

Doctolib, ManoMano, Nike... Comment ces entreprises ont inspiré la startup Skello

Pour réussir, il faut parfois s'inspirer de modèles gagnants. C'est ce qu'ont fait Emmanuelle Fauchier-Magnan et Quitterie Mathelin-Moreaux pour lancer et faire grandir la startup Skello, une plateforme de gestion de planning et du personnel qui vient de lever 40 millions d'euros. Explications.

Republication du 5 octobre 2021

Créée en 2016, la startup RH Skello, qui développe un logiciel de gestion de planning et de personnel, a levé 40 millions d'euros en septembre dernier, forte de sa résilience face à la crise sanitaire et de son désir d'internationalisation. Quitterie Mathelin-Moreaux, CEO, et Emmanuelle Fauchier-Magnan, COO, les fondatrices de la jeune pousse, n'ont pas hésité à glaner les points forts d'autres entreprises pour construire et optimiser leur propre modèle. Skello est revenu pour Maddynews sur ses sources d'inspirations.

Se structurer dès le départ à la Doctolib

Si l'entreprise n'est plus à présenter au grand public, Doctolib est même devenue un modèle dans l'écosystème des startups françaises. Beaucoup d'entrepreneurs et entrepreneuses rêvent de vivre le même succès que les fondateurs de cette entreprise. Pas étonnant donc que Skello soit aller chercher une inspiration de ce côté-là. « *Ce qui nous a semblé le plus intéressant chez Doctolib a été leur capacité à se structurer très tôt et très vite, explique Emmanuelle Fauchier-Magnan. Cela nous a poussées, dès le départ, à nous organiser et anticiper le jour où on sera 500, afin de préserver notre culture tout en générant de la croissance* », insiste la COO de cette startup de 150 personnes qui compte recruter 100 autres collaborateurs d'ici la fin de l'année 2021.

Le développement d'une communauté à la ManoMano

Créer et entretenir une communauté solide autour de son projet entrepreneurial est un élément clé du succès d'une startup. Sur ce point, pas de doute pour Emmanuelle Fauchier-Magnan, ManoMano excelle en la matière : « *Ils ont réussi à créer une communauté de personnes totalement fans du produit, du service, et qui sont même prêts à donner des conseils à d'autres utilisateurs de la plateforme, c'est extrêmement puissant !* ». L'entrepreneuse, qui veut aussi miser sur ce « *gros vecteur de croissance* » avec Skello, s'inspire également de Salesforce, « *puisque'ils ont la capacité de faire en sorte que les clients trouvent des solutions entre eux... Et quelle meilleure preuve d'une communauté robuste* ».

Les techniques de prospection de La Fourchette

Si, à la faveur de la crise sanitaire, Skello a accéléré sa transition vers le domaine de la santé et du retail, le coeur du projet initial ciblait le secteur de la restauration. « *Quand on a débuté dans ce domaine d'activité, on s'est inspiré des techniques de prospection en ligne et en physique de La Fourchette - devenue TheFork en 2020, ndlr-, poursuit l'entrepreneuse. On a aussi regardé leur manière de structurer leurs équipes clients par région, et leur approche dans le discours formulé* ».

La culture d'entreprise de Zappos

Et c'est de l'autre côté de l'Atlantique que Skello est partie puiser des informations pour créer une culture d'entreprise solide. « Tony Hsieh, fondateur de Zappos - entreprise de vente de chaussures en ligne, ndlr- a écrit un livre qui nous a fortement inspirés sur cette question : 'L'entreprise du bonheur' , ajoute Emmanuelle Fauchier-Magnan. Il explique à quel point la culture d'entreprise et la relation client ont été importantes dans la réussite de son business et comment il a réussi à conserver son ADN tout en grandissant. Ses préceptes nous ont servi quand on a travaillé sur le sujet, depuis les débuts de Skello. Ça nous a permis de développer une capacité à fédérer les gens en interne et de cultiver notre approche 'customer centric' (centrée sur le client, ndlr). C'est notamment à travers cette inspiration qu'on a décidé de construire notre outil de toutes pièces avec nos premiers clients, en échangeant tous les jours avec eux ».

L'expérience client de Revolut

« Si on développe un produit RH dont la cible est BtoB, on a fait le choix d'utiliser les codes et l'univers du BtoC, avec un focus particulier sur l'expérience client et la communication » , explique la COO de Skello. Pour ce faire, Skello s'inspire de nombreuses entreprises, et notamment de Revolut. « Nous nous sommes inspirés de Revolut pour l'expérience utilisateur, de l'effet « wahou » de l'onboarding à l'usage quotidien de l'app, précise-t-elle. Spotify est aussi une source d'inspiration : leur branding, leurs campagnes et l'usage de la data de manière très subtile nous guident au quotidien ».

La rage de vaincre de Nike

Si Nike est aujourd'hui connue à travers le monde, l'histoire de cette entreprise n'a pas été un long fleuve tranquille. Et puisque les sources d'inspiration ne viennent pas que des victoires mais aussi de l'adversité, la COO de Skello puise d'avantage de leçons dans les coups durs de la multinationale que dans sa situation aujourd'hui. « Phil Knight, le fondateur de Nike, a écrit un livre, *Shoe Dog (L'Art de la Victoire* en français), dans lequel on apprend qu'il a failli faire faillite de nombreuses fois, explique la COO de la startup. C'est cette rage de vaincre dans les moments difficiles qui m'a marqué, et on peut clairement s'inspirer de cette trajectoire dans les périodes de crise comme le Covid, qui représentent un vrai challenge pour les entreprises... C'est très inspirant et précieux de lire ces témoignages de fondateurs honnêtes qui se livrent vraiment et dépassent cette présentation brillante et idéalisée des sociétés : chez Nike aussi, pour un succès, il y a beaucoup d'échecs » , conclut-elle.

À lire aussi

ManoMano tire les enseignements de la crise en recrutant
350 personnes

Article écrit par HELOÏSE PONS