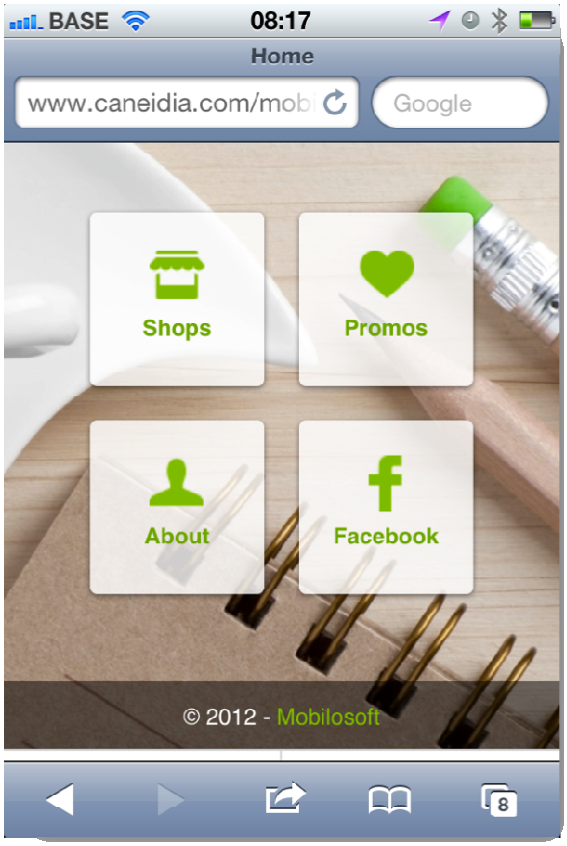
DOSSIER DE PRESSE

Juillet 2012

Mobilosoft, le spécialiste du Marketing Mobile, lance en France sa solution 100% dédiée aux acteurs du Retail



Contact :
Alix Decroix
Mail : alix@mobilosoft.com
Tél. : +33.6.63.98.36.18

Moins d'an an après le lancement réussi en Belgique de son outil de création de sites Internet Mobile pour les acteurs du Retail, Mobilosoft ouvre un bureau à Paris pour s'attaquer au marché français.

Le mobile influence le shopper

Aujourd'hui, 38% de la population française est équipée de smartphone (vs. 27% il y a un an) et les études prévoient une croissance de 22% en 2012.
En France, une recherche locale sur 2 est faite sur mobile, et ces recherches influencent le comportement des mobinautes :

- 30% ont acheté online après une recherche sur mobile,
- 22% ont acheté en magasin et
- 18% ont changé d'avis après une recherche sur leur smartphone.

En point de vente, 76% utilisent leur smartphone et 40% se sont déjà connectés à l'internet mobile en magasin afin de comparer leurs informations avec celles du vendeur (Source : *8ème édition de la relation client – TNS Sofres*).

Une solution unique pour mobile à destination des distributeurs

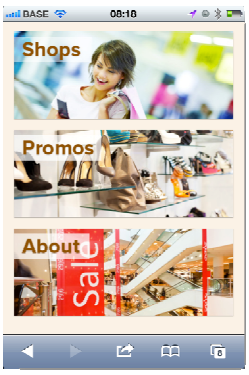
Désormais, les clients veulent avoir le choix du canal pour leur recherche d'information et leur consommation.

Or, **seulement 12% des entreprises françaises ont développé un site mobile** (source : *Think Mobile With Google*) et le marketing mobile ne représente que 3% des investissements online (source : *KPCB*).

Pour répondre aux nouvelles attentes des shoppers mobiles, Mobilosoft propose aux entreprises qui possèdent un réseau de distribution ou vendent leurs produits en magasins, de créer rapidement un site Internet mobile compatible avec toutes les plateformes de smartphones (iPhone, Android, Windows Mobile, Blackberry…). C'est **aujourd'hui la seule offre sur le marché 100% pensée et conçue pour les retailers.**

Georges-Alexandre Hanin, fondateur : « Lorsque j'ai démarré Mobilosoft, je suis parti d'un constat terrifiant : il y a de plus en plus de smartphones en circulation, mais les distributeurs sont terriblement en retard dans leurs stratégies mobiles. L'industrie n'est nulle part. Et pour ceux qui ont démarré un projet, ils se trompent complètement en réalisant des apps sans valeur ajoutée et sans saveur qui ne sont pas en ligne avec les attentes des clients. Mon objectif était donc d'amener des solutions à réelle valeur ajoutée à l'industrie de la distribution pour sa conquête du mobile ».

La solution offerte par Mobilosoft, est **le fruit d'un an d'études, d'analyses de marché et de développement**. Elle répond donc parfaitement aux besoins des consommateurs mobiles et a été spécialement conçue pour aider les distributeurs et les marques à générer du trafic et des ventes dans leurs magasins.



