

# L'Oréal USA développe l'achat mobile instantané et multi-environnement avec PowaTechnologies

**Ce partenariat avec le leader mondial de la cosmétique sur le territoire américain consacre la start-up britannique et sa solution « couteau suisse » de m-commerce PowaTag.**

## **Un partenariat unique avec L'Oréal USA**

La filiale nord-américaine du géant de la cosmétique vient d'officialiser un partenariat avec l'entreprise britannique Powa Technologies. L'Oréal compte intégrer dans toutes ses publicités, ses offres promotionnelles mais également ses displays en magasin, la solution de m-commerce Powatag pour les rendre « shoppable ». Les mobinautes ayant téléchargé l'application et entré leurs coordonnées bancaires pourront instantanément acheter les articles ou bénéficier des réductions où qu'ils se trouvent, à partir de supports on- et offline.

Cette alliance confirme la stratégie de déploiement de L'Oréal sur le commerce en ligne, qui est à l'origine de la refonte du site de L'Oréal Paris qui intègre des fonctionnalités d'achat, ou encore de la création du site emcosmetics.com proposant à la vente les produits designés avec la blogueuse et YouTubeuse Michelle Phan.

## **PowaTag, le « couteau suisse » du m-commerce**

Après une solution de e-commerce basé sur le cloud (PowaWeb) et une autre dédiée aux terminaux de vente in-store (PowaPOS), la start-up britannique Powa Technologies, créée en 2007 par Dan Wagner, a développé à partir de 2013 une application de m-commerce complète :

Technologie hybride qui combine reconnaissance du produit / de l'objet et achat immédiat

- Technologies de reconnaissance des produits multiple : QR codes, JavaScript, e-balises, NFC, beacons, réalité augmentée, et audio-tags de type Shazam
- Compatibilité avec les principaux OS mobiles
- Simplicité d'utilisation : de l'inscription à l'achat en 1 clic

La concurrence sur le m-commerce est rude, nombreux sont les acteurs cherchant à développer la « killer app ». Mais PowaTag est à l'heure actuelle l'une des rares à afficher un positionnement de « couteau suisse » de l'achat direct en mobilité. L'entreprise a développé son produit dans l'objectif de créer chez les utilisateurs un réflexe d'utilisation, afin de supplanter d'autres acteurs puissants tels Apple, Amazon ou PayPal.

De plus, l'entreprise propose tout un éventail de services associés à l'application, leur permettant d'intégrer des tags dans leurs posts sur leurs comptes sociaux, dans leurs SMS

et emails marketing.

**Un large éventail de services aux marques**

PowaTag is the mobile platform that accelerates your digital strategy. It turns every point of contact into a point of sale, any time and anywhere:

- Scan**  
PowaTag Codes transform existing marketing media such as billboards, printed materials and ads into dynamic and immediate points of sale.
- Touch**  
PowaTag Touch buttons allow the consumer to check out instantly online with one-touch using a mobile or tablet device.
- Listen**  
PowaTag Audio embeds inaudible audio watermarks into any live or recorded broadcast, letting consumers purchase spontaneously and immediately.
- Social Media**  
Short PowaTag URLs can be embedded into social media feeds for easy impulse purchase.
- Email/SMS**  
PowaTag can be embedded in emails and SMS, providing an elegant scan or touch buying experience.
- Beacon**  
PowaTag Beacons are discreet low-power Bluetooth devices that deliver personalized greetings and promotions to PowaTag customers in physical locations.

Source : [powa.com](http://powa.com)

## Croissance rapide de l'activité de PowaTag

Lorsque la marque Comptoir des Cotonniers a lancé sa campagne de « fast shopping » en Mai 2014, Powa Technologies avait déjà séduit 270 marques. Neuf mois plus tard, l'entreprise annonce 1 100 clients (+323%). Des plus clients *a priori* satisfaits : la marque de vêtements française a répété l'opération lors de sa collection d'hiver en Novembre dernier.

Présente dans 10 pays, Powa Technologies est valorisée à 2,7 milliards de dollars depuis sa dernière levée de fonds de 80 millions \$ réalisée en Novembre 2014. Elle compte profiter du boom attendu du m-commerce qui bondirait de 3 Md\$ en 2013 à 53 Md\$ en 2019, selon les prévisions de Javelin Strategy & Research.

**Campagne du Comptoir des Cotonniers avec PowaTag en Mai et Novembre 2014**

Source : [thefastshopping.com](http://thefastshopping.com)

