

CrowdFarming et PayPal simplifient la vente des aliments et les paiements

CrowdFarming.com a vu le jour en 2017 à Valence, en Espagne, après que les frères Gabriel et Gonzalo Úrculo ont hérité de l'orangerie abandonnée de leurs grands-parents. Cette plantation a porté ses fruits et leur a inspiré un nouveau modèle de vente directe.

Pour replanter les arbres, les frères ont demandé à leur famille et leurs proches d'adopter un arbre. Ce concept de connexion à un arbre et à sa récolte s'est imposé comme la racine de CrowdFarming.

Les frères se sont associés à Juliette Simonin et Moisés Calviño pour vendre des produits issus de l'agriculture biologique directement aux consommateurs. Cette démarche a permis d'éliminer les intermédiaires, de réduire les déchets et de redonner le pouvoir aux agriculteurs.

Grâce à ce système, les agriculteurs atteignent une stabilité financière via les prix fixes qu'ils déterminent, et peuvent ainsi investir dans des méthodes agricoles plus durables et efficaces.

CrowdFarming est une entreprise inspirante et engagée socialement. Elle s'est développée grâce à son modèle économique visionnaire. Fin 2021, CrowdFarming a ajouté PayPal à son expérience de paiement. La renommée mondiale de PayPal a rapidement eu un impact significatif sur son activité.

Nous nous sommes entretenus avec Diego Jiménez, directeur financier, et Emmeline Hess, responsable des communications chez CrowdFarming, au sujet de l'entreprise et de la manière dont les préférences des clients ont inspiré une collaboration fructueuse avec PayPal.



PayPal : un outil d'acquisition

La solution CrowdFarming permet aux agriculteurs de fixer et de sécuriser leurs propres tarifs tout en vendant des produits biologiques directement aux consommateurs.

Alors qu'elle continuait à développer sa marketplace, l'équipe de CrowdFarming s'est rendu compte que la présence d'une marque mondialement reconnue comme PayPal pouvait contribuer à booster son taux de conversion. Les clients étaient plus susceptibles de faire des achats, car ils faisaient déjà confiance à PayPal. La démarche a permis à CrowdFarming d'acquérir de nouveaux clients.

Le directeur financier Diego Jiménez fait remarquer que "la confiance est un facteur très important. Disposer d'une plateforme comme PayPal, connue et fiable, est un atout majeur. Le fait de pouvoir payer via une plateforme familière et de ne pas avoir à saisir les détails de leur carte bancaire nous a vraiment aidés."

Six mois après l'intégration, les résultats ont dépassé leurs attentes puisque PayPal représente actuellement 25 % des ventes de CrowdFarming*. Et 66 % de ces titulaires de compte PayPal sont des acheteurs réguliers**. "Habituellement, quand on propose un nouveau mode de paiement, il faut du temps pour que les clients s'y fassent. Mais tout le monde connaît PayPal, alors ça a décollé," explique Diego Jiménez.

Le fait que 57 % des nouveaux clients choisissent PayPal démontre clairement que PayPal est un outil



d'acquisition*. Ce chiffre atteint 72 % en Allemagne, le plus grand marché de CrowdFarming*.

"Ces 72 % voient PayPal comme un service de confiance, même sans connaître CrowdFarming.

PayPal nous a aidés à acquérir de nouveaux clients et à multiplier les ventes", souligne Diego Jiménez.

PayPal apporte également de la valeur à CrowdFarming en prévenant les transactions frauduleuses potentielles. "La protection contre la fraude de PayPal a été essentielle pour détecter et résoudre des problèmes rapidement. La prévention de la fraude a toujours été une priorité, et avec PayPal, elle est intégrée", note Diego Jiménez.

Les préférences des clients, l'acquisition organique de clients et la protection contre la fraude de PayPal ont amplifié le potentiel d'une croissance encore plus importante.

CHIFFRES CLÉS

57 %

des nouveaux clients de CrowdFarming choisissent PayPal.*

25 %

du total des ventes mondiales de CrowdFarming se font via PayPal.*

66 %

des clients PayPal de CrowdFarming sont des acheteurs réguliers.**

*Les données sont issues de CrowdFarming, décembre 2021 - mai 2022.

**Les données sont issues de PayPal, décembre 2021 - mai 2022. Les résultats peuvent varier de façon significative selon les entreprises. Ce contenu n'est fourni qu'à titre d'information. Demandez toujours des conseils indépendants et professionnels en matière commerciale, fiscale, financière et juridique avant de prendre toute décision commerciale.



Avoir un impact profond

Cette phrase tirée du site web de CrowdFarming illustre bien les convictions de l'entreprise : "Nous n'avons pas peur de nous tromper ; nous avons peur de rester les bras croisés sans rien faire."

CrowdFarming entend bien apporter un changement positif à l'environnement.

Elle a même lancé un podcast informatif plein d'humour appelé WTF (What the Field?!) pour sensibiliser les consommateurs à un large éventail de sujets liés à la durabilité.

Cultivant sa croissance, CrowdFarming s'est étendue à travers l'Europe, accueillant plus d'agriculteurs et touchant de nouveaux clients. De nombreux pays européens produisent une grande variété de biens, mais elle n'est pas facilement disponible partout. CrowdFarming résout ce problème en créant une marketplace plus centralisée. Des oranges espagnoles au parmesan italien, les clients de CrowdFarming ont un accès direct et facile à des produits frais et biologiques.

Ce concept de connaître la provenance de leur nourriture tout en réduisant les déchets a fait son chemin.



Même si les clients ne connaissent pas toujours CrowdFarming, ils connaissent PayPal. Ils ont ainsi l'assurance que la transaction sera rapide, facile et, surtout, sécurisée. Nous bénéficions de cette confiance, surtout auprès des nouveaux clients.

Diego Jiménez

Directeur financier, CrowdFarming



Aujourd'hui, l'équipe vise le marché américain. "Nous voulons d'abord nous établir en Europe, pour acquérir le plus de connaissances et d'expérience possible avant de mettre un pied de l'autre côté de l'océan", déclare Emmeline Hess.

Pour suivre l'évolution de sa clientèle en constante expansion, il a fallu également faire évoluer le système de paiement. Pour réduire les difficultés au moment du paiement, l'équipe de CrowdFarming a intégré les transactions de référence de PayPal, qui permettent aux clients d'effectuer des paiements récurrents en quelques clics. La prochaine étape ? Ajouter une option de paiement en plusieurs fois pour les clients qui la préfèrent.

Aligner sa réussite sur ses objectifs sociaux et environnementaux est une priorité pour cette entreprise dynamique et innovante. Avec PayPal, l'expérience de CrowdFarming devrait continuer à porter ses fruits.

