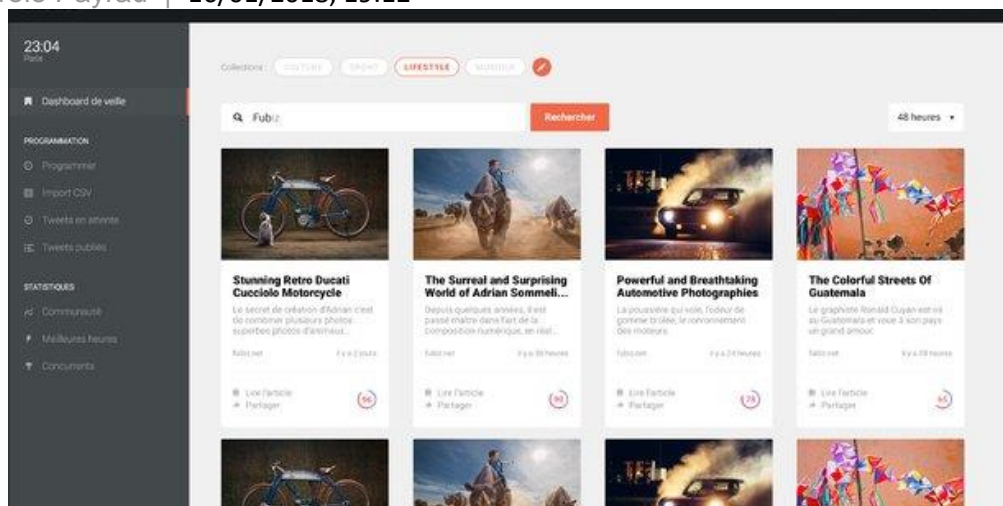




Swello s'ouvre à Instagram et vise l'Amérique

Par Carole Payrau | 16/01/2018, 19:12



La levée de fonds réalisée en juin dernier a permis d'injecter du fioul dans le moteur... l'entreprise basée à Toulon et plateforme de programmation de messages éponyme est à même aujourd'hui par ses fonctionnalités d'aller au coude à coude avec les grands concurrents nord-américains.

L'entreprise varoise va vite. Levée de fonds d'un demi-million d'euros (réalisée auprès de **PACA Investissement**, Var Business Angels, Créazur et Olbia Invest), changement de nom, multiplication par deux des effectifs salariaux - de 3 à 6 collaborateurs - et développement de l'offre ont en effet jalonné l'année 2017 de Swello, anciennement ClockTweets. Celle qui n'était autrefois qu'une application dédiée à optimiser Twitter s'est muté en effet en une véritable plateforme, "un outil de productivité", définit Jonathan Noble, son fondateur et dirigeant. Il faut dire, la solution numérique s'est tout d'abord ouverte à d'autres réseaux sociaux, "Facebook en février dernier, LinkedIn en octobre 2017 et prochainement Instagram, en mars 2018". Mais outre cela, elle dégage on line les nouvelles fonctionnalités mois après mois depuis la levée de fonds, levée qui a permis de mettre en place notamment une équipe de trois développeurs. Les applications Iphone et Android sont disponibles depuis juillet dernier,

l'extension Chrome et Firefox Swello depuis août... "A venir, un réducteur de liens et la possibilité de programmer simultanément un post sur les trois réseaux sociaux déjà couverts", précise encore Jonathan Noble.

Trois temps

Mais ce n'est pas tout, puisque Swello se veut désormais "un outil en trois temps". Il permettait déjà de réaliser de la programmation de messages et de l'analyse, il s'agrémente désormais d'une partie veille, lancée ces derniers jours. "On peut donc réaliser la curation de contenu directement depuis la plateforme, sélectionner ses thématiques, créer par exemple un flux concurrence pour se tenir au courant de l'actualité des entreprises positionnées sur le même marché ou encore réaliser de la veille sur soi, afin de savoir à quel moment son nom est mentionné..." Bref, une solution globale à même aujourd'hui de challenger le pape canadien Hootsuite sur ce segment de marché. "En France, nous n'avons plus de concurrence directe, les entreprises qui s'étaient positionnées sur ce secteur ont pour des raisons internes cessé leur activité. Et ce qui nous différencie de nos concurrents étrangers, c'est l'ergonomie, la simplicité d'utilisation, un panel de fonctionnalités inédites, ainsi que l'argument du made in France, qui peut séduire sur le territoire francophone", analyse encore Jonathan Noble. Un boulevard dont la startup varoise compte bien profiter.

Des indicateurs au vert

C'est déjà le cas à la faveur des chiffres, puisqu'elle affiche une croissance de son chiffre d'affaires de 85 % entre 2016 et 2017, ainsi qu'un total de 2,8 millions de messages programmés par plus de 31 000 utilisateurs (optant pour la version gratuite. Ils sont donc 3 000 de plus que l'année dernière NDLR). Parmi ces derniers, 400 grands groupes à l'instar de France TV, Canal+ e-sport, la Fédération française du sport automobile ou Cnews matin, qui ont rejoint Swello en 2017. Fait notable, "nous conservons les utilisateurs", lorsqu'ils s'inscrivent, ils sont plutôt fidèles. Côté clients (BtoB à 95 %), ces derniers s'engagent là encore davantage sur le long terme puisque les trois quart ont opté pour des abonnements annuels. "Ils choisissent aussi aisément les tarifs d'abonnement supérieurs. Ceux qui avaient opté pour l'offre avec le prix d'appel switchent volontiers pour des offres plus qualitatives, les nouveaux abonnés aujourd'hui optent d'emblée pour ces dernières aussi". Une grille tarifaire qui a évolué également, puisqu'elle comprend quatre offres au lieu de deux par le passé. La partie veille est en option. La clientèle est à 90 % française, à 10 % francophone, avec des abonnés en Belgique, en Suisse et au Canada. "En 2018 nous allons poursuivre le développement sur ces pays et en Europe, en 2019 nous visons le marché américain". D'autant que la version en langue anglaise est déjà finalisée.