

Impulsio connecte les commerces à leurs clients grâce au NFC

MADDYPITCH - Impulsio, startup spécialisée dans la technologie NFC, lance un totem connecté permettant aux entreprises de promouvoir leurs offres auprès des clients, de manière interactive et respectueuse de l'environnement. Les deux fondateurs de 22 ans font partie des plus jeunes présents à VivaTech.

Temps de lecture : minute

23 mai 2024

Partant du constat que rendre l'information accessible au consommateur est compliqué, onéreux voire chronophage, Loïck Chabaud et Guillaume Le Diolen ont souhaité moderniser les supports de communication physiques grâce à la technologie NFC. Ils fondent ainsi Impulsio en 2023 pour rendre l'information plus mémorable, plus sécurisée et surtout beaucoup plus facile d'accès pour l'utilisateur. En plus de ses solutions existantes, la startup présente lors de VivaTech 2024 le TotEEm, un totem connecté qui remplace les solutions traditionnelles de PLV, grâce à des mises à jour et la sécurisation des données produits. « A 22 ans, nous sommes les plus jeunes entrepreneurs exposants de VivaTech 2024 », se félicite Loïck Chabaud, cofondateur d'Impulsio.

« Nous avons très rapidement été séduits par la puissance de la technologie NFC et toutes les possibilités qu'elle offre. Après avoir travaillé avec des dizaines de clients, avoir recueilli leurs avis et leurs besoins, nous sommes ravis de pouvoir présenter cette toute nouvelle déclinaison avec TotEEm. », ajoute-t-il.

Utiliser le NFC pour simplifier l'information client

Impulsio permet à ses clients, via une application dédiée, de piloter et personnaliser leurs produits en autonomie, de gérer l'ensemble de leurs leads via un CRM intégré et enfin de recueillir des statistiques pour réajuster leurs stratégies. Impulsio propose quatre produits principaux pour répondre à diverses problématiques : les cartes de visite NFC, qui facilitent la prospection en partageant et récupérant des contacts, le boîtier Uniquial, qui simplifie la collecte d'avis clients, le boîtier Uniquial Plus, qui centralise l'accès à diverses informations et enfin, les enseignes connectées, qui permettent aux entreprises de mettre à disposition des informations sécurisées et mémorables directement sur leur devanture.

En approchant leur téléphone d'un des dispositifs, les utilisateurs accèdent instantanément à des informations préconfigurées par l'entreprise, telles que des documents, des redirections URL ou des options de prise de rendez-vous.

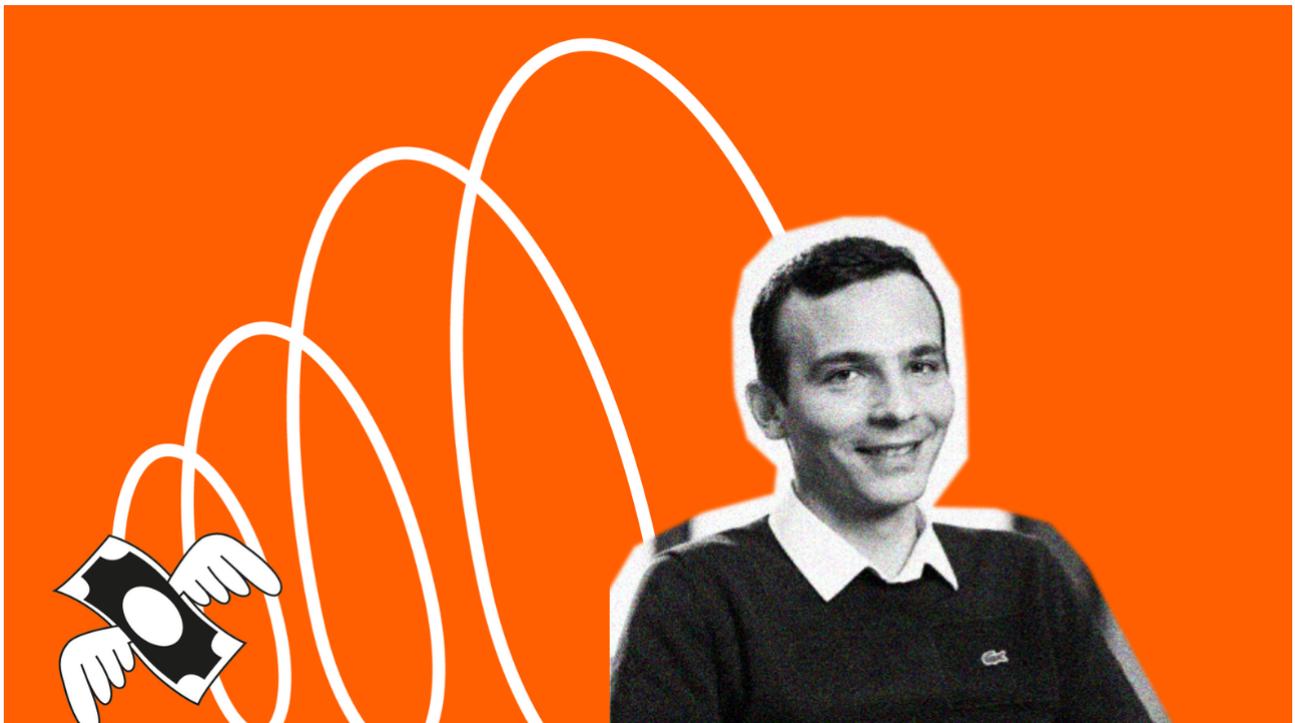
« Nous venons de valider une phase de test avec 21 magasins Carrefour dans la région Ouest. Pour Carrefour, nous avons mis au point un dispositif installé en caisse qui permet aux clients de se connecter avec leur magasin en quelques secondes », explique Guillaume Le Diolen, cofondateur de la startup. *« Cette innovation permet à Carrefour de construire un lien plus pérenne avec ses clients tout en répondant à l'enjeu majeur de la fin du prospectus. En ce sens, nous aidons les entreprises à accélérer leurs objectifs RSE. »*

Un chiffre d'affaires qui devrait tripler en 2024

L'entreprise met désormais à la disposition de ses clients le TotEEm, un

dispositif permettant aux commerces de toute taille de mettre en avant leurs offres de manière interactive. En utilisant le NFC, les clients peuvent obtenir des informations en approchant simplement leur smartphone du totem. L'entreprise n'a donc plus besoin d'utiliser du papier dans un but publicitaire. Le TotEEm génère des contacts et offre une expérience utilisateur fluide et sécurisée grâce à des procédures de double authentification. Impulsio compte déjà plus de 180 clients, dont des géants du CAC 40, et prévoit une augmentation de plus de 200 % de son chiffre d'affaires annuel en 2024.

Après avoir relocalisé toute sa production en Normandie, la jeune pousse projette désormais d'internaliser le processus de production d'ici 2025. Elle souhaite également lancer de nouvelles fonctionnalités pour ses dispositifs et investit donc dans la recherche et le développement afin d'utiliser des matériaux plus durables et écologiques.



À lire aussi

Premier bilan pour Dastore, le fonds du Groupe Carrefour



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