

# Notify<sup>®</sup> signe un contrat de 3 ans avec Bouygues Telecom pour améliorer jusqu'à 39% son activité call centers avec la technologie « Best-Time to »

Celle-ci permet aux marques d'augmenter leur taux de conversion en détectant la disponibilité des clients. Ce contrat conclut 12 mois de tests validés par une augmentation de 39% du taux de joignabilité des appels sortants de l'opérateur. Notify<sup>®</sup>, spécialiste de la relation clients, déploie ainsi sur le téléphone sa solution déjà mise en oeuvre sur e-mail et push notification mobile par AccorHotels, Carrefour ou Showroomprivé. La start-up, soutenue par la BPI et Société Générale, investit en simultané 1 million d'euros en R&D.

## « Best Time to » : la solution Notify<sup>®</sup> pour révolutionner l'approche client en communiquant au bon moment

Depuis 2016, Notify<sup>®</sup> a bouleversé l'approche de la relation client dans le e-commerce en pariant sur la disponibilité comme vecteur de conversion. Sa solution « Best Time to » permet aux marques d'augmenter en moyenne de 50% leur visibilité auprès de leurs clients et de 30% leur taux de conversion, en détectant le meilleur moment pour envoyer des sollicitations à leurs clients : quand ils sont disponibles.

Basée sur le **Temps réel et l'Intelligence artificielle**, cette solution s'appuie sur une technologie propriétaire, conçue et élaborée par David Goncalves, cofondateur et COO de Notify<sup>®</sup>, notamment dans le cadre de son cursus à MIT et à Harvard, et ses équipes R&D. Elle est déployée sur l'e-mail, le push notification mobile et aujourd'hui les appels téléphoniques sortants, via des partenaires leaders de la relation client comme Webhelp, Sitel, Téléperformance, Arvato... Notify est également intégrée sur une trentaine de plateformes technologiques comme Oracle, Adobe, Salesforce, Batch...

Selon Thibaut Fabiao, Responsable transformation téléventes chez Bouygues Telecom, « *le bilan s'est avéré largement positif : le POC avec Notify<sup>®</sup> a augmenté jusqu'à 39% la joignabilité de nos clients ! Les résultats sont là.* »

La solution « Best Time to » a déjà séduit une quarantaine de clients actifs, que ce soit des acteurs traditionnels comme le groupe Carrefour, Bouygues Telecom ou AccorHotels, ou des pure players comme Showroomprivé, Voyage privé ou BazarChic.

La technologie Notify<sup>®</sup> a remporté le prix de la meilleure innovation CRM en septembre 2018 au Paris Retail Awards .

## Renforcer le mariage Temps réel/ Intelligence artificielle

Pour Franck Lhuerre, CEO et cofondateur de Notify<sup>®</sup>, la prochaine étape est de « *poursuivre l'intégration de l'Intelligence artificielle avec le Temps réel à travers un investissement d'1 million d'euros supplémentaire avec la BPI, entièrement dédié à la R&D, pour affiner la dimension prédictive de notre solution. Alors que 81% des messages ne sont ni lus ni entendus, communiquer au bon moment est plus que jamais un vrai vecteur de différenciation pour une marque, dans un contexte RGPD qui a rationalisé le marché du marketing digital et exige un très grand respect du consommateur.* »

### A propos de Notify<sup>®</sup>

Depuis 2016, Notify est une start-up qui réinvente l'expérience client grâce à une technologie propriétaire basée sur le Temps réel et l'Intelligence artificielle. Implantée en France, au Brésil et au Portugal, Notify réunit 60 collaborateurs, dont une importante équipe de R&D. La solution « Best Time to » a remporté le Paris Retail Award 2018.