

50 grandes entreprises qui ont commencé avec peu ou pas d'argent

La levée de fonds n'est pas le seul moyen de réussir. Ces entreprises l'ont prouvé en générant d'impressionnants revenus avec de toutes petites mises de départ.

Temps de lecture : minute

10 juillet 2019

Les fondateurs de startups sont largement convaincus que lever des fonds est un précurseur du succès. Il est vrai que c'est un dénominateur commun aux startups technologiques les plus performantes, mais ce n'est pas une condition préalable, en particulier au lancement de la jeune pousse.

Les entrepreneurs peuvent faire leurs preuves avec peu ou pas de capital. Le capital ne rend pas les fondateurs financés plus perspicaces que ceux qui ne le sont pas. Si quelqu'un ne peut pas transformer de façon créative un euro en 10 euros, pourquoi vous attendez-vous à ce qu'il soit capable de convertir un million en dix millions ?

Pour aider à illustrer comment les entreprises peuvent démarrer sans levée de fonds, nous avons rassemblé plus de 50 exemples d'entreprises qui ont démarré avec quelques milliers de dollars, ou sur fonds propres, pour devenir des exemples de ce que nous appelons " l'entrepreneuriat efficace ".

Un grand nombre de ces sociétés ont par la suite été valorisées au-delà du milliard de dollars. Certaines ont même des revenus de plusieurs

milliards de dollars, mais aucune n'a commencé avec beaucoup d'argent. Un pourcentage élevé de ces startups ont collecté des fonds auprès de sociétés de capital-risque, mais seulement après qu'elles aient établi que leur succès viendrait. Même maintenant, beaucoup d'entre elles ne sont pas largement connues - ce sont les licornes invisibles des technologies.

Alors, avant de vous lancer dans la planification de réunions avec des investisseurs, lisez ces histoires. Elles offrent un contrepoids aux perspectives de nombreux fondateurs en matière de capital-risque et offrent d'autres moyens de réfléchir au financement. Prendre du capital risque devrait être un choix, pas une contrainte.

Identifiez un besoin, puis demandez de l'argent

Vous n'avez pas besoin de lever des fonds pour commencer si vous pouvez résoudre un problème réel pour les clients et demander de l'argent pour cela. Voici trois façons d'y arriver:

Automatisez votre flux de travail

Le moyen le plus simple de créer un produit utile consiste à automatiser une partie de votre flux de travail quotidien, afin de vous assurer que la demande de votre produit est établie et que vous disposez d'une source de financement préexistante.

MailChimp : En 2000, le cofondateur / PDG, Ben Chestnut, dirigeait une entreprise de conseil en design et avait un flux de clients qui souhaitaient créer des newsletters. Le seul problème était qu'ils détestaient les concevoir. Alors, pour épargner cela à son équipe, il a décidé de créer un outil qui simplifierait le processus et MailChimp, une entreprise valorisée 400 millions de dollars, est née.

Lynda : À la fin des années 90, Lynda Weinman enseignait la conception Web, mais les livres techniques qu'elle avait confiés à sa classe étaient fades. Elle a donc commencé à produire des films de formation pour ses élèves. Au cours des deux décennies suivantes, elle a construit une bibliothèque de contenus suffisamment volumineuse pour inciter LinkedIn à déboursier 1,5 milliard de dollars pour acquérir la société.

PluralSight : A l'instar de Lynda.com, PluralSight propose une formation logicielle à distance. Elle a neuf ans et propose plus de 6000 cours. Elle devrait prochainement être introduite en bourse autour du milliard de dollars.

Commencez avec un produit peu coûteux en en capital

Plutôt que d'essayer de rivaliser avec une société comme Apple, ces jeunes entreprises se sont lancés dans la vente en ligne de produits peu onéreux et ont créé des entreprises valorisées plusieurs millions de dollars.

AdaFruit Industries : Limor Fried a démarré son empire du e-commerce dans le bricolage en tant qu'étudiante au MIT en assemblant des kits de bricolage composés de pièces disponibles dans le commerce. Fried vendait les mêmes éléments de base que ceux trouvés dans les magasins d'électronique, mais créait également un contenu original qui rendait envisageable la possibilité de souder une réplique d'un Space Invaders . Elle compte maintenant 85 employés et gagne 33 millions de dollars par an .

