

Cohort, startup spécialisée dans le marketing Web3, lève 3,2 millions d'euros

La jeune startup fondée en 2022 qui propose aux marques une solution de marketing basée sur les NFT, poursuit sa lancée avec une levée de fonds de 3,2 millions d'euros. De quoi lui permettre de développer ses solutions et son positionnement en France et à l'étranger.

1 février 2023

" Je suis persuadée que toutes les marques BtoC auront d'ici 5 ans intégré les NFT dans leur stratégie marketing ", répète Séraphie de Tracy, CEO et cofondatrice avec Nathan Barraillé de Cohort.

Cette jeune pousse, premier projet Web3 de eFounders (qui a fait émerger deux licornes), développe une solution SaaS afin de démocratiser l'usage des NFT pour les marques et leurs clients. " *Les NFT sont un nouvel outil technologique qui permet aux marques de proposer des expériences client radicalement différentes* ", avance l'entrepreneuse de 35 ans, diplômée de HEC et familière de la blockchain.

Aider les marques à réinventer leur relation client

" BtoB dans son ADN ", elle aide les marques et les retailers à réinventer leur relation client et leurs tactiques marketing grâce aux NFT - un "pass VIP" qui enrichit l'expérience, offre plus de services au consommateur et le fidélise mieux tout en protégeant ses données. Une technologie pertinente à l'heure où les cookies tiers vont bientôt être supprimés, que les clients exigent davantage des marques et souhaitent un plus grand contrôle sur leurs données.

Si le Web 1 a permis aux marques d'être visibles et le Web2 de raconter des "stories", le Web3 est synonyme d'expériences. " *Toutes les marques vont devoir rentrer dans le "business of experience" et notre mission est de faciliter le plus possible cette transition pour elles en simplifiant la complexité de la blockchain : pas de code, pas de crypto, pas de wallet.* ". Une solution simple et efficace qui permet à toute marque de créer son compte et de lancer sa campagne en 5 minutes !

" Notre vision a séduit d'emblée et on a eu notre premier client, Etam, six semaines après avoir lancé notre produit ", rappelle la CEO de Cohort qui pour la présentation de la collection de 40

maillots de bain en 2022 de la célèbre marque de lingerie, a créé 40 silhouettes en NFT (chacun d'eux contenant les éléments numériques et physiques de la silhouette ainsi que des avantages exclusifs).

Depuis, son portefeuille s'est étoffé d'une quinzaine de marques dont Adore Me, l'Atelier Shelter et Socque Paris pour qui la startup a participé à lancer la première paire de chaussures garantie à vie (la simple présentation du certificat NFT chez les cordonniers partenaires donne droit à une réparation à vie).

" On a une ambition très forte "

Après un démarrage sur les chapeaux de roue et une levée de fonds de 3,2 millions d'euros (menée par IRIS aux côtés d'Axeleo Capital et Kima Ventures, et avec la participation de 3founders puis des business angels), Cohort compte bien poursuivre son expansion en France et aux États-Unis, *" un marché où nous avons déjà deux clients, et toute notre place à prendre "*, assure Séraphie de Tracy.

D'ici 18 mois, Cohort vise un portefeuille de 100 marques. Un rêve ? Non. *" On a validé la pertinence de notre produit et maintenant, nous n'avons plus qu'à aller chercher d'autres clients. On a une ambition très forte avec à la fois des petites marques qui peuvent rejoindre notre plateforme en "self service" de manière très simple, et des clients mid market. Nous allons tripler nos effectifs avec des designers et développeurs pour que chaque semaine, nous puissions ajouter une nouvelle fonctionnalité qui réjouisse nos clients et leurs utilisateurs. "*

Article écrit par Pauline Garaude