

OuiLive, spécialisée dans les challenges en entreprise, lève ses premiers fonds

Un vent nouveau souffle sur l'expérience collaborateur à l'heure où le télétravail se banalise, quand l'engagement des salariés est la priorité de nombreux services RH. Dans la jungle des jeunes pousses ayant émergé pour répondre à ce défi, OuiLive se démarque par son succès.

Temps de lecture : minute

15 mars 2023

Créée en septembre 2020 par quatre amis, OuiLive entend rassembler sur une seule et même plateforme des sujets aussi divers que la formation des collaborateurs, la collaboration en interne ou encore l'organisation de teambuilding : "*En deux mots nous sommes une plateforme de challenges connectés pour former et mobiliser par le jeu*", informe Olivier Houyvet, cofondateur et CEO de OuiLive.

Forte d'une trentaine de collaborateurs et d'un chiffre d'affaires en croissance exponentielle, la jeune entreprise semble en passe de remporter son pari : fournir une porte d'entrée unique à toutes les thématiques de formation et communication internes.

Le dénominateur commun : la gamification

Ce que OuiLive propose, c'est d'abord une plateforme connectée. Sur cette dernière, sont abordées "*différentes thématiques RH et RSE sous la forme de micro-événements thématiques, gamifiés et ponctuels*", précise le dirigeant. Que vous souhaitiez engager vos collaborateurs dans votre

démarche de sobriété énergétique, former vos salariés sur les enjeux de la cybersécurité ou encore promouvoir la qualité de vie au travail, *"OuiLive s'engage à rendre ludique et engageante ces impératifs de formation"*, affirme-t-il. La startup offre d'ailleurs un programme clé en main articulé autour de 3 services clés :

- Une application mobile personnalisée pour embarquer tous les collaborateurs de l'entreprise.
- Un dashboard qui permet à l'équipe projet de suivre de façon dynamique les performances des utilisateurs et le taux d'abandon.
- Une base de données comprenant un catalogue de 100 thématiques de challenges qui peuvent être déployés selon un rythme choisi par le client.

C'est bien là la marque de fabrique de OuiLive qui a séduit déjà plus de 450 clients : *"des challenges adaptés à tous les besoins de la communication participative, personnalisables pour chaque entreprise"*.

La clé du succès ? Des challenges connectés

Chaque challenge est finement construit par une équipe d'experts afin de fournir à chaque collaborateur une expérience à la fois ludique et pédagogique. *"Un challenge se déroule généralement en trois parties distinctes qu'il convient de suivre pour un apprentissage optimal"*, explique le CEO de OuiLive :

La première partie est d'ordre pédagogique. Elle prend généralement l'apparence de contenu RH (articles, vidéos, webinars...) afin de faire monter en compétences les équipes et faire passer un message. La seconde partie se veut plus ludique et centrée autour de la création. Des défis collectifs sont proposés pour mettre en application la formation reçue. Enfin la partie quizz avec un système de points a vocation à valider la bonne intégration de la compétence.

Un modèle qui a fait ses preuves, et un marché à conquérir !

Alors, comment OuiLive a su tirer son épingle du jeu sur un marché si concurrentiel ? Selon Olivier Houyvet, le succès de l'entreprise réside principalement dans sa capacité à "*s'adapter aux besoins des clients qui nous permet de répondre à des besoins transverses*". Et pour cause, la jeune pousse fait preuve d'une réactivité étonnante. "Elle propose à ses clients tout un panel de fonctionnalités (sondages, podomètre, pronostics...) au service de l'engagement de leurs communautés", confirme le CEO. De quoi maîtriser plusieurs verticales d'un marché fragmenté et complexe, tout en restant éminemment centré sur les besoins des clients RH.

Alors, quelle est la suite ? Forte d'une croissance exceptionnelle, OuiLive a jusqu'ici bootstrapé en trouvant rapidement un modèle de rentabilité. Ayant à son bord des clients aussi prestigieux que Dior, KPMG, Renault ou encore Payfit, l'équipe ne compte pas s'arrêter là. Leur ambition pour l'année à venir ? "*Prendre la place de leader sur le marché !*", répond sans détour Olivier Houyvet.

Et pour pouvoir répondre à une croissance fulgurante, les dirigeants de OuiLive ont décroché un financement de 300.000 euros auprès de Bpifrance établi sous forme d'un Prêt Innovation et Prêt Amorçage Recherche & Développement. Cette enveloppe va permettre de recruter des profils clés et de développer de nouvelles fonctionnalités pour l'application mobile OuiLive.

