

Cas client



Phoenix
Mobility

Wadie MAANINOU
Cofounder & CEO

Phoenix Mobility est une startup fondée en 2018. Elle a mis au point un kit “rétrofit” qui permet de convertir les véhicules thermiques en véhicules électriques. Déterminer le meilleur segment de marché à adresser pour accélérer rapidement était un enjeu majeur pour l’équipe. Elle a choisi d’utiliser Comonimage pour connaître les ressentis et attentes de ses clients potentiels à propos de son innovation, pour ajuster son positionnement et ses propositions de valeur sur des critères factuels et précis.

► Le profil de Phoenix Mobility

Il y a aujourd’hui plus d’1 milliard de véhicules à moteur thermique dans le monde. Il est urgent d’opérer une transition vers des véhicules moins polluants, mais cela demeure difficile par manque de temps et de ressources. Pour répondre à cet enjeu, Phoenix Mobility a créé un kit de conversion qui permet de transformer un véhicule thermique en véhicule électrique. Cette innovation va rendre le parc automobile moins polluant. L’offre de Phoenix Mobility s’adresse uniquement au segment des véhicules utilitaires d’entreprises ou de collectivités. Ce marché encore balbutiant commence à bouger : une réglementation sortie en avril 2020 va permettre à la start-up d’accélérer.

► La problématique

Dans le cadre du démarrage de son activité, Phoenix Mobility était confronté à un choix stratégique : délimiter son marché adressable le plus porteur. Le retrofit peut toucher le grand public comme les professionnels, les possibilités étaient donc quasiment infinies. Déterminer sur quel marché concentrer son énergie était essentiel pour augmenter son chiffre d’affaire rapidement.

“ **Comonimage permet de mettre des mots, des certitudes sur les hypothèses et les intuitions que l’on peut avoir en développant son business.** ”

Comment tester et valider les hypothèses sur de vraies personnes ? Le réaliser artisanalement n'aurait pas donné de résultats précis, avec une démarche trop complexe pour une startup qui démarre.

► **L'expérience Comonimage vue par Wadie Maaninou :**

“Nous pensions au départ nous centrer sur le marché B to C. Comongo nous a accompagné pour déterminer les objectifs de notre étude et quels groupes interroger. Nous avons défini des groupes de personnes selon le type de véhicule qu'elles conduisaient et selon des critères plus classiques portant sur leur profil : homme ou femme, conducteur citadin ou non... Comongo nous a également aidé à choisir les questions à poser aux différents groupes parmi celles que Comonimage a généré, en fonction de nos objectifs d'étude. Les algorithmes de Comonimage ont analysé et croisé les réponses des différents groupes interrogés pour identifier la meilleure cible à adresser, celle dont l'appétence pour notre produit est réelle et confirmée pour aller directement à l'essentiel.”

Les résultats vus par Phoenix Mobility

“Comonimage permet de mettre des mots, des certitudes sur les hypothèses et les intuitions que l'on peut avoir en développant son business. La restitution permet une vision limpide du diagnostic pour se concentrer sur ce qui produit réellement de la valeur, ce qui représente un réel gain de temps. On élimine une part de risque d'erreur très importante, ce qui est précieux pour une startup.

Croisée avec nos propres actions de marketing digital, Comonimage a permis d'écarter des marchés qui n'auraient pas réagi, de nous concentrer sur ceux qui attendent réellement nos kits de conversion et sont prêts à adapter leur véhicule, ou à devenir des garagistes partenaires.”

“ **La restitution permet une vision limpide du diagnostic pour se concentrer sur ce qui produit réellement de la valeur, ce qui représente un réel gain de temps. On élimine une part de risque d'erreur très importante, ce qui est précieux pour une startup.** ”