



**Nicolas Rémond.**  
*Capter le client dès son entrée dans la boutique, tel est le but de la start-up In&Win.*

## «Appliquer les recettes de l'e-commerce»

La start-up In&Win a développé une app' permettant de cumuler des points de fidélité en franchissant le seuil d'un magasin.

*«L'ère du «tout-internet» est révolue. Même Amazon a ouvert son magasin de vente physique.» C'est sur ce constat que Nicolas Rémond et Alessandro Magri ont lancé In&Win en novembre 2014, installée au sein de l'incubateur à start-up genevois de la Fongit. La mission des deux entrepreneurs: augmenter la fréquentation en magasin et fidéliser la clientèle au travers d'une application qui permet d'obtenir des points cadeaux crédités automatiquement sur son compte en franchissant la porte d'un magasin et cela sans obligation d'achat.*

*Dynamiser le «shopping» non virtuel alors que le commerce de détail connaît des heures difficiles? De prime abord, l'idée peut paraître un peu folle. «Si le commerce connaît aujourd'hui des difficultés, c'est parce qu'il n'a pas su innover, analyse Nicolas Rémond. Le concept d'In&Win applique les recettes et les innovations de l'e-commerce au marché physique.» Le start-upper*

*prend l'exemple de la carte de fidélité. «Une grande innovation qui s'est généralisée dans les années 80. Son problème, c'est que l'on reconnaît le consommateur à la fin du processus d'achat, lorsqu'il passe à la caisse.»*

*In&Win capte donc l'attention du client dès son entrée dans le magasin. Des balises détectent chaque utilisateur qui aura préalablement téléchargé l'application et activé sa connexion Bluetooth. Chaque visite donne généralement droit à une cinquantaine de «wins», environ 50 centimes. L'objectif d'In&Win est de reconnaître le client dès son entrée dans le magasin. «A son arrivée, nous le remercions de sa visite en lui offrant des bons cadeaux et des promotions personnalisées», complète Nicolas Rémond.*

*La jeune pousse, qui génère ses revenus grâce aux commissions obtenues sur chaque visite, a déjà convaincu de grandes enseignes comme la Fnac et Aligro de participer au programme.*