

Chili publish lance « Universal Graphics Engine »

Alain Vermeire |

Le 7 mars, l'éditeur de logiciels graphiques belge Chili publish a lancé son « Universal Graphics Engine » lors d'un événement international organisé à Amsterdam pour ses clients et ses parties prenantes.

« Le nom Universal Graphics Engine a été choisi pour mieux faire comprendre aux clients potentiels, ainsi qu'aux clients de nos clients, tout ce qu'il est possible de réaliser avec Chili Publisher », a déclaré le CEO Kevin Goeminne lors de l'événement Spicy talks. « Universal Graphics Engine » n'est toutefois pas uniquement un emballage cosmétique. De nouvelles fonctionnalités sont ajoutées en permanence à l'outil d'édition par navigateur de Chili publish, et notamment un plug-in pour Adobe Illustrator, venu en septembre rejoindre le module externe existant pour Adobe Indesign.

Le focus reste le même : « Universal Graphics Engine » est une solution documentaire en ligne à

base de modèles, dédiée à la création de prospectus, brochures, étiquettes, emballages, posters, bandeaux web, etc. Son grand avantage est de faire en sorte que les clients et clients finaux puissent être eux-mêmes aux commandes, d'ancrer des éléments stylistiques de conception destinés à garantir l'uniformité de la marque et de générer automatiquement les données de sortie pour les différents canaux. Au sein de l'écosystème en constante expansion de Chili publish, il est possible de concevoir très rapidement des milliers de documents différents comprenant des éléments variables et de générer leurs fichiers prêts pour la production. De grandes marques comme Coca-Cola utilisent aujourd'hui la solution du développeur belge. Un nouvel outil permet de convertir automatiquement un document en nouveaux formats (1/1 vers 1/4 vertical, annonce papier vers bandeau Web ou affiche imprimée, etc.). Avec l'industrie 4.0. et la tendance à l'automatisation qui va de pair, Chili publish a le vent en poupe.

Selon Kevin Goeminne, l'entreprise connaît une croissance à



Ine Dehandschutter

deux chiffres et elle a procédé à vingt nouveaux engagements ces 6 derniers mois. Environ 330 entreprises du monde entier sont clientes de Chili publish.

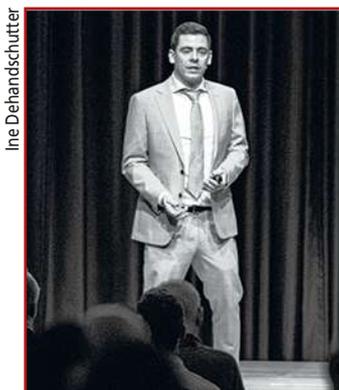
Quelque 200 participants étaient présents à Spicy talks, dont un nombre non négligeable d'entrepreneurs venus des États-Unis. L'événement fut un mélange d'exposés généraux, de sessions techniques de Chili publish et ses partenaires technologiques, de présentations et de témoignages inspirants de clients ayant réussi à développer une activité florissante avec le logiciel de Chili publish.

Un plan par étapes très « smart »

En cette quatrième révolution industrielle, l'adjectif « smart » est mis à toute les sauces. Dans cette notion fourre-tout, l'on retrouve pêle-mêle : les technologies numériques au service des professions, des loisirs ou de la santé ; le partage de l'information ; l'électronique connectée ; les réseaux

haut débit ; les robots à auto-apprentissage ; l'automatisation de pointe ; les algorithmes, etc. Ce qu'en disait Kevin Goeminne lors de son exposé aux Spicy talks : « Ce que fait Amazon n'a rien d'original. Amazon n'a fait que copier le magasin physique en self-service pour le transposer sur Internet. Les fondamentaux sont les mêmes. Amazon avance pour son modèle d'affaires les mêmes arguments que les premiers libres-services. Avec Chili publish dans un coin de la tête, Kevin Goeminne a transposé l'Industrie 4.0 et l'expérience d'Amazon dans un modèle économique d'avenir pour les entreprises du monde graphique. Voici son plan en cinq étapes :

1. Identifiez d'abord vos indicateurs clés de performance (Key Performance Indicators) et constituez une dream team autour de cela. Exemple d'une équipe possible : un spécialiste de l'impression, un copywriter, un designer et un développeur.



Ine Dehandschutter

Kevin Goeminne

2. Mettez en place une capacité de libre-service côté utilisateur, en mettant l'accent sur la personnalisation et la customisation.

3. Automatisez le self-service et les processus d'arrière-plan : l'hyperpersonnalisation et la customisation de masse ne laissent pas d'autre choix.

4. Mettez au maximum sur une excellente expérience utilisateur : B2B = B2C.

5. Abattez les silos. Finis les îlots de données. Veillez à ce que l'output puisse être optimisé de manière automatisée pour d'autres applications.

