

Profession CGP

Le média des experts de la gestion de patrimoine

Juillet – Août – Septembre 2018

Gérer un client de la prospection à la comptabilité

Avec une levée de fonds de 7 millions d'euros réalisée en janvier dernier, Sellsy compte renforcer son offre de gestion du cycle client avec de nouveaux modules et la proposer au-delà de nos frontières.

Créée en 2009 par Alain Mevellec et Frédéric Coulais, la société Sellsy propose une solution cloud du même nom qui permet de piloter l'ensemble du cycle client (prospection, facturation, suivi client, marketing...) lancée début d'année 2010. En janvier dernier, la société réalisait une levée de fonds de 7 millions d'euros auprès d'Alto Invest et SofiOuest, société de participations financières conseillée par Arkea Capital.

■ Une solution unique et collaborative

« Nous proposons une solution en mode SaaS qui permet de gérer le cycle d'un client de A à Z. Cela va de la prospection sur un média classique à la comptabilité », signale Frédéric Coulais. En effet, dès lors qu'un client potentiel est identifié et démarché sur le plan marketing (classique ou digital), il est identifié dans l'outil CRM. Ensuite, chaque étape est tracée et visible par chaque service de l'entreprise : émission du devis, facture, paiement en ligne avec choix du mode de paiement (virement, Paypal ou prélèvement automatique), production, comptabilité avec les écritures automatiquement générées.



« Notre développement en France a été également soutenu par notre approche Made in France dont nous faisons la promotion ».



FÉDÉRIC COULAIS, président et cofondateur de Sellsy.

« Nous dirigeons des entreprises depuis vingt ans et nous nous sommes aperçus qu'il existait une déperdition d'informations entre les services, de nombreuses erreurs de saisie et que ces process faisaient perdre à chacun un temps considérable, indique le cofondateur de Sellsy. L'objectif était donc de casser les silos dans l'entreprise. Il s'agit donc d'un outil destiné aux services marketing, commercial, comptabilité et production ; le tout dans une optique collaborative puisque chaque intervenant peut observer l'évolution du parcours du client. Par exemple, un commercial est alerté dès lors que le client a payé sa facture ; son client n'a pas à imprimer, puis à tamponner son devis et l'envoyer par courrier... Le tout peut être réglé en quelques minutes via la signature électronique ! Avec Sellsy, l'entreprise fait un gain d'activité non négligeable. » Si la société (classée par le *Financial Times* et *Les Echos* parmi les entreprises ayant la plus forte croissance en France et en Europe) s'adressait initialement aux autoentrepreneurs et petites entreprises, elle s'adresse désormais aux PME, ETI et grandes entreprises. « Notre solution est compatible avec la réglementation RGPD », ajoute Frédéric Coulais.

Suite

Selsy propose des services pour faire migrer ses clients de leurs solutions logicielles existantes vers Selsy, ainsi que des formations. « Des demandes spécifiques peuvent être prises en compte selon les caractéristiques de l'entreprise, note Frédéric Coulais. Notre outil se veut souple et agile, et nous avons développé des API pour que Selsy puissent être connecté avec des applications tierces, comme Dropbox ou Gmail. »

■ Un chiffre d'affaires en hausse de 50 % en 2017

Actuellement, la société collabore avec 3325 entreprises, dont quelques belles signatures, comme le PSG, Indigo ou encore Nicolas, pour 18 000 utilisateurs (dont 10 % à l'étranger) et 1 milliard d'euros de factures payées. A fin 2017, Selsy réalisait un chiffre d'affaires de 3,6 millions d'euros (contre 2,4 millions un an plus tôt).

Le modèle économique se veut robuste avec un système d'abonnement, payable à la souscription, et dont le montant varie selon le nombre de modules choisis et le nombre de collaborateurs-utilisateurs. « Notre développement en France a été également soutenu par notre approche Made in France dont nous faisons la promotion. En effet, notre équipe est totalement implantée dans l'Hexagone, à La Rochelle et Paris, et nos serveurs sont également basés en France. Cela fait souvent la différence chez nos clients ».



