

AgoraPulse : une réussite basée sur le marché des États-Unis ?

Agorapulse édite depuis 2011 un outil tout-en-un de gestion de réseaux sociaux. Un outil français, mais qui s'est lancé sur le marché américain, dès le départ.

Temps de lecture : minute

20 mars 2023

C'est la deuxième aventure entrepreneuriale pour Emeric Ernout, cofondateur d'[AgoraPulse](#). Il a appris de sa première expérience pour se lancer une deuxième fois, avec le même associé Benoit Hediard.

Une première expérience pendant le boom d'internet

Les deux cofondateurs se connaissent depuis longtemps : " *On s'est rencontré à New York en 1993, en stage.*". Dans les années 2000, c'est "la bulle internet", où " *tout le monde vit avec le rêve de devenir millionnaire en deux semaines, avec une présentation PowerPoint et un laptop. Et nous aussi, nous voulions accéder à ça* ", raconte Emeric Ernout. Les deux associés lancent Affinitiz au mois de juillet de l'année 2000, une solution SaaS, qui permettait de créer son espace communautaire. " *C'était déjà du social media, même si ça ne s'appelait pas comme ça à l'époque.*".

L'entrepreneur se rappelle d'un parcours du combattant, avec un produit qui se transforme avec le temps, et se solde par un service qu'il qualifie " *comme une agence qui fait des jeux concours sur Facebook* ". Un service qui va durer environ neuf mois, après lesquels les deux cofondateurs

lancement AgoraPulse. Une solution qui au départ " est vraiment axée sur des applications, que l'on peut installer sur une page Facebook ".

Un second projet avec une stratégie différente

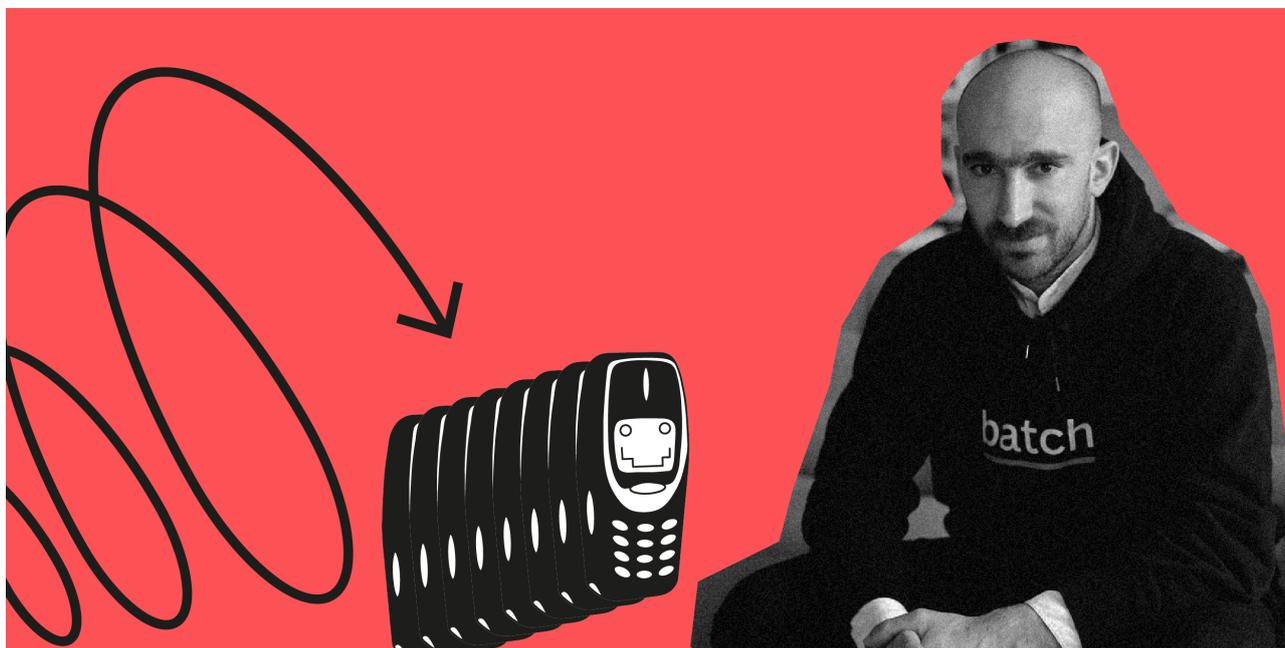
Premier objectif d'AgoraPulse, trouver 1.000 clients la première année. "On a atteint cet objectif au bout de trois ans", avoue Emeric Ernoult. Pour lui, il y a deux manières de développer un business Saas. "Il y a une stratégie qui est celle de rester très axé sur les sales, en convainquant les premiers clients, c'est-à-dire en allant leur parler, en allant les chercher, en faisant des demos". Ils n'ont pas opté pour cette stratégie.

Pour comparer leurs deux aventures entrepreneuriales, de dix ans chacune, Emeric Ernoult se base sur les chiffres de ses deux startups. "Au bout de dix ans, on atteignait 140.000 euros de chiffre d'affaires par an, avec Affinitiz. Alors qu'avec AgoraPulse, dix ans aussi après le lancement, on compte 140.000 euros de chiffre d'affaires, mais tous les trois jours".

L'entrepreneur parle d'apprendre de ses erreurs, et pour lui, l'erreur avec Affinitiz, était de viser le marché français et uniquement celui-ci. "Notre stratégie a été de faire parler du produit d'AgoraPulse, par des gens qui ont de l'influence, du réseau, des gens qui ont une communauté.". Il se rend dans plusieurs salons dédiés aux réseaux sociaux aux Etats-Unis, et il parvient à construire un réseau solide. Un réseau qui a diffusé dans les médias et dans d'autres salons l'efficacité du produit d'AgoraPulse. "On a créé ce business de 0 à 5 millions de revenus annuels, uniquement sur la base de l'influence que nous avons réussi à générer autour de nous, en créant ces relations.".

Aujourd'hui, AgoraPulse compte 40 % de son chiffre d'affaires aux Etats-Unis, contre 17 % en France. Et si Emeric Ernoult et Benoit Hediard en sont à leur deuxième expérience entrepreneuriale, le dirigeant ne pense

pas à lancer une troisième entreprise. *"Le prochain objectif c'est d'atteindre cent millions d'ARR, là, nous sommes à vingt millions. Nous avons pas mal de challenge à relever."*



À lire aussi

8 ans après la débâcle AppGratis, Simon Dawlat emmène Batch vers l'âge de raison

Article écrit par Charlotte Rabatel