

WizVille lève 2 millions d'euros et recrute une dizaine de talents

WizVille, spécialiste de la gestion d'avis clients pour les entreprises, vient de lever 2 millions d'euros auprès de Newfund. Son objectif : multiplier son chiffre d'affaires par 10 d'ici les trois prochaines années.

Temps de lecture : minute

24 septembre 2018

9 consommateurs sur 10 lisent aujourd'hui des avis clients en ligne avant de se lancer dans un achat. Surprenant ? Pas vraiment. Alarmant ? Oui, pour toute entreprise qui n'aurait pas de quoi gérer les avis de ses clients, d'autant plus qu'un avis négatif est tout de suite bien plus remarqué que dix positifs.

Un constat sur lequel se sont appuyés Timothée de Laitre, Romain Lauwerier et Clément Bruchon pour lancer WizVille en janvier 2012 : la startup, qui développe une solution SaaS de recueil et de gestion d'avis clients pour les entreprises, veut ainsi permettre aux enseignes possédant des réseaux de points de vente ou d'agence d'améliorer leurs performances au quotidien grâce aux avis clients.

Une offre tout-en-un, bien loin des multiples solutions logicielles dont devaient jusqu'ici s'équiper les entreprises désireuses de gérer leurs avis clients, qui a permis à la jeune pousse issue de l'incubateur de Télécom SudParis de bénéficier du statut de " Jeune Entreprise Innovante "... mais aussi de séduire les investisseurs. Celle-ci, qui bouclait un premier tour de table de 210 000 euros en 2013, annonce aujourd'hui une nouvelle levée de fonds de 2 millions d'euros.

L'opération, réalisée auprès du fonds NewFund, devrait permettre à la jeune pousse d'accentuer sa présence commerciale en France, en recrutant cinq profils commerciaux à court terme, juniors et expérimentés, et des responsables partenariats. Son offre, elle, sera élargie dans les prochains mois grâce au développement de nouvelles fonctionnalités logicielles qui se concentreront autour de trois enjeux :

- Fournir des outils toujours plus puissants afin de permettre aux clients de continuer d'augmenter leur niveau de satisfaction client d'année en année : *"actuellement, nos clients gagnent en moyenne 20% de Net Promoter Score par an tous les ans. C'est aussi ce qui explique pourquoi ils sont si fidèles à WizVille"*, explique Timothée de Laitre.
- Couvrir la mesure de l'ensemble de l'expérience client, *"ce qui implique pour nous notamment de renforcer notre R&D sur nos outils de mesure de l'expérience client sur site web, qui est devenu l'un des sujets prioritaires des entreprises"*, précise Timothée de Laitre. Une nouvelle solution devrait ainsi voir le jour d'ici la fin de l'année.
- Développer des usages innovants autour du feedback client collecté. La jeune pousse, qui avait déjà lancé Trustville, un service de diffusion et d'attestation d'avis clients pour les commerçants, les artisans et les professionnels de proximité, en 2016, travaille sur de nouveaux produits, pour le moment confidentiels, allant en ce sens.

La jeune pousse, qui compte à ce jour 22 salariés, prévoit ainsi de recruter une dizaine de profils en tout pour accompagner ce développement. Mais aussi une éventuelle internationalisation à partir de 2019. Autant d'objectifs portés par une ambition plus globale : multiplier son chiffre d'affaires, confidentiel, par dix, d'ici les trois prochaines années.

En attendant, Wizville peut se targuer d'avoir séduit 40 des plus grandes entreprises françaises, dont les groupes Total, Etam, Les Mousquetaires, 5àsec, Schmidt, Celio ou encore Invivo. Au total, plus de 10 000

établissements et entreprises répartis dans 15 pays sur les 5 continents utilisent les services de WizVille pour améliorer l'expérience et la satisfaction de leurs clients au quotidien.

Article écrit par Iris Maignan