



Les startups de TechCrunch 50 et DemoFall – 2/3

Passons maintenant en revue une partie des startups présentées par catégorie, maintenant que nous avons d'emblée exclu les "copycats" dans la **première partie** de ce tour d'horizon.

Nous couvrirons ici le web orienté "business" (publicité, places de marché), les réseaux sociaux, et le monde de l'entreprise (solutions d'entreprises, travail collaboratif, développement logiciel).

Intermédiation publicitaire

Comme la publicité reste le moteur des modèles économiques de la majorité des sites web, l'intermédiation dans ce domaine est encore une source de créativité. Avec en tête l'idée d'optimiser le revenu publicitaire pour les sites par un meilleur ciblage.

Nous avons donc :

- Un outil de gestion des inventaires publicitaires pour le compte de sites web et leur permettant de sélectionner les publicités à fort CPM qu'ils affichent (**5to1.com**). Un modèle intéressant du point de vue des sites web, permettant notamment de contrôler la compatibilité entre les annonces et leur contenu. Mais la perte de contrôle du point de vue de l'annonceur est un point faible du système. C'est ensuite une question de rapport de force. Est-ce celui qui paye ou celui qui est payé qui contrôle la chaîne de valeur lorsque l'offre excède la demande ?
- Une plateforme de distribution de publicités en ligne avec ciblage de l'audience, mesure de la performance du contenu associé à la publicité (**Dataxu**). Elle s'appuie sur les réseaux existants de publicité en ligne (Google, les régies de fonds de panier, etc). Un intermédiaire de plus.
- Ce service de création de "sa marque personnelle" où l'internaute indique les marques qu'il aime le les intègre ensuite dans un widget exploitable dans ses réseaux sociaux (**Sealtale**). Très socio-centric pour asiatique ou jeunes. Pas très éloigné du précédent, un service de marketing en ligne qui s'appuie sur un widget en SaaS dans lequel les consommateurs sont encouragés financièrement à promouvoir les marques dans leurs réseaux sociaux (**RumbaFish**). En gros, on paye les Internautes pour qu'ils véhiculent eux-mêmes la publicité à leur réseau. Une nouvelle forme d'UGC que l'on pourrait baptiser pour l'occasion l'UDA : "User Disseminated Advertizing" (je dépose la marque...). Au passage, le système est associé à des outils d'analyse pointus. Transformer les Internautes en hommes-(ou femmes) sandwichs virtuels est le rêve de tout annonceur. Mais est-ce vraiment le rêve des Internautes ?
- Des services d'intégration de publicité en ligne dans les vidéos : l'un qui sélectionne les annonces les plus profitables (**Brainient**, présent sur SeedCamp UK). L'autre qui intègre des publicités adaptées au contenu de la vidéo (du coréen **Uniqube**, présenté au DémoPit de TechCrunch). Assez classiques, limite copycat.

On manque encore un peu de recul pour savoir si cette forme de publicité assez intrusive dans la visualisation de vidéos est efficace. Lorsque cela fonctionnera, cela deviendra une commodité.

- Et enfin, ce système de gestion de vos cartes de fidélité en ligne et sur mobile (**Cardagin**), un intermédiaire de plus entre vous et vos marchands. Evitez de se trimbaler des dizaines de cartes de fidélité en faisant ses courses. En théorie... car évidemment, rares seront les boutiques à l'utiliser. C'est le genre de service qui ne crée une véritable valeur d'usage consommateur que s'il devient rapidement dominant sur son marché. Avant, c'est du "nice to have" qui peut même compliquer la vie. D'où l'importance des partenariats.

Places de marché

Les places de marché étaient à la mode avant l'éclatement de la bulle Internet de 2000/2001. On est ensuite passé au bon vieux commerce électronique. Et bien, on revient aux places de marché pour marchés verticaux, sachant que les marchés saturés intéressent encore les entrepreneurs et visiblement aussi les investisseurs :