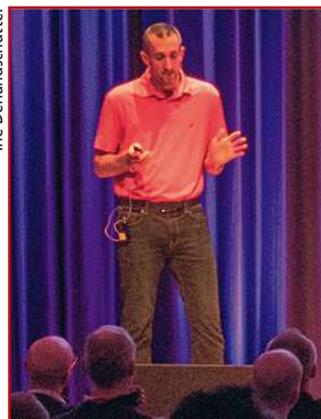
Ce plan en cinq étapes s'alignait étroitement avec 4 applications différentes, à la lumière desquelles les possibilités du Universal Graphics Engine ont été clarifiées lors des Spicy talks : génération de documents automatique et pilotée par les données ; *customization* ou individualisation des emballages sur la base de smart templates ; production d'imprimés géolocalisés à partir de modèles intelligents, par exemple pour des imprimés électoraux ; matériels marketing de toutes sortes pour les marques sur la base de modèles prédéfinis.

La merveilleuse histoire de MyCreativeShop

Jason Frueh, de MyCreativeShop, à Fargo (Dakota du Nord), est un utilisateur de Chili publish, autour duquel il a bâti une affaire rentable. Il a ainsi dévoilé la genèse merveilleuse de son entreprise aux Spicy talks. On peut d'ailleurs la lire sur son site Web. Elle illustre parfaitement la manière dont Frueh gagne sa croûte : « MyCreativeShop met le travail de conception (design) à la portée de tout un chacun.

Peu importe votre niveau de compétences ; vous pouvez concevoir des créations pétillantes et accrocheuses en un minimum de temps. Nous proposons le logiciel de création le plus simple et le plus facile à utiliser de toute la planète ! Et en combinaison avec plus de 20 000 modèles premium, spécialement conçus pour votre événement, entreprise ou association, vous avez la garantie d'un incroyable résultat. Un éditeur que tout le monde peut utiliser... ». Etc.

Jason Frueh : « J'ai acheté un nom de domaine connaissant un peu de trafic, et je me suis tout d'un coup retrouvé dans le business de l'imprimé. Mais avec 200 clients réguliers – étais-je naïf à l'époque - à peine 50 templates et une interface utilisateur abominable, les rentrées n'étaient pas suffisantes pour en vivre. Pis encore, j'avais sacrifié mon boulot à cette aventure. Nous devions repartir de zéro. Le cœur de notre activité devait être reconstruit autour de bons modèles. Nous pouvions certes faciliter l'impression, mais les clients pouvaient (et ils le peuvent toujours) choisir de le faire faire ailleurs. J'ai découvert Chili publish en 2010 et nous avons commencé à discuter sur Skype. Le reste, c'est de l'histoire



Jason Frueh



Ine Dehandschutter

ancienne. Échouer n'a d'ailleurs jamais été une option. Rapidité de développement, convivialité et templates de qualité sont les clés de la réussite. Tout est placé sous le signe de la meilleure expérience utilisateur possible. Nous nous concentrons sur les besoins des clients qui représentent 80 % de notre chiffre d'affaires et nous testons tout sans attendre. Nous savons comment grandir et stimuler les achats répétés. »

Le défi de Jason Frueh

- Moi : entrepreneur (Jason Frueh)
- Critère : business entièrement automatisé
- MyCreativeShop : potentiel de millions d'utilisateurs, effectif de deux personnes (Frueh et son épouse)
- Bonne interface d'éditeur
- Générer du trafic
- Éviter de devoir intervenir manuellement dans les processus administratifs

Ce que nous avons appris

- Connaissez le profil de vos clients : entrepreneur, designer, étudiant, salarié, autre.
- Gardez des métriques simples : mesurez uniquement ce dont vous avez besoin.
- Nos paramètres de mesure : trafic organique, nombre de visiteurs dans l'éditeur, pourcentage

de conversion vers une formule d'abonnement, nombre journalier d'imprimés commandés.

-Améliorez continuellement le produit (modèles).

-Élaborez un générateur de présentation qui permette de visualiser en 3D ce à quoi le produit ressemble, comment un dépliant promotionnel s'ouvre, etc. Une bonne présentation renforce l'engagement de l'utilisateur.

-Intégrez la plate-forme avec des services existants, comme Amazon Web Services, Cloudinary, Algolia, Zendesk, Stripe.

-Testez et mesurez tout : un modèle d'abonnement pour 19,95 dollars/mois offrant un accès illimité a généré une hausse du chiffre d'affaires de plus de 400 % ; une remise de 50 % sur le premier mois a induit une hausse de 40 % du nombre d'abonnements ; une invitation par e-mail à passer à la formule d'abonnement a donné des résultats notablement moins bons que le fait de ne pas envoyer d'e-mail du tout ; etc.

Enfin, les modèles de MyCreativeShop n'ont pas été entièrement créés par ses soins. On peut aussi en acheter. Ou inversement, en vendre pour autant qu'on les ait créés soi-même. Et last but not least, le nouveau venu Jason Frueh est un entrepreneur heureux d'être actif dans la branche graphique. ■