

Comment lancer une marketplace sans coder

Lancer sa marketplace, ou place de marché en bon français, n'est pas un problème informatique. Il est inutile d'être une star du code. C'est d'abord une question de business. Voici quelques conseils qui vous le prouveront.

Temps de lecture : minute

20 octobre 2020

Airbnb, Eventbrite, Doordash, Uber, mais aussi Drivy, Le Bon Coin, Meero, Malt... Vous les connaissez ? Bien sûr, ce sont certaines des plus belles marketplaces du monde. Un modèle qui a fait ses preuves, faisant émerger de nombreuses licornes. Pas étonnant donc que nombre d'entrepreneurs soient attirés par cette solution. Qui ne voudrait pas lancer une entreprise en étant "simplement" le *middle-men*, celui qui doit trouver des vendeurs et des acheteurs. Une fois sur votre plateforme, les laisser faire du business entre eux, et capter une commission au passage ? On vous comprend, c'est tentant !

Mais comment démarrer ? Après tout je n'ai même pas la plateforme, donc il va falloir la coder ?! Non. Le développement de la plateforme sera votre dernière priorité. La vraie problématique, c'est de valider votre marché, et pas besoin de plateforme pour ça. Alors, démystifions ensemble les étapes pour lancer votre marketplace !

Mais pas de panique, on vous donnera aussi les bons outils pour développer votre marketplace ultra-rapidement.

La marketplace

Une marketplace (ou place de marché en français), c'est un business qui met en relation l'offre et la demande. On y trouve d'un côté, des vendeurs. Et de l'autre, des acheteurs. Et vous. Le *Middle-men* — qui prend une commission sur les transactions pour le service rendu : de mise en contact ou d'aide à la transaction en assurant de la confiance (les utilisateurs sont-ils sérieux?), une sécurité (le paiement, par exemple), de la commodité (ne pas avoir à chercher), etc.

Des marketplaces, il en existe des tonnes, dans des centaines de coeur de métiers différents, de tous âges et qui vendent de tout : produits et services. Au sens stricto sensu, on pourrait qualifier les centres commerciaux et le marché local de votre ville de marketplace. La promesse : les gens viennent ici car ils savent que c'est ici qu'ils peuvent acheter un type de bien. En tant que marketplace, je fais payer pour faciliter cette transaction.

Comment réussir le lancement de sa marketplace ?

Certains se doutent déjà de la réponse... Ce n'est pas en construisant une super plateforme, ultra puissante, avec un algorithme et de l'intelligence artificielle construite sur la blockchain pour certifier les transactions. Pour réussir une marketplace, commencer par créer la plateforme idéale n'a aucune valeur ajoutée. Au contraire, vous risquez de perdre beaucoup de temps et d'argent...

La valeur ajoutée de votre marketplace réside dans sa capacité à éviter aux vendeurs (offre) le travail de recherche de leurs acheteurs (demande). Et dans l'autre sens, parfois. Donc, un seul mot d'ordre : l'acquisition.

Avant de construire votre plateforme. Vous allez notamment vous heurter au très classique problème de "l'oeuf ou la poule" ? Explication : pour acheter, il vous faut des vendeurs, mais pour que les vendeurs aient envie de vendre sur votre marketplace, il faut des acheteurs. Laquelle de ces deux parties allez-vous acquérir en priorité ? Cet article explique ce concept très bien et vous aidera à faire votre choix : [Chicken & Egg problem \(en anglais\)](#)

Avant de passer à la suite, faites un choix, et concentrez vous sur ces utilisateurs. Une fois acquis, vous allez pouvoir passer à la phase de prototypage.



À lire aussi

100 outils pour lancer sa startup sans développeur ni graphiste
(et presque sans argent)

Le MVP et son objectif

Comme toujours, pour construire un MVP — minimum viable product —, il faut se poser la question du "*job to be done*". Qu'est-ce que je dois faire pour délivrer la valeur, en faisant le minimum même si ce n'est pas scalable, mais qui délivre la valeur ajoutée au client.

Pour le cas d'une marketplace, c'est assez simple : connecter et mettre en relation le vendeur avec l'acheteur. Dans de nombreux cas, la version prototype d'une marketplace peut simplement être un email envoyé aux deux parties pour la mise en contact, à la main même. L'email peut être un peu designé et joli, mais il suffit souvent pour prouver le concept et commencer à faire du chiffre d'affaire.

Vous n'y croyez pas ? C'est pourtant avec ce genre d'approche que Comet s'est lancé, et a généré 300k€ de volume d'affaire sans une ligne de code. Ou encore Crème de la Crème, qui s'est contenté d'un simple site avec un numéro de téléphone.

Pensez d'abord à la valeur que vous cherchez à apporter, délivrez la, puis réfléchissez ensuite à votre plateforme. D'autant que ce procédé vous permettra de définir en amont les fonctionnalités différenciantes et vous aidera à vous démarquer de la masse !

Cependant, de nouvelles entreprises innovantes peuvent maintenant vous aider à lancer votre marketplace en peu de temps, et savoir coder n'est pas requis.

Les outils

Le plus simple et rapide : Sharetribe

L'outil le plus rapide à mettre en place. Vous aurez votre marketplace en

une demie journée de travail. Et tout sera prêt. Vous n'avez qu'à créer un compte, et suivre les étapes.

Une fois votre prototype lancé, Sharetribe vous propose d'aller plus loin et de développer des fonctionnalités sur-mesure, mais il faut coder pour ça. Cela vous permet de continuer votre développement à partir du même outil et d'éviter une migration !

