

WeWard, l'application qui vous paye pour marcher sort de France

WeWard récompense les utilisateurs de son application en monnaie digitale pour chaque pas effectué dans la rue. Forte de sa réussite, la startup a fait un premier pas vers l'internationalisation en octobre, en Belgique. Et ça marche.

Temps de lecture : minute

7 janvier 2021

Mise à jour d'un article du 9 avril 2019

No pain, no gain. L'expression rendue populaire par Benjamin Franklin au XVIIIe siècle avant de devenir le titre d'un film "musclé" avec Mark Wahlberg et The Rock, pourrait tout à fait devenir le slogan de WeWard. La startup parisienne, créée en 2018 par Yves Benchimol et Louis Millon, a en effet développé une application mobile qui vise à améliorer le bien-être de ses utilisateurs en les récompensant pour toute activité en dehors de la maison.

En octobre 2020, l'application s'exporte en Belgique, et a bel et bien rencontré son public. En effet, en 48 heures, elle s'est hissée dans le top des applications de Google Play et de l'App Store. Trois mois plus tard, en plus de son million d'utilisateurs en France, elle en comptait plus de 60 000 en Belgique.



À lire aussi

Quatre apps à découvrir cette semaine : Witick, Muzing, WeWard et Hellogoodbail

WeWard encourage les particuliers à bouger plus en les payant pour les pas effectués dans la rue. Concrètement, quand ils marchent les usagers de la plateforme reçoivent des "Wards", au rythme d'un "Ward" tous les 1000 pas. Il est ensuite possible d'échanger ces points sur la marketplace (la place de marché intégrée dans l'application qui propose des produits, des cartes cadeaux, des sessions de sport, des places de théâtre ou des remises) ou de les convertir en euros virés directement sur un compte en banque. Une technologie de ciblage permet à l'utilisateur de bénéficier de récompenses personnalisées.

Un "déclencheur d'achats"

WeWard a selon son cofondateur, Yves Benchimol, vocation à "*augmenter le chiffre d'affaires des commerçants partenaires en générant du trafic qualifié en point de vente*". Le but étant d'influencer un consommateur afin qu'il fréquente un lieu plutôt qu'un autre. "*Nous pouvons lui*

recommander un restaurant pour déjeuner, un magasin de proximité pour faire ses courses ou encore un théâtre pour se divertir en fonction de son profil et de ses préférences. Nous nous qualifions de "déclencheurs d'achats" , explique l'entrepreneur.

L'application, disponible sur IOS et Android, exploite la géolocalisation et fonctionne même lorsqu'elle est en arrière plan. Utilisatrice de la technologie blockchain, WeWard assure garantir un maximum de transparence et de sécurité des données personnelles des utilisateurs.

Article écrit par Antoine Garbay