

Cleep lève 400 000 euros pour repenser nos repérages shopping

L'application Cleep, qui permet de recenser ses envies et repérages shopping sur différents sites commerçants, boucle une levée de 400 000 euros auprès de Sia Partners. Et vise (déjà) les États-Unis et le Royaume-Uni.

Temps de lecture : minute

17 avril 2018

"Nous ne sommes pas une énième application de wishlist." Les fondateurs de Cleep tiennent à se différencier. Et pour cause : dans l'univers très compétitif de l'e-commerce, les outils d'aide à l'achat fleurissent, et ce n'est pas toujours pour le meilleur de l'innovation. Face à une concurrence pléthorique mais dont la qualité n'a pas encore convaincu les consommateurs, Cleep espère imposer son concept de panier universel d'achats.

"Nous achetons beaucoup en ligne et nous avons rapidement constaté qu'il nous manquait un outil pour recenser nos repérages, notamment lorsqu'il s'agissait d'un achat assez pointu qui nécessitait de scanner les forums ou les retours d'expérience sur les réseaux sociaux, raconte Julien Bloch, cofondateur et CEO de Cleep. Il existait des solutions approximatives, comme Pinterest ou les wishlists mais nous souhaitons plutôt créer un panier d'achats qui fonctionnerait sur tous les sites et que l'utilisateur serait libre de valider ou non."

Miser sur l'exploration plutôt que l'achat

Car davantage que l'acte d'achat, c'est le parcours client qui intéresse

Cleep, "la phase exploratoire" avant la concrétisation. "L'idée est d'aider les utilisateurs à naviguer sur le web au milieu de toutes les sollicitations commerciales qu'il abrite, souligne le CEO. Aujourd'hui, l'utilisateur est sur-stimulé, même sur les réseaux sociaux via les influenceurs et reçoit énormément de contenus commerciaux, ce qui peut être oppressant."



En lui permettant de faire le tri parmi l'ensemble de ces propositions et de mettre de côté ce qui l'intéresse en couplant ces items avec d'éventuelles recherches approfondies sur le produit en question, Cleep veut donner un peu d'air à l'acheteur potentiel. L'outil prend aujourd'hui la forme d'une application iOS, car l'essentiel des recherches se fait désormais sur mobile. L'utilisateur peut enregistrer le résultat de ses recherches dans une de ses listes Cleep grâce à la fonction partage de son téléphone.

Des ambitions américaines

Pour accélérer son développement, l'application vient de boucler une levée de fonds de 400 000 euros auprès du Studio, fonds d'investissement de Sia Partners. La startup profitera de cet apport au capital pour développer une application Android mais aussi une version web, l'acte d'achat restant encore l'apanage des versions desktop des sites, alors que le mobile concentre l'essentiel des recherches en amont. Cleep devrait donc à terme proposer un outil multi-plateformes.

Ce premier tour de table doit aussi permettre à la jeune pousse de concrétiser ses envies d'ailleurs, résolument tournée vers les États-Unis mais aussi le Royaume-Uni, temples de la consommation. *"C'est un véritable test car si ça prend là-bas, ça prendra dans le reste du monde d'ici quelques mois, prédit Julien Bloch. Et les États-Unis ont un écosystème qui fait qu'un bon démarrage là-bas permet de se développer plus facilement ailleurs ensuite."*

Article écrit par Geraldine Russell