

Expérience en magasin, en ligne... Le virage « new retail » de Keyneosoft

Avec son logiciel de gestion de vente en ligne et en magasin et sa caisse mobile, Keyneosoft compte bien profiter de la transformation du retail vers un modèle hybride, largement accélérée par la pandémie de Covid-19. La startup affiche d'ailleurs cette année une forte croissance, qui devrait se poursuivre en 2022, notamment grâce au programme New Shopping Experience du PICOM by Cap Digital.

Temps de lecture : minute

10 novembre 2021

Malgré le ralentissement de l'économie dû à la crise du Covid-19, Keyneosoft se porte bien. L'entreprise lilloise de retail a remporté le prix de la Paris Retail Week dans la catégorie " commerce omnicanal " le 30 septembre dernier. Plus significatif encore, Keyneosoft a enregistré une croissance de +40% de son chiffre d'affaires en 2021. " *Alors que nous étions une société plutôt traditionnelle, hébergée dans des bureaux des plus classiques et plutôt réticente au télétravail, nous avons très vite intégré les nouvelles conditions de travail contraintes par la pandémie, témoigne Eric Noé, son directeur du développement. Aujourd'hui, la règle ne nous impose que deux jours aux bureaux par semaine, qui vont bientôt être transférés dans une maison située dans un super quartier de la métropole lilloise, avec un grand jardin, une piscine et une partie des services installés dans des conteneurs très design.* "

Cette réussite, Keyneosoft la doit à une combinaison de facteurs particulièrement adaptés à l'évolution du marché : un cœur de métier qui s'appuie sur des activités hybrides, en magasin et en ligne, une offre positionnée sur les aspects les plus dynamiques du retail (click & collect, live shopping, caisse mobile...) et une expertise qui remonte à plus de quinze ans. La société ayant émergé, il y a cinq ans, comme spin-off de l'agence La Mobilery, créée, elle, en 2007.

Un éditeur de logiciel au cœur de la vente de sapin de Noël chez Ikea

Aujourd'hui, Keyneosoft est " *un éditeur de logiciel et un intégrateur du new retail avec des solutions en marque blanche ou personnalisées* ", commence Eric Noé. Son premier produit clé est un " middleware ", soit une plateforme logicielle qui, grâce à son système de gestion des commandes intégré (OMS), aide les distributeurs à développer tous les parcours omnicanaux, c'est-à-dire qui mélangent l'expérience en magasin et le site de e-commerce - une hybridité qui

fait le sel du new retail.

Eric Noé s'explique : " *En s'interfaçant avec différentes composantes du système d'information du distributeur (site de e-commerce, terminal du prestataire de paiement, logiciel de gestion (ERP)...) mais aussi avec ses équipements (caisses, casiers, imprimantes, smartphones du client final...), Keynesoft facilite la tâche des distributeurs pour gérer, par exemple, le click & collect, la e-réservation ou encore le ship from store, soit la possibilité pour le magasin de préparer des commandes issues du e-commerce sur la base de son stock en magasin - ce qui éradique tout bonnement la rupture de stock.* "

La société compte aujourd'hui " *une trentaine de clients, principalement en France* ", précise le directeur du développement. Parmi eux, de gros noms comme Marionnaud, PicWicToys ou le groupement de pharmacie Giphar. " *Notre premier click & collect, il y a 6-7 ans, a été mis en place pour les sapins de Noël chez Ikea* ", se rappelle Eric Noé. Vaste opération commerciale, la vente de sapins de Noël générerait alors de gros embouteillages sur les bretelles d'autoroutes à proximité de l'enseigne suédoise. Cette dernière a donc fait appel aux équipes de La Mobilery, aujourd'hui chez Keynesoft, pour " *créer un parcours d'achat plus fluide* " mélangeant la réservation en ligne et la récupération du produit sur place, mais avec prise de rendez-vous. " *Aujourd'hui, toute la vente de sapin de Noël d'Ikea, y compris la gestion des cashbacks, est entièrement gérée par Keynesoft, tout comme la partie alimentation du vendeur de meuble, d'ailleurs* ", s'enorgueillit le directeur du développement, qui vise maintenant les branches suédoise, canadienne et australienne du groupe d'ameublement.

Plus récemment, la plateforme de Keynesoft a aussi été mise à contribution pour des parcours de vente encore plus innovants, comme avec Fraich'Connection. Ce magasin de produits frais et locaux lancé en 2021, ouvert 24h/24 et 7j/7 en self-service dans les villages où il manque des commerces, fonctionne grâce à un système de conteneurs avec des casiers réfrigérés, qui s'appuie sur la plateforme de Keynesoft. " *On s'interface avec tout, les casiers, les étiquettes de prix, le système de paiement... Et Fraich'Connection utilise notre site marchand* ", indique Eric Noé, tout sourire.