- Pour la vente de voitures d'occasion avec une description plus exhaustive et plus fiable des véhicules (**MOTA Motors**). Rendre les marchés plus transparents et les transactions plus sûres est de bon aloi pour les consommateurs.
- Pour la recherche d'emplois où le candidat paye au lieu de l'annonceur (**localbacon**). Ce qui permet d'avoir des listes de candidats mieux qualifiées.
- Pour la décoration et l'aménagement d'intérieurs (**MyDesignIn**). Ils ne doivent pas être seuls...
- Avec un service de Pages Jaunes original pour les artisans et PME-TPE (**Yext**, à ne pas confondre avec l'annuaire **Yelp**) qui se rémunère maintenant au "pay per call", après avoir déjà généré \$20m de chiffre d'affaire. Ces appels sont les appels téléphoniques entrant chez les PME-TPE clientes générés par l'annuaire. Ils sont par ailleurs envoyés dans la boîte aux lettres et transcrits automatiquement. Ils peuvent alors être traités par leur moteur de recherche, et sont filtrés par importance pour le business de la PME-TPE. Celle-ci doit cependant répondre au téléphone. Le business a démarré dans la région de New-York. Visionnez la **vidéo de la présentation**, l'entrepreneur est vraiment top gun.
- Pour la recherche de services divers (**RedBeacon**), le gagnant de cette édition de TechCrunch 50. L'utilisateur y définit son besoin en service. Il obtient des devis et réponses et il prend rendez-vous avec le ou les prestataires. Cela fonctionne aussi en quasi temps réel pour trouver un prestataire d'urgence. Me fait un peu penser au français **Quotatis** qui se porte assez bien paraît-il, et procède même à une croissance externe par acquisitions.
- Une place de marché d'experts (**GuruStorms**) qui rappelle le français **Wengo**.
- Un service en mode SaaS de sélection de transporteur de colis (**Enroute ShipIt!**) qui le sélectionne en fonction de critères multiples dont l'optimisation des coûts et de la qualité de services et gère toute la paperasserie et le suivi. Déjà vu je ne sais plus où.
- Une place de marché pour trouver son imprimeur (**Keen**). Déjà vue en France, mais c'est un business encore assez local ou régional.
- Une place de marché de parrainage (**RedMod**), un concept intéressant qui permet aux marques de concentrer leurs programmes de parrainages clients et aux consommateurs de collecter des bonus associés.

Une intermédiation de plus !

- Un curieux outil de prédiction du prix des places de concert et de sport sur le marché parallèle (**SeatGeek**).
- Une place de marché pour vendre et acheter de l'alimentaire à proximité des lieux de production aux USA (**Local Dirt**). Une initiative intéressante pour son côté écoresponsable.
- Une plateforme pour le "social commerce" (**Piryx**) qui sert surtout à mener des campagnes de collectes de dons en ligne pour des causes diverses. Un after effect du syndrome Obama... ! Ce n'est pas le premier site du genre.

Autour des réseaux sociaux

Il subsiste des velléités d'entrepreneurs de créer le n+unième réseau social mais nombre de projets s'orientent dans les écosystèmes des leaders du marché (Facebook, Twitter, Google, etc) : outils d'analyse, d'optimisation (**ShareGrove** pour gérer les conversations avec un sous-ensemble de ses amis Facebook), d'agrégation (de news pour Twitter, chez **Instant**; d'informations sur les restaurants vues sur Twitter chez **iAte**) ou de conversion (un convertisseur de contenus Facebook en pages web chez **Diditz**). La mobilité est omniprésente, mais n'est plus à part. De nombreux outils permettent de collaborer à la fois sur le web traditionnel et sur mobiles, de manière intégrée.

Les réseaux sociaux semblent parfois ne concerner qu'une toute petite audience d'Internauts hyperactifs comme cet agrégateur de dizaines de sites sociaux pour un individu (**Threadsy**). Mais les évolutions sociétales sont tellement imprévisibles qu'il vaut mieux s'abstenir de jeter d'emblée tout à la poubelle.



Commençons par évoquer le cas **Stribe** de la startup française Nyoulink, hébergée dans l'incubateur Télécom Paristech, qui était la seule française à présenter sur TechCrunch 50. Un Stribe permet l'ajout d'un réseau social au dessus d'un site qui n'en a pas. Avec une simple ligne de code dans le template HTML des pages du site. Le service se présente sous la forme d'une barre d'outils en bas du site pour gérer sa communauté, c'est-à-dire pour permettre aux visiteurs du site de s'inscrire et de dialoguer entre eux pendant leur visite. Le service est vendu aux sites en mode SaaS, évitant pas là une trop forte dépendance à un modèle publicitaire. Un assez bon accueil sur TechCrunch mais le côté "ça ne vient pas de la Silicon Valley" gêne toujours un peu aux entournares. L'équipe a évidemment un double défi dans la diffusion de ce service et dans sa monétisation qui – c'est pas mal – ne repose pas que sur la publicité, mais surtout sur un forfait d'usage pour le site exploitant le Stribe dans un modèle freemium (gratuit avec pub intégrée, payant sans pub).

