

Wengo veut devenir le Google du service aux particuliers

ETUDE DE CAS

La filiale de Vivendi spécialiste de la mise en relation téléphonique, vient d'acheter **Devisprest** référençant quelque 2.000 artisans en France.

Valérie Leboucq
vleboucq@lesechos.fr

Wengo.com, plate-forme de mise en relation par téléphone, étoffe son offre de services aux particuliers. La filiale de Vivendi vient en effet d'acheter Devipresto, une start-up spécialiste des travaux à domicile avec un portefeuille de 2.000 artisans en France. « L'objectif est de faciliter la recherche de professionnels compétents proches de chez soi », explique David Bitton, directeur général de Wengo.

La plate-forme n'émet pas d'avis sur la qualité des prestations fournies, ce sont les clients qui s'en chargent. Ils affichent leurs photos « avant » « après » la réalisation des travaux et notent le travail effectué à la manière de Tripadvisor. Un système déjà testé avec succès par Wengo dans le domaine du conseil juridique et de... l'astrologie, où la plate-forme réalise encore 60 % de son activité (30 millions d'euros l'an dernier, soit + 32 % par rapport à 2011).

Lancée en 2004, Wengo, alors dans le périmètre de Neuf

Cegetel, a commencé par vendre des minutes de téléphonie avec, il faut le dire, moins de succès que Skype, créé la même année en Estonie. Depuis 2008, la plate-forme s'est redéployée dans la mise en relation avec des professionnels en tous genres. Le poids de l'astrologie tient à la forte demande du public, mais aussi au refus initial des sites partenaires de Wengo de partager leurs revenus dans des domaines autres, raconte David Bitton. Ce qui ne l'a pas empêché d'élargir son champs d'intervention. Au conseil juridique essentiellement (30 % du chiffre d'affaires) avec l'assurance pour les particuliers ou les entreprises qui appellent d'être mis en relation immédiate avec un avocat. Cela 24 heures sur 24, 7 jours sur 7 et à un prix compétitif : de l'ordre de 4 euros la minute. La moyenne des appels tourne autour de 10 à 15 minutes, la suite, quand il y en a, se traite de manière classique dans le cabinet de l'avocat.

Le développement de Wengo repose sur la mise en œuvre de trois principes.

1 RÉPONDRE À UNE DEMANDE LATENTE

Si l'astrologie fait les beaux jours de l'audiotel et de Wengo, ce n'est pas le seul domaine où Internet peut faciliter l'expression d'une demande peu ou mal exprimée. « Tout le monde ne connaît pas un bon avocat ou n'a pas nécessairement envie de demander de l'aide à ses proches », relève David Bitton. Il

constate plus généralement le très grand besoin de « réassurance dans une société sécularisée et en manque de repères ».

2 DÉCLINER LE CONCEPT

Autres domaines couverts par Wengo : le soutien scolaire et le coaching informatique. Avec 2.500 experts déjà inscrits, la plate-forme est prête à répondre à tous les besoins de la vie quotidienne. David Bitton aimerait en particulier se lancer dans le conseil médical. « Compte tenu du manque de médecins, la demande est très forte en province », observe-t-il. Pas encore autorisé en France, contrairement à la Suisse ou la Norvège. Wengo se contente donc pour l'instant de proposer de l'information médicale.

3 FOURNIR DU CONTENU

Pour se faire connaître, Wengo achète comme tout le monde bannières et mots clés. Il va aussi faire de la publicité dans les médias classiques, radio, etc. Pour améliorer son référencement naturel sur Google, la plate-forme a recours à l'affiliation et a racheté Newagora. Elle est aussi partenaire de sites à fort trafic comme Orange, Aufeminin ou SOS psycho.

Enfin, et pour faciliter ce référencement naturel, Wengo produit du contenu repris par les médias, exemple le mensuel « Capital ». L'acquisition récente du forum net-iris.fr et du portail JuriTravail renforce sa capacité à fournir de l'information juridique qualifiée. ■



Conseil juridique, soutien scolaire, coaching informatique, travaux à domicile, astrologie : la plate-forme met à la disposition des particuliers pas moins de 4.500 experts.

Photo Hamilton/REA