

20 ans après sa création, Squarespace choisit la France comme marché prioritaire

Squarespace se positionne depuis 2003 comme un service permettant de créer un site web sans aucune connaissance technique. Aujourd'hui, l'entreprise américaine se lance en France au travers d'une ambitieuse campagne centrée sur le soutien à l'entrepreneuriat.

Temps de lecture : minute

10 février 2023

L'entrepreneuriat a le vent en poupe en France. En 2021, on s'est approché du million de nouvelles entreprises créées (l'INSEE annonce un chiffre de 995 900 créations, soit 17% de plus que l'année précédente).

Un dynamisme qui n'a pas manqué de retenir l'attention de Squarespace, le géant de la création de sites web " no code " qui cherchait justement à étendre son influence en dehors des États-Unis. En effet, après vingt années d'existence, la startup new-yorkaise a décidé d'intensifier son expansion internationale juste après son entrée à la Bourse de Wall Street.

Après des lancements en Australie, au Canada et en Allemagne, Squarespace a donc jeté son dévolu sur la France.

Un focus sur l'entrepreneuriat

Si Squarespace a déjà dépassé les 4,2 millions d'abonnements dans 200 pays, la startup n'avait jamais lancé de campagne spécifique à la France où elle avait déjà attiré plusieurs milliers d'abonnés.

" On avait remarqué un appétit naturel de la France pour l'entrepreneuriat et pour notre service, explique Julie Zabinski, Senior International Marketing Manager de Squarespace. Cela nous semblait naturel de poursuivre notre expansion par la France ".

Depuis quelques semaines, il est donc possible de voir de nombreuses publicités pour Squarespace que ce soit sur des plateformes comme Spotify, MyTF1, 6Play ou MyCanal. L'objectif de cette communication : le soutien de Squarespace à l'entrepreneuriat local.

" Notre mission est d'outiller tous ces entrepreneurs, ces créateurs et artistes qui souhaitent se lancer ", confirme Julie Zabinski à Maddyness.

Pour soutenir ce message, Squarespace a suivi un *modus operandi* qui avait déjà fait ses preuves sur d'autres marchés : mettre en place des collaborations avec des créateurs locaux qui deviennent les ambassadeurs de la plateforme.

Pour la France, Squarespace a choisi de faire son lancement avec deux ambassadrices clefs : Klin d'Oeil et Miss Maggie's Kitchen.

- Klin d'Oeil est une boutique portée par quatre femmes qui veulent mettre en avant les créations de jeunes créateurs.

- Miss Maggie's Kitchen est un site créé par Héroïse Brion pour partager son amour de la cuisine et de l'art de la table.

Il ne s'agit pourtant là que d'une première étape puisque Squarespace travaille avec Klin d'Oeil à la création d'une série de tutoriels pour démystifier la création d'un site internet et inspirer d'autres créateurs à sauter le pas. " *Et nous allons aussi continuer de collaborer avec des créateurs et des artistes, confie Julie Zabinski. Nous cherchons à mettre en place de nombreux partenariats, collaborations, masterclass et événements pour contribuer à notre échelle à soutenir le développement de l'entrepreneuriat* ".

Article écrit par Valentin Pringuay