La suite en vrac :

- Un intéressant outil de chat vidéo avec ses amis dans Facebook avec partage de médias (**Zorap**). L'interface utilisateur est bien faite. Tout ce qui peut faciliter l'organisation de visioconférences à plusieurs est le bienvenu !

- Un outil web complémentaire de Twitter pour faire du “many to many”, à savoir permettre à plusieurs personnes d’envoyer des tweets sur un même compte (**TweetFunnel**), ce qui pourrait être fort utile pour les entreprises. Même si je considère qu’un blog comme un flux de Twitter doit émaner d’une vraie personne, pas d’une source anonymisante.
- Un service qui encourage les citoyens à alerter leur municipalité chaque fois qu’ils voient quelque chose qui cloche (**CitySource**) : feux de circulation, lampadaire, graffiti, nid de poule... il devrait permettre de canaliser les efforts des services publics et de réagir plus vite. Mais quid du business model ?
- Un site de partage de vécu pour le voyage (**TravelTrac**) qui supporte les smartphones – iPhone en premier of course – , sorte de magazine en ligne créé par les touristes avec téléchargement de photos, vidéos et textes géotagés. L’idée est de créer des banques de contenus fournies ensuite aux sites de vente en ligne de voyages. Et puis un autre site de partage de médias liés à vos voyages dans la même veine (**OnTheRoad**) et qui existe depuis 2007.
- Encore une startup qui cherche (depuis quelques années) à consolider vos listes de contacts dans un carnet d’adresses unifié (messagerie instantanée, email, réseaux sociaux), **Digsby**. Of course, l’outil va ensuite intégrer ce qui se passe dans ces différents services pour suivre ce qui est lié à chaque personne de ce carnet d’adresse. La société propose maintenant un client Twitter qui permet de mieux suivre les conversations. Pour les Internautes qui adorent baigner dans l’atmosphère bruyante et brouillonne des réseaux sociaux.
- Un service d’agrégation de conversations temps réel des médias sociaux tels que Twitter et Facebook (**Tinker.com de Glam Media**). Il est proposé sous forme de widget aux sites médias et d’annonceurs, pour permettre aux Internautes qui les visitent de Twitter à leur sujet. Un peu le serpent qui se mord la queue ! Quand on propose aux “marques” de faire du social, cela peut facilement délirer.
- Un service de rencontres qui s’appuie sur un moteur de recherche temps réel exploitant les données de vos réseaux sociaux et des services de médias en ligne que vous utilisez comme Flickr, Netflix, LastFM ou Pandora (**Gelato**). Cela en déduit vos goûts pour aider à trouver l’âme soeur. Espérons que cela crée des couples avec des goûts complémentaires plutôt qu’identiques. Reste à peaufiner l’algorithme de détection de la complémentarité.
- Un service de rencontre mobile, **DateCheck d’Intelius**, qui permet de consolider une sorte de profiling complet d’une personne à partir de son nom, email et son numéro de téléphone. Le système va récupérer des données diverses dans les réseaux sociaux et autres bases de données (y compris astrologiques, cadastrales et criminelles...), pour pister la personne à rencontrer ou rencontrée. L’objet est surtout de détecter les gens qui mentent sur leur profil, dans l’absolu ou par omission. Intelius est aussi à l’origine de iSearch, un service qui permet de profiler un individu aux USA en exploitant les bases publiques. Casier de justice, changements d’adresse, mariages, divorces, etc. Un peu comme les bases du CTU dans la série 24 Heures Chrono, mais en vrai ! C’est payant et heureusement... (*ci-dessous*).

INTELIUS
Live in the Know™

Sign In - My Intelius
View My Reports

<< Return to Home

PEOPLE SEARCH RESULTS Search Again >>

We found 1 person found that matches **Steven Ballmer** in the state of **Washington**.
Click on the [View Details](#) or [Get a Detailed Report](#) link for more info.

