L’histoire de la startup Screeb racontée par son fondateur

La startup Screeb, qui réinvente les retours clients, a annoncé sa première levée de fonds en novembre. Un tour de table d’1,5 million d’euros mené par Epopée Gestion et SuperCapital. Simon Robic, l’un des trois cofondateurs, raconte les débuts de la startup et ses avancées depuis ce premier round.

Temps de lecture : minute

4 janvier 2023

Simon Robic, Michaël Hirbec et Samuel Berthe travaillaient tous trois au sein de l’éditeur de la plateforme conversationnelle iAdvize, à Nantes. C’est là qu’ils ont eu l’idée de construire ensemble un projet entrepreneurial : "*Au départ, nous avons sondé une centaine d’entreprises, dans l’industrie, le e-commerce etc. Et on s’est rendu compte que la plupart d’entre elles avaient un problème commun : elles voulaient savoir ce que pensaient leurs clients mais ne parvenaient pas à le faire*", détaille Simon Robic. Les trois cofondateurs ont alors pris conscience du faible pourcentage de personnes répondant aux questionnaires de satisfaction, reçus par mail. Et ont commencé à réfléchir à une solution. " *On a repensé cette expérience, en venant s’inspirer des applications de messagerie comme Messenger, et en s’adaptant davantage aux réponses des utilisateurs, pour capter leur attention* ", précise Simon Robic.

De 10 à 50 % de taux de réponse

Créée en 2020, la société Screeb a d’abord lancé une première version test en fin d’année, puis a cherché ses premières références pour montrer

la pertinence de son outil à partir de 2021. " *Alors que le taux de réponse était de l'ordre de 8 à 12 % sur le marché, nous l'avons fait passer à 50 % en moyenne* ", assure le dirigeant.

Aujourd'hui, Screeb s'adresse aux équipes "produits" des éditeurs de SaaS, de sites e-commerce ou de plateformes BtoB. La startup compte notamment Nespresso, Monoprix, Orange ou l'éditeur de solution de gestion de trésorerie, Pennylane, parmi ses clients. " *Grâce aux données qu'ils ont déjà sur leurs utilisateurs, nous avons la capacité de venir leur poser des questions plus ciblées. Nous choisissons à quel moment et à qui on s'adresse pendant le processus d'achat* ", détaille le dirigeant.

" Un marché en plein essor "

En 2022, Screeb a entamé une phase d'accélération en impulsant notamment son déploiement dans une trentaine de pays. Avant d'annoncer sa première levée de fonds d'1,5 million d'euros en fin d'année. Un tour de table mené par Epopée Gestion, Super Capital et des experts du SaaS, tels que Thibaud Elzière, dirigeant d'eFounders, Eduardo Ronzano à la tête de Keldoc, ou encore Frédéric de Gombert et Nicolas Dupont, dirigeants d'Akeneo. Le but de cette levée : étoffer ses équipes technique et marketing, en passant de 5 à 15 salariés d'ici mai 2023, mais aussi accélérer son déploiement en France et à l'international.
" *Nous avons déjà recruté 3 personnes depuis ce tour de table et avons déjà accéléré sur l'acquisition de nouveaux clients. Nous sommes assez ambitieux parce que le potentiel du marché est très grand et que notre produit peut être déployé à l'étranger immédiatement* ", souligne Simon Robic.

Screeb s'adresse en effet à des métiers en forte croissance, qui se professionnalisent. " *Aujourd'hui, tout un écosystème émerge autour des équipes "produits". On voit apparaître des communautés et de nombreux équipements, pour les outiller. C'est un marché en plein essor* ", insiste le

dirigeant, qui rappelle que, dans le monde, plus de 35 millions d’entreprises ont besoin d’analyser et de comprendre l’expérience utilisateurs pour l’améliorer et ainsi, poursuivre leur croissance.

À lire aussi
Naoned et Clever Cloud, deux pionniers de la tech nantaise, racontent l’émergence de l’écosystème local

---

Article écrit par Jeromine Doux