

Trois questions à Thibaud Elzière, fondateur d'Hexa

Chaque semaine, Maddy + vous propose de découvrir le quotidien d'un collaborateur clé au sein d'une startup, d'un grand groupe ou encore d'un fonds d'investissement. Cette semaine, Thibaud Elzière, fondateur du startup studio Hexa a accepté de nous partager son quotidien.

Temps de lecture : minute

27 mai 2024

Thibaud Elzière est une machine à idées. Et aujourd'hui, c'est une grande partie de son travail. À la tête d'Hexa, anciennement e-Founders, Thibaud est un pionnier de l'entrepreneuriat collectif et du concept de startup studio. L'un de ses principaux défis : "recruter" de bons fondateurs. Des personnalités qui ont les qualités pour porter un projet à son démarrage bien sûr, mais aussi pour faire grandir l'entreprise.

Et il a déjà quelques belles réussites à son actif : Aircall, Front, Spendesk... Thibaud Elzière se targue d'un rapport de 1 licorne sur 10 projets. Aujourd'hui Hexa se concentre sur plusieurs verticales : le "future of work", l'intelligence artificielle, le web3, la Fintech et la santé.

Maddynes : Comment on fait pour avoir une idée ? Quel est le cycle de vie jusqu'à sa réalisation ?

Thibaud Elzière : Au départ, il faut avoir une expérience. Mes idées viennent d'expériences vécues et de Fotolia, une entreprise que j'ai construite. Quand j'ai lancé Fotolia, nous passions énormément de temps à construire tous les outils dont nous avons besoin pour gérer nos clients, pour avoir nos statistiques, pour gérer les appels entrants, les tickets

support... donc je m'étais dit que pour chaque solution qu'on déployait en interne chez Fotolia, cela vaudrait le coup de lancer un software à part entière. À la fin de cette aventure, j'avais 5 idées de startups à lancer.

C'est comme cela que j'ai créé le startup studio. Je me suis demandé : comment vais-je faire seul pour lancer 5 idées d'entreprise ? Avec Quentin Nickmans, nous avons eu l'idée de paralléliser ces créations et de se lancer dans l'entrepreneuriat collectif.

En faisant, nous avons rencontré d'autres problématiques, d'autres opportunités. Pour trouver une idée, il ne faut surtout pas se poser et chercher, il faut faire. N'importe quoi, mais il faut faire !

J'en suis persuadé, les idées elles appartiennent ni aux hommes ni aux femmes, elles appartiennent à leur époque. Et il faut juste aller les récupérer où elles sont, et donc être sur le terrain, être dans l'action, avoir les mains dans le cambouis.

Une fois qu'on a cette idée, comment fonctionne-t-on chez Hexa ? Pendant quelques semaines, on va rencontrer des gens pour leur soumettre l'idée, pour analyser leurs problèmes.

Au bout de quelques semaines, nous avons trois choses : une description de la problématique, une opportunité. Deuxième chose, une solution qu'on décrit en plusieurs wireframes pour être sûrs qu'on est tous alignés sur cette solution. Troisième élément, une stratégie de go-to-market, aussi importante que la solution. Et quand ces trois choses sont réunies, alors on commence à pitcher aux entrepreneurs qui viennent nous voir.

Nous échangeons alors pendant deux ou trois semaines. Si au bout de ces trois semaines, l'entrepreneur s'est approprié l'idée et qu'on s'entend bien, alors on monte le projet ensemble. Et pendant 18 mois, on crée un produit pour tester la solution. Ensuite, nous recrutons un minimum de clients, nous sommes très souvent en BtoB donc entre 5 et 15 équipes

clientes.

Et pendant ces 12, 18 mois, nous construisons tout cela avec ce qu'on appelle la core team : une équipe mutualisée au startup studio pour pallier les manques en finance, communication, design... C'est cela l'entrepreneuriat collaboratif, le fait de partir avec toute une équipe.

Comment recrute-t-on un fondateur et qu'est-ce qui fait la différence ? Avec quelles personnalités vous engagez-vous ?

Nous nous associons avec un entrepreneur, avec une entrepreneuse. On ne fait pas de chasse car on a envie que leur première démarche, ça soit de venir nous voir. Il faut donc nous rendre très visibles et rendre visibles nos idées.

On cherche tout d'abord des gens qui sont des entrepreneurs, qui seront bons pour les 18 premiers mois où il faut une fougue, une vision, une énergie. Mais également des personnalités bonnes pour la suite : des gens qui sont carrés, qui savent bien s'entourer, qui n'ont pas peur de déléguer.

Il faut un triptyque : "ambition, vision, exécution". Ambition, car on cherche des gens ambitieux, des gens qui veulent construire des grosses boîtes, et on ne s'en cache pas. Deuxièmement, on veut des gens qui ont une vision. Nous, on leur donne une idée, mais le bon entrepreneur, il se l'approprie très fortement. Une vision, c'est quoi ? C'est un objectif à 10 ans, et les différentes étapes pour y arriver.

Et le troisième point, c'est l'exécution. Il ne suffit pas de gens qui ont la tête dans les étoiles. Il faut aussi des gens qui ont les pieds sur terre. Qui sont capables d'exécuter, de s'organiser, de manager, de s'entourer des bonnes personnes, de donner du rythme, d'avoir du leadership.

Quelle est ta journée type ?

Nous avons des rituels hebdomadaires, et des objectifs trimestriels. Chaque semaine, on a un kick-off. Ma semaine commence le dimanche soir, au moment où je prépare l'agenda. Concrètement, je prépare un post Notion sur lequel je note les grandes priorités de la semaine. On fait cela à peu près toutes les semaines, depuis 12 ans !

Donc le lundi matin, on a le kick-off du studio et le kick-off de chaque projet. On commence avec le studio eFounders, mais après, chaque projet a son kick-off pendant 15, 20 minutes pendant lequel on redescend cet agenda. On va voir quelles sont les priorités de la semaine. Le mardi, on se concentre sur le "Go-To-Market" et tout ce qu'on a lancé en marketing. Et le vendredi après-midi, on fait la même chose sur la partie produit. On regarde quels sont les projets qui ont été faits.

Et entre-temps, au milieu de tout ça, je rencontre énormément d'entrepreneurs pour pitcher. Et plus récemment, je rencontre énormément de partenaires, d'associés, pour les encourager à venir rejoindre Hexa et à venir lancer des boîtes avec nous.



À lire aussi

Trois questions à Paul Sauveplane, DRH d'Alan



MADDYNEWS

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

[JE M'INSCRIS](#)

Article écrit par Aurélie Pasquier