

En lançant un partenariat avec MonMécanicien, Shell passe la seconde en matière d'innovation

En 2017, MonMécanicien a rejoint le programme Shell LiveWire, créé pour accompagner les startups et jeunes entreprises innovantes dans les secteurs de l'énergie et de la mobilité. Au terme de cette collaboration, le pétrolier Shell a décidé d'accroître davantage ses liens avec la jeune pousse avec la mise en place d'un partenariat.

Temps de lecture : minute

31 octobre 2018

Présent dans 17 pays, Shell LiveWire compte pas moins de 9,2 millions de jeunes entrepreneurs répartis sur les 5 continents. Ce programme créé par la compagnie pétrolière anglo-néerlandaise offre la possibilité aux startups incubées de profiter d'un coach dédié, d'un parcours personnalisé et de se voir proposer des experts métiers selon ses besoins (stratégie, finance, marketing, logistique et supply chain, achats, juridique, HSSE...). À travers un accompagnement de neuf mois, MonMécanicien, site de mise en relation entre automobilistes et garages indépendants " *certifiés* ", a également pu s'appuyer sur le réseau de Shell mis à la disposition des jeunes pousses.

L'histoire avec MonMécanicien remonte à 2016, lorsque Shell approche la startup suite à un article de presse paru dans un magazine spécialisé. Après un bon contact, les deux parties entament des discussions afin que la jeune pousse puisse appréhender les enjeux de la multinationale. Hugo Barberot, co-fondateur et CEO de MonMécanicien, se réjouit de l'accompagnement qui a suivi. " *Nous avons bénéficié de leur savoir-faire*

notamment en terme de marketing, de finance et de stratégie commerciale. Leur connaissance du marché nous a également permis d'accélérer sur certaines problématiques telle que le développement de notre réseau de professionnel de l'entretien et de la réparation automobile ", explique l'entrepreneur.

Du programme d'accompagnement au partenariat, il n'y a qu'un pas

Après une collaboration fructueuse, Shell et MonMécanicien ont souhaité aller encore plus loin en développant un accord de partenariat opérationnel avec Shell Lubrifiants (qui désigne collectivement les sociétés du Groupe Shell engagées dans des activités lubrifiants). Ce partenariat prévoit des conditions préférentielles pour les clients Shell qui vont ainsi bénéficier de frais minorés sur la place de marché MonMécanicien. *" Nous avons une approche complémentaire et pouvons servir nos intérêts mutuels ", assure Hugo Barberot. En effet, si pour la startup associer son nom au géant pétrolier est un réel " vecteur de qualité et de savoir faire ", ce dernier peut de son côté mettre à profit l'agilité de la jeune pousse. " Notre concept propose une nouvelle expérience de l'entretien automobile. Une expérience entièrement digitale qui se veut plus simple et plus transparente. Shell s'est donc naturellement intéressée à notre approche et a souhaité aller plus loin avec un réel partenariat ", poursuit l'intéressé.*

" L'enjeu pour nous est de simplifier ce vaste marché avec une multitude d'offre et des niveaux de qualité/prix extrêmement variés. MonMécanicien doit permettre au consommateur final de faire un choix de manière éclairé "

Hugo Barberot, co-fondateur et CEO de MonMécanicien

Alors, quels sont les enjeux d'innovation auxquels MonMécanicien peut répondre à travers ce partenariat ? Avec plus de 2 millions de visiteurs sur les 12 derniers mois et une couverture nationale quasi complète, la startup souhaite accompagner des sociétés telles que Shell dans la digitalisation de leur offre. En effet, l'objectif est d'imposer la plateforme comme un vecteur d'information pour tout automobiliste afin d'apporter un niveau d'information et de clarté supplémentaire, comme l'explique Hugo Barberot : *" L'enjeu pour nous est de simplifier ce vaste marché avec une multitude d'offre et des niveaux de qualité/prix extrêmement variés. MonMécanicien doit permettre au consommateur final de faire un choix de manière éclairé. Shell nous aide à structurer cela "*.

La plateforme estime aujourd'hui pouvoir augmenter le chiffre d'affaires de 10 % des professionnels situés dans les zones les plus urbaines. MonMécanicien ne compte pas s'arrêter là en proposant toujours plus de services à destination de ses clients automobilistes : paiement en plusieurs fois, service de conciergerie, assurance et garantie, livraison et montage d'accessoires... En ce qui concerne ses clients professionnels, la mission est de les accompagner dans leur transformation en développant *" des outils simples et accessibles en terme de coût "*. *" Notre marketplace est une première brique mais nous travaillons sur des solutions de gestion d'atelier accessible en mode SaaS "*, conclut Hugo Barberot.