

Veando invente la vente en conversation vidéo

Pour permettre aux commerçants locaux et indépendants de faire face à la concurrence de la grande distribution, la startup créée par Olivier Jullian édite une plateforme de vente en ligne par vidéo en direct.

Temps de lecture : minute

20 juin 2019

Comment l'idée vous est-elle venue ? Quelle problématique souhaitiez-vous résoudre ?

En créant Veando, nous avons souhaité mettre la technologie au service du commerce local et proposer aux commerçants de proximité les outils technologiques leur permettant de faire face à la concurrence de la grande distribution et des pure players du web. Pour eux comme pour leurs clients, Veando est un service simple, disponible sur internet et via une application mobile, qui permet de conserver une expérience humaine, semblable à la relation en boutique. Veando, c'est à la fois le passage au numérique du commerce de proximité et l'humanisation du e-commerce. Nous avons voulu que Veando soit aussi simple qu'un coup de fil. Mais avec en plus la présentation des boutiques sur une carte, la vidéo pour se " téléporter " en boutique et le paiement sécurisé en ligne. La clientèle de Veando est une clientèle attachée à ses commerçants de quartier et aux produits frais, mais qui, par manque de temps ou de praticité, renonce souvent à se rendre dans les centres-villes. Veando leur apporte une solution pour bénéficier du conseil et de la qualité des commerces de proximité sans avoir à se déplacer.

Comment fonctionne votre solution ?

Nous éditons une application de communication et de vente en vidéo pour les commerçants de proximité, ainsi qu'une solution de livraison à domicile ou de " click n collect " (retrait des commandes en boutique).

Nous sommes une plateforme web et mobile qui fédère les commerçants indépendants, sans coût d'installation ou de maintenance et qui ne nécessite pas la mise en place d'un catalogue en ligne. Il suffit pour le commerçant de montrer son étal avec la caméra de sa tablette ou de son téléphone. Il discute en live et prend la commande du client, qui paye en ligne en carte bancaire et choisit son mode de livraison ou de retrait. Nous ne souhaitons pas transformer les commerçants en " e-commerçants ". L'essentiel de leur activité est en boutique et doit le rester. Prendre trois ou quatre appels par jour sur Veando leur permet cependant de répondre à une clientèle qui irait, sans cela, faire ses achats sur internet.

Quel est votre modèle économique ?

Veando se démarque par le fait que c'est une ESS (entreprise de l'Economie Sociale et Solidaire) qui a pour mission statutaire de soutenir l'économie locale et la vie des centres-villes. Son modèle économique est donc volontairement favorable aux commerçants et aux livreurs qui participent au projet. Il n'y a en effet aucun coût d'inscription ou d'abonnement, la communication est gratuite pour le commerçant comme pour le client et Veando ne prend pas de marge sur les livraisons. Nous prenons toutefois une commission de 10% sur les paiements réalisés en ligne.

Qui est le fondateur ?

Veando a été créée par Olivier Jullian en novembre 2017. C'est un ingénieur en informatique diplômé en 2002 de l'Université de Technologie de Compiègne. De 2003 à 2006, Olivier Jullian était en charge de la conception et du développement d'applications innovantes de gestion de données cliniques au sein du laboratoire pharmaceutique Pierre Fabre. En 2007, il a fondé la société OJC, qui fournit des services de conseil, d'intégration et de création d'applications web, cloud et mobiles.

Qui sont vos concurrents ?

Veando n'a pas de concurrent direct car nous sommes les seuls à proposer la vente par vidéo (et pratiquement les seuls à proposer la vente en ligne sans catalogue). Nous avons quelques concurrents indirects comme Epicery, Rapidle, ou encore C'est frais. Mais nous nous démarquons d'eux par le fait que nous ne nous limitons pas à une catégorie de commerces (par exemple : la restauration), mais ciblons tous les commerces de proximité, à condition qu'ils soient indépendants.