

Communiqué de presse - Juin 2022

Coaching digital des petits commerces parisiens : Un an après, le bilan est positif !

Depuis 2015, Paris et la Semaest animent « CoSto », un dispositif qui permet d'aider les commerces de proximité à bien utiliser les outils numériques pour développer leur activité. Pour répondre aux nouveaux besoins qui ont émergé avec la crise sanitaire, un programme expérimental de coaching digital personnalisé a été lancé en juin 2021. Un an après, les résultats sont au rendez-vous.

CoSto (Connected stores) est une initiative originale portée par la Semaest, société de la Ville de Paris, qui permet aux commerçants et artisans de s'approprier les outils numériques pour développer leur activité.

La crise sanitaire et la fermeture des commerces qu'elle a entraînée, a joué un rôle de déclencheur dans la prise de conscience des commerçants de l'importance du digital et de se doter de moyens de communication numériques. Pour les accompagner dans leur démarche, Paris et la Semaest ont lancé en juin 2021 le programme « 1 étudiant -1 commerçant connecté », un coaching digital personnalisé d'une durée de 3 mois au cours duquel un étudiant formé au numérique aide un commerçant à s'approprier les outils web de base ou à optimiser sa présence digitale déjà existante.

« L'objectif de ce programme de coaching digital est non seulement d'apporter une aide concrète, sur mesure et gratuite aux commerçants de proximité, mais également de faciliter l'accès à l'emploi, à des étudiants qui peinent parfois à trouver des entreprises pour poursuivre leurs études en alternance » souligne Colombe Brossel, Présidente de la Semaest.



© Matthieu Gauchet

« Cet accompagnement s'inscrit dans une démarche gagnant-gagnant à tous niveaux. D'un côté, les commerçants sont conseillés, épaulés et formés par des jeunes experts totalement à l'aise avec les codes et les usages du numérique. De l'autre, les étudiants mettent en application leurs connaissances, découvrent le quotidien des commerçants et acquièrent une première expérience professionnelle de qualité en transmettant leur expertise, reconnue et valorisée » précise Colombe Brossel.

Pour mener à bien ce programme, la Semaest a embauché en alternance 5 étudiants qui assurent l'accompagnement des commerçants, en étant encadrés et conseillés par l'équipe CoSto. Depuis un an, plus d'une trentaine de commerçants ont bénéficié de ce coaching digital et ont pu être aidés sur différentes thématiques : création et optimisation de leur site web, travail sur le référencement local de leur boutique, conseil pour animer leurs réseaux sociaux, construction d'une identité visuelle digitale personnalisée, etc. Trois sessions de coaching ont déjà eu lieu, la quatrième session vient de démarrer.

Zoom sur quelques commerçants accompagnés :

In Cute – Atelier de sellerie et maroquinerie - 22 bis rue Basfroi – Paris 11^e

Auparavant, l'atelier de sellerie et de maroquinerie In Cute disposait de 2 sites internet : l'un destiné à promouvoir la marque et l'autre dédié à la vente en ligne des articles de maroquinerie et des ateliers découvertes.

Karoline Bordas, artisane fondatrice de la marque, a rejoint le programme « 1 étudiant – 1 commerçant connecté » car elle souhaitait être bien entourée dans son projet de migration de ses sites vers un outil unique.

« Avant de prendre des décisions, j'avais besoin d'avis d'experts. Le programme m'a apportée des réponses techniques et une aide précieuse pour leurs mises en place » précise Karoline qui ne tarit pas d'éloges quant à l'accompagnement réalisé par Sanaâ.



Sohan Café – Restaurant iranien - 30 boulevard de la Chapelle – Paris 18^e

Déjà dotés d'un joli site internet présentant leur restaurant de spécialités iraniennes, Mehrnaz et Bruno Lemoine avaient besoin d'un coup de pouce pour construire la stratégie de communication du Sohan Café sur Instagram.

Ne maîtrisant pas les standards du réseau social, ils peinaient à faire des publications régulières. Manal leur a partagé les bonnes pratiques de la plateforme, a construit avec eux un calendrier éditorial et leur a préparé des modèles pour leurs futures publications.

