

B2B : Freqens lève 3 millions d'euros pour aider les entreprises à acheter au juste prix

Freqens a été fondée il y a seulement quelques mois et boucle déjà un premier tour de seed de 3 millions d'euros. Derrière ce projet, il y a une équipe d'entrepreneurs confirmés qui a su convaincre des investisseurs renommés.

Temps de lecture : minute

21 novembre 2024

Freqens est née d'un constat : les achats indirects, qui ne soutiennent pas directement les activités d'une entreprise, ne répondent pas à des règles claires ou strictes, en particulier dans les secteurs de l'IT et du SaaS. « *Pour un même fournisseur, le même nombre de licences, sur la même durée... à contrat égal, nous constatons jusqu'à 70 % de variations de prix* », explique Maxime Liebens, cofondateur et CEO de Freqens.

La plateforme développée par Freqens permet donc d'analyser, en temps réel, si l'entreprise paye le juste prix pour ses contrats, en comparant avec d'autres contrats similaires de sa base de données. « *Pendant un an, nous avons récupéré les données d'achat réelles de centaines d'entreprises, grandes, moyennes et petites* », raconte Maxime Liebens. Maintenant que le produit de Freqens est accessible par toutes les entreprises, pour obtenir l'analyse de leurs achats, chaque client doit télécharger ces contrats dans la plateforme, ce qui permet d'entretenir la base de données.

« Prendre le poul de ses achats »

« *Toutes les données des entreprises sont anonymisées* », insiste le CEO de Freqens. « *Tout est confidentiel !* » Alexandre Barreira, l'un des trois cofondateurs, a d'ailleurs travaillé chez Dashlane, le coffre-fort numérique. La tech de Freqens repose sur trois piliers : l'extraction et l'analyse de data, le Machine Learning pour analyser les contrats, repérer les durées, les quantités etc, et enfin la restitution de données. « *L'intelligence artificielle va nous aider dans cette dernière partie pour que, dans des contrats complexes, chacun puisse repérer facilement les éléments clés et les points intéressants pour la négociation avec son fournisseur.* » Maxime Liebens reprend : « *Cet outil permet de rééquilibrer la relation acheteur-vendeur en B2B qui est, aujourd'hui, souvent à l'avantage du vendeur.* »

Une solution qui arrive à point selon les fondateurs. « *Il faut faire face à l'inflation, à l'incertitude des ventes...* » Les entreprises cherchent à faire des économies et, pour les jeunes pousses, à atteindre la rentabilité. Cela passe par la rationalisation des dépenses. Le point différenciant dans la proposition de Freqens : le client reste maître dans sa relation fournisseur. Il ne s'agit pas de déléguer ses achats mais d'avoir les bons éléments pour faire des économies. « *Nous permettons aux entreprises de savoir instantanément quel est le bon prix à payer et de benchmarker des catégories complexes — une tâche humainement impossible à réaliser en quelques secondes. Nous restons un tiers de confiance indépendant* », complète Richard Gozlan, COO.

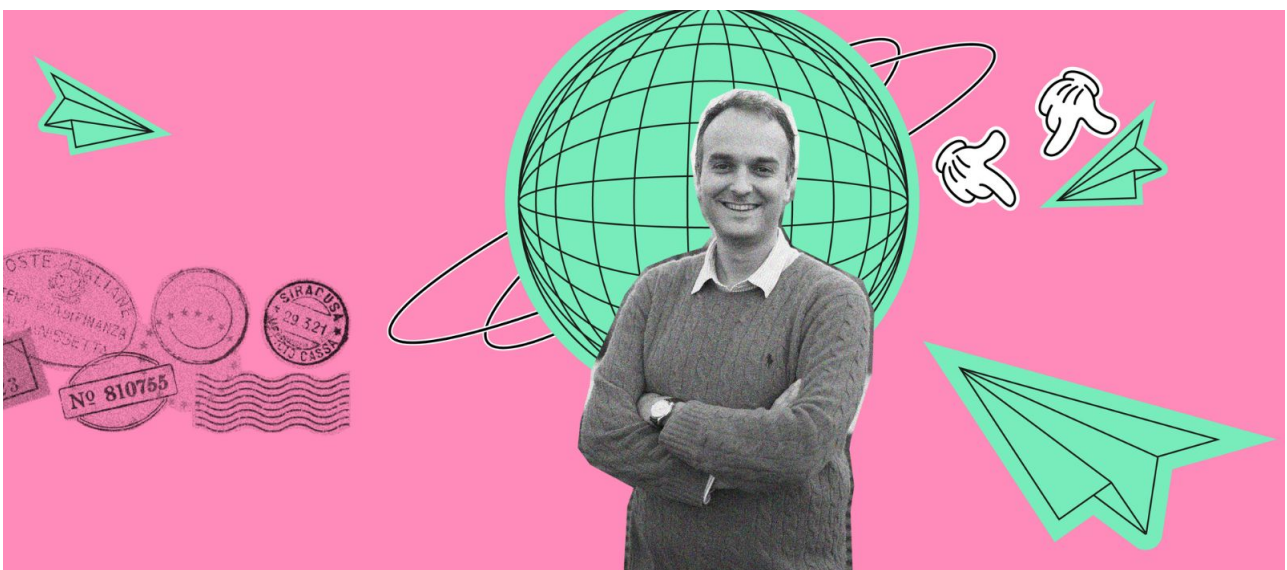
Freqens a déjà des entreprises clientes comme Electra, Polène, Safran.ai ou Memo Bank. « *Nous allons être transparents sur nos prix, expliquer les évolutions s'il y en a. Notre pricing sera cohérent et transparent* », insiste Maxime Liebens. Aujourd'hui, les entreprises de moins de 200 collaborateurs payent 7000 euros pour utiliser le service de Freqens pendant 12 mois.

Une équipe confirmée et un syndicat d'investisseurs prometteur

Derrière Freqens, trois cofondateurs et entrepreneurs confirmés. Maxime Liebens, CEO, est un « *repeat founder* ». Après avoir été chief sales officer chez JobTeaser, il a cofondé Maki People, une HR Tech. Avec lui, Richard Gozlan est COO. Il a, auparavant, cofondé et dirigé Cleanio puis a été head of operations chez Agricool. Enfin, Alexandre Berreira est CTO après avoir été CPTO chez Ornikar. Aujourd'hui, l'équipe de Freqens compte 5 personnes mais la startup recrute pour des postes tech et marketing.

Ce trio de fondateurs a su convaincre des investisseurs renommés pour ce premier tour de pré-seed bouclé rapidement. « *Nous avons levé en un mois* », raconte le CEO. Seedcamp, Kima Ventures, le family office de Xavier Niel, Motier Ventures, celui de la famille Houzé, la Financière Saint James ainsi que des Business Angels, dont Roxanne Varza et Alexandre Berriche (Fleet) ont participé à cette levée.

Ce tour de table va servir à renforcer l'équipe, à développer la tech mais aussi à se lancer sur les marchés européens et américains d'ici la fin de l'année prochaine.



À lire aussi

Achats : la French Tech dépense moins



MADDYNEWS

La newsletter qu'il vous faut pour ne rien rater de l'actualité des startups françaises !

JE M'INSCRIS

Article écrit par Aurélie Pasquier