SparkFun : semblable à AdaFruit, Nathan Seidle a lancé Sparkfun depuis son dortoir en vendant des kits électroniques et des composants à des ingénieurs. Aujourd'hui, son empire du e-commerce emploie plus de 150 personnes et génère un chiffre d'affaires de 32 millions de dollars par an.

Ancien problème + Modèle d'entreprise existant + Nouvelle technologie

= €€€

Résoudre un ancien problème avec une nouvelle technologie peut suffire à créer une entreprise de plusieurs milliards de dollars.

Shopify : les fondateurs de Shopify recherchaient une solution de panier d'achat pendant qu'ils lançaient un site de commerce électronique pour les snowboarders. Incapables d'en trouver un, ils ont réfléchi et ont mis au point une solution sur mesure. Cela s'est avéré être la solution idéale pour beaucoup plus de personnes, et les fondateurs ont dirigé l'entreprise de manière autonome pendant six ans avec les revenus générés. Ils ont finalement collecté des fonds auprès de VCs, puis été introduits en bourse, à une valorisation de 14 milliards de dollars.

Braintree Payments : L'échange d'argent en ligne, sans se faire piller par des fraudeurs, est l'un des problèmes les plus anciens du Web. Braintree a mis au point une solution technologique de meilleure qualité pouvant servir de bureau d'achat pour les acheteurs et les vendeurs. Il a vécu pendant quatre ans grâce aux transactions avant de collecter 69 millions de dollars en deux tours de financement qui ont précédé une vente de 800 millions de dollars.

Faites ce que vous savez faire

De nombreux entrepreneurs perdent leur temps à " jouer au PDG ", à élaborer une stratégie et à établir un organigramme de rêve pour ce que leur entreprise pourrait devenir. Les meilleurs fondateurs évitent la rêverie et se concentrent sur ce qui peut être fait en utilisant uniquement les ressources à leur disposition.

SimpliSafe : Les gens se moquent de l'idée d'essayer de lancer une entreprise de matériel informatique, mais Chad Laurans de SimpliSafe l'a fait. Il a recueilli une petite somme d'argent auprès de sa famille et de ses

amis, puis a passé huit ans à créer une entreprise de sécurité à installer soi-même, soudant littéralement lui-même les premiers prototypes pour économiser de l'argent. Huit ans plus tard, l'entreprise compte des centaines de milliers de clients, des centaines de millions de revenus et 57 millions de dollars de capital-risque provenant de Sequoia .

Ipsy : Birchbox a lancé l'idée d'envoyer des boîtes d'échantillons de produits cosmétiques à des clients potentiels, mais la star de YouTube, Michelle Phan, a fait appel à sa célébrité en ligne pour en faire un phénomène. Son auditoire et ses relations avec les marques de cosmétiques lui ont permis de créer une nouvelle boîte de produits envoyée à ses abonnés générant un chiffre d'affaires de 150 millions de dollars avant de lever 100 millions de dollars.

Shutterstock : Jon Oringer était un développeur de logiciels professionnel et un photographe amateur. Il a combiné ces deux compétences et utilisé 30 000 photos de sa photothèque personnelle pour créer un service de stockage d'images d'une valeur de deux milliards de dollars.

Quizlet : Quizlet n'est certes pas la plus grosse entreprise de cette liste, mais elle a été fondée par un jeune homme de 15 ans. Au moment où Quizlet a réalisé une série A en 2012, elle était dirigée par un PDG de 22 ans, comptait 40 millions d'utilisateurs et figurait parmi les 50 meilleurs sites Web aux États-Unis.

Skyscanner : La société a commencé par être un tableur sur mesure pour aider son fondateur à trouver les meilleurs prix pour un vol. Elle est depuis devenue la première société de technologie d'Edimbourg avec plus de 500 employés. La société a été lancée par ses propres moyens en 2001, a recueilli 6 millions de dollars en 2007 et 192 millions de dollars en 2016, quinze ans après son lancement.

Prenez l'argent où vous pouvez

Le financement ne se manifeste pas toujours par des millions d'euros amenés en une seule fois. Les fondateurs peuvent rassembler de l'argent provenant de subventions, d'incubateurs et de business angels, ou même de préventes. Les entrepreneurs les plus avisés conçoivent leur modèle d'entreprise de telle sorte qu'ils perçoivent les paiements avant de livrer leurs produits, transformant ainsi les clients en une source de capital de croissance.

CoolMiniOrNot : CoolMiniOrNot a commencé comme un site Web où les geeks pourraient montrer leur capacité à peindre des figurines de