Ils saluent le professionnalisme de Manal qui « a su adapter son discours, en donnant beaucoup de sens à ce qu'elle proposait et en l'illustrant d'exemples toujours très concrets ».



La toute petite librairie – Librairie - 2 rue Etienne Marey - Paris 20^e

La toute petite librairie est un véritable lieu de rencontres et d'échanges situé au cœur du 20^e arrondissement de Paris. Les habitants du quartier viennent y trouver un livre coup de cœur, un article de papeterie, y faire une pause-café, acheter leur Pane Vivo ou participer à une séance de dédicace avec un écrivain ou un illustrateur. C'est la chaleur et la convivialité de la boutique qu'Hervé Beligne, son propriétaire, voulait partager avec les internautes via son site vitrine.

Manal a su être à l'écoute de ses attentes pour créer un site qui reflète parfaitement la philosophie du lieu.



Un Jardin sur la Ville – Boutique de plantes et fleurs artificielles - 27 bis rue Duret - Paris 16^e

Frédérique Frémeau est la gérante d'Un Jardin sur la Ville, une boutique spécialisée dans les plantes et les fleurs artificielles haut de gamme, située à 2 pas de la Place de l'Etoile. Son besoin était d'avoir un site vitrine présentant les multiples facettes de son offre à destination de sa clientèle professionnelle : décoration florale des halls d'hôtels, des tables de restaurants, des devantures de magasins, végétalisation artificielle de terrasses.



Ismail a pris la suite d'une agence web qui avait laissé le site en friche. Il a construit avec la commerçante chaque page du site qu'il a ensuite optimisée pour le référencement.

Sav'Heure In – Restauration rapide - 10 bis rue Montgallet – Paris 12^e

Avant sa participation au programme de coaching digital CoSto, Sav'Heure In ne disposait d'aucune présence digitale. Manal a aidé Raïssa Eyang à donner une visibilité sur la toile à sa boutique de restauration rapide dans laquelle elle propose un large choix de bagels, tortillas, panini... préparés à partir d'ingrédients de qualité et de pains fait maison.



L'optimisation de sa fiche Google My Business, la création de son menu au format digital accessible à partir d'un QR code, la mise en place d'un compte professionnel Instagram ont été les premières étapes de la digitalisation du commerce de Raïssa qui s'est montrée très motivée et pro-active tout au long de la session.

Gaëlle Barré – Création de vêtements - 17 rue Keller – Paris 11^e

Gaëlle Barré, créatrice de la marque de vêtements éponyme, souhaitait travailler sur le référencement local de sa boutique pour toucher une nouvelle clientèle au-delà du 11^e arrondissement.

En complément de l'optimisation du contenu de sa fiche Google My Business, la commerçante avait besoin de recueillir de nouveaux avis positifs pour améliorer son positionnement dans les résultats de recherches localisées.



Pour répondre à sa problématique, Clémence a créé une carte de remerciement avec un QR code qui renvoie directement la cliente vers l'interface dédiée aux avis Google. Gaëlle Barré l'a personnalisée avec un petit message manuscrit et la donne dorénavant à chaque achat effectué en magasin.

A propos de la Semaest

La Semaest, société d'économie mixte de la Ville de Paris, a développé une expertise unique en matière de développement économique local. Grâce à son action, plus 750 locaux commerciaux ont été réaffectés pour accueillir des commerçants et artisans indépendants. La Semaest favorise l'émergence d'une nouvelle économie de proximité et agit au quotidien en faveur de concepts de commerce innovants, porteurs de sens, de lien social et d'emploi local. Fidèle à ses

qualités de pionnière, la Semaest a lancé en 2015 une initiative originale « Costo », visant à réconcilier l'économie de proximité et l'économie numérique afin de doper l'activité des commerçants.

Contacts Presse :

Sabrina Le Bourgeois

s.lebourgeois@semaest.fr / 06 81 70 41 75