Les deux cofondateurs de Selsy : Frédéric Coulais (à gauche), président, et Alain Mevellec (à droite), directeur général.

D'ici la fin de l'année, l'ensemble des étapes de comptabilité jusqu'à la liasse comptable devraient également être gérées par l'outil. « Nous allons ainsi pouvoir augmenter le spectre des entreprises clientes et accroître le montant moyen des abonnements », note Frédéric Coulais.

Parallèlement, cette levée de fonds vise à recruter pour renforcer les équipes marketing et commerciale, et déployer la distribution de l'outil auprès d'entreprises européennes. « Nous connaissons déjà nos concurrents européens qui sont sensiblement les mêmes qu'en France, souligne Frédéric Coulais. Le potentiel du marché européen est énorme dans les autres pays car l'utilisation de ce type de logiciel est moindre qu'en France. Or les problématiques des entreprises sont identiques : digitalisation inéluctable, fiabilisation des process, RGPD... tout en gardant à l'esprit que nous devons nous adapter aux spécificités locales. Dans un premier temps, le déploiement de l'activité se fera depuis Paris. »

L'outil dispose déjà d'une version en anglais depuis 2014, d'autres en allemand et en espagnol sont en cours de développement. Depuis la levée de fonds, de nombreux recrutements ont été réalisés – tant au niveau R&D qu'en matière marketing et commerciale –, puisque la société est passée de 50 à 69 salariés depuis le début de l'année. Son objectif est de doubler le nombre de clients en deux ans.

« Nous sommes convaincus que Selsy dispose d'excellentes perspectives de développement, se félicite Franck Halley. Selsy est aujourd'hui omniprésent dans l'écosystème des start-up et du digital : beaucoup observent son modèle économique avec attention. Ses techniques d'acquisition client sont également bien rodées... Bref, Selsy détient, d'après nous, les clés pour espérer doubler de taille périodiquement. Avec ce profil dynamique, la société pourrait également dans quelques années envisager une introduction en bourse ou attirer un industriel du secteur. »

Chez Alto, cette participation est détenue au sein des FCPI Innovalto 2015, Fortune Europe 2015 et Fortune Europe 2016-2017.

■ R&D et développement en Europe

En janvier dernier, Selsy a donc levé 7 millions d'euros pour accélérer son développement. Après avoir investi 1 million d'euros fin 2010, Alto Invest a donc également participé à cette nouvelle opération. « L'histoire de Selsy est complètement différente de celle d'aujourd'hui : à l'époque il s'agissait d'une pure start-up qui générait moins de 20 000 euros de revenus récurrents par mois. Séduits par le potentiel et le modèle de la société, nous l'avions intégrée à nos portefeuilles en limitant le risque, compte tenu du montant investi. Nous avions trouvé l'idée intelligente, et l'équipe nous a rassurés car habituée à développer des entreprises dans l'univers du digital et sur un modèle générant un chiffre d'affaires récurrent. Aujourd'hui, elle entre parfaitement dans le cœur de cible des entreprises que nous accompagnons, celles correspondant au cycle du capital-développement », précise Franck Halley, gérant chez Alto Invest.

Frédéric Coulais se félicite de la confiance renouvelée : « Alto Invest est un partenaire avec lequel nos relations sont excellentes : ils ne sont pas intrusifs et font confiance à notre management. Nous les consultons deux à trois fois par an. C'est naturellement que nous nous sommes rapprochés d'eux pour cette nouvelle augmentation de capital ».

L'objectif pour Selsy est de passer un cap et de s'adresser à des entreprises d'une taille plus importante. Ainsi, des investissements sont à réaliser en matière de recherche & développement pour la création de nouveaux modules (50 % du montant de la levée de fonds). Par exemple, depuis l'opération capitalistique, Selsy propose de gérer les rapprochements entre la comptabilité et relevés bancaires (y compris pour Paypal).

« Alto Invest est un partenaire avec lequel nos relations sont excellentes : ils ne sont pas intrusifs et font confiance à notre management ».

Benoît Descamps