

Le français Najjar veut devenir le "Salesforce européen des achats"

La startup française lève 15 millions d'euros. Elle veut faire évoluer sa solution d'optimisation des dépenses SaaS vers une centralisation plus large des achats. Elle en profite aussi changer de nom et passe de Welii à Najjar.

Temps de lecture : minute

16 octobre 2024

Saisir les opportunités, c'est ce que fait Najjar, anciennement Welii, en finalisant une levée de fonds de 15 millions d'euros en série A. « *Nous avons une opportunité de développement en étendant notre solution à tous les achats de l'entreprise. Avec nos clients ? Nous imaginons la plateforme pour le faire* » insiste Vincent Coste, cofondateur et PDG de Najjar.

Depuis 2021, la startup accompagne 180 clients dans l'optimisation de leurs investissements SaaS et assure qu'ils peuvent réaliser jusqu'à 36 % d'économies sur ce volet, soit jusqu'à un million d'euros pour le plus important utilisateur de la solution. Logiciels comptables ou dédiés aux ressources humaines, outils de communication, de gestion de projet ou de données... Les entreprises multiplient les investissements SaaS sans garder le contrôle de leur achat qui peuvent conduire à des doublons, garantir leur utilisation ou suivre les renouvellements.

Najjar renforce ses équipes pour répondre à ses clients

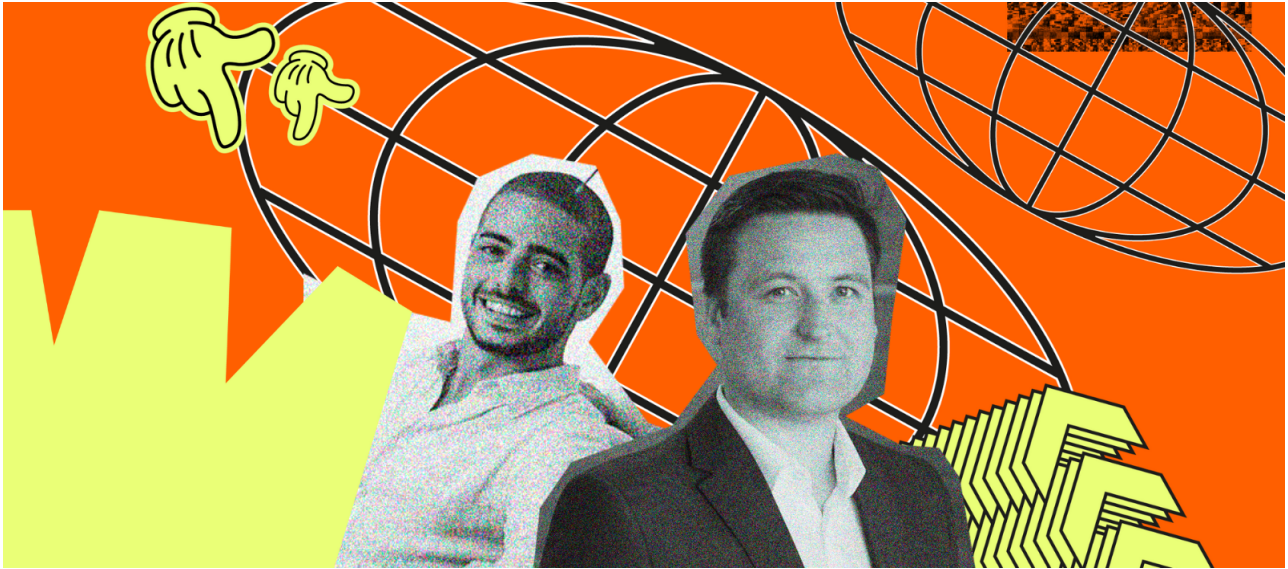
« *Nos clients ont exprimé leur besoin de centraliser les achats et de les*

gérer mais aussi de maîtriser le risque financier. Nous sommes plus qu'un outil d'optimisation puisque nous aidons nos clients à faire le bon choix de fournisseur, nous jouons le rôle d'architecte. » Vincent Coste rappelle que les entreprises paient environ 400 abonnements au quotidien, qu'ils possèdent des fonctionnalités inutiles ou qu'ils se renouvellent automatiquement sans qu'ils soient utilisés. « Nous cherchons à comprendre le besoin de nos clients pour cadrer le projet d'achat puis négocier les prix. » Les premiers clients de Najar restent des entreprises digitalisées de la tech ou encore du e-commerce ou encore avec une appétence pour le secteur. « Nous répondons de plus en plus à des entreprises traditionnelles qui ont besoin de nos conseils. »

