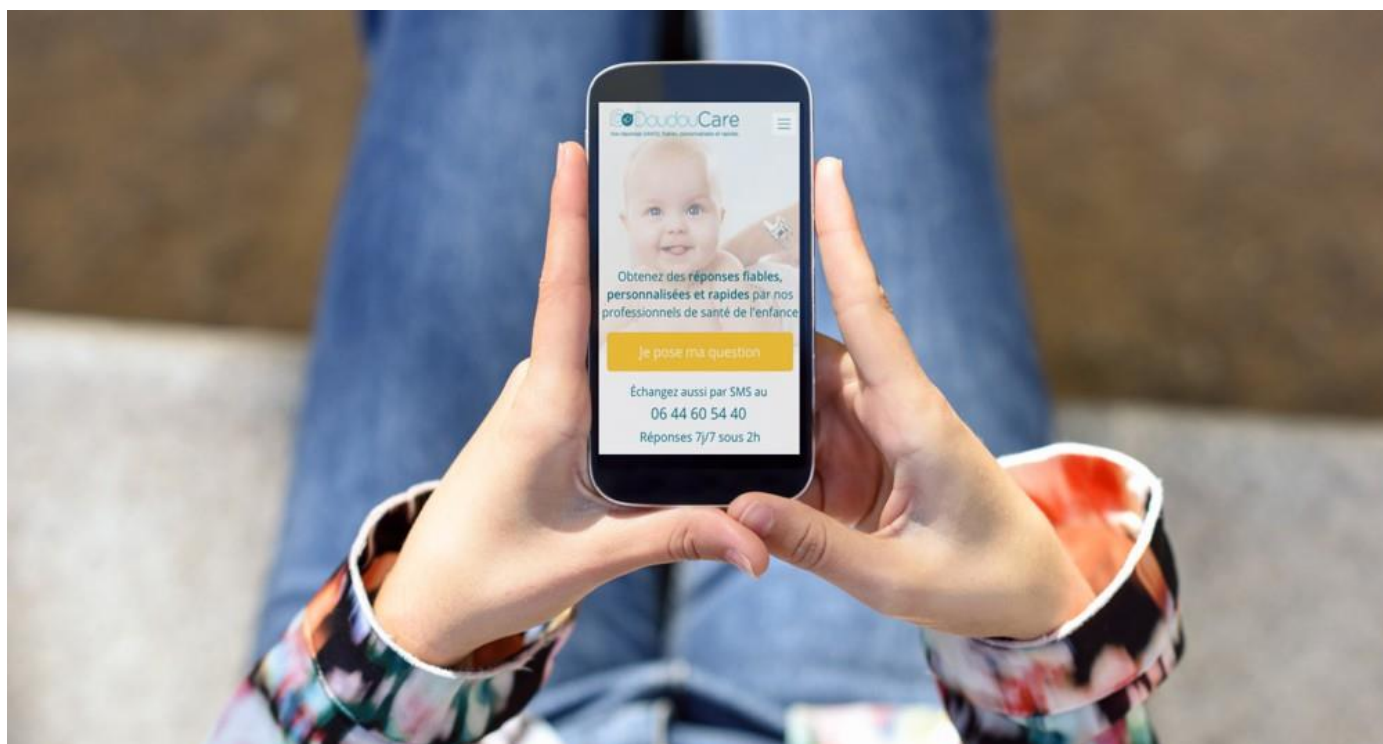


Education : trois start-up qui coachent les parents

FABRICE MICHELIER | Le 31/10/2018 à 07:55 | Mis à jour le 06/11 à 08:54 |



Education : trois start-up qui coachent les parents – DR

Babycoach, DoudouCare et Cool Parents Make Happy Kids... Ces start-up qui accompagnent les jeunes parents pour l'éducation et la santé de leurs enfants. Analyse de leur business model, ainsi que de leurs forces et faiblesses.

