

Comment trouver la meilleure approche pour attaquer un marché ?

Avec la série «Level Up», en partenariat avec BNP Paribas Banque Privée, Maddyness s'attèle à décrypter les stratégies de croissance des scaleups françaises. Deuxième épisode de la saison 2 avec Édouard Petit, co-fondateur de Magma.

Temps de lecture : minute

14 mars 2024

Entrepreneur depuis plus de dix ans, Édouard Petit est passé par tous les états. De la soif d'ambition pour bousculer un géant de la tech à un exit, en passant par une expérience professionnelle de transition avant de replonger dans le bain de l'entrepreneuriat, il a été confronté à de nombreuses situations qui lui permettent de gérer avec plus de sérénité, mais toujours avec la même passion, son projet actuel, à savoir la startup Magma lancée en 2019.

Avant de lancer cette société, destinée à réinventer l'expérience de recrutement pour les candidats, Édouard Petit s'était fait remarquer avec Bunkr, une startup qui se positionnait en alternative à PowerPoint. Pour s'attaquer à un gros morceau qui n'est ni plus ni moins que Microsoft, il fallait une certaine audace et une bonne dose de courage alors que l'écosystème tech français n'avait rien à voir avec ce qu'il est aujourd'hui. «*Au départ, il y avait probablement beaucoup de naïveté*», se souvient l'entrepreneur avec un grand sourire au micro de «Level Up», le podcast de Maddyness en partenariat avec BNP Paribas Banque Privée. «*Nous étions animés par l'idée d'améliorer notre quotidien à nous avant tout*», ajoute-t-il.

«Je crois beaucoup plus à l'innovation d'usage»

De cette réflexion, en a découlé une sacrée aventure entrepreneuriale entre 2011 et 2017, qui s'est soldée par le rachat de Bunkr par Synthesio. Une issue honorable mais peut-être un poil frustrante pour l'entrepreneur qui a pu en tirer des enseignements sur la manière d'appréhender un marché et les obstacles à surmonter pour tirer son épingle du jeu face à la concurrence. *«Dans les services des entreprises que l'on consomme au quotidien, on ne les consomme pas pour la technologie, mais pour ce que ça représente pour nous. C'est l'expérience qui fait la différence. La technologie permet de créer cet argument de différenciation grâce auquel on va pouvoir émerger sur un marché. Je crois beaucoup plus à l'innovation d'usage plutôt que l'utilisation de la technologie juste pour utiliser la technologie»*, analyse Édouard Petit.

Après un court passage chez Stanley Robotics, l'entrepreneur tricolore a décidé de tirer profit de ces enseignements au moment de créer Magma. Après avoir un temps hésité à se tourner vers le hardware, il s'est finalement résolu à lancer un nouveau projet software. *«J'ai toujours fait du software, des produits, des sites... La beauté des technologies internet, c'est qu'on peut faire quelque chose avec peu de moyens en peu de temps. Le cycle de création est relativement court jusqu'à la mise en service pour mettre le produit dans les mains des gens»*, observe-t-il.

«Level Up» décrypte la stratégie des scaleups françaises

A la lumière de ce raisonnement, quelle est la méthode à privilégier pour choisir le bon angle d'attaque sur un marché ? A quel moment faut-il pivoter ? Comment passer d'un secteur à un autre ? Quelles technologies faut-il utiliser pour se distinguer dans un marché concurrentiel ? Quelles

sont les erreurs à éviter ? Autant de questions que le co-fondateur de Magma aborde sans détour dans ce deuxième épisode de la saison 2 de «Level Up».

La série «Level Up», en partenariat avec BNP Paribas Banque Privée, présente les stratégies de passage à l'échelle des entreprises tech françaises. Transformation, expansion à l'international, nouveaux enjeux RH, quelles sont les stratégies adoptées par les scaleups ? Quelles sont les étapes essentielles pour scaler son entreprise ? Les fondateurs invités dans cette saison 2 prennent la parole sur leurs actualités stratégiques et reviennent sur leur gestion de crise.

Article écrit par Maddyness