

Vous voulez tester votre vélo électrique avant l'achat ? La solution de cette startup

Trÿbu met en relation les marques de vélos, trottinettes, scooters et motos électriques avec des ambassadeurs locaux pour permettre aux clients de tester ces produits dans des conditions réelles.

Temps de lecture : minute

12 juin 2024

Le problème : Vous faites encore partie des 50% de foyers qui n'ont pas encore de vélo et il est temps d'y remédier... sauf qu'acheter un vélo n'est, selon vous, pas si facile. Sur internet ? Impossible : vous voulez tester avant ! En magasin ? Malgré le manque de diversité, vous en avez essayé un ou deux : vous avez pu rouler un peu, en slalomant entre les clients ... mais c'est tout. Et ce n'était ni un test concluant, ni un test grandeur nature. Et, surtout, rien de tout cela ne vous a donné envie d'acheter.

« Lorsque j'ai voulu acheter mon premier vélo électrique, j'ai fait le tour des vélocistes de mon secteur, mais je me suis rapidement rendu compte qu'ils vendaient tous les mêmes produits. Or, je cherchais un vélo moins commun et qui me correspondait », se rappelle Thibaud Mory, cofondateur et CEO de Trÿbu. « Je suis tombé sur une jeune marque qui vendait leurs vélos uniquement par internet, suite à quoi je les ai contactés pour trouver un moyen de l'essayer dans mon secteur. Il me semblait inconcevable de dépenser une somme si importante sans voir ni essayer le produit : c'est comme cela qu'est né le programme ambassadeurs ».

La soluce : des ambassadeurs pour tester avant l'achat des produits favorisant la mobilité douce

Les marques de vélos, trottinettes et scooters électriques rencontrent souvent des difficultés à s'implanter dans des magasins spécialisés, limitant leur accès au marché. Les consommateurs, quant à eux, hésitent à acheter des produits coûteux sans les tester, ce qui freine l'adoption de la mobilité douce. Trÿbu a donc conçu un réseau d'ambassadeurs pour permettre des essais en conditions réelles. Ce système favorise une expérience d'achat unique et personnalisée, tout en réduisant le risque de surstock pour les détaillants.

La startup propose un système informatique permettant aux marques de gérer des ambassadeurs qui feront tester aux clients leurs produits en conditions réelles, lors de trajets quotidiens, à domicile ou sur le lieu de travail. Les marques bénéficient alors d'une présence nationale sans avoir à investir massivement dans des points de vente physiques. Les consommateurs, quant à eux, profitent d'une expérience d'achat personnalisée avec des conseils d'experts.

Pour rencontrer un ambassadeur et tester les produits, il suffit de réserver un créneau avec un ambassadeur pour essayer le vélo ou la trottinette, par exemple lors de son trajet quotidien. L'outil informatique de Trÿbu gère le suivi des ambassadeurs, le traitement des données et la rémunération. « *Trÿbu est une solution SaaS qui se rémunère sous forme de commissions sur les ventes réalisées par le réseau d'ambassadeurs* », précise Samuel Gleize-Bourras, cofondateur et CTO de Trÿbu. « *Il s'agit d'une coutume courante lors de la vente sur les marketplaces, sauf que nous proposons, pour une commission inférieure, un service innovant, unique et personnalisé permettant d'offrir la meilleure expérience client.* »

Un taux de conversion supérieur à 40%

Actuellement, la startup accompagne une vingtaine de marques de vélos, avec plus de 120 ambassadeurs répartis dans trois pays (France, Suisse, Belgique). Ces derniers ont réalisé plusieurs centaines de tests au cours des 12 derniers mois, avec un taux de conversion supérieur à 40%.

Trÿbu souhaite désormais adapter son application pour les entreprises, puis s'étendre à d'autres formes de mobilité douce, notamment les motos et scooters électriques. Elle envisage également de s'ouvrir à d'autres marchés tels que le ski, le bricolage et l'audio.

« De plus en plus de personnes se laissent tenter par l'essai du vélo électrique, suite à une pub qu'ils ont vu passer, sans réelle intention d'achat au départ. Après l'essai sur leur trajet du quotidien, ils se rendent rapidement compte du potentiel d'une telle alternative », affirme Thibaud Mory. « La mobilité douce devient ainsi plus qu'une simple tendance, mais une solution réelle pour un mode de vie plus durable et écologique. Alors, en un mot : essayez avant d'acheter ! »



À lire aussi
Vélos électriques : eBikeLabs et Cowboy enterrent la hache de guerre



MADDYNEWS

La newsletter qu'il vous faut pour ne rien rater de l'actualité des startups françaises !

JE M'INSCRIS

Article écrit par Guillaume Cossu