Wideprice

Dynamic pricing for the World.

Problem

Dynamic pricing is powerful, but complex.

Le construire nécessite des données, une expertise en ML et des équipes d'ingénieurs dédiées, des ressources hors de portée de la plupart des e-commerçants.

WidePrice le transforme en une intégration de 2 minutes.

Moteur de pricing dynamique pour e-commercant

Notre ambition est de faire du pricing une composante essentielle de tout business numérique.

Avec WidePrice, les développeurs pourront intégrer facilement un moteur de pricing universel, conçu pour développer leurs marchés et maximiser leurs marges, à chaque étape de leur croissance : du lancement à l’expansion sur de nouveaux marchés.

Avec l’essor des agents d’achat IA, les entreprises incapables d'ajuster rapidement leurs prix perdrons des parts de marché au profit de concurrents plus réactifs.

Product (integration)

Une intégration en deux étapes

La balise télémétrique s’installe sur le site et collecte les données nécessaires pour comprendre chaque visiteur.

La clé secrète connecte le backend du marchand à WidePrice pour récupérer et appliquer le prix calculé de manière sécurisée.

Aucune infrastructure supplémentaire à déployer.

One telemetry tag:

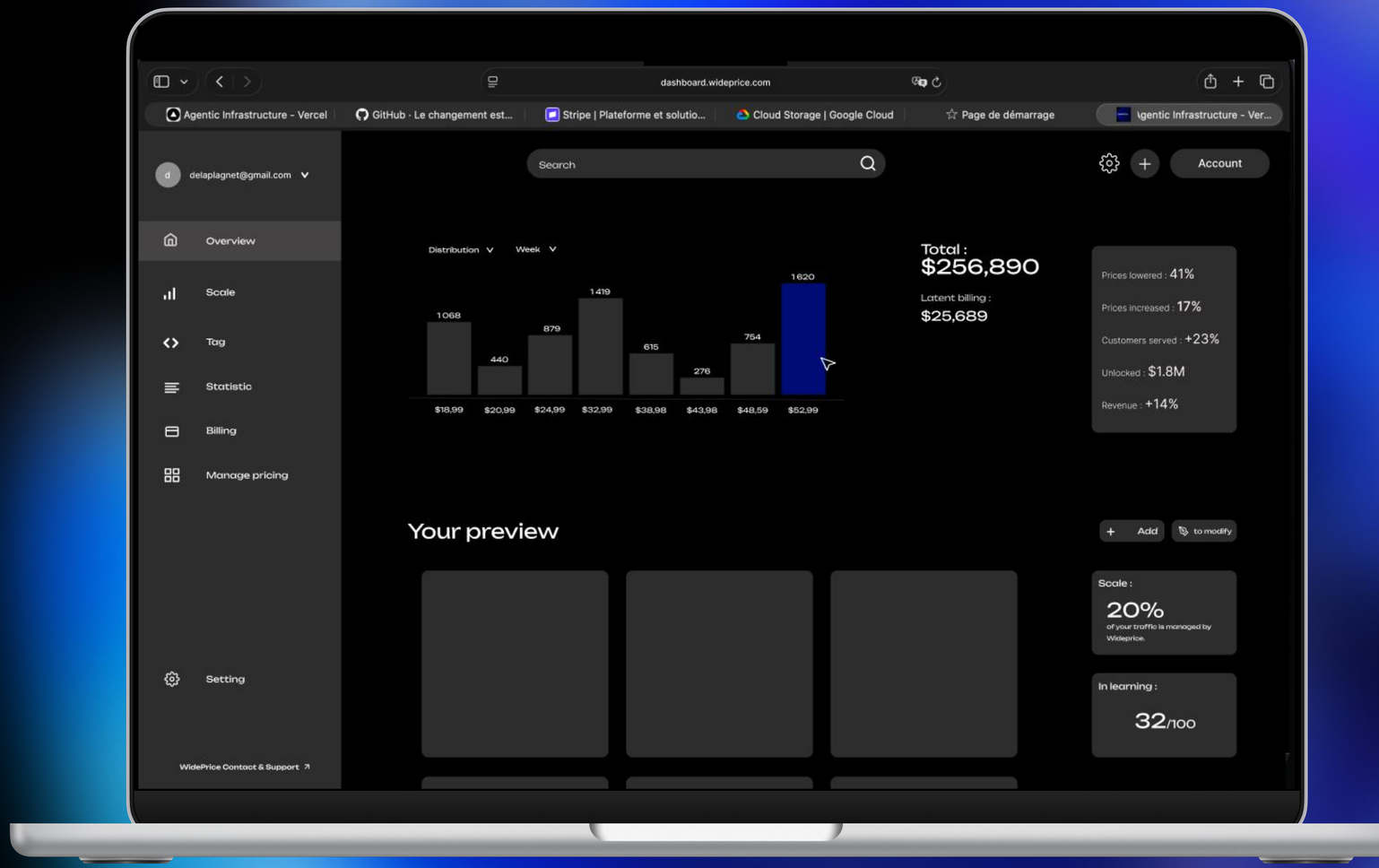
```
<script
  src="https://cdn.wideprice.com/telemetry.js"
  data-key="wp_live_xxxxxxxxxx"
  async>
</script>
```

