



digital.union@sonapresse.com

L'actu du web

## E- BUSINESS...

Par GMNN

ARAMISAUTO RÉNOVE SON  
CENTRE D'APPELS

Photo: DR

**Aramisauto**, spécialiste de la vente en ligne de voitures d'occasion aux particuliers en France, et qui fait partie du groupe Aramis, migre son infrastructure de centre de contacts vers le Cloud pour améliorer l'expérience et l'engagement client à travers de multiples points de contact, indique La Revue du digital. Aramisauto, en tant que marque connue dans la vente d'automobiles d'occasion en France, doit gérer quotidiennement de gros volumes d'interactions avec les clients. Le projet vise à améliorer l'engagement et les niveaux de satisfaction des clients lors des appels vocaux, du traitement des e-mails, des SMS et des chatbots. Il y aura la migration de 400 agents du centre de contact vers la solution Genesys Cloud et comprendra aussi une solution de routage d'appels intelligent et une intégration avec la plateforme de gestion des clients de Salesforce. Il s'agit d'un projet pluriannuel, concernant 400 conseillers du centre de contact traitant avec 320 000 clients et 3 millions de visites par mois sur son site.

LE RETRAIT DE COLIS PROPOSÉ  
AVEC LES STATIONS DE RE-  
CHARGE

Photo: DR

**Stations-e** intègre à ses stations multiservices des consignes Pickup pour le retrait de colis. Stations-e signe des partenariats pour annexer des services autour de ses bornes, dynamisant ainsi les zones où elle s'implante. Stations-e s'implante là où les utilisateurs en ont besoin, proches de points d'intérêt et activités quotidiennes (restaurants, salles de sport, commerces, écoles, musées...). La consigne Pickup répond aux nouvelles habitudes de consommation en proposant un retrait de colis autonome, sécurisé et accessible 24h/24 et 7j/7. Pickup ambitionne d'atteindre les 2 000 consignes en France d'ici la fin de l'année, et les 6 000 consignes d'ici 2026.

## Conseils de Jerry Kamgang pour " débiter un business sans capital "

Innocent M'BADOUUMA  
Libreville/Gabon

**H**ABITANTE de Bellevue 2, Carrefour B2, Gaëlle, 45 ans, mère d'une fille, était au chômage. Face à une vie difficile, elle a décidé de prendre la sienne en mains. Gaëlle connaissait un importateur-grossiste en vente de costumes pour hommes à Mont-Bouët. Sans capital de départ, elle va, malgré tout, décider de se lancer dans ce commerce. Son astuce : poster des photos de costumes sur sa page Facebook. Une fois le client décide de l'achat, elle lui fixe rendez-vous au Carrefour Léon M'ba, s'en va chercher le costume chez le grossiste, encaisse la paie (2 à 3 fois le prix du magasin), livre le costume et retourne reverser à l'importateur-grossiste le prix de vente magasin et empoche le reste.

Avec Internet, le chiffre d'affaires de Gaëlle a grimpé en quatre ans. Au point où, en 2023, de vendeuse pour l'importateur-grossiste, elle est devenue une importatrice de marchandises en Turquie et Chine et dispose de deux magasins aux Galeries situées entre le quartier Anciens combattants et la station-service du commandement en chef des Forces de police nationale (FPN). Pour Jerry Kamgang, expert en



Photo: DR

Jerry Kamgang, conseiller digital.

marketing digital et en vente en ligne et formateur, " avec zéro capital, zéro investissement de départ, si ce n'est un téléphone et une connexion internet régulière, on peut générer un chiffre d'affaires de 850 000 FCFA, avec un bénéfice de 150 000 FCFA à la clé ".

Il explique que la démarche à suivre est de choisir un secteur qui marche, d'aller chez un four-

nisseur de gros. Prendre des belles photos de marchandises, les poster sur votre page Facebook et attendre les premiers clients. Pour Kamgang, afin de réaliser ce chiffre d'affaires, il faut au minimum un budget de campagne. " Le seul budget dont vous aurez besoin, c'est la publicité. Il y a des publicités qui commencent avec 650 FCFA, 6 500 FCFA ou 18 000 FCFA. Les gens qui ont

pu commencer avec ce budget publicitaire, ont pu générer un minimum de 100 000 FCFA de chiffre d'affaires par jour ". Journaliste spécialisée dans le marketing digital et la vente en ligne, Maud Leuenberger ajoute qu'il faut un minimum d'organisation, notamment un business plan, formation en ligne pour acquérir et développer les bons réflexes.

## Portails commerciaux

### CAP 2025 : S'INFORMER DES PRIX ET COMBATTRE L'INFLATION

Innocent M'B.  
Libreville/Gabon

**D**ANS le cadre de son Programme CAP 2025, la Confédération gabonaise des syndicats des commerçants est signataire du Protocole d'accord relatif au dispositif portant sur le plafonnement des prix des produits alimentaires de première nécessité importés au taux réduit global de 5%.

Cette organisation, très présente sur Internet et sur les réseaux sociaux (Facebook, notamment), lance une cam-

pagne de sensibilisation auprès des commerçants en général et des syndiqués en particulier dans le Grand Libreville (Owendo, Akanda, Libreville et Ntoundou). Les objectifs de la campagne visent à afficher la mercuriale dans les boutiques afin de faire connaître les prix des produits alimentaires aux consommateurs ; à sensibiliser les commerçants sur les sanctions encourues en cas de non-affichage de la mercuriale ; à les informer sur le comportement à adopter dans la vente des anciens stocks.

Il sera aussi question pour ce syndicat, via le programme CAP



Photo: DR

2025, de relayer l'action du gouvernement, d'inciter les jeunes à la vulgarisation des politiques publiques comme opportunités d'auto-emploi.

Enfin, il sera question de recueillir les difficultés des commerçants relatives à l'approvision-

nement.

En un mot, CAP 2025 se veut ainsi le portail de l'information instantanée sur où dénicher des aliments bon marché, et pour dénoncer les commerçants qui abusent de la hausse des prix en violation de la mercuriale.