

Guillaume vous aide à faire des économies!

En temps de crise, toute économie est la bienvenue et Guillaume de Ryckel l'a bien compris. Depuis 5 ans, ce Rixensartois partage ses trucs et astuces avec les consommateurs.

Made in Belgium 

Ce ne devait être qu'un projet quand Guillaume de Ryckel décide de lancer Face à la Crise alors qu'il est encore sur les bancs de l'Ephec. «J'avais du temps à tuer après mes examens de deuxième année de marketing, raconte en souriant l'entrepreneur. La météo était mauvaise et mon frère m'a suggéré d'en profiter pour lancer un site.» Après s'être creusé la tête à la recherche d'une idée originale et utile, le Limalois d'origine trouve l'inspiration

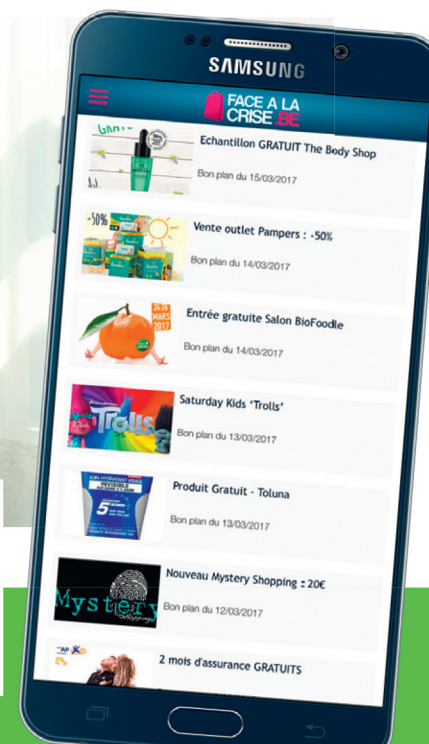
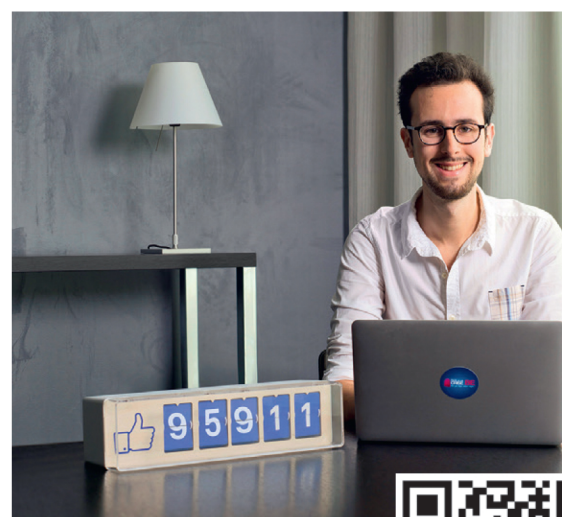
Féru de bons plans, il remarque que la plupart des offres qu'on trouve sur internet ne s'adressent qu'au marché français. De cette frustration viendra la solution: répertorier les bonnes affaires destinées aux consommateurs belges. Très vite l'idée séduit le public et grâce au bouche-à-oreille, son initiative attire

rapidement internautes et journalistes.

Le premier article dans la presse déclenche un effet boule de neige et mène le jeune Rixensartois jusqu'au plateau d'On n'est pas des pigeons, l'émission de consommation bien connue de la RTBF. «Ça a eu un impact incroyable, en cinq minutes le site était down à cause du trop gros nombre de visiteurs!» Convaincu du potentiel de sa plateforme, il refuse une offre de travail pour tenter sa chance et en faire son métier. Un choix que Guillaume n'a pas regretté depuis.

Cinq ans plus tard, sa communauté compte près de 100.000 membres sur Facebook et Facealacrise.be est visité par 150.000 visiteurs par mois. Ils viennent y chercher les bons plans que Guillaume repère et partage avec eux. Il peut s'agir d'enquêtes rémunérées comme les missions de type client mystère dans lesquelles

l'enquêteur joue au client avant de remettre un rapport. Vous y trouverez aussi des bons de réductions à imprimer chez soi, des concours ou encore des échantillons gratuits. De grandes marques le sollicitent aussi lorsqu'ils organisent des actions promotionnelles. Si on ajoute les trouvailles des membres, ce sont des dizaines d'offres qui lui parviennent chaque jour. Reste à faire le tri. «Je filtre les offres et ne les publie que si j'estime qu'elles ont un intérêt, détaille-t-il. Je les teste avant pour vérifier qu'elles sont vraiment intéressantes, c'est ma façon d'apporter une valeur ajoutée aux consommateurs. Je ne veux pas d'un fourre-tout, le plus important pour moi est de créer un lien de confiance avec ma communauté. Il faut aussi que le produit soit conforme à mes valeurs. Je ne publierai jamais d'offre de crédit par exemple. De nos jours, on trouve beaucoup trop d'arnaques ou de fausses bonnes affaires sur Internet.»



Une appli est également disponible sur App Store ou Google Play

En plus du site et de la page Facebook, Guillaume tente d'étendre son offre avec une version néerlandophone et une application pour Smartphone. «Elle permet aux gens d'être plus réactifs. Les offres de produits gratuits partent très vite et il y a beaucoup de succès.» Pour les cinq prochaines années, Guillaume de Ryckel a encore plein de projets et rêve d'exporter Face à la Crise à l'étranger. Et de déménager. Toujours basée dans sa chambre d'enfance, Face à la crise déménagera dans de nouveaux bureaux rixensartois d'ici quelques semaines.

www.facealacrise.be



**TENTEZ VOTRE CHANCE!
GRAND CONCOURS**

pour les lecteurs du 7Dimanche :
Tentez de GAGNER UN OVERBOARD ou
l'un des 50 CADEAUX SURPRISE sur :
www.facealacrise.be/7dim

7Dimanche
MON JOURNAL GRATUIT