À lire aussi

Le live commerce porte Caast à l'international

Disrupter l'encaissement commercial

Lors de la Paris Retail Week, qui s'est tenue du 28 au 30 septembre dernier au parc des expositions de la porte de Versailles, Keynesoft a officialisé son nouveau produit phare : une caisse omnicanale - ou " *mobile-first* ", selon les mots d'Eric Noé -, c'est-à-dire un service d'encaissement intégrable aussi bien sur des caisses traditionnelles que sur le smartphone d'un vendeur et qui s'appuie sur le logiciel maison de la société. En réalité, Keynesoft a déjà déployé cette caisse chez plusieurs de ses clients, à l'instar d'Éléphant bleu, Marionnaud ou Devred.

" Les acteurs traditionnels de l'encaissement ont du mal à passer à l'omnicanal, notamment parce qu'ils continuent d'utiliser des technologies vieillissantes et peu flexibles, comme le système d'exploitation Windows, remarque Eric Noé. Notre caisse révolutionne le secteur car elle est intégrable à tout système, et parfaitement compatible avec Android par exemple. Un peu comme Tesla dans l'automobile, nous disruptons l'encaissement commercial. "

Cette démarche vers la flexibilité du parcours de vente, qui a valu à cette caisse omnicanale son Paris Retail Award, s'inscrit dans la droite ligne de l'histoire de la société. En 2007, l'ingénieur Nicolas Delcourt et le commercial Alexandre Mayaud fondent La Mobility après avoir constaté " *une grosse différence entre le e-commerce et ce que l'on trouve en magasin* ", rappelle Eric Noé. Self scan mobile géolocalisé, borne d'extension de gammes, drive... Les deux hommes essaient alors " *de combler, point à point, ce qui manquait en magasin* " grâce au numérique.

Mais, en 2016, Alexandre Mayaud constate que la création d'offres sur-mesure se heurte à un double obstacle : la difficulté de maintenir l'expérience client et de faire évoluer l'offre. Le conseil de surveillance de la société prend alors la décision de scinder les activités du groupe en deux, faisant ainsi naître Keynesoft, " *afin de créer un socle logiciel sur lequel s'appuyer pour faire des projets personnalisés* ", poursuit le directeur du développement. En ligne de mire, la flexibilité : " *Avec ce tronc commun qu'est notre middleware, il est très facile de faire évoluer la structure, assure Eric Noé. Peut-être qu'en 2024, une nouvelle forme de click & collect va sortir. En tant qu'éditeur de logiciel, nous pourrons l'intégrer au plus vite !* "

Une R&D " guidée par les besoins des clients

"

Justement, le programme New Shopping Experience 2021, organisé par le PICOM by Cap Digital, a été l'occasion pour Keynesoft d'innover, une fois de plus. Coutumière de l'événement, la société d'Alexandre Mayaud a postulé cette année avec un projet de live shopping planifié.

Avec son partenaire, le spécialiste français du live shopping Spockee, Keyneosoftware a proposé une offre intégrée permettant aux magasins d'utiliser leurs ressources commerciales, comme les vendeurs spécialisés, sur des sessions de live shopping.

Les enseignes Cora et Les Mousquetaires ont adhéré à l'idée, qu'elles aimeraient utiliser tout particulièrement pour des lancements de produits à durée limitée. *" Plutôt que les gens se jettent sous les grilles le matin du lancement, notre offre permettra d'allouer une partie du stock à des clients qui auront assisté à une session de live shopping, détaille Eric Noé. Ils pourront l'acheter à ce moment-là et prendre rendez-vous sur des créneaux de retrait pour venir le chercher. "*

Pour le directeur du développement, l'expérience financée par le fonds européen de développement régional (FEDER) a été particulièrement enrichissante car *" elle nous a permis de cadrer la R&D, non plus déconnectée des réalités de terrain, comme c'est souvent le cas, mais guidée par les besoins des clients "*. Et de poursuivre : *" Il y a quelques mois encore, le live shopping planifié ne faisait pas partie de notre offre et, en ce mois de novembre, nous allons livrer nos deux partenaires, Cora et Les Mousquetaires. Nous n'aurions jamais eu le temps de réaliser un tel exploit sans la New Shopping Experience et le financement du FEDER. "* Une nouvelle offre qui, l'année prochaine, pourrait bien apporter à Keyneosoftware une croissance *" au moins aussi positive qu'en 2021 "*, espère Eric Noé.

Maddyness, partenaire média de PICOM by Cap Digital

Article écrit par Maddyness, avec PICOM by Cap Digital