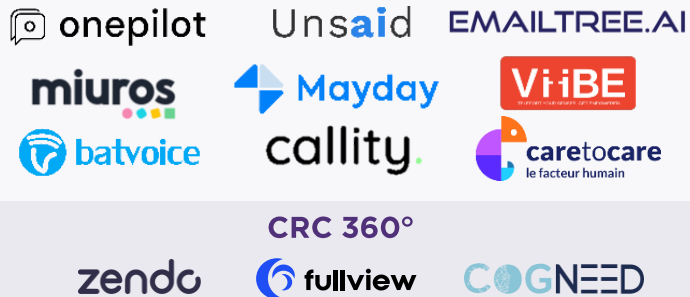


Ces startups utilisent les technologies **prédictives**, de **reconnaissance d'images**, ou de **Edge computing** pour analyser les interactions entre la marque et ses clients afin d'identifier et mettre en œuvre en continu des leviers d'amélioration dans le service client ou dans la **personnalisation** de l'expérience client.

## SOUS CATÉGORIES

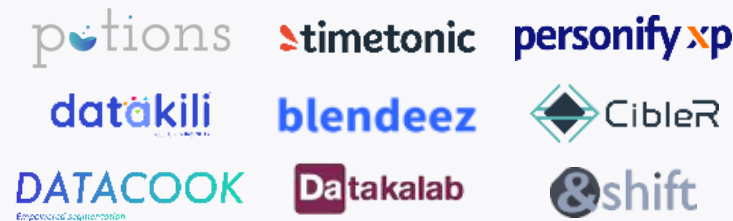
### CRC augmenté et disponible H24

Appuyer les équipes service client pour répondre aux demandes clients de façon **adaptée, proactive et multicanale**.



### Marketing prédictif et automatisé

Automatiser le service et la relation client grâce à **l'analyse des informations clients\***.



### Marketing basé sur le feedback client

**Recueillir et analyser** les retours clients issus des différents canaux et les transformer en **recommandations concrètes et opérationnelles** pour garantir la **meilleure satisfaction client**.



\*RGPD compliant

# Contacts

Xavier Baudouin, Partner – Wavestone

[xavier.baudouin@wavestone.com](mailto:xavier.baudouin@wavestone.com)

Aleksei Strelnitckii, Senior Consultant – Wavestone

[aleksei.strelnitckii@wavestone.com](mailto:aleksei.strelnitckii@wavestone.com)

Samy Chouaf, Consultant – Wavestone

[samy.chouaf@wavestone.com](mailto:samy.chouaf@wavestone.com)

[www.wavestone.com](http://www.wavestone.com)

Eric Dadian, Président – AFRC

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

[www.afrc.org](http://www.afrc.org)