

Initiation à l'entrepreneuriat

Étude de cas – Le cas Mobeye

Ce cours vous est proposé par Frédérique BLONDEL, Maître de conférences, Université Paris-Saclay et par AUNEGe, l'Université Numérique en Économie Gestion.

Consignes

À partir des documents ci-dessous (deux sources Internet) et de vos connaissances en entrepreneuriat, répondez aux questions suivantes :

- 1. Quels sont les clients de Mobeye ? Comment Mobeye gagne de l'argent ?**
- 2. Comment résumeriez-vous l'entreprise Mobeye si vous deviez rédiger un paragraphe d'introduction de son business plan ?**
- 3. Comment l'entreprise Mobeye est accompagnée et financée lors de sa création ?**

Fiche d'identité de Mobeye

Date de lancement : lancement de l'appli iphone début juillet 2013

Nom et formation des fondateurs : Augustin Rudigoz (CEO, ISEP & ESCP), Aymeric Porte (CFO, IESEG & ESCP), Aymeric Bérenger (CCO, ESTP & ESCP), Benjamin Toueg (CTO, Polytechnique).

Mobeye, l'application qui vous fait gagner de l'argent en faisant vos courses

Source : <https://wydden.com/france-startup-start-up-mobeye/>

Après la diffusion d'offres de stages originales, Mobeye a attiré l'attention de 1001 startups, qui voulait en savoir plus sur cette startup.

Mobeye est une application Smartphone qui permet aux consommateurs d'être rémunérés par les marques lorsqu'ils checkent la visibilité des produits dans les points de vente.

Pouvez-vous nous présenter votre société ?

Mobeye est une application smartphone permettant aux marques et aux entreprises d'obtenir des données marketing en magasin en sollicitant et rémunérant des consommateurs ! Le projet est né au cours du mastère spécialisé Innover et Entreprendre de l'ESCP Europe dont 3 des 4 associés sont issus.

Comment cela fonctionne ?

Il est stratégique pour les groupes distribuant leurs marques en point de vente de disposer d'informations quant à la présence et à la visibilité de leurs produits. Jusqu'à présent, la collecte de ces données était longue et onéreuse.

Mobeye, grâce à son appli smartphone, permet à ces marques de disposer d'informations fiables très rapidement grâce à une communauté de consommateurs comme vous et moi ayant téléchargé l'application sur leur smartphone et réalisant des missions en magasin en échange de quelques euros.

Quelques chiffres ?

500 photos collectées en 1 mois +19%, c'est la croissance du marché du store audit.

125 €, ce qu'a gagné en trois jours notre meilleur mobeyeur 200 coques iPhone mobeye à distribuer que vous pouvez venir chercher dès la semaine prochaine dans nos locaux (Startup 42 – 18 Rue Pasteur au Kremlin Bicêtre).

Quel est votre business model ?

Notre business model est très simple : nos clients nous payent pour collecter des données terrain puis les analyser. Nous reversons une partie de ces gains aux utilisateurs de notre appli collectant les données, l'autre partie des gains est investie dans l'analyse et le stockage de données, sans oublier notre petite marge ;).

Quelle est votre actu de moment ?

Mobeye est en pleine croissance, il nous faut de l'eau... mais pas que ! On cherche à recruter pour renforcer notre équipe technique afin de gérer la communauté qui grandit chaque jour et la montée en charge du volume de missions proposées.

On a donc choisi de communiquer de manière décalée ce qui a fait pas mal de buzz sur le net.

Mobeye, un œil sur tout

Source : <https://www.strategies.fr/actualites/medias/1040586W/mobeye-un-oeil-sur-tout.html>

Mobeye, qui vient de remporter le concours de start-up organisé par l'IAB Europe, mise sur la communauté des mobinautes pour recueillir en magasin des informations précieuses pour les marques.

Comment vérifier que son produit est bien présent en magasin, qu'il est mis en avant comme il se doit ou encore que le mobilier commercial a bien été installé comme prévu contractuellement? C'est pour répondre à ce besoin des marques que la start-up française Mobeye a été créée en mai 2013. L'idée? Demander aux millions de mobinautes de recueillir ces informations dans les points de vente, photo à l'appui, contre quelques euros.

« C'est difficile pour les marques de suivre en temps réel la situation et le placement de leurs produits et/ou de leur publicité en magasin. Nous voulons appliquer à la distribution physique la logique data-driven du web et ainsi permettre à nos clients de mieux piloter leur activité grâce aux données disponibles », résume Augustin Rudigoz, l'un des quatre fondateurs de Mobeye.