Si vous vous lancez dans une marketplace simple, et que vous n'avez aucune connaissance en développement, produit ou tech en général, utilisez Sharetribe, c'est le bon moyen de ne pas perdre de temps et de ne pas faire d'erreurs !

Les avantages :

- Extrêmement rapide de prise en main
- Possibilité d'aller plus loin en codant par dessus la base de Sharetribe

Les inconvénients :

- plan payant obligatoire
- limité dans les fonctionnalités
- Cher - pas de plan gratuit pour la construction (il faut aller vite avec l'essai gratuit)

L'intermédiaire : Arcadier

Cet outil est légèrement plus complet que Sharetribe. La prise en main est efficace et simple. Il est facile de naviguer entre les fonctionnalités dans le back-office et les noms donnés aux sections sont clairs. L'onboarding est très complet et vous ne manquerez rien. À la fin de ce dernier, vous serez quasiment prêt à lancer votre marketplace, si ce n'est travailler les catégories et quelques détails comme le branding et les écrans d'accueil. Arcadier mâche beaucoup le travail pour ses utilisateurs,

et ça fait plaisir !

Une à deux journées de travail vous suffiront pour être prêt à lancer la plateforme et accueillir vos premiers utilisateurs.

Les avantages

- La mise en place de la plateforme est simple et efficace
- Des petits bonus qui font gagner du temps : CGV, CGI
- Divers moyens de paiements intégrés directement dans la plateforme

Les inconvénients :

- Difficile d'adapter la Marketplace, les fonctionnalités sont un peu figées
- Devient cher si votre business tourne bien

Il existe un autre outil dans la même gamme : Kreezolid. Il sera moins cher à terme si votre business fonctionne, mais ce sera au dépend de l'expérience utilisateur pour vous et de la flexibilité des fonctionnalités.

Le Bricoleur : Airtable + Zapier

Le combo Airtable et Zapier permet de construire des apps puissantes et très exhaustives. Airtable, est votre base de données. Dans laquelle toutes les informations sont stockées et distribuées. Vous allez ensuite utiliser une myriade d'outils supplémentaires pour déclencher les actions que vous souhaitez :

- Des formulaires de qualification du besoin
- Mailjet : envoi d'emails
- Twilio : sms
- Etc.

Puis vous allez déclencher automatiquement toutes ces actions grâce à Zapier, qui fait office de liant dans votre architecture. Airtable vient de sortir une mise à jour de leur produit avec des automatisations natives, que vous pourrez aussi explorer.

Airtable et Zapier sont conseillés pour des marketplace B2B, où la composante UX (expérience utilisateur) n'est pas forte ou primaire. C'est aussi un combo à privilégier pour les simples mises en relation et les apports d'affaires (apports de leads).

Les avantages :

- Rapide
- Très flexible
- Extensibilité des fonctionnalités en ajoutant des dizaines d'outils les uns avec les autres

Les inconvénients :

- UX (expérience utilisateur) non-modifiables et peu flexible
- Même si aucun code ; logique et architecture sont similaires à du code donc parfois complexes

Astuce : ajoutez Stacker à votre base Airtable pour y apporter une petite couche d'UX qui fera toute la différence ! (Attention : Stacker est cher, voire très cher !)

Le plus complet, extensible ; mais le plus long : Bubble + Zeroqode

Bubble, c'est le constructeur. Zeroqode, l'annuaire de *template*. Ça tombe bien, il y a déjà 3 templates de marketplace disponible. Voir ici. Choisissez celui qui vous convient le mieux et commencez à l'adapter ! Mais attention, Bubble est un constructeur d'application extrêmement

puissant, dont la prise en main va vous prendre beaucoup de temps.

Ce n'est donc juste pas toujours l'outil le plus adapté au lancement et prototypage de votre Marketplace. Il faudra identifier, comprendre et travailler tous les petits détail : de l'architecture, à l'expérience utilisateur, jusqu'à votre base de donnée. Bubble vous permet simplement de le faire sans taper les lignes de codes.

Bubble c'est donc l'outil le plus extensible pour lancer votre MVP de marketplace, mais passez votre chemin si vous n'avez pas une très forte appétence technique et produit. Comptez facilement : une à deux semaines de travail à temps plein, si vous maîtrisez déjà l'outil et que vous partez d'un template Zeroqode... Comptez une à deux semaines de plus si vous ne le connaissez pas, simplement pour la prise en main.

Rappel : votre objectif est de tester au plus vite, d'aller délivrer la valeur avec le minimum d'effort. Donc passez votre chemin avec Bubble si votre marketplace ne nécessite pas de fonctionnalité spécifique ou de développement sur-mesure. Vous ferez tout cela dans un second temps !

Les avantages :

- Connexion avec de nombreux services annexes
- Extensibilité infinie : possibilité de rajouter du code par dessus la base de Bubble
- API ouverte
- Bon marché
- Pas besoin de payer pendant la phase de construction (paiement lorsque la plateforme est lancée)

Les inconvénients :

- Très long et difficile de prise en main
- Ne mâche pas le travail

Le lancement

Lancer sa startup en 2 jours, sans développeur, sans argent et sans ressources, c'est possible. Néanmoins, un dernier rappel : si prototyper une marketplace est très facile, vous devez vous concentrer sur l'acquisition et la vente ! Ne passez pas de temps dans ces outils, avant d'avoir validé l'appétence marché de votre marketplace, et d'avoir fait les premières connexions entre offre et demande.

*Baptiste Lahondé est partner chez Start The F*** Up*

Article écrit par Baptiste Lahondé