

La deuxième promotion de SAP.iO Foundry Paris mentorée par quatre grands groupes

Débutée le 3 avril dernier, la deuxième édition du programme de dix semaines de SAP.iO Foundry Paris a renforcé les interactions entre corporates et startups pour doper les débouchés commerciaux.

Temps de lecture : minute

14 juin 2019

Un véritable tremplin commercial : voilà l'idée derrière la deuxième saison de la SAP.iO Foundry Paris, qui a débuté le 4 avril dernier. Huit startups spécialistes du retail et de l'expérience client se sont lancées dans une intense préparation de dix semaines dans le but de se faire une place dans la galaxie de services associés à l'écosystème de solutions de gestion d'entreprise SAP. *"Nous souhaitons leur donner toutes les cartes pour qu'elles se développent sur le marché de SAP"*, appuie Sébastien Gibier, directeur de SAP.iO Foundry Paris.

Le programme doit ainsi permettre de mettre en évidence la complémentarité des solutions des dix startups retenues avec les logiciels déjà proposés par SAP à ses 437 000 clients mondiaux. *"Nous travaillons les premières semaines à une proposition de valeur commune et à l'intégration technique des solutions"*, précise le directeur du programme parisien, décliné dans huit villes, de San Francisco à Tokyo. L'essentiel du programme - sept semaines - est ensuite consacré à l'expérimentation de ces synergies grâce à la rencontre des startups avec les clients de SAP.

Une émulation commerciale appréciée des startups qui ont eu l'occasion

de participer à la première édition, l'automne dernier. *“Nous avons pleinement pu bénéficier de l'écosystème SAP au sens large, aussi bien à travers des rencontres avec les experts produits ou commerciaux de SAP mais aussi avec un ensemble de partenaires”*, soulignent ainsi Julien Cote et Loïc Marzin, les cofondateurs de Wakeo, qui faisait partie des six pépites retenues lors de la première édition.

Des partenaires très impliqués

Après une intense première saison, le programme a été ajusté pour s'adapter au mieux aux contraintes des startups de la deuxième *“cohorte”*. *“Nous avons concentré les workshops sur un nombre plus réduit de jours et leurs avons libéré du temps pour des rencontres à la carte avec les clients qui les intéressent, souligne Sébastien Gibier. Nous avons également doublé le temps d'interaction entre les corporates et les startups participantes pour qu'ils puissent approfondir ensemble les perspectives commerciales.”*

Cette année, le programme s'est ainsi doté de quatre partenaires grands comptes qui se sont impliqués dès la sélection des startups et la définition du contenu du programme. *“L'innovation se fait ensemble”*, plaide le directeur de SAP.iO Foundry Paris. *“Nous travaillons ensemble sur des cas d'usage précis et concrets, confirme Arnaud Lescoart, COO du Printemps, partenaire de cette deuxième saison. Nous n'avons pas, comme d'autres acteurs, d'incubateur interne, nous comptons sur ce programme pour concrétiser des partenariats commerciaux avec une ou plusieurs startups.”*

Concrétiser des partenariats commerciaux

Heuritech, Qopius, Retail Reload, Indigo Connected Retail, Revers.io, TokyWoky, Stockly et Mishipay bénéficient ainsi non seulement d'un terrain d'expérimentation de choix pour leurs solutions mais également

d'opportunités commerciales non négligeables pour des startups qui cherchent à se démarquer dans un secteur ultra concurrentiel. Preuve du potentiel du programme, la participation des membres du programme à VivaTech, parmi les 25 startups emmenées par SAP, a généré près de 850 leads pour un volume d'affaires potentiel de quelque 16,8 millions d'euros !

Il reste quelques semaines à peine aux jeunes pousses pour tirer profit de ces leads avant le demo day prévu le 9 juillet prochain sous la coupole du Printemps. Elles seront ensuite suivies pendant encore un an par les équipes de SAP pour capitaliser au mieux sur les enseignements du programme afin de concrétiser un maximum de partenariats commerciaux. Le temps pour des startups en pleine croissance de se nourrir de la sève de SAP pour mûrir ensemble.

Maddyness, partenaire média de SAP

Article écrit par Maddyness, avec SAP