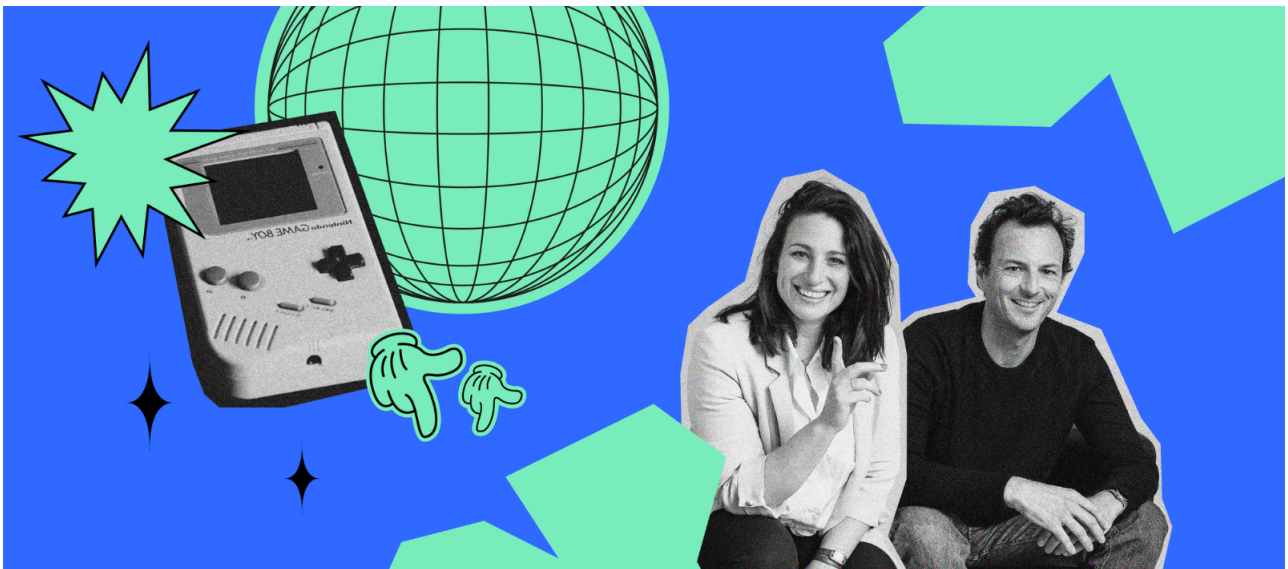
Avec cette levée de fonds, Najar entend construire une plateforme qui intervient en complément des solutions historiques en place. Pour mener à bien ce projet, la startup aux 75 collaborateurs a déjà doublé les effectifs de son équipe R&D et prévoit à terme de passer de 5 à 30 ingénieurs en un an.

Une succession d'opportunités

Najar a saisi une seconde opportunité en s'entourant d'investisseurs pour participer à ce développement. « *13books Capital a mené le tour en venant à nous et en nous amenant Portage. Nous avons été séduits par leur fort ADN entrepreneurial et donc leur compréhension de notre quotidien, leur alignement avec nos valeurs. Nous voulions des entrepreneurs au board. »* Avec ces fonds britannique et canadien, la startup prépare son développement sur les marchés anglo-saxons. « *Nous sommes focus sur le marché français mais notre portefeuille client se déploie ponctuellement en Europe à travers des partenariats. »* Najar porte toutefois l'ambition de devenir leader européen dans son domaine tout comme Salesforce l'est aujourd'hui pour les directions commerciales et marketing. Le fonds d'investissement Tomcat fait également partie de ce tour de table et rejoint ainsi l'aventure.



À lire aussi
"SaaS fatigue" : comment la multiplication des logiciels favorise l'épuisement professionnel



À lire aussi
On ne changera pas le monde en ne finançant que du SaaS



À lire aussi



MADDYNEWS

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

JE M'INSCRIS

Article écrit par Nadege Hubert