# elinoï : 100 clients, 4000 talents, et une croissance de 300% attendue pour 2018

*Les startups ont des besoins de recrutement particuliers. Les talents, de leur côté, cherchent un poste qui leur corresponde. Devenir l'intermédiaire, voilà la mission que s'est donné la plateforme elinoÏ. Avec succès : un an seulement après sa création, elle compte plus de 100 clients et 4000 candidats. Retour sur la croissance de la jeune pousse avec David Simeoni, son fondateur.*

Temps de lecture : minute

---

*30 mars 2018*

Devenir rentable en moins d'un an ? C'est l'objectif de la plupart des startups. La plateforme de matching elinoï, elle, l'est déjà. La recette de son succès ? Répondre à un besoin réel du marché, et trouver un business model rentable. Ces deux aspects, c'est David Simeoni, le fondateur d'elinoï, qui en fera les piliers de sa croissance, à l'occasion d'une reconversion. Après 7 ans passés dans les plus grandes banque d'affaires internationales, le jeune homme a des envies d'ailleurs. Entouré d'amis entrepreneurs qui lui demandent de l'aide pour constituer leurs équipes, il se lance début 2013 dans le conseil en recrutement à destination des startups.

À lire aussi
Les 5 erreurs de recrutement (fréquentes) que font les startups

C'est cette expérience qui lui donnera en 2015 l'idée de créer une plateforme de recrutement, qui repose sur deux propositions : une communauté de talents triés sur le volet, et une expertise sur l’écosystème startup et ses métiers.

> "*Les talents veulent avoir un impact rapidement, dans un job qui a du sens pour eux. Parallèlement, nos partenaires peinent à trouver des talents entrepreneuriaux et “hands on”, analyse David Simeoni, fondateur d'elinoï.*

*Les besoins en recrutement des startups explosent, mais paradoxalement, elles ne sont pas toujours équipées pour y faire face. elinoï fait le lien entre les deux*

Lancée en janvier 2017, la plateforme a su dès le début trouver son public : en un an, elle passe de 100 à 1000 inscrit par mois, et de 20 à 200 annonces. Une progression de l'offre qui permet à elinoï de réduire la durée de la recherche de poste (majoritairement en sales, marketing, product, data et leadership) à moins de trois semaines en moyenne.

Si les missions sont en augmentation par le nombre, c'est aussi qu'elles ont su évoluer : "*On est passé en un an de 5 à 40 missions différentes, du sales junior au COO, en passant par le growth hacker*" détaille David Simeoni. Une variété qui séduit : la jeune pousse compte aujourd'hui une centaine de clients (Deliveroo, Alkemics, ManoMano, Onepark, PUR Projet,

Monbanquet, ChauffeurPrivé, Payfit...), et rassemble 4000 "talents" sur sa plateforme. Une expertise qu'elinoï compte bien développer : "*nos partenaires sont en demande de conseils sur la partie organisation des équipes,* confie David Simeoni*. La plupart des recrutements ratés sont dus à une mauvaise définition de la mission et des besoins.*"

## La rentabilité comme levier de croissance

Ces performances, elinoï peut se vanter de les avoir réalisées par elle-même. Grâce à un business model éprouvé (une commission sur le package de rétribution une fois que le talent intègre la startup), la jeune pousse n'a pas eu besoin de s'appuyer des investisseurs. Pour l'instant, elle compte peaufiner sa stratégie de croissance pour utiliser les fonds de manière optimale le moment venu. "*Nous n'avons aucune nécessité absolue aujourd'hui, mais en cas d'opportunité d'accélérer avec du smart money, nous en discuterons avec joie,* explique David Simeoni. *Là aussi, le fit humain et la conviction profonde en le projet feront toute la différence.*"

À lire aussi
Tu seras rentable, mon fils

L'équipe d'elinoï a elle aussi grossi : les 2 fondateurs des débuts ont été rejoints par 4 collaborateurs, portant à 6 personnes l'équipe d'elinoï. "*On prévoit d'être 10 d'ici juin. On a même dû déménager, car on était trop à l'étroit rue de Richelieu !*" confie David Simeoni. Des prédictions alignées sur les performances attendue de la jeune pousse pour l'année à venir : elinoï table en effet sur une croissance de +300% pour 2018, soutenue notamment par les perspectives d'embauches qui repartiraient à la hausse (+13%) selon l'Apec.

Et cette croissance, elinoï pourrait bien aller la chercher à l'international. "*Une chose est sûre, c'est que le marché est énorme ! On a déjà quelques relais dans d'autres villes et à l'étranger, mais une ouverture internationale viendra certainement. Notre priorité reste cependant de renforcer l'existant. Forger une véritable communauté de talents, continuer d'améliorer notre produit, d'affiner l'algorithme, nous ouvrir sur d'autres métiers... Le champ des possibles est assez impressionnant*", conclut David Simeoni.

---

Article écrit par Maëlle Lafond