Une grosse crise de colère, des terreurs nocturnes ou même des problèmes de santé... Autant de problématiques auxquelles répondent depuis de nombreuses années les best-sellers de Laurence Pernoud, Françoise Dolto ou Marcel Ruffo. Avec la digitalisation et la multiplication des écrans, un nouveau marché est en train de voir le jour avec des sites Internet spécialisés qui accompagnent les parents à travers des **réponses personnalisées et immédiates** ainsi que des **coachings personnalisés**. Ces modèles sont-ils viables ? Tour d'horizon des acteurs présents et de leur business model.

DoudouCare met en relation parents et professionnels

Lancé en octobre 2016, **DoudouCare** est une plate-forme de mise en relation entre parents et professionnels de la santé accessible sur Internet et via une [application mobile](#). Rémunérés, ces derniers sont capables « *d'apporter une réponse fiable en étant disponibles tous les jours, partout en France* », précise la fondatrice du site **Fanny Renoux**. DoudouCare compte ainsi un millier de requêtes par mois. Les conseils sont prodigués aussi bien par des puéricultrices, des psychologues ou des diététiciens pour des enfants de 0 à 18 ans. La **facturation se fait à la question** pour 5,90 euros ou par un système d'abonnement : 10 questions pour 50 euros, 30 pour 140 euros.

Pour asseoir son développement et développer le business model, DoudouCare travaille avec des **structures ou des associations prescriptrices** : des PMI, des associations locales d'aide aux parents ou aux personnes dans le besoin, qui prennent en charge financièrement tout ou partie de la prestation. « *Ils la rendent ainsi accessible à ceux qui en ont besoin* », précise cette maman, qui a d'abord fait carrière dans le commerce et le marketing.

Autre axe de développement en B to B pour DoudouCare, des institutions, comme les crèches, « *qui se servent de la plate-forme pour apporter un complément à la formation de leur personnel, sur la diététique, par exemple* ». Fanny Renoux entend également **élargir le panel des spécialistes** collaborant avec son site, afin d'enrichir l'offre de services. La fondatrice est aujourd'hui pleinement investie à 100 % dans son entreprise.



- DR

Cool Parents Make Happy Kids : parents en formation

Ancienne directrice commerciale, **Charlotte Ducharme**, a lancé en 2015 **Cool Parents Make Happy Kids**, un blog sur l'éducation positive des enfants de 0 à 10 ans. Le succès est tel qu'elle compte notamment 120.000 abonnés à sa newsletter. « *Je ne pensais pas que ce site allait devenir une start-up, deux ans après* », plaide-t-elle. Forte de cette audience sur le Web, elle écrit un livre, du même nom que son blog, qui devient un best-seller, et se fait identifier par les médias comme une experte dans le domaine. Une visibilité qui sert de tremplin pour son site marchand. Si la plate-forme diffuse gratuitement des articles et conseils en vidéo, elle dispense également des sessions payantes. « *C'est de l'e-learning, comme on peut en trouver dans tous les domaines, avec des vidéos et des exercices pratiques à mettre en place* », décrit l'entrepreneuse.

<https://youtu.be/UAw58UXIQ08>



Les **prestations de coaching sont vendues entre 197 et 397 euros** selon leur durée, entre deux semaines et quatre mois. « *Les gens sont enthousiastes et ont tendance à revenir. Ils apprécient le fait de pouvoir suivre les sessions de chez eux, quand cela les arrange* », explique l'entrepreneuse, qui assure en vendre 150 par mois. S'appuyant d'abord sur des vidéos réalisées par d'autres spécialistes, la start-up a très vite internalisé la production.

Afin de poursuivre son développement, l'ancienne blogueuse entend élargir son contenu à la gestion des adolescents. Au-delà des parents, Cool Parents Make Happy Kids vise également une **clientèle de professeurs**, « *en complément de la formation qu'ils ont reçue, notamment sur le savoir-être et le fonctionnement de l'enfant* ». La start-up espère

également un développement à l'international et notamment aux Etats-Unis : « *Les Américains sont plus familiarisés à l'e-learning et ils éprouvent les mêmes difficultés que nous sur la parentalité* », assure Charlotte Ducharme.

