



## Poken Simple mais efficace



Stéphane Doutriaux  
Fondateur et CEO de la start-up  
vaudoise Poken SA

Par Isabel Garcia-Gill

« Pour vendre une idée novatrice, il faut l'exprimer simplement. »

1. [www.poken.com](http://www.poken.com)

### Prix CTI Label

En 2010, Poken SA a obtenu le prix CTI Label. La start-up a en outre bénéficié du soutien de la CTI dans le cadre de 2 projets de recherche effectués en collaboration avec le CSEM et la HES à Yverdon. Poken SA a également remporté le prix VentureKick 2009 et a participé au programme Venture Leaders en 2010. D'autres soutiens ponctuels se sont manifestés au travers d'AlpICT (<http://www.alpict.com/fr/>) et d'Alliance de l'EPFL (<http://www.alliance-tt.ch/>).

Stéphane Doutriaux a lancé sa marque Poken<sup>1</sup> en 2007. Cette start-up doit ses premiers succès et sa renommée à une carte de visite électronique qui s'échange par simple toucher d'un petit gadget en forme de main à quatre doigts. Cet entrepreneur innovant a visé juste et récolte les distinctions. Parmi les dernières: le Prix Stratégis 2010 et le label CTI Certified, attribué en juin 2010 par l'agence de la Confédération pour la promotion de l'innovation.

– En quoi consiste l'innovation introduite par Poken ?

– Notre concept est basé sur la gestion de contenu et non sur l'objet Poken qui n'est qu'un accessoire. Nos outils sont sur le Web et permettent à des clients institutionnels d'échanger différentes formes d'informations (audio, photo, vidéo, document pdf, répertoire, etc.) de manière ludique et simple, entre individus et sur les réseaux sociaux. Notre plateforme est destinée principalement aux grands utilisateurs et acteurs du marketing. Nous comptons parmi nos clients de grands noms comme Adobe, IBM, BMW, Nokia et les Jeux Olympiques de la Jeunesse d'Innsbruck (janvier 2012). Notre expertise innovante réside dans le toucher qui permet d'ouvrir un contenu stocké sur Internet et de le transposer instantanément sur différents supports.

– Est-ce à dire que la carte de visite virtuelle qui a fait le succès de Poken est déjà dépassée ?

– La carte de visite virtuelle est plus que jamais d'actualité. Elle a été notre produit phare qui nous a fait connaître facilement car elle véhicule un message simple et très imagé. En effet, il suffit de faire se toucher deux petits Poken pour que leur contenu soit échangé. L'avantage est qu'il ne faut pas transporter de crayon ou de papier pour emmagasiner de nombreuses cartes de visite. Désormais, le produit Poken se décline sous différentes formes: le Poken clé USB et le Poken-tag, une sorte de petite étiquette autocollante. Le tag met en contact un fournisseur et un consommateur d'information qui échangent du contenu numérisé: photos, films, pages Facebook et flyers. Les derniers développements de Poken nous permettent d'échanger tous les contenus en faisant se toucher deux smartphones. Il suffit de télécharger l'application sur son téléphone portable de dernière génération et ça marche instantanément.

– Comment faites-vous pour commercialiser vos produits ?

– Notre gestion est tout aussi innovante que nos produits. Nous travaillons avec des agences de marketing/événementiel qui proposent notre plateforme de gestion de contenu à leurs clients. Ceux-ci en ont besoin pour diffuser leur matériel de marketing et de publicité dans des salons commerciaux. Par exemple, nous avons équipé de Poken les participants à une foire spécialisée, où les représentants d'ABB pouvaient mettre à disposition des visiteurs grâce à nos Poken-tag toute la documentation concernant leurs deux cents articles hautement techniques, en un simple toucher. L'avantage est qu'il ne faut plus transporter des kilos d'imprimés; en plus le Poken contribue au respect de l'environnement. Au-delà de l'économie, les commerciaux savent maintenant quel client a été intéressé par quel produit, et ils peuvent ainsi faire facilement le suivi auprès de leur clientèle.

– Comment avez-vous diffusé votre idée ?

– Nous avons cherché à faire connaître notre technologie à des gens de différents milieux: l'immobilier, la pharma, les hôpitaux, les universités, les consultants comme Deloitte et aussi Microsoft. En 2011, nous avons servi quatre cents grands clients. Nous avons également fait appel au marketing viral: des individus ayant utilisé nos produits dans des événements sont devenus nos ambassadeurs. Ils touchent une petite commission. Aujourd'hui, nous sommes présents dans vingt-cinq pays. Pour le simple consommateur, le Poken est une application gratuite, c'est l'entreprise qui veut déployer son contenu qui nous rémunère. ■ ►►