# Digitaliser son point de vente, accessible à tous

Aujourd'hui, la digitalisation des commerces semble inéluctable pour répondre aux attentes des clients. Money 30, filiale de Solutions 30, est spécialisée dans les activités liées aux solutions de paiement et accompagne les commerçants dans cette transformation. Rencontre avec son président, Amaury Boilot, et Hugues Courcier, à la tête d'Addictgroup, acteur phare des solutions de gestion cloud chez les commerçants indépendants.

#### **Amaury Boilot**

Amaury Boilot a débuté sa carrière professionnelle par huit années dans le Conseil, chez Greenwich Consulting et EY. Durant ces années, il accompagne de nombreux acteurs des services financiers dans leurs projets de croissance et de transformation. Il est Senior Manager au sein du Financial Services Office du cabinet américain EY, lorsqu'en 2014 il rejoint le groupe Solutions 30, leader européen des services d'assistance pour les nouvelles technologies. Amaury Boilot prend alors la tête de Money 30 avec l'ambition de développer les activités monétiques du groupe.

### **Hugues Courcier**

Hugues Courcier baigne dans le monde des FinTech et des startups depuis sa toute première expérience professionnelle en 2006. Il a fait toute sa carrière chez des éditeurs de solution SaaS, partant du principe que l'intelligence des données est côté cloud. Cette intelligence permet d'interagir avec des objets qui deviennent des « Objets Connectés ». Puis après une expérience professionnelle de 2 ans en Asie, Hugues participe à la création d'une jeune pousse Française dans le monde du

paiement mobile. Il prend la direction du bureau Européen lors la vente de cette pépite tricolore à un groupe Singapourien en 2013. En 2015, il se relance dans l'aventure de l'entreprenariat en créant Addictgroup. Constatant que les données de gestion d'un commerce de proximité ne sont pas suffisamment exploitées par les acteurs de l'éco-sytème, Addictgroup a créé une market-place permettant aux commerçants de piloter leur activité comme peuvent le faire les groupes structurés.



#### >Hugues Courcier et Amaury Boilot



#### **Une digitalisation incontournable**

Peu importe la taille, pour les commerces de proximité comme pour les grandes enseignes, le digital s'impose à tous les acteurs du Retail. Les commerçants doivent s'équiper de nouveaux outils pour répondre aux besoins de leurs clients qui souhaitent désormais bénéficier d'une expérience multicanal fluide et personnalisée. Ce constat amène de nombreux commerçants à s'équiper de nouveaux outils en réalisant des investissements dans différentes technologies dimensionnés en fonction de leurs besoins opérationnels, de leur taille et de leurs moyens : gestion de la fidélité, site internet, caisses sur tablettes, bornes de paiement, gestion des stocks, traitement de l'open data, tokenisation du paiement... Et la problématique centrale de la transformation digitale du commerce est bien là. Pour les enseignes déjà équipées de différents outils, se pose la question de la coordination des initiatives digitales engagées et du traitement croisé de données de natures différentes, collectées dans des outils distincts. Pour les commerçants qui ne disposent toujours pas de ces outils, c'est quasiment un enjeu de survie – notamment pour les commerces de proximité - que de s'équiper de telles solutions pour faire jeu égal avec les acteurs qui ont entamé leur transformation digitale. Ceux-ci devront viser une solution qui permettra d'emblée une consolidation des données et autour de laquelle il sera facile d'agréger d'autres « briques de données » par la suite. Se positionnant en acteurs de la digitalisation du point de vente, Money 30 et Addictgroup se sont alliés avec l'objectif d'aider les commerçants à répondre à ces enjeux en leur fournissant tous les avantages des outils digitaux sans changer les

outils existants. Concrètement, grâce à la solution « tout-en-un » proposée par Money 30 et Addictgroup, le commerçant dispose d'un véritable « cockpit » lui permettant de faire converger fonctionnalités de l'ensemble de ses outils métiers (CRM, gestion de stock, e-commerce, comptabilité, paie, etc.), tout en bénéficiant d'un accompagnement technique dans la prise en main et l'utilisation de ces outils (fourniture du matériel, installation et formation par un technicien, assistance téléphonique et échange en moins de 24h en cas de panne). « Notre perception est vraiment d'aider les commerçants à simplifier la gestion de leur point de vente, à mieux utiliser les données en leur possession et à mieux connaitre leurs clients afin qu'ils puissent offrir à leur clientèle une expérience omni-canal fluide, personnaliser leurs interactions avec les clients et développer de nouveaux services. » indique Hugues Courcier, fondateur d'Addictgroup.

## Le paiement au cœur de la digitalisation du commerce Le paiement occupe une place centrale

dans la transformation digitale du commerce et s'adapte également pour permettre une expérience client améliorée et plus personnelle. Les innovations dans le domaine du paiement sont extrêmement nombreuses : évolution des usages à l'instar du paiement sans contact ou du paiement sur mobile, transformation du design des terminaux de paiement et enrichissement de leurs fonctionnalités avec l'avènement des M-Pos, terminaux intelligents et autres objets connectés, meilleure exploitation des données... « Et cette transformation s'accélère », souligne Amaury Boilot, « l'industrie du paiement devrait connaitre un doublement de son chiffre d'affaires entre 2015 et 2025 ». Les innovations apportées par les Fin Tech ou les géants de l'internet ainsi que la convergence des normes de paiement européennes participent de . cette transformation et obligent tous les acteurs à repenser leur modèle. Cette tendance a bien été identifiée par Money 30 qui se situe aujourd'hui à l'avant-garde dans l'installation et la maintenance des solutions de paiement de dernière génération (terminaux de paiement intelligents, caisses enregistreuses sur tablettes, bornes tactiles, etc.) et accompagne aujourd'hui des dizaines de milliers de commerçants en France et en Europe dans l'utilisation de ces nouveaux équipements.