

COMMUNIQUE

Paris, le 23 Septembre 2010

LEADFORMANCE REMPORTE LE E-COMMERCE AWARD CATEGORIE INNOVATION

Le jury des E-Commerce Awards 2010 a récompensé Leadformance et sa solution WEB to SHOP, BRIDGE, lors de la soirée de remise des prix, qui restera l'un des temps forts de ce salon. Cette reconnaissance d'acteurs majeurs du secteur E-Commerce et de la distribution vient couronner les 2 ans de R&D qui auront été nécessaires pour mettre au point ce logiciel aujourd'hui unique sur le marché du Digital Marketing. La vocation de BRIDGE est d'aller chercher sur Internet des clients pour les points de vente des marques et enseignes, et de rétablir la passerelle qui manque souvent entre online et offline.

Pour cette édition 2010, la catégorie Innovations des E-Commerce Awards, aura été la plus convoitée, mais ce sera également celle où la décision aura été unanime. Comme le souligne Guillaume Poulat, Directeur de la Rédaction d'E-Entreprise : « La performance rime avec innovation. Cette innovation reste souvent le fruit de la réflexion de personnes visionnaires. »

Pour Pierre-André POCHON, Président de Leadformance, gagner les E-Commerce Awards dans la catégorie innovation est une satisfaction et un aboutissement : « Le fait d'être reconnu par des grands noms du secteur est une véritable récompense. La tendance web to shop est trop souvent vulgarisée. Amener des clients depuis Internet sur le point de vente, peut paraître simple à première vue, mais nous avons vraiment réalisé un effort de recherche développement important pour proposer une solution qui offre tout le potentiel du web to shop aux marques et aux enseignes. L'innovation dans ce domaine n'était pas forcément reconnue jusqu'à présent. C'est donc aujourd'hui une belle victoire pour toute notre équipe, et un signe très positif pour l'avenir de Leadformance. »

BRIDGE est la seule solution disponible sur le marché, qui permette aux marques et aux enseignes d'exploiter un nouveau mode de consommation, qui consiste à rechercher en ligne les produits et de les acheter directement sur le point de vente, où l'internaute souhaite trouver avant tout le conseil du vendeur et une certaine réassurance. Dénommée ROPO (Research Online/Purchase Offline), cette tendance, si elle est pilotée et maîtrisée, permet de générer un chiffre d'affaire plus important sur les points de vente*. Le suivi de la conversion online/offline, et la mesure du taux de satisfaction, inclus dans la solution, permettent de tisser une relation personnalisée et pérenne avec des clients qui attendent une relation « réhumanisée » avec les marques et enseignes.

BRIDGE a déjà convaincu des acteurs majeurs tels que Boulanger, lastminute.com, Norauto, Optical Center, Grosfillex, France Loisirs, Gitem, 1.2.3 Groupe Etam, Millet, Hygena, Auchan Voyages.

**Une étude Gartner de 2008 montre que 82% du commerce mondial s'effectue sur le point de vente*

Toutes les fonctions de BRIDGE en 3 min au format vidéo : [cliquez ici](#)

En savoir plus sur LEADFORMANCE : www.leadformance.com

LEADFORMANCE est une SAS au capital de 1008000 Euros fondée par Pierre-André POCHON, actuel Président et Cyril LAURENT, Directeur Général. LEADFORMANCE est un éditeur de logiciels en mode SaaS destinés aux marques et aux enseignes qui disposent d'un réseau de points de vente. L'entreprise propose des solutions e-marketing innovantes permettant de recréer le lien entre Internet et les points de vente avec une traçabilité totale. Effectif : 35 personnes réparties entre la France (LEADFORMANCE France SAS), le Canada (LEADFORMANCE Software Canada Inc.) et le centre de développement basé à Chennai - Inde. (LEADFORMANCE Software Private Inc.) Siège Social : 8, Avenue de la Grande Armée – 75017 PARIS – Siret : 44074376300037 – APE 6202A