

**SÉRIE START-UP (7)**  
*Chaque mois, paperJam propose un gros plan sur une start-up luxembourgeoise qui sera peut-être un fleuron de l'économie de demain. Ce mois-ci: AllFindUs*

ALLFINDUS

# A l'écoute des clients

*Euromodul propose aux entreprises de suivre la satisfaction de leurs clients via un service en ligne. La plate-forme AllFindUs permet aux internautes d'apprécier la note laissée par les utilisateurs, la start-up certifiant neutralité et transparence.*

Pierre Sorlut (texte), Olivier Minaire (photo)

Le web participatif fait des émules et offre un terreau fertile au développement de modèles de management 2.0. **Armin Schmatz**, 53 ans, dont une bonne vingtaine dans la banque (voir encadré), a observé l'évolution des prestations offertes aux clients en même temps que le web social. En conséquence, il a fait de la participation et de la transparence les maîtres mots de son entreprise prestataire de services en analyse clientèle.

Depuis fin 2008, **AllFindUs** est l'interface en ligne sur laquelle apparaissent les notes attribuées aux entreprises par leurs utilisateurs. 4,2 millions de sociétés sont référencées sur la plate-forme. Parmi elles, 36.000 sont luxembourgeoises.

Mais ce site Internet n'est que la partie immergée des services offerts par la société **Euromodul**. Les entreprises peuvent également s'offrir l'accès aux commentaires de leurs clients pour leur permettre d'étalonner leur stratégie adéquatement. AllFindUs fournit, selon son concepteur, «une analyse sur le long terme au moyen de graphiques et de courbes» basée, par exemple, sur les notes données par les utilisateurs sur des aspects prédéfinis.

Certains postulats justifient le positionnement de la start-up. Il est d'abord souvent dit qu'un client de perdu parle de la société à dix personnes. Le *business object* d'Euromodul et son infrastructure technique garantissent un suivi permanent

de l'accueil du marché et permettent de dépasser la ponctualité bridante des enquêtes de satisfaction ou des retours du service client.

Selon un autre adage, un client satisfait par les prestations d'une société parlerait de cette dernière à trois personnes. Via AllFindUs, les entreprises peuvent prendre la mesure des retours positifs et dessiner les perspectives en «écoutant» le marché. Combien de consommateurs contactent le service après-vente pour manifester leur contentement? Cet outil a une pertinence économique, puisqu'il offre au management une idée des tendances et permet d'appréhender les investissements nécessaires dans le futur proche.

## All-in sur la sortie de crise

La jeune société compte aujourd'hui 50 clients. Son CEO envisage 200 à la fin de l'année. Le contexte de sortie de crise devrait contribuer au lancement de l'activité une fois pour toutes. D'un point de vue micro-économique, l'entrepreneur est convaincu que la satisfaction client sera de plus en plus prise en compte. Selon l'intéressé, les sociétés concernées considéreront davantage le suivi de leurs investissements, notamment dans le secteur tertiaire où les perceptions des clients et prospects tiennent une place prépondérante.

L'optimisme placé dans la sortie de crise prend corps dans la prise de risque considérable consentie par la direction, qui investit dans l'emploi de

huit personnes à plein temps; ce qui confère à la start-up une structure relativement lourde pour son jeune âge. Outre quatre personnes travaillant sur les supports IT et l'administratif, «quatre autres sont entièrement dévouées aux activités commerciales et chargées de nouer des liens avec les dirigeants des entreprises allemandes», explique M. Schmatz.

Le marché allemand attire pour l'instant principalement l'attention, car il est jugé plus «réceptif à ce type d'approche». Pourtant, l'Allemagne compte bon nombre d'instituts d'analyse de marché. A première vue, donc, jouer des coudes ne tournerait pas forcément à l'avantage de la petite entreprise luxembourgeoise, notamment face aux mastodontes de type **YouGovPsychonomics**. Mais **Christophe Said**, responsable de la communication et des ventes, fait valoir une approche différente: «Nous privilégions un suivi sur le long terme et en direct. Nos clients peuvent observer au jour le jour les mouvements d'appréciation de la clientèle.» Comparativement, les sociétés traditionnelles de l'analyse de marché ne sont souvent employées que pour des missions ponctuelles. Grâce à la prestation fournie par AllFindUs, les positionnements stratégiques des sociétés clientes peuvent fluctuer au gré des commentaires.

En réalité, l'objectif affiché consiste à «faire du standard AllFindUs, la référence pour ce qui touche à la satisfaction clients». La présence de son label

## «Un outil de mesure neutre à la disposition des entreprises»

ARMIN SCHMATZ (Euromodul)



CV

### Parcours atypique

Armin Schmatz ne satisfait pas vraiment aux attentes stéréotypées du créateur de start-up informatique. D'origine allemande et résident du Grand-Duché depuis 18 ans, l'entrepreneur, âgé de 53 ans, a mené la majeure partie de sa carrière dans le secteur bancaire, passant notamment par la Bayerische Landesbank à Munich et la SEB Privatebank à Luxembourg. Il suit en 2003-2004 une formation pour obtenir une certification de *rating analyst* et se dédie à ce nouveau métier en «montant sa boîte» en 2008: Euromodul, dépositaire du projet AllFindUs.

Il n'est donc pas question, pour le créateur de la jeune pousse, d'engagement fougueux au sortir d'études de management, mais d'un calcul réfléchi, fort d'une riche expérience dans le tertiaire. ●

sur les sites Internet des sociétés devrait témoigner de l'importance accordée par ces dernières à l'écoute des besoins de leurs clients.

#### Une neutralité à l'épreuve

Pour ce faire, Armin Schmatz s'appuie sur une coopération avec la prestigieuse université de Saint Gall en Suisse. «*Nous bénéficions de leur certification.*» Elle atteste de la «*qualité et de la qualification du produit*». L'entrepreneur insiste sur la neutralité et l'objectivité du label et du suivi. «*Nous sommes neutres, nous n'avons aucun parti pris.*»

De même, la start-up garantit des standards de sécurité élevés pour que les avis des utilisateurs ne soient pas le fait de sociétés tierces engagées par des concurrents peu scrupuleux. Tous les commentaires seraient, selon M. Said, filtrés par un logiciel vérifiant la réelle existence de l'internaute et la véracité de l'adresse email utilisée.

Par ailleurs, la plate-forme AllFindUs peut aussi faire office de vecteur de différenciation pour les petites et moyennes entreprises fournissant des prestations d'un même type. Christophe Said prend en exemple «*des cabinets de kinésithérapie de Trèves qui souhaiteraient se distinguer*» sur un marché très concurrentiel: «*Notre assistance permet à nos clients de se détacher de leurs pairs et de dire 'nous avons le même produit, mais notre service est plus apprécié de nos utilisateurs.'*»

La direction espère, à moyen terme, développer ses activités au Grand-Duché. «*Le Luxembourg va s'y mettre un jour ou l'autre, j'en suis sûr*», confie Armin Schmatz, qui ne cache pas vouloir proposer ses services au secteur financier. L'entrepreneur pourra de toute façon compter sur un carnet d'adresses bien étoffé grâce à ses 18 années de pratique professionnelle dans la branche bancaire. Il faudra alors certainement élargir les compétences linguistiques de la société, très peu francophone pour le moment.

Le nouveau site Internet de la société sera certainement révélateur du positionnement définitif d'une start-up qui souhaiterait pérenniser son *business model* dans les deux années à venir. ●

### My SWOT

