

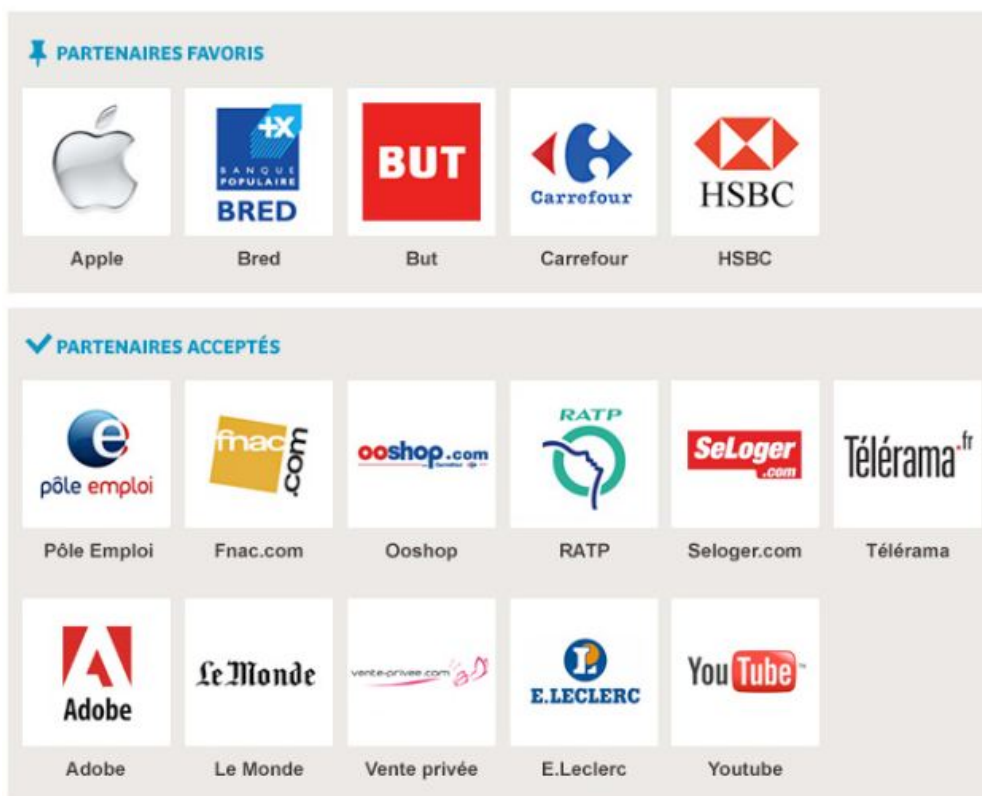
OneCub : un outil de gestion des relations commerciales

Mercredi dernier nous avons rencontré Olivier Dion, le co-fondateur de **OneCub**, une start-up qui propose un **outil de VRM** (*Vendor Relationship Management* ou "Gestion de la Relation Vendeur"). L'objectif du **VRM**, dont **Doc Searls** est la figure emblématique, est de permettre le développement d'outils qui rendraient à l'individu son indépendance par rapport aux vendeurs et qui lui permettraient d'être mieux équipé dans sa relation avec eux.

Olivier Dion a accepté de nous parler de OneCub et de la vision que sa start-up véhicule.

OneCub propose à ses utilisateurs de **trier leurs mails** commerciaux, administratifs, et plus largement tous leurs mails issus de relations avec les acteurs en ligne que ce soit des e-commerçants (Carrefour.fr, Fnac.com, Leclerc, ...), des sites de « loisirs » (Allociné, Youtube, Télérama ...) ou encore de services globaux (Ratp, Pole emploi, ...).

Le service sera disponible dans le courant de l'été en version Bêta, vous pouvez déjà vous pré-inscrire sur [le site](#).



La vision adoptée par Olivier Dion et ses collaborateurs est la suivante : permettre à l'internaute de gérer, via un tableau de bord ergonomique, l'ensemble de ses relations avec les acteurs du Web. L'objectif premier étant de **fluidifier la relation** de l'individu avec ceux-ci.

Concrètement, l'internaute qui s'inscrit au service OneCub peut décider soit de synchroniser ses boîtes mails avec OneCub, soit d'obtenir une nouvelle adresse : @onecub.com, spécifiquement dédiée à ses inscriptions sur les sites Web.

OneCub réalise le tri des mails, selon les acteurs du Web auxquels ils correspondent, et ensuite selon les catégories auxquelles ils appartiennent (mail correspondant à la gestion du compte, aux opérations réalisées, au service après-vente, aux notifications ...). L'internaute a également le **choix des partenaires avec qui il décide d'interagir** : ceux dont il ne souhaite plus recevoir les messages seront considérés comme des « partenaires refusés » et les mails qu'ils enverront ne seront pas présentés sur le tableau de bord. Il peut également effectuer un tri plus précis en décidant de ne plus recevoir tel type de mail (par exemple les newsletters) de tel type d'acteur Web.

A partir de là, OneCub pourrait proposer d'**autres services** : émettre des offres pertinentes par rapport aux relations que les internautes entretiennent avec les commerçants et les administrations, mettre en place un système de recommandations qui permettrait aux individus d'être aiguillés vers des produits ou services qui pourraient leur plaire, ...

L'idée est de pouvoir constituer une base pour un éventuel futur partage des données en présentant aux internautes quelques-uns des services qui leur permettraient de gérer de manière fluide leurs relations avec les acteurs du Web.

Le service proposé par OneCub est **gratuit** pour les internautes. Son modèle de revenu reposera sur les entreprises et les administrations partenaires. En effet, les acteurs du Web pourraient être prélevés via un système de commission en fonction des offres ciblées proposées par OneCub, un portail de statistiques pourrait également être créé et constituerait un deuxième service dédié aux organisations.

OneCub propose donc une «application» au cœur du VRM qui passe par la mise en place d'un tableau de bord et la proposition de services futurs associés. La start-up apporte un nouvel angle de vue au **projet Mes Infos**. L'évolution du service est à suivre ...