Les sites mobiles créés avec le CMS Mobilosoft (Content Management System ou outil de gestion de contenu) proposent en standard les 4 fonctionnalités clés qui répondent directement aux attentes des consommateurs mobinautes* :

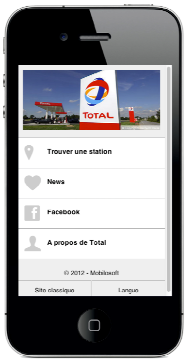
- Un localisateur de magasin : ou comment aider les clients à trouver les points de vente grâce à leur smartphone
- Un répertoire de promotions : les clients mobiles sont constamment à la recherche de promotions et passent du temps à comparer les prix
- Un catalogue produits : qui répond aux besoins de recherche et de comparaison de produits exprimé par les utilisateurs. Il peut également être couplé avec un outil informant sur la disponibilité des produits
- De l'information sur l'entreprise : informations pratiques, liens vers les réseaux sociaux…

* Etudes réalisées par Google et Ipsos en France

De plus, le CMS Mobilosoft permet aux clients d'administrer simplement leur site mobile, les mises à jour du catalogue produit, des promotions, des informations pratiques…

Offrir la meilleure expérience web mobile

- 40% des mobinautes abandonnent un site sur mobile s'il met plus de 3 secondes à charger et 74% n'attendront pas plus de 5 secondes
- 2/3 des mobinautes ne retourneront pas sur un site mobile sur lequel ils ont rencontré des problèmes
- 40% iront voir le site mobile d'un concurrent



Si les enseignes et les marques n'optimisent pas leur site en termes d'affichage et de navigation sur mobile, elles perdront des clients potentiels et ne pourront pas transformer ces visiteurs en trafic qualifié vers le point de vente.

Les sites générés par le CMS de Mobilosoft représentent ce qui se fait de mieux en Europe, avec une vitesse moyenne de chargement de 1,2 secondes sur réseau 3G et de moins de 3 secondes sur réseau 2G. Ces performances sont obtenues grâce à la programmation réalisée pour diminuer tout élément superflu lors du téléchargement du site mobile sur les smartphones.

Permettre aux retailers de se concentrer sur leur cœur de métier

La solution Mobilosoft peut être aisément connectée au système de ses clients afin d'effectuer des synchronisations automatiques des informations telles que les niveaux de stock, les promotions, les informations sur les points de vente.
Pour augmenter le ROI et développer plus de leads qualifiés, Mobilosoft propose aux distributeurs et aux marques un ensemble d'outils de création de trafic sur le site mobile : référencement naturel et payant (SEA& SEO), création de campagnes de QR Codes, SMS, NFC…

La solution Mobilosoft est accessible par abonnement, dont le montant est défini en fonction du nombre d'utilisateurs du CMS, du nombre de visites sur le site, de produits affichés… Les tarifs s'échelonnent de 50 à 700€/mois, avec un prix moyen de 350€/mois. C'est le choix d'un CMS mutualisé qui permet à Mobilosoft de proposer ces coûts peu élevés.

Pourquoi l'abonnement ? Pour pouvoir accompagner les distributeurs et les marques dans la durée et leur permettre d'adapter leur site Internet mobile, aux évolutions technologiques et nouveaux standards. Lorsqu'Apple ou Google lance une nouvelle version de son système, ils sont garantis d'être toujours à jour dans leurs évolutions techniques. Ce aussi bien pour les anciens smartphones que pour les nouveaux.

Et ce budget est compris dans le prix de la licence, aucun coût supplémentaire de développement. Le site mobile reste ainsi à la pointe de la technologie.

Une ouverture vers un nouveau marché

Après un lancement réussi en Belgique, **la startup s'ouvre au marché français**. Mobilosoft compte déjà parmi ses clients des enseignes renommées telles que **Decathlon**, **Ixina**, **Total** ou encore **Auto5 (groupe Norauto)**.

Avec cette arrivée en France, Mobilosoft souhaite faire bénéficier les distributeurs et les marques de sa solution mais également récolter de l'information qualitative qui lui permettra de continuer à faire évoluer ses produits et services, pour répondre toujours au plus près, aux attentes des mobinautes dont le comportement évolue continuellement.

Le bureau de Paris est dirigé par **Arthur Megnin**, passionné par le Marketing et l'univers du mobile, et spécialisé dans le secteur du retail.

A propos de Mobilosoft

Créé fin 2010 par Georges-Alexandre Hanin, Mobilosoft propose aux distributeurs et aux marques de créer rapidement un site mobile clé en main compatible avec toutes les plateformes de smartphones. La solution est spécialement conçue pour les aider à générer du trafic et des ventes dans leurs magasins, grâce à plusieurs fonctionnalités : store locator, promotions, catalogue et disponibilité des produits, infos pratiques…

Mobilosoft propose également à ses clients toute une gamme de services et solutions pour créer du trafic sur le site mobile (QR codes, NFC, emailing, SMS...).

Lancée en Septembre 2011, la solution de Mobilosoft a déjà été adoptée par plus de 15 enseignes parmi lesquelles Decathlon, Henri Boucher, Total, Auto5…

A propos de G.A Hanin

Georges-Alexandre Hanin a commencé sa carrière au sein du groupe Altran en tant que Business Developer puis au cabinet Deloitte où il était consultant CRM.

Georges-Alexandre est un entrepreneur dans l'âme, et il lance Mobilosoft en 2010, mix réussi de ses 3 passions: la création d'entreprise, le high-tech et le monde du retail.