nice-matin | economic | economic |

Groupe VIP 360, la réalité virtuelle tous azimuts

À la une L'entreprise sophipolitaine, experte en visite virtuelle, réalité augmentée et vidéo à 360°, a développé le premier réseau de franchises en solutions de communication interactives

L'idée

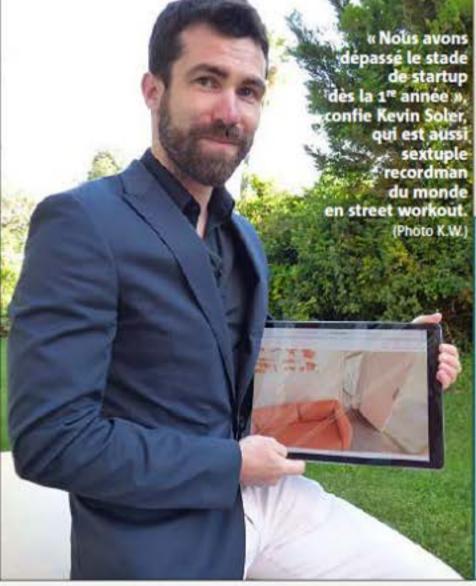
Créer des contenus interactifs en s'appuyant sur la visite virtuelle, vidéo à 360° et la réalité augmentée. Telle est la proposition du Groupe VIP 360, agence de communication digitale basée à Sophia Antipolis depuis 2011. « Depuis deux ans, nous sommes devenus le premier réseau de franchises en France en visite virtuelle », explique Kevin Soler, cogérant, avec son père, de Groupe VIP 360.

Le défi

«La visite virtuelle n'a d'intérêt que si on y rajoute du contenu: des liens, des infos..., explique Kevin Soler qui, auparavant, était directeur commercial chez Google Australie. L'intérêt étant d'amener du business au client, que le support que nous avons réalisé l'aide à transformer ou améliorer son référencement Internet, son image de marque, sa viralité, son CA... »

L'objectif

Groupe VIP 360 est déjà le premier réseau de franchises en France en visite virtuelle et « En 2017, nous avons pour ambition de franchiser tout l'Hexagone, soit 65 zones. Nous avons aussi beaucoup de demandes à l'international (Maghreb, Benelux, USA, Chine...) mais ce sera pour 2018, sous la forme de master franchises. »



L'investissement

La visite virtuelle, ainsi que l'ont conçue par Kevin et son père, a le vent en poupe. «De deux salariés à nos débuts en 2011, nous avons huit aujourd'hui à Sophia où nous conservons la postproduction. Notre CA 2015 était de 370 K€ et nous visons les 600-700 K€ pour 2016. » C'est surtout leur concept de franchises qui séduit, « En deux ans, nous en avons ouvert vingt-cing; sept depuis le début de l'année et huit suivront d'ici à décembre. Tous les ans. nous doublons la taille de notre structure. »

Le produit

« Notre solution concerne l'e-commerce, l'hôtellerie, l'immobilier, la grande distribution. Parmi nos clients, nous comptons le Carlton, Leroy-Merlin... Tous veulent être visibles sur Internet : à nous de leur créer un outil sur mesure en facilitant le process, diminuant le nombre de clics, augmentant le taux de conversion et de leads. Notre tâche est d'identifier et de comprendre les clients de nos clients. Par exemple, un hôtelier voudra que le client réserve directement sur son site. À nous de l'y retenir en proposant la visite virtuelle des chambres, du restaurant, la météo mise à jour, les avis des précédents clients de l'établissement... » Le point fort de Groupe VIP 360 réside dans sa rapidité. « C'est la clé de notre succès : nous livrons le 1^{er} bon à tirer au client en 72 heures.» KARINE WENGER groupe-vip360.com