

## **Avec Leroy Merlin, Potion Social connecte les clients directement aux conseillers de leur magasin**

**Créée à Euratechnologies (Lille) en 2010 par Antoine Leclercq, Potion Social est spécialisée dans la création et la gestion de plateformes de communautés de clients. Avec à son actif la création de 300 communautés fédérant 100 000 membres, Potion Social accompagne des enseignes telles que Auchan, Leroy Merlin ou encore Keolis.**

**Jusqu'à présent centrée sur l'animation de communautés de marques, à l'image d'*Auchan et Moi*, Potion Social développe aujourd'hui une offre complémentaire axée retail et destinée à constituer des communautés directement en magasin. L'enjeu est clair : maintenir le lien entre l'enseigne et ses clients une fois ceux-ci sortis du magasin et animer une communauté en local.**

**Première illustration avec le dernier magasin Leroy Merlin inauguré il y a quelques jours à Tourcoing [59]. Potion Social a ainsi imaginé une plateforme communautaire permettant aux conseillers de devenir des micro-influenceurs. Comment ? En leur permettant de publier du contenu lié au magasin, de créer des événements ou des jeux concours, de dialoguer avec les clients... Et pour encore renforcer le niveau d'engagement de la communauté, Potion Social a mis au point, pour la première fois, une application mobile dédiée.**

### **Rapprocher le client de son magasin.**

Un client émotionnellement connecté avec son magasin dépenserait en moyenne deux fois plus qu'un client « seulement » satisfait. S'inspirant de ce postulat, Potion Social a développé une solution personnalisée de création et de gestion de communautés de clients en magasin. Intégralement en mode SaaS, la plateforme est conçue pour les équipes de vente afin de leur permettre de créer instantanément une communauté, de la personnaliser, d'augmenter rapidement le nombre de ses membres (grâce à des invitations, des événements, des jeux-concours) et de l'animer grâce à des techniques de gamification et de contenu. A l'inverse des réseaux sociaux classiques, la marque reste propriétaire des données clients.

*« Cette offre vient compléter ce que nous faisons, explique Antoine Leclercq, fondateur et CEO de Potion Social. Jusque-là nous animions une communauté au niveau d'une enseigne, d'une marque, telle que Leroy Merlin. Avec cette nouvelle solution, nous focusons davantage et proposons de créer des micro communautés, sur un point de vente précis. Leroy Merlin nous a fait confiance et nous a confié le développement de sa communauté de clients pour son nouveau magasin tourquennois. »*

Ce projet a également été l'occasion de développer, pour la première fois, une application mobile. Ainsi, les clients reçoivent directement sur leur smartphone les notifications les alertant des dernières actualités ou animations du magasin.

## Humaniser la relation digitale

« Avec cette plateforme, nous ajoutons une strate émotionnelle, une dimension humaine. Prenons l'exemple d'un client qui, en rentrant chez lui, se rend compte qu'il a oublié de poser une question au conseiller. En général il ne se rappelle pas de son prénom. C'est frustrant. Avec notre solution, ce client aura la possibilité d'échanger en direct, via l'appli mobile ou la plateforme web, avec le conseiller qui l'a accueilli en magasin. » explique Antoine Leclercq. A la clé pour l'enseigne, la possibilité de fidéliser le client au travers d'une relation humaine, plutôt que d'une promotion.

## Dernier-né de Potion social : la communauté Leroy Merlin Tourcoing.

Partager ses projets, découvrir ceux de la communauté, s'inscrire aux ateliers, échanger avec les autres membres... autant d'interactions proposées aux membres de la communauté Leroy Merlin Tourcoing. Sur le **fil d'actualité**, les utilisateurs de la communauté sont libres de poster leurs envies, avis, questions... **Des groupes de discussions** – un par rayon - permettent aux membres de se retrouver dans un espace dédié à une thématique définie. Comme en magasin, **des conseillers spécialisés dans leur rayon sont disponibles en ligne** pour accompagner les utilisateurs. Les membres de la communauté peuvent ainsi interpeller chaque conseiller pour leur poser des questions, demander un avis...

