



**BENOÎT GROUCHKO**

Directeur Général  
et Cofondateur  
de Databerries

## Comment intégrer la data à sa stratégie ?

Créée en 2014, **Databerries** développe des solutions de marketing à la performance. La startup permet de diffuser des publicités sur les téléphones mobiles d'un public ciblé en fonction des lieux qu'il a fréquentés par le passé. L'offre est basée sur la collecte et l'analyse de milliards de données provenant de différentes sources mobiles, traitées par des algorithmes élaborés par Databerries.

“ L'objectif de notre solution est de faire venir plus de monde en magasin. C'est un enjeu qui est partagé à la fois par les grandes enseignes et par les magasins indépendants.

**En matière de nouvelles technologies, je pense que toutes les entreprises peuvent avoir un budget à leur mesure. Si on apporte de la valeur, alors peu importe la taille de la structure, elle sera prête à payer pour en bénéficier.**

J'identifie 2 principaux freins au changement numérique chez les TPE et PME. D'une part, on peut parler d'une résistance quasiment « psychologique » liée à la crainte de ce que l'on ne connaît pas. D'autre part, il existe une certaine appréhension à la prise de risque et à la prise de décision.

Pour aller au-delà de ces freins, nous devons convaincre, évangéliser, rassurer... Pour le client, il ne faut pas qu'il considère comme un risque le fait d'adopter nos solutions, mais plutôt comme une opportunité. ”