Rayon prioritaire

Chaque jour, l'application propose à ses 230 000 inscrits des missions à réaliser en fonction de l'endroit où ils se trouvent. Ici, il faut vérifier que le meuble frais Kinder a bien été installé, là que les amandes en poudre Vahiné ne sont pas en rupture de stock. En fonction de l'ampleur de la mission, le mobinaute reçoit de 3 à 15 euros. Mobeye revendique 600 à 1 000 points de vente visités quotidiennement, pour le compte de plus de 120 clients.

La marque a accès en temps réel à un tableau de bord qui lui permet d'analyser ses performances en magasin. *« Aujourd'hui, 76% des décisions d'achats sont prises en point de vente. La présence des produits, le respect des accords commerciaux et la bonne tenue des rayons sont donc plus que jamais une priorité »*, insiste Mobeye sur son site internet.

Fort d'une levée de fonds de 1,2 million d'euros en février 2015 auprès du fonds Aurinvest, la start-up, qui emploie actuellement 30 personnes, s'est depuis développée dans les études afin d'élargir la palette des services proposés aux marques. Autre axe de développement, l'international, avec déjà un bureau à Bruxelles et Madrid.

L'an dernier [2015], Mobeye a réalisé un chiffre d'affaires de 900 000 euros, deux fois plus qu'en 2014. Pour l'année 2016, la start-up entend bien rester sur cette tendance, avec « *une croissance à trois chiffres* », anticipe Augustin Rudigoz. Déjà, elle vient de remporter le concours de start-up organisé mi-mai par l'IAB Europe à l'occasion de son congrès annuel Interact.

Corrigé : éléments de réponse

1. Quels sont les clients de Mobeye ? Comment Mobeye gagne de l'argent ?

Les clients de Mobeye sont les industriels qui souhaitent obtenir des « *informations fiables très rapidement* » sur l'implantation de leurs produits sur les lieux de vente. Ils paient donc pour le service associé à l'obtention de ces informations sur leurs marques : sont-elles placées à l'endroit prévu ? L'affichage du prix est-il clair ? La promotion est-elle bien mise en avant ? Etc. Comme l'explique le co-fondateur de Mobeye : « *Notre business model est très simple : nos clients nous payent pour collecter des données terrain puis les analyser.* »

2. Comment résumeriez-vous l'entreprise Mobeye si vous deviez rédiger un paragraphe d'introduction de son business plan ?

Mobeye est une application de marketing participatif qui permet à des fabricants de vérifier que leurs produits et/ou marques sont bien implantés dans les points de vente. En effet, les consommateurs usagers de cette application envoient des informations et/ou photos en temps réel sur l'emplacement et le prix de ces produits et/ou marques à Mobeye. Les industriels peuvent ainsi, grâce à cette application, disposer d'informations marketing en magasin grâce aux consommateurs usagers connectés qui eux-mêmes reçoivent une petite rémunération pour ce service de remontée de l'information. Mobeye gagne donc de l'argent en vendant des données aux marques les concernant afin qu'elles puissent vérifier leur visibilité dans les magasins.

3. Comment l'entreprise Mobeye est accompagnée et financée lors de sa création ?

L'application Mobeye est créée par des co-fondateurs qui ont besoin de peu de capital de départ, probablement sur fonds propres. Le démarrage est donc modeste en termes de besoin de financement.

Mobeye participe ensuite à des concours de start-up, dont celui organisé par l'IAB Europe, et peut ainsi augmenter ses fonds propres en gagnant des prix (sous forme de sommes d'argent) afin de financer le développement de ses activités et de son équipe.

Mobeye a également fait une levée de fonds de 1,2 million d'euros en février 2015 auprès du fonds Aurinvest pour financer sa croissance à l'international notamment.

Références

Comment citer ce cours ?

Initiation à l'entrepreneuriat, Frédérique Blondel, AUNEGe (<http://aunega.fr>), CC – BY NC ND (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).



Cette œuvre est mise à disposition dans le respect de la législation française protégeant le droit d'auteur, selon les termes du contrat de licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>). En cas de conflit entre la législation française et les termes de ce contrat de licence, la clause non conforme à la législation française est réputée non écrite. Si la clause constitue un élément déterminant de l'engagement des parties ou de l'une d'elles, sa nullité emporte celle du contrat de licence tout entier.