Aircall lève 65 millions de dollars pour devenir leader de son marché

Le spécialiste de la téléphonie dans le cloud Aircall vient de lever 60,2 millions d'euros auprès du fonds DTCP, d'Adam Street et de ses investisseurs historiques. Avec cette opération, la startup souhaite renforcer sa position de leader sur le marché international.

Temps de lecture : minute

---

27 mai 2020

Après une première levée en 2014 à son lancement et une seconde en 2018, Aircall est parvenu à mener une troisième opération en plein Covid-19. Cette nouvelle levée de 65 millions de dollars (60,2 millions d'euros), qui fait entrer DTCP et Adam Street à son capital, porte le financement total de l'entreprise depuis ses débuts à environ 100 millions d'euros. Les investisseurs historiques d'Aircall comme eFounders (startup studio au sein duquel la startup est née), Draper Esprit, Balderton et NextWorld ont également renouvelé leur confiance à l'entreprise. Il faut dire qu'en à peine six ans, l'entreprise a réussi à s'imposer comme un acteur de renom dans la téléphonie d'entreprise, un secteur qui brasse 80 milliards d'euros par an, grâce à sa solution dans le cloud. Et ce n'est pas le coronavirus qui va freiner sa course !

Le télétravail , un nouveau moteur pour Aircall

Si le confinement a été difficile pour l'économie, il aura permis de booster

la transformation numérique de nombreuses entreprises. “*On a vu des décisions prises en quelques heures là où normalement, on pouvait passer des mois à convaincre l’IT”* , reconnaît Jonathan Anguelov, fondateur d’Aircall. À l’instar des Slack, Zoom et autres Microsoft Teams, l’entreprise a su tirer profit d’une crise qui a profondément transformé nos modes de collaboration. La startup a ainsi bénéficié d’un regain d’activité sur ses offres de télétravail. Cette période a poussé “*l’usage de la téléphonie cloud et a fait réaliser à bon nombre de clients qu’il était temps de passer à des outils cloud, interconnectés avec d’autres outils”* .

À lire aussi
Aircall lève 25 millions d'euros et recrute 100 personnes en France et aux États-Unis

Jusqu’ici, la startup installait plutôt ses solutions dans des entreprises récemment créées "*mais le Covid-19 devrait accélérer la mutation de sociétés moins jeunes vers des modèles plus digitaux et cloud”* , estime le

fondateur d’Aircall. C’est sans doute la raison pour laquelle les investisseurs ont choisi d’investir en plein Covid dans l'entreprise.

L’Asie Pacifique, le nouveau challenge d'Aircall

Cette troisième levée de fonds ne s’est toutefois pas faite sans heurt pour Aircall. “*Quelques investisseurs se sont rétractés mais d’autres ont senti que notre business serait résilient et ont renforcé leurs investissements”* , confie Jonathan Anguelov. Au final, la startup a levé 60,2 millions d’euros. Une somme grâce à laquelle elle compte bien poursuivre sa stratégie de développement à l’international. En 2018, Aircall levait déjà des fonds pour renforcer ses équipes aux États-Unis. Deux ans plus tard, un tiers de ses collaborateurs et collaboratrices travaillent sur le sol américain et la startup y réalise également 33% de son chiffre d’affaires contre 60% en Europe et le reste en Asie.

Désormais, Jonathan Anguelov souhaite “*élargir son empreinte au niveau mondial et ne plus rester aussi concentré sur les États-Unis et l’Europe”* . Son prochain gros challenge sera la conquête du marché asiatique avec un focus sur l’Océanie et l’Australie en premier lieu. L'entrepreneur continuera également à *“surinvestir aux États-Unis et en Europe pour s’assurer une place de leader sur ces marchés”*. L'enveloppe financera également le développement de nouveaux produits et l'acquisition de nouvelles forces pour mener à bien la stratégie d'Aircall.

Recrutements et nouveaux produits au menu de 2020

La startup prévoit en effet d'embaucher 100 nouveaux collaborateurs et collaboratrices en 2020 et 100 de plus en 2021. “*Ce sera un grand challenge au niveau des RH mais nous avons besoin d’être suffisamment*

staffés pour construire nos futurs produits” . Car Aircall est encore loin d’avoir déployé tout son potentiel. “*Nous sommes à seulement 10% de notre projet initial, notre vision produit est encore jeune” ,* précise Jonathan Anguelov. L’entreprise prévoit déjà de développer de nouvelles fonctionnalités comme les SMS dans Aircall pour envoyer des messages “*au format marketing, en one to one en les intégrant dans les outils clients”* . Le SMS sera logué dans la fiche du client, ce qui donnera un avantage concurrentiel aux commerciaux. AirCall mise également sur le déploiement de l’IA pour analyser les conversations, “*et détecter si une personne est satisfaite ou non”* . Ces outils devraient permettre aux équipes commerciales et aux services clients d’améliorer leur argumentaire en analysant l’impact des mots prononcés.

Si Jonathan Anguelov se veut confiant sur l’avenir d’Aircall, il reste conscient qu’un grand travail d’évangélisation reste à faire pour remporter la bataille de la téléphonie dans le cloud. “*97% des entreprises possèdent encore un téléphone sur leur bureau”*, tout reste à faire !

Article écrit par Anne Taffin