



COVID-19 : DES ÉTUDIANTS AIDENT LES COMMERÇANTS DANS LEUR TRANSITION NUMÉRIQUE

PUBLIÉ PAR : LE PARISIEN DATE DE PUBLICATION : 11 MAI 2021

Site web, boutique en ligne... des écoles parisiennes proposent gratuitement les services de leurs élèves aux gérants de boutique en difficulté et peu à l'aise avec le monde digital.

Pour aider les petits commerces, notamment ceux étiquetés « non essentiels » qui subissent depuis mars 2020 des fermetures à répétition, les écoles post-bac du Réseau GES mettent à disposition leurs étudiants, dans le cadre de leur formation numérique.

Par équipe de deux, les jeunes gens accompagnent bénévolement pendant trois mois un commerçant dans le développement de son site Internet (site vitrine ou boutique en ligne) et de ses réseaux sociaux, afin de promouvoir son magasin, de conserver un lien avec ses clients fidèles, voire de conquérir une clientèle extérieure au quartier.

C'est ainsi que Rayan 19 ans et Emma 20 ans ont fait la connaissance de Pascale qui approche elle la soixantaine, par l'intermédiaire du site Internet de la mairie du XV^e arrondissement de Paris, où se trouve leur école parisienne de marketing digital et de communication (ECITY).

Exposer sa boutique sur les réseaux sociaux

Pascale Romiguière est la gérante de Bambin Troc, un dépôt-vente entre particuliers situé dans le même arrondissement, dédié aux articles de puériculture, aux jouets et vêtements pour enfants. « La boutique existe depuis quarante ans, c'était le premier dépôt-vente consacré aux enfants », souligne la patronne, qui l'a reprise il y a une douzaine d'années et s'occupe seule de son point de vente, générant en moyenne, hors Covid, un chiffre d'affaires annuel de 60 000 euros.

« Je touche principalement une clientèle de quartier, de nombreux jeunes parents, qui viennent chercher ici de quoi renouveler les jeux de leurs enfants, constate la commerçante. Mais j'ai aussi des clients qui arrivent de plus loin, voire de l'étranger, parce qu'ils ont repéré un jouet sur mon site Internet.



...

« Quand, au premier confinement, j'ai dû brutalement fermer ma boutique, je n'ai pas mis en place de click and collect, car chez moi, tous les articles sont différents », justifie-t-elle.

Si elle animait déjà un site web, « vieillissant il faut dire, car créé à la reprise de la boutique il y a 12 ans », la commerçante avait une idée en tête en appelant les étudiants. « Je voulais développer mon commerce sur les réseaux sociaux, sur Instagram et Facebook, résume-t-elle. Mais j'ai presque 60 ans, le numérique, ce n'est pas ma culture. »

Des visuels et un logo

Emma s'est déplacée chez Bambin Troc. « Pascale est adorable, on s'est très bien entendues », se réjouit l'étudiante, qui a ensuite poursuivi le travail à distance avec son binôme depuis son école de marketing digital, rue de Vaugirard.

« Nous avons analysé qui était ses cibles et sa présence sur le numérique, explique Rayan. On a proposé à Pascale des actions pendant la période des fêtes de Noël, des visuels pour ses comptes sur les réseaux sociaux, et Emma lui a créé un logo. »

La commerçante a tout de suite adopté le logo imaginé par sa jeune collaboratrice, autour d'un cheval à bascule. Et tous les trois sont restés en relation au-delà des trois mois prévus.