

ZOOM ENTREPRISE / PIGDATA

Ces garçons ont du groin !

Deviner ce que cherche le consommateur avant même qu'il y pense. Cela devient possible grâce aux algorithmes de prédiction de Pigdata, société toulousaine spécialisée dans le développement et la distribution d'outils de conversion intelligents.



Exploitez la richesse des données
pigdata

C'est la tradition, tout le monde – patron compris – se déchausse en entrant dans la "garçonnière" de Pigdata, pour arborer les tongues roses, couleur fétiche de la société. Et si l'ambiance y est décontractée, ce n'est que pour mieux s'investir dans l'entreprise, et développer son produit phare, un moteur de suggestions personnalisées. A tout juste 30 ans, Nicolas Bahout,

fondateur de Pigdata, s'est lancé dans l'aventure en octobre dernier, après avoir testé son idée sur un site d'information : « je propose en réalité un guide pour les internautes naviguant sur un site. Le but est de leur proposer des produits auxquels ils seraient susceptibles de s'intéresser en croisant les critères de leur navigation. » L'algorithme en question est, pour l'instant, essentiellement adapté aux sites de

e-commerce mais Nicolas Bahout voit loin : « nous exploitons les richesses des données pour en extraire une application permettant d'augmenter des ventes ou de simplifier la vie des consommateurs, ce qui peut tout à fait être efficace dans d'autres domaines que le e-commerce. Nous identifions des symptômes qui nous permettent de prédire tant des anomalies que des suggestions d'achat, ce qui s'applique à nombre de produits et ouvre de nouveaux marchés. » Et l'offre de Pigdata a déjà séduit 70 clients en l'espace de quelques



mois. Un développement rapide donc, à l'image d'une "success story californienne". Le taux de désabonnement frôlant le zéro, la formule fonctionne et les clients apprécient.

Une success story californienne

Pour les sites de e-commerce, tout l'intérêt repose sur la transformation du visiteur en acheteur, c'est ce que propose, in fine, Pigdata, limitant considérablement le taux de rebond, c'est-à-dire le nombre de visiteurs qui ont consulté une page d'un site mais qui ont quitté le site sans en consulter d'autres.

Ainsi, Pigdata peut se targuer d'une efficacité immédiate, laquelle se matérialise en augmentation des pages consultées d'un site ou encore en taux de conversion et montant d'un panier moyen en hausse.

Assis sur un transat, la décontraction de Nicolas Bahout briefant ses troupes n'est que de façade car le tableau des objectifs n'est pas loin. Affichant un chiffre d'affaires de 100 000 euros en 2013, Pigdata souhaite désormais s'ouvrir à l'international. Déjà bien ancré sur les produits de recommandations, le fondateur de l'entreprise souhaite également se positionner sur le marché du prédictif. Pour cela Ni-

colas Bahout s'apprête à mener une levée de fonds qui devrait avoisiner les 500K€. « A terme, le but est de devenir le leader en recommandations e-commerce et de gagner toujours plus de marchés en prédiction », explique-t-il. Confiant, le jeune chef d'entreprise pourrait bien gagner son pari car si les algorithmes de prédiction sont développés aux Etats-Unis, « la France en est encore au stade de l'évangélisation. Ainsi le marché à conquérir est énorme et nous comptons bien nous y engouffrer et devenir incontournables dans ce domaine. »

Séverine Sarrat

www.pigdata.net

