



## **E-Prospects : visa pour les États-Unis et le Maghreb**

**La start-up montpelliéraine E-Prospects a entamé sa deuxième année d'activité en s'implantant aux États-Unis. La première plate-forme communautaire d'achat et de vente de contacts et de rendez-vous prépare aussi son développement au Maghreb et au Moyen-Orient dans le cadre du programme EuroMed@Change.**

### **Seule place de marché communautaire au monde dédiée à la data**

E-Prospects a ouvert un bureau à Dover, aux États-Unis, en début d'année. Présente sur les marchés français, anglais et allemand, la start-up installée à Cap Oméga (Montpellier) depuis sa création en 2012 déploie désormais son offre aux professionnels nord-américains. Elle vient aussi d'être sélectionnée pour bénéficier du programme d'accompagnement européen EuroMed@Change pour tester les marchés d'Afrique du Nord et du Moyen-Orient. Ses services sont aujourd'hui uniques dans le secteur de la relation client. E-Prospects met en effet en relation, sur un même espace web, des entreprises à la recherche de prospects pour leur développement commercial, et des fournisseurs experts du marketing direct souhaitant vendre leurs productions. Le caractère novateur du concept réside dans son modèle économique, inspiré d'eBay, dont la start-up emprunte aussi le système d'achat/vente. Les entreprises en quête de prospects ne paient pas de droit d'entrée, ne sont pas tenues de s'abonner et sont libres d'acheter à l'unité.

### **E-Prospects démocratise la prospection commerciale**

Alain Iozzino a créé E-Prospects après avoir constaté que les TPE souffraient d'un déficit de prospection commerciale : « Prospecter coûte cher, prend du temps et le ciblage est complexe » déclare cet ancien directeur financier. La plate-forme E-Prospects est anonyme. Une TPE peut donc acheter un contact ou un rendez-vous à l'unité à un call-center habitué à vendre des données en nombre. L'acheteur choisit sa cible géographique, son domaine d'activité, et sélectionne son fournisseur en fonction de la méthodologie de travail de ce dernier, et de sa notation. Car le positionnement d'E-Prospects est là encore singulier sur le marché des data : l'entreprise ne vend pas de base de données et n'est partie prenante d'aucun de ses fournisseurs. E-Prospects peut donc analyser leurs prestations, les notes attribuées par les acheteurs et traiter les éventuels litiges avec neutralité.

### **Un modèle économétrique novateur**

E-Prospects innove dans la relation client en s'adossant à une technologie logicielle propre, développée en partenariat avec le laboratoire de traitement et recherche informatique et statistique de l'Université de Montpellier (TRIS). Les outils d'analyse économétriques d'E-Prospects lui permettent de prévoir l'évolution des prix en fonction d'éléments quantitatifs et qualitatifs, et d'anticiper le développement d'un secteur d'activité ou d'une zone géographique. Cette technologie positionne l'entreprise comme un véritable observatoire du marketing direct. La start-up montpelliéraine souhaite imposer son modèle comme une référence sur le marché dans les mois à venir.

#### E-Prospects en bref

[www.e-prospects.biz](http://www.e-prospects.biz)

- SAS au capital de 215.700 € créée en mars 2012 ; début d'activité janvier 2013 ; 1er tour de table avril 2014.
- 600 fournisseurs dans plus de 20 pays : call-centers, sociétés de marketing direct, professionnels du lead et du rendez-vous.
- 5 bureaux : Cap Oméga et Laboratoire TRIS (Montpellier), Londres, Berlin, Dover (États-Unis).
- Distinctions : Prix de l'Innovation Commerciale de la Relation Client (Maroc 2012), Prix de l'Innovation Technologique au Digiworld Summit (Montpellier 2012). E-Prospects a été l'une des 8 entreprises innovantes du Languedoc-Roussillon retenues dans le cadre du concours national d'aide à la création d'entreprises de technologies innovantes 2013.
- Partenaires : Région LR, LRI, Union Européenne, Bic Cap Oméga, Oséo, Transfert LR, TRIS, Ville de Montpellier.