

E-commerce : Dataïads lève 5 millions d'euros pour renforcer sa technologie

Dataïads, le spécialiste de la "post-clic" expérience, une technologie qui permet d'améliorer l'efficacité des campagnes marketing, boucle un tour d'amorçage mené par Spring Invest, le fonds d'investissement français dédié au commerce du futur.

Temps de lecture : minute

2 octobre 2023

Seulement 18 mois après son lancement, Dataïads, acteur SaaS spécialisé dans la génération d'expérience client pilotée par l'IA pour l'e-commerce, annonce une levée de fonds de 5 millions d'euros. Le tour de table a été mené par Spring Invest. French Founders, Motier Ventures et Famille C, la société d'investissement de la famille Courtin (Clarins), sont également rentrés au capital, rejoignant les business angels qui avaient participé au premier tour de table en 2022.

« Malgré un contexte peu porteur, les choses se sont plutôt bien passées pour nous. Nous avons assez vite rencontré Spring Invest, notre investisseur lead, dont la thèse d'investissement matche parfaitement avec Dataïads », commente Raphaël Grandemange, fondateur et CEO de Dataïads.

Dataïads : augmenter le retour sur investissement des campagnes publicitaires

Créé en 2021, Dataïads est un logiciel SaaS qui accompagne les entreprises vers un meilleur retour sur investissement pour leurs

campagnes publicitaires, grâce à une technologie propriétaire de “post-clic expérience” pilotée par l’intelligence artificielle. « *Notre technologie permet de créer des pages d’atterrissage personnalisées en fonction de plusieurs paramètres. L’expérience va être différente si l’utilisateur arrive de Google ou d’Instagram par exemple, car il ne se situe pas au même niveau du tunnel d’achat. On peut également personnaliser les pages en fonction du device utilisé, du jour de la semaine ou encore de la catégorie de produit* », explique Raphaël Grandemange, ancien de Webedia et Publicis.

Résultat, le taux de rebond, c'est-à-dire le nombre d'utilisateurs qui quittent rapidement la page, diminue et les conversions ainsi que le panier moyen par achat augmente. « *On vient adresser un problème spécifique des e-commerçants. Sur le trafic généré par les campagnes média et avec le déploiement de l'IA au sein des grandes plateformes, il y a un taux de rebond énorme de l'ordre de 70 à 80 %. Dans les faits, c'est beaucoup d'argent gaspillé. Nous venons booster ces campagnes sans toucher aux sites ni aux campagnes ads* », commente Raphaël Grandemange.

Dataïads en route vers l’international

Dataïads a déjà séduit plus d'une quarantaine de clients parmi lesquels Decathlon, Rakuten, Fnac-Darty ou LVMH. La startup commercialise sa technologie sous forme de licence avec un budget qui varie en fonction du budget média et du nombre de fiches produit du site.

Avec ce financement, la startup vise un double objectif : renforcer sa technologie propriétaire de “post-clic experience” et accélérer son développement à l’international. Dataïads, qui compte aujourd’hui 25 collaborateurs, souhaite continuer son déploiement en France, et va pour cela recruter une vingtaine de profils tech. La startup ambitionne de renforcer la présence de sa technologie sur les marchés clés européens,

notamment en Grande-Bretagne, en Italie, en Allemagne et dans les pays scandinaves.



À lire aussi

L'e-commerce français, un marché de 150 milliards d'euros à capter pour la French Tech



MADDYNEWS

La newsletter qu'il vous faut pour ne rien rater de l'actualité des startups françaises !

JE M'INSCRIS

Article écrit par Manon Triniac