Aujourd'hui, 5 personnes travaillent à temps plein pour Cool Parents Make Happy Kids. Le site Internet repose sur une communauté de 80.000 personnes et vise 500.000 euros de chiffre d'affaires à la fin de l'année.



- DR

Babycoach, le dernier arrivé

Lancé en mai 2018, **Babycoach** est le fruit du travail de quatre associés. « *Nous souhaitons un service accessible pour tous, pratique d'utilisation où les parents puissent poser leurs questions* », assure **Agatha Dessaint**, l'une des fondatrices. Une quinzaine de professionnels répondent aux interrogations portant sur l'éveil, le développement ou encore l'alimentation de l'enfant.

Dès le départ, la start-up a posé les jalons pour **se développer en B to B et B to C**. Plusieurs formules sont proposées, allant de la question unique (facturée 3,90 euros) à l'abonnement mensuel illimité (24,90 euros) en passant par la carte cadeau de naissance (54,90 euros). La plate-forme reçoit « *entre 25 et 50 contacts chaque jour* », selon sa fondatrice, qui souhaite pour l'instant se focaliser sur la petite enfance et les 0-6 ans. L'axe de développement se situe dans la relation avec les entreprises et les associations, afin « *qu'elles prennent à leur charge tout ou partie du coût pour leurs salariés ou membres* ». Si les quatre associés sont toujours impliqués dans le projet, Agatha Dessaint est la seule à y être à 100 %, même si pour l'instant, les revenus ne lui permettent pas encore d'en vivre sereinement.

<https://youtu.be/wsyjcGUPRtE>



Evangéliser le coaching parental

Présidente de Booster Academy, Evelyne Platnic Cohen revient sur l'émergence de ces sites Internet. « *Nous sommes passés de la lecture au digital, analyse-t-elle. Aujourd'hui, il est beaucoup plus difficile de voir un médecin ou un pédiatre qu'il y a vingt ans. Les parents ont également évolué : il y a cette peur de mal faire, de se tromper dans l'éducation de son enfant et ce besoin d'avoir des réponses à ses questions.* » Ainsi, les sites d'accompagnement permettent de se rassurer. Même si le suivi à distance n'est pour l'instant pas encore entré dans les mœurs. « *Ces premiers acteurs vont en quelque sorte évangéliser sur cette façon de procéder* », augure la spécialiste de la vente et du marketing.

De par leur positionnement, ces modèles se heurtent à un **problème de récurrence** : « *Ils concernent les enfants, sur des tranches d'âge précises. Et les enfants finissent par grandir... Il faut renouveler en permanence les clients.* » L'experte note de réelles similitudes entre DoudouCare et Babycoach tout en soulignant que leur principale difficulté sera « *de se faire connaître : ils doivent réaliser un gros travail de marketing et de **partenariats avec des revues ou des blogs spécialisés** pour se faire identifier, toucher le public et expliquer la démarche* ».

L'importance du travail en amont

Différent dans son positionnement, Cool Parents Make Happy Kids a un business model différent, basé sur l'e-learning. « *La fondatrice s'apparente un peu à un gourou sur le sujet. Elle a fait un très **gros travail en amont pour se faire connaître** et son taux de transformation n'en sera que meilleur car elle est identifiée. Ce qu'elle a fait pour se faire connaître est exemplaire* », note Evelyne Platnic-Cohen avant d'introduire une réserve : « *Dans les études de marché, les gens que l'on interroge se disent toujours prêts à suivre ces formations. Mais dans les faits, c'est souvent différent, par manque de temps et de motivation.* » Les bases sont posées, reste désormais pour ces différents acteurs à trouver le bon équilibre pour se développer dans la durée.