Secure server-side integration:

```
WIDEPRICE_SECRET_KEY=wp_live_sk_7f4c9a2e8b1d6f3a5c0e9d2b4a7f8
```

Product (dashboard)

WidePrice optimise. Le marchand garde le contrôle.
Suivez en temps réel la distribution des prix appliquées, l'apprentissage de notre model, les conversions, l'uplift et la valeur générée.



WidePrice Engine (MVP)

From telemetry to the optimal price with every decision measured.

2. Modèle économique

Estime le pouvoir d’achat relatif à partir du contexte économique régional.

Balise télémtrique

Prix

3. Modèle généraliste

Entraîné à partir de l’analyse (RE) de moteurs de pricing propriétaires, il apprend leurs stratégies pour estimer et optimiser les prix.

2. Bandit

Arbitre en temps réel entre exploration et exploitation pour maximiser la performance.

Business model

①

Un prix de référence

Pour chaque transaction, WidePrice conserve le prix qui aurait été appliqué sans optimisation.

②

WidePrice crée deux types de valeur

Prix supérieur
Davantage de valeur capturée sur les transactions.

Prix inférieur
Davantage de transactions lorsque le prix constitue un frein.

③

WidePrice prend 10 %

WidePrice facture 10 % de la valeur incrémentale mesurée par rapport à un groupe de contrôle.

Near-zero marginal infrastructure cost

No subscription. No uplift, no fee.

Traction

Sans meme avoir lancer WidePrice nous avons deja plus de :

Cinq e-commercants cumulant plus de

1 Million €

de chiffre d’affaire annuelle ayant deja signer une letter of intention pour integré WidePrice a sa sortie !

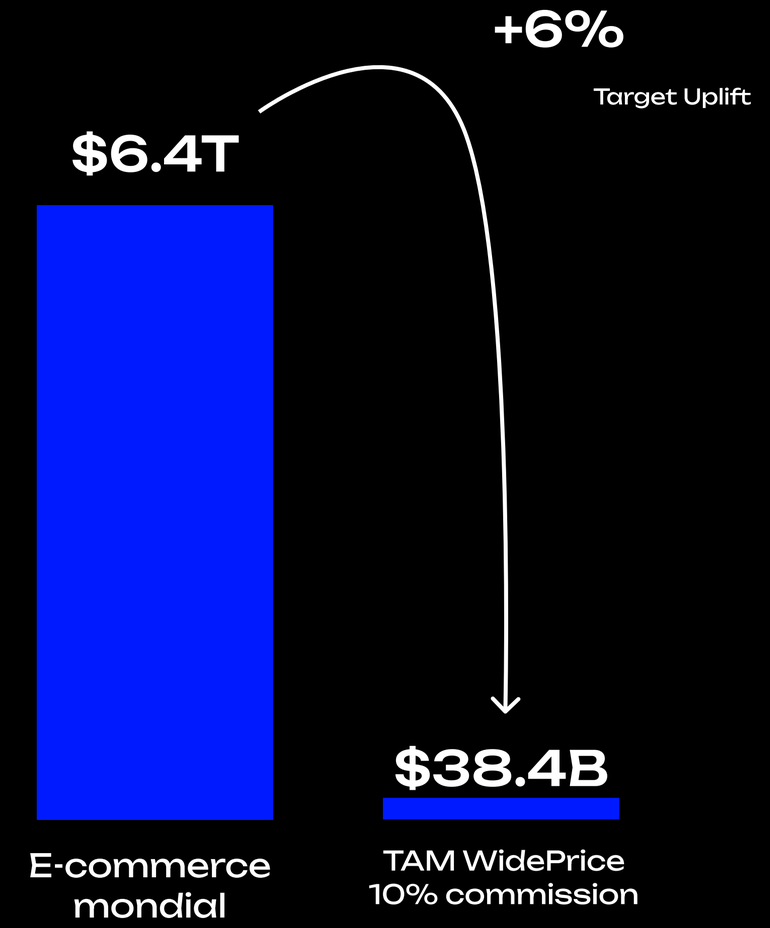
Et nous avons decider delancer l’idee de wideprice il y’a 2 semaines

TAM

$6.4T global e-commerce GMV

At 6% target uplift and a 10% performance fee:

$38.4B theoretical revenue opportunity



$6.4T GMV × 6% target uplift × 10% WidePrice fee = $38.4B TAM

Source : Moyenne des benchmarks sectoriels de pricing dynamique (McKinsey, BCG), à 6 % (TSC)..

