

# ContentSquare lève (encore) 60 millions de dollars pour conquérir l'Australie

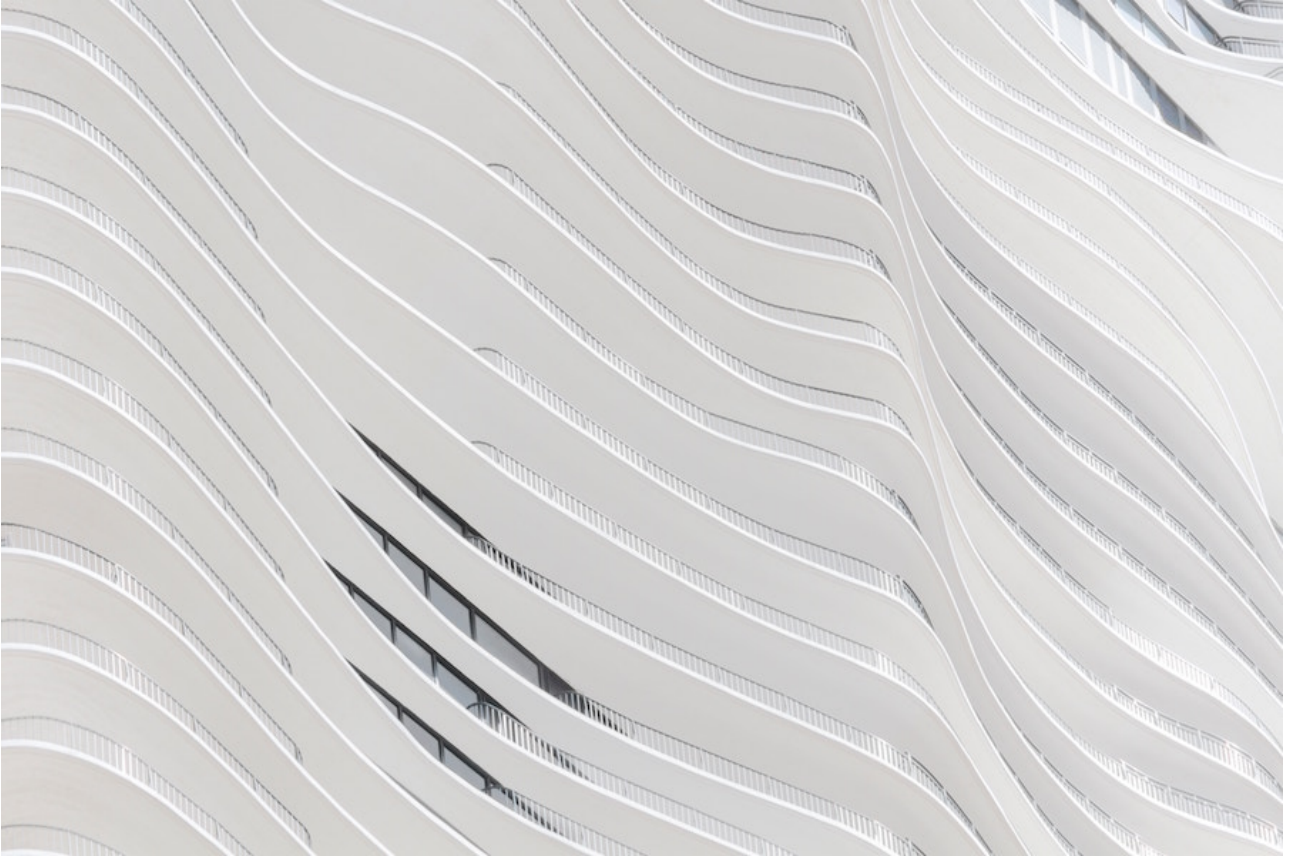
*Un an après son précédent tour de table, la scaleup ContentSquare, spécialiste de l'expérience utilisateur, boucle une nouvelle levée de fonds. Dans son viseur : un développement international pour s'imposer sur un marché concurrentiel.*

Temps de lecture : minute

---

28 janvier 2019

C'est une pluie de millions dont ContentSquare commence à avoir l'habitude. Le spécialiste de l'expérience utilisateur annonce ce lundi avoir bouclé une nouvelle levée de 60 millions de dollars (52 millions d'euros), un an à peine après son précédent tour de table. Les mêmes investisseurs - les fonds Canaan, Highland Europe, Eurazeo et H14 - remettent d'ailleurs tous au pot. La société dépasse ainsi allègrement les 100 millions de dollars de financement depuis le début de son aventure, en 2008.



À lire aussi

Qui sont les acteurs du SaaS français ?

Mais que fait donc la scaleup de tout ce cash ? "*Nous voulons continuer à investir*", indique Jonathan Cherki, PDG de ContentSquare. Notamment en étendant ses services à de nouvelles régions géographiques, au premier rang desquelles l'Australie. L'entreprise mettra ensuite le cap sur différentes destinations asiatiques (Singapour et Hong-Kong, avant de s'attaquer à la Chine) mais s'implantera également au Moyen-Orient et en Europe du Nord et du Sud. Pour l'instant présente dans seulement quatre pays (France, Royaume-Uni, Allemagne et États-Unis), l'internationalisation s'annonce donc massive.

## L'UX se démocratise

Alors que la scaleup avait déjà recruté plus de 120 personnes depuis son précédent tour de table, elle projette cette fois-ci de doubler ses effectifs,

notamment pour constituer des équipes locales dans les nouveaux marchés qu'elle ouvrira. Des recrutements qui interviendront à la fois dans les équipes de recherche et développement et dans les équipes techniques.



À lire aussi

"Le mal des petites sociétés est la rétention inconsciente d'information"

*"Nous avons de grandes ambitions et la rapidité de notre développement représente un enjeu majeur", précise le PDG. En effet, il affiche clairement ses intentions : "continuer à prendre des parts de marché, alors que celui-ci continue de grandir sous l'effet de coûts d'acquisition client qui augmentent". L'expérience utilisateur revêt donc tout son sens pour de nombreuses sociétés et plus seulement pour les entreprises de l'e-commerce, qui ne représentent plus que 70% des clients de ContentSquare. "Nous travaillons également avec des acteurs du luxe, de l'automobile ou des banques." Et la liste de clients devrait, logiquement,*

continuer de s'allonger.

---

Article écrit par Geraldine Russell