

Benoit Barrier – PriceltBuy : où trouver le prix le plus abordable du produit désiré ?

C'est un constat : les prix des produits et services ont des prix varient d'un pays à l'autre. Et parfois de manière importante. Vu sous cet angle, la France ne constitue pas forcément le marché le plus attractif.

En temps de crise, **PriceltBuy (PIB)** propose une alternative au commerce électronique traditionnel.

Ce service mobile a érigé une communauté **C2C** (de particulier à particulier) dans le monde : les **"Pibers"** qui identifient produits et tarifs, favorisent les comparaisons et incitent à l'achat.

L'application gratuite est disponible sur **iPhone** (iOS) et **Android**.

Créée aux Etats-Unis par **Benoît Barrier** (par ailleurs fondateur et dirigeant d'AtemisCloud, fournisseur de services cloud) ainsi que deux autres associés, PriceltBuy.com est en cours de négociation avec des fonds d'investissement américains et français pour effectuer une levée de fonds.

Mais d'ores et déjà, l'application répond au besoin des consommateurs qui cherche le meilleur prix d'acquisition du produit convoité en fonction des pays. Et on peut atteindre des remises allant jusqu'à 45%.

En s'appuyant sur une communauté croissante de "Pibers", il est désormais possible d'identifier rapidement le meilleur prix pour un produit dans le monde avant éventuellement d'en faire l'acquisition.

A la clé, une recherche de prix et d'utilisateurs sur des cartes interactives, un système d'alerte après comparaison sur le meilleur prix repéré dans le monde et des recommandations émanant de la communauté "Pibers".

Concrètement, afin de réaliser des économies grâce à son réseau, un "Piber" en quête d'un produit ou d'un service peut le photographier, saisir son prix, et partager l'information sur le Web.

Il obtient alors immédiatement le prix le plus intéressant disponible à un instant T. Tandis que la communauté des "Pibers" et autres amis Facebook sont informés et peuvent venir en aide pour dénicher la meilleure affaire.

Adaptée au boom de la mobilité et des smartphones, l'application permet aux "Pibers" de comparer les prix et de contourner les pratiques tarifaires des marques au niveau local.

ITespresso.fr : Quelle est l'origine de votre application pour smartphones ?

Benoît Barrier : Le fait de voyager permet de prendre conscience qu'un produit identique n'a pas le même prix dans un pays par rapport à un autre. Et les prix peuvent varier jusqu'à 75%.

Pourquoi les personnes qui peuvent voyager – ou qui ont des amis qui voyagent – achèteraient un produit plus cher sur leur propre marché alors qu'ils peuvent le trouver à un prix plus abordable à l'étranger?

Le concept PriceltBuy découle d'une question : *"Est-ce que j'achète ce produit au meilleur prix?"*

Avant d'acheter un produit, tout le monde a cette question à l'esprit. Surtout en temps de crise. Avec en corollaire une autre question : *"Est-il possible de trouver ce produit moins cher à 300 mètres d'ici ou même à 10 000 km, là où mon ami part demain?"*

Avec un smartphone, tout le monde peut témoigner en ligne, informer la planète entière et changer les habitudes des consommateurs. Tous les réseaux sociaux et les informations publiées sont accessibles et partagées en temps réel.

Avec 5 milliards de smartphones utilisés d'ici 2015, il sera possible d'accéder à tous les prix et à tous les produits du monde.

Au lieu de partager uniquement des photos sur Facebook et Instagram, pourquoi ne pas partager aussi les prix des produits convoités ?

Un ami ou un membre de la communauté aura la même envie et pourra témoigner à son tour du prix dans son pays. En additionnant plusieurs pays, il devient simple de voir le lieu où le tarif est le plus avantageux et d'acheter le produit dans la foulée.

ITespresso.fr : Comment votre application facilite la recherche pour trouver le meilleur plan ?

Benoît Barrier : 95% des achats sont effectués hors ligne, donc en boutique. Il n'existe pas de base de données de prix pour les produits ou services vendus localement.

Mais des milliers d'utilisateurs intéressés par les mêmes produits peuvent créer cette base.

Avec le crowdsourcing, les membres "priceront" les produits ou services avec leurs smartphones. Pourquoi? Leur intérêt est d'être informé des meilleurs prix, de recevoir les opportunités et d'être sûr d'acheter au meilleur prix.

Il faut 5 secondes pour saisir un produit ou un service à acheter, vérifier le meilleur prix et obtenir le lieu de vente.

A l'instar des comparateurs de prix des produits disponibles sur les sites marchands, PriceltBuy peut créer un réflexe similaire pour les produits vendus en magasin.

Avant son achat, le mobinaute pourra définir le produit à acheter, être informé du meilleur prix pratiqué, puis étendre ce réflexe dans le cadre d'une pratique des réseaux sociaux entre amis (Facebook, Twitter ...).

ITespresso.fr : Dans quelle mesure le marché français intéresse-t-il PriceltBuy ?

Benoît Barrier : La France est l'un des marchés sur lesquels les prix sont les plus élevés au monde ! De nombreux produits sont même 45% plus chers qu'aux Etats-Unis (high-tech, vêtements,

montres, jouets,...). Exemple: un Jean 501 coûte 30 euros aux Etats-Unis et 110 euros en France, un polo Lacoste 64 euros à New York et 90 euros à Paris.

Donc les acheteurs français peuvent bénéficier pleinement de PriceltBuy, vérifier les prix, aller les acheter ou demander à leur amis de ramener les produits au retour de leur séjour.

Ainsi, les Français augmenteront leur pouvoir d'achat et c'est appréciable en temps de crise.

ITespresso.fr : Quelle cible visez-vous avec PriceltBuy ? Une clientèle féminine ? Les "fashionistas" ? Autres ?

Benoît Barrier : Les utilisateurs trouveront un intérêt important pour les produits de marque et de luxe (mode, high-tech et autres accessoires).

Il est possible de faire des économies de 1500 euros sur une montre en l'achetant simplement à l'étranger.

Tous les utilisateurs peuvent placer les produits dont ils rêvent et qu'ils seraient prêt à acheter si le prix était divisé par deux.

Dès qu'un membre a indiqué le produit qu'il recherche, il reçoit une alerte quand ce produit a été "pricé" moins cher. Il peut alors décider de l'acheter ou de contacter le membre concerné pour avoir plus d'informations.

ITespresso.fr : Dans quel sens PriceltBuy peut-il encore évoluer ?

Benoît Barrier : Plus il y a d'utilisateurs et de produits, plus il y aura de différentiels et d'opportunités. Nos membres de tous les pays peuvent donc jouer le jeu en écrivant leurs "wish listse, observer une baisse des prix suivant les lieux où ils ont été saisis, et de procéder ensuite à l'acte d'achat.

Par ailleurs, pour satisfaire nos membres, les produits demandés en volume faciliteront les contacts directes avec les marques.

Elles proposeront alors ces produits à un prix moins cher que celui déjà trouvé par les membres.

Grâce aux regroupements des membres, le modèle économique des marques sera inversé: la demande entrainera l'offre. :-)