Moat

①

REVERSE ENGINEERING

Des agents simulent des milliers de profils et comportements contrôlés pour cartographier la réaction des moteurs de pricing propriétaire existants.

②

10 YEARS OF PRICING INTELLIGENCE

Les réponses observées sont combinées aux historiques de prix du e-commerce pour construire un modèle généraliste pré-entraîné sur les stratégies du marché.

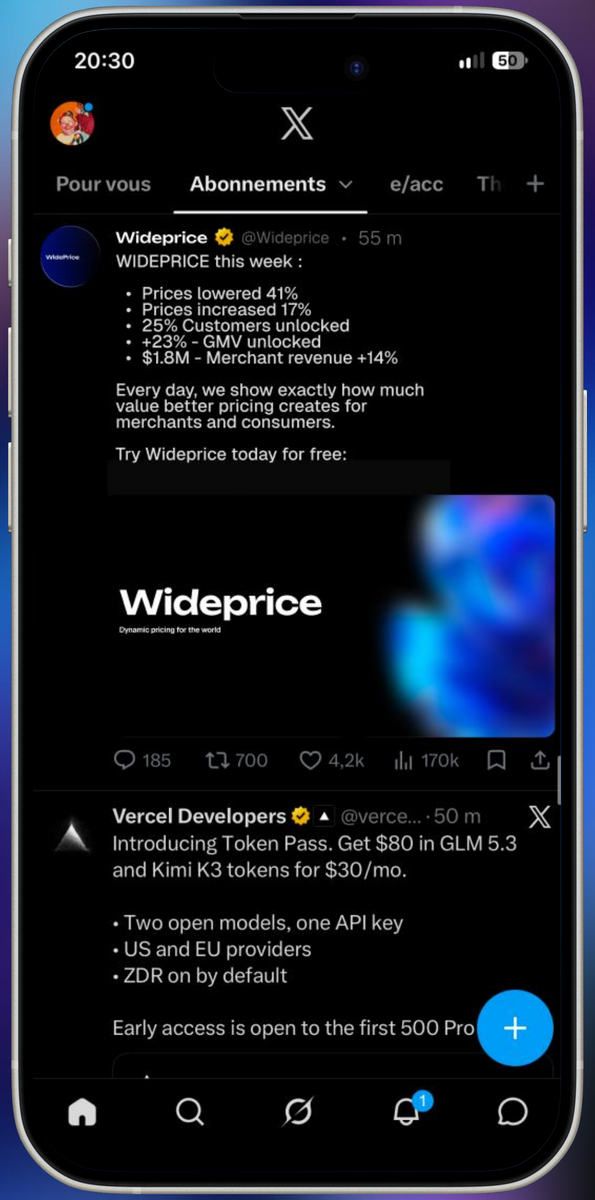
③

WIDEPRICE FEEDBACK LOOP

Une fois déployé, WidePrice apprend de ses propres expériences : contexte, prix proposé, conversion et valeur générée.

More merchants → more pricing decisions → better models → better performance → more merchants.

Distribution Strategy



Make pricing impossible to ignore

Publier chaque jour ses résultats : prix baissés, transactions débloquées, revenus générés.

Go after the biggest merchants

Cibler directement les e-commerçants à fort volume :

démo → déploiement progressif → uplift

Create controversy publicly. Prove value quantitatively. Convert privately.

Founders :



Maxime Delaplagne
CBO — Business & Growth
Former Head of Business Development at a SaaS company. Sales, partnerships & go-to-market.



Thibault Delaplagne
CEO — Product & Technology
Founded Abaci Technologies at 18. Product, marketing & research.

The Raise

€200K in pre-seed funding at a €1.33M post-money valuation (15% equity).

6 months runway
Pour atteindre trois milestones :

$20M
Value created for merchants

1,000
Active merchants

$2M annualised revenue

#1
Build the world’s first general-purpose pricing engine

6 months to turn WidePrice from an MVP into a pricing network at scale.