✓ Available See Details on All 1 People!

Name	Age	Previous Cities	DOB	Phone	Address	Avg. Income	Avg. Home Value	Relatives
Steven A. Ballmer		Bellevue, WA	✓	✓	✓	✓	✓	Steven A. Ballmer Beatrice Ballmer Frederic H. Ballmer Orma E. Ballmer C. Ballmer Rachelle M. Ballmer Connie E. Ballmer

Get More Info on Steven A. Ballmer including criminal records, address history, bankruptcies, lawsuits & more. Report also includes the 1 People Lookup Records you see on this page!

Related People

- STEPHAN BALLMER

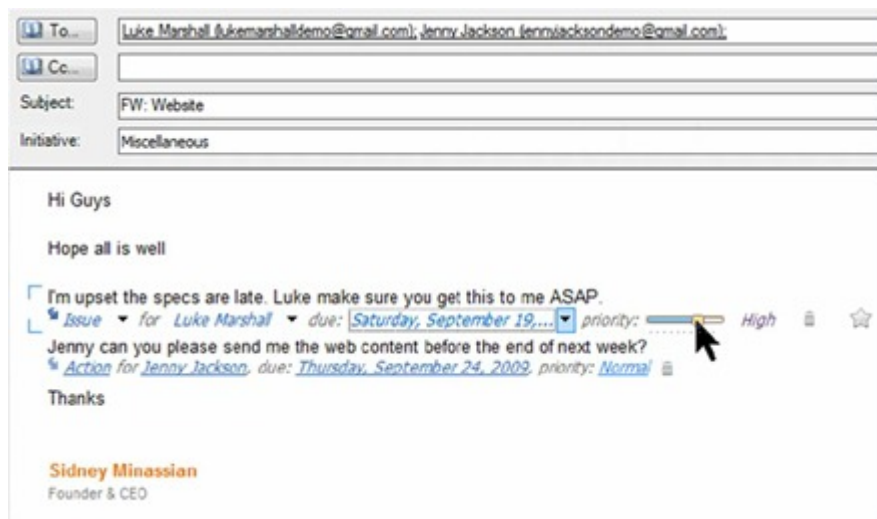
- Un service pour planifier des déjeuners avec ses meilleurs amis qui sont dans les parages (**Lunchster**) qui s'intègre avec votre calendrier (Outlook, iCal, Google Calendar) et qui exploite des recommandations de restaurants de Yelp, un annuaire qui se développe bien aux USA. Il doit bien y avoir une startup qui a fait la même chose pour les diners non ?
- Un service intéressant qui identifie les influenceurs sur Internet sur n'importe quel marché ou sujet destiné aux spécialistes des relations presse (**Traackrs Authority List**). C'est la mise "en logiciel" de l'expertise d'une agence spécialisée dans le domaine. L'outil effectue des recherches dans les réseaux sociaux, les blogs, les sites médias et génère un "score d'autorité" pour les influenceurs identifiés. L'outil va plus loin en permettant de suivre ses propres campagnes de communication sur ces influenceurs et d'en mesurer le retour.

Un peu hors catégorie, le service de création de cartes de vœux papier avec lien avec des contenus médias d'**Enthussem** permet à la fois la personnalisation des messages et la mesure de qui a ouvert et visionné la carte. En quelques sortes, c'est le "click and mortar" de la carte de vœux. Pour \$3 la carte imprimée et envoyée (USA, et \$4 pour l'international) !

Travail collaboratif

Dans le travail collaboratif pour les entreprises, pas mal de projets surtout sur DemoFall 2009 en plus des copycats déjà cités dans le premier post, avec une obsession : comment mieux gérer ses emails ?

- Un système kafkaïen pour le manager organisé qui permet de pister automatiquement les actions demandées à ses collaborateurs par email et autres outils de communication (**Liaise**). L'outil fonctionne comme un add-on de Microsoft Outlook. Quand vous rencontrez vos collègues ou collaborateurs, l'outil synthétise tout ce que vous leur avez demandé et le statut correspondant ! Les collaborateurs procrastinateurs seront ainsi mieux pistés ! Cela transforme son client de messagerie en gestionnaire de "to do list" collectif. Peut-être déjà déployé chez France Télécom ... :).



