

Colmar, le 03 juin 2009

## **Kiubi, première solution e-commerce à ouvrir une place de marché sur Twitter pour ses e-commerçants**

**Troll d'idées lance « Kiubi2Market », une place de marché sur Twitter intégrée à sa plateforme Kiubi.**

### **Twitter : un canal de diffusion extrêmement puissant**

Twitter ("gazouillis" en français) est le réseau social par excellence : il permet à ses utilisateurs d'envoyer gratuitement de courts messages à des contacts choisissant de se tenir informés et eux-mêmes pouvant relayer l'information très facilement à leurs propres contacts. Le service, gratuit, a vu sa popularité exploser depuis sa création en août 2006, et est utilisé par plus de dix-sept millions de personnes, avec un taux de croissance dépassant les 3000 %.

**Sa simplicité et son ouverture font de Twitter un canal de diffusion à part entière, au même titre que l'e-mail ou que les sites Internet et complétant particulièrement bien ces deux derniers.**

### **Kiubi2Market, une innovation de plus pour Kiubi**

Troll d'idées, via sa plateforme de création de sites web professionnels « Kiubi », apporte une fois de plus une réponse innovante et pragmatique en proposant aux clients e-commerçants de ses partenaires de **diffuser leurs produits sur Twitter via une place de marché baptisée « Kiubi2Market »**, spécialement conçue à cet effet.

### **Une opportunité à saisir pour les e-commerçants**

Kiubi2Market permet aux e-commerçants de diffuser une sélection de leurs produits, ainsi qu'un coupon de réduction

sur le compte Twitter « Kiubi2Market ». **Chaque jour, Kiubi2Market diffusera près de 1000 produits** choisis parmi l'ensemble des produits sélectionnés par les e-commerçants.

Fidèle à la facilité qui caractérise Kiubi, il suffit aux commerçants voulant être présents sur Kiubi2Market, d'activer la fonctionnalité sur leur site et de sélectionner les produits et le bon de réduction qui seront publiés sur la place de marché. Cette sélection pourra être librement mise à jour selon la stratégie commerciale du e-commerçant : mise en avant des promotions, fins de stock, ...

### **Une opportunité pour les prestataires partenaires de Kiubi**

Les prestataires partenaires utilisant Kiubi pour réaliser les sites de leurs clients se voient donc offrir un avantage concurrentiel ; « **Kiubi2Market** » étant à ce jour unique en son genre et ne demandant aucune installation de leur part. Les prestataires peuvent ainsi conseiller leurs clients sur le bon usage de cette fonctionnalité pour qu'elle s'insère harmonieusement dans le cadre d'une stratégie de visibilité online ou multi-canal.

Kiubi2Market sera lancée officiellement le lundi 8 juin, vous pourrez dès lors "suivre" Kiubi2Market sur <http://twitter.com/Kiubi2Market> pour profiter des opportunités commerciales diffusées par les e-commerçants de Kiubi !

Cette nouvelle innovation renforce le positionnement de Kiubi comme solution de e-commerce de nouvelle génération, en phase avec les usages actuels du web.

### **A propos de Troll d'Idées**

Fondé en mai 2006 par Marc Beyer, Sébastien Braun et Matthieu Ferry, Troll d'idées est un fournisseur d'outils et de services permettant aux professionnels du web d'accroître leur productivité et de développer leur activité. C'est ce qui a incité Troll d'Idées à développer Kiubi.

### **A propos de Kiubi**

Kiubi ([www.kiubi.com](http://www.kiubi.com)) est une plateforme hébergée innovante permettant la création et la mise à jour de sites internet professionnels. Elle a été conçue afin de répondre à la fois aux exigences des professionnels du Web, à celles de leurs clients et à celles des internautes. Cette plateforme regroupe dans une interface unique et ergonomique tous les outils nécessaires au développement de l'activité d'une entreprise sur Internet : système de gestion de contenu (CMS), boutique en ligne avec paiement sécurisé, notation et commentaires produits, blog, flux RSS, extranet... Kiubi permet aux professionnels du web de réduire leurs coûts de production de 50% à 75% tout en améliorant la qualité des sites internet créés pour leurs clients et ainsi rester en phase avec les usages actuels des internautes.