

# Comment Planity a réussi son passage à l'échelle malgré la crise

*Planity est une plateforme de prise de rendez-vous en salon de coiffure ou institut de beauté. Maddyness a rencontré Paul Vonderscher, son co-fondateur et directeur de la technologie, pour comprendre comment l'entreprise a réussi à passer à l'échelle en quatre ans.*

Temps de lecture : minute

---

28 juin 2021

À la création de Planity, début 2017, l'ambition était de créer une plateforme en ligne de prise de rendez-vous beauté. Au fil des années, elle s'est largement enrichie pour intégrer des services complémentaires, tels que l'encaissement. *"L'objectif est de devenir un point de gestion unique de tout le salon"*, souligne Paul Vonderscher, co-fondateur et directeur de la technologie de Planity. Et les plans de l'entreprise s'accélérent suite à la crise du Covid-19, facilitant l'adoption de son outil, particulièrement par les salons de coiffure.

## Répondre aux attentes des clients et utilisateurs

L'intégration de fonctionnalités de caisse visait aussi à répondre au besoin plus général de numérisation de ces établissements. Gestion de cartes de fidélité ou de cartes cadeaux : *"Quand on met le pied dans la porte, il faut aller jusqu'au bout"*, indique Paul Vonderscher, qui explique avoir dû *"anticiper la montée en charge"* pour traiter les requêtes

utilisateurs et stocker leurs données. Opérant dans un secteur aux contraintes particulières, Planity a également créé un réseau de terrain afin de démarcher, puis accompagner l'adoption de sa plateforme à la fois par les commerçants et leurs clients. *"Est-ce qu'un appareil ou une cabine est nécessaire, et à quel moment ? Qui fait quelle étape de la prestation ?"* Autant de questions auxquelles répondre pour que l'outil colle aux attentes des professionnels.

Les commerciaux de l'entreprise endossent également la casquette de formateurs auprès des nouveaux établissements clients. Une équipe dédiée, *"le service lancement"*, prend alors la suite pour s'assurer que l'installation se déroule correctement. Une structuration, appuyée par une levée de fonds de 10 millions d'euros en 2020 et un futur tour de table à hauteur de 30 millions d'euros, qui permet à Paul Vonderscher de qualifier son entreprise de scaleup. Aujourd'hui, plus de 10 000 établissements utilisent l'application, qui a enregistré 40 millions de réservations depuis 2017 et double son chiffre d'affaires chaque année depuis 2019.

Pour parvenir à ce niveau critique, Planity a choisi de ne pas se reposer sur des serveurs mais sur une machine virtuelle de son partenaire AWS.

*"Chaque point de tâche peut scaler indépendamment, avoir les volumes de charge et de mémoire qui lui sont nécessaires sans affecter l'ensemble du système"*, explique aussi le directeur de la technologie, selon qui cette architecture présente l'avantage d'être une solution managée.

Face aux confinements de 2020, Paul Vondescher loue la réactivité dont l'entreprise a fait preuve. *"On a remplacé les SMS de rappel par des SMS d'annulation. On a aussi bloqué la prise de rendez-vous en ligne et coupé les mails d'avis, illustre-t-il, estimant que les clients se sont montrés "reconnaissants" de cette gestion au pas de course. Cela les a confortés dans l'idée que, malgré certaines craintes, la digitalisation, ça n'est pas laisser la main à quelqu'un d'autre et perdre le contrôle. C'est davantage être aidé par des gens qui sont experts dans leur domaine et qui, en cas de coup dur, pourront vous accompagner. "* De quoi permettre à Planity de réaliser, au moment du second déconfinement, en quatre jours seulement, l'activité d'un mois normal en matière de prise de rendez-vous beauté.

## "Level Up" , l'émission qui décrypte la stratégie des scaleups

La série Level Up présente les stratégies de passages à l'échelle des entreprises tech françaises. Pivot, décisions clés, prises de risques, quelles sont les stratégies adoptées par les scaleups ? Quelles sont les étapes essentielles pour scaler son entreprise ? Les co-fondateurs de Swapcard, Skilleos, Planity et ManoMano prennent la parole sur leurs actualités stratégiques et reviennent sur leur gestion de la crise.

Une série à découvrir sur [Maddyplay](#).

[Découvrir toute l'émission](#)

*Maddyness, partenaire média d'AWS*

---