- Dans la même veine, **EmailSmarts de Nubli** ainsi que la solution du français **Kwaga**, vous aident à faire le tri dans votre flot d'emails pour trouver les plus importants et les gérer. La priorisation s'effectue automatiquement et peut être ajustée manuellement. Un plug-in d'Outlook pour le premier, et une extension de divers outils de messagerie pour le second. Ces deux outils complètent l'approche de **Xobni**, lancé il y a maintenant deux ans et que Microsoft a failli racheter, et qui consiste à fournir une information synthétique sur l'activité de chaque contact de sa messagerie. Sur le DemoPit, il y avait aussi **FrothMail**, encore un autre outil pour mieux gérer ses emails. Ca mérite un petit benchmark...
- Une solution de gestion d'agenda universelle pour iPhone (du québécois **Tungle**) qui se synchronise avec Outlook, Google Calendar, Apple iCal et Entourage for Mac. Pour peu que vos contacts publient leur agenda sur ces outils !

Solutions d'entreprise

J'ai noté trois solutions intéressantes dédiées comme les précédentes au monde de l'entreprise :

- Un outil d'assistance utilisateur et d'automatisation de tâches sous Windows (le Leo – pour Learn, Evolve, Operate – de l'israélien **KryonSystems**) qui ressemble à un système de recherche adapté à l'usage des logiciels courants, complété d'un automate pilotant les principales applications en mode pas à pas (Office, SAP, et même Visual Studio pour les développeurs). L'histoire ne dit malheureusement pas d'où viennent les contenus : la startup ? De l'UGC ? Des fournisseurs tierces-parties ? Un crawling du web ? Cela fait des années que Microsoft et d'autres améliorent leur système d'aide utilisateur, le meilleur restant en date le moteur de recherche de Google qui trouve souvent rapidement la réponse aux questions que l'on se pose dans les différents forums et bases de connaissances du web. Ce genre de solution est donc un peu "nice to have" et aura du mal à trouver son modèle économique. Surtout quand on sait que les entreprises forment très rarement leurs collaborateurs à l'utilisation optimale des logiciels courants, considérant que c'est un acquis.
- Un système de backup de données en mode "cloud computing distribué" (**Symform**). Le stockage est réparti chez les clients. C'est une sorte de "peer to peer" du backup dont le prix est fixe, et pas indexé sur la quantité de données à sauvegarder. Reste à savoir comment en assurer la fiabilité et la sécurité !
- Le cloud étant à la mode et mis à toutes les sauces, c'est la vidéosurveillance qui y passe aussi avec le VIAAS de **Third Iris**. A ceci près que cette société fournit des caméras vidéo "plug and play" avec son

système de “cloud” sur Internet. Elles se déclenchent automatiquement lorsqu’il se passe quelque chose et ont un stockage local limitant la bande passante utilisée sur Internet. C’est donc une solution complète “horizontalisée” qui permet de surcroît d’éviter de passer par un installateur pour un câblage et une configuration coûteux. Le concept me semble très intéressant et pourrait s’appliquer à pas mal de solutions domotiques. Avec un effet indirect : ce sont des solutions “over the top” qui passent au dessus des opérateurs télécoms ou d’énergie, qui auraient bien apprécié de jouer un rôle d’intermédiaire dans la diffusion de ce genre de services.

Autour du développement logiciel

Une catégorie en nette décline par rapport aux années précédentes avec trois outils plutôt périphériques au développement logiciel :

- Deux systèmes d’évaluation en ligne des compétences et performances des développeurs : chez l’israélien **Trollim**, élue meilleure startup internationale de TechCrunch 50, et chez le polonais **Codility**, présenté au SeedCamp UK.
- Un service de traduction offshorisé de vos sites web, qui fonctionne au choix avec traduction automatique, manuelle ou “crowdsourcée” (**Dubzer**). Un service ouvert sur le monde et multiculturel ? De la Silicon Valley ? Faut pas rêver ! La startup est indienne.
- Mais il y avait tout de même ce service multilingue (**NativeTung**), cette fois-ci originaire des US, qui permet de créer des sites web multilingues, basé sur une traduction des contenus automatique et temps réel.

Prochain et dernier post de cette série : les mobiles, les médias, le search et la santé.

Cet article a été publié le 7 octobre 2009 et édité en PDF le 23 décembre 2021.
(cc) Olivier Ezratty – “Opinions Libres” – <https://www.oezratty.net>