

ZELOCE révolutionne l'expérience client à la française...



"Léon Blum n'a pas créé les congés payés en 1936 pour que les français attendent la livraison de leur canapé pendant leur journée de RTT!" Cet axiome est l'un des axes sur lesquels Laszlo Kiss s'est appuyé pour créer Zeloce, l'entreprise "zélée et véloce" ... Créateur d'expérience client et activateur de ventes, le service offert par la Start up séduit les grands magasins depuis sa création, en 2016.

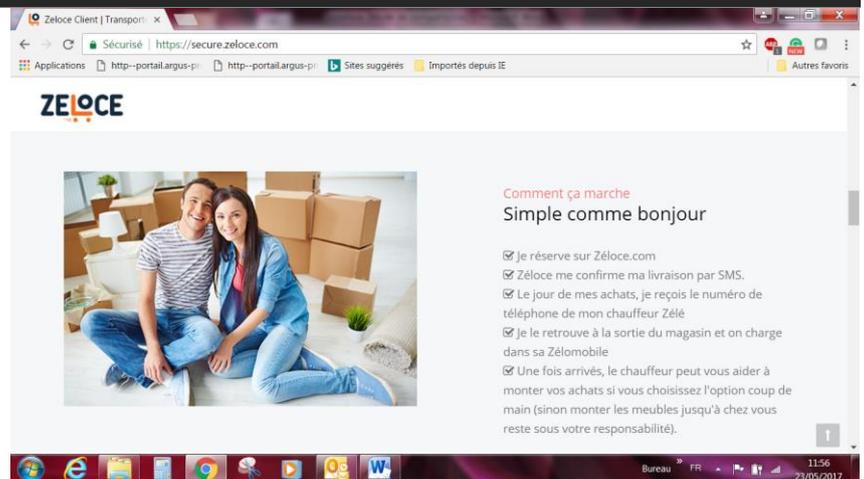
Laszlo Kiss, CEO de Zeloce

Une entreprise de *Mobility Founders* issue du *Start Up Studio* de *Rent A Car*, Groupe français de location auto.

Le Concept

Aujourd'hui opérationnelle en Ile-de-France, la plateforme de services Zeloce est une solution pour alléger la logistique de livraison d'objets encombrants tels que les meubles ou les gros volumes de matériels. En partenariat avec des **grands magasins** (ex: IKEA ou LEROY MERLIN), Zeloce fournit des **véhicules avec chauffeurs** et des **monteurs de meubles**.

L'achat en magasin comporte plusieurs avantages: les conseils prodigués par les vendeurs, l'inspiration pour se « projeter »



en regardant les étalages et enfin la disponibilité immédiate des produits.

L'accès Internet procure de son côté une organisation fluide, grâce au transport facile qui évite l'attente aux dépôts et aux caisses.

Zeloce vise à marier l'expérience d'achat des magasins physiques et la souplesse de l'accès Internet en alliant le meilleur des 2 aspects et optimiser le résultat.

Pourquoi avoir créé Zeloce ?

C'est un écho au constat fait par les directeurs de grands magasins : en France, l'expérience client doit être améliorée, pour lever certaines barrières à l'achat.

Une réflexion constructive sur les moyens de faciliter la vie des clients a été menée, pour que les achats d'objets encombrants ne constituent pas une épreuve pour le client, que ce soit en termes d'énergie, de temps passé ou d'argent supplémentaire dépensé.

Client final satisfait

En 30 minutes, Zeloce est capable d'activer son service et de garer devant le magasin concerné un véhicule utilitaire pour récupérer les achats des clients. Le véhicule va également emmener les clients eux-mêmes, s'ils n'ont pas de moyen de transport. Cette option rend possible l'accès au magasin en transport en commun.

Le coût de la prestation est fixe, **quel que soit le volume**, ce qui encourage les clients à remplir le véhicule ! (à partir de 39 €, selon les zones de kilométrage).

Ventes des grands magasins boostées

Zeloce devient un activateur avéré des ventes, car la plateforme génère un panier moyen de 700 € pour ses utilisateurs, qui déclarent dépenser plus grâce à l'Zeloce (environ 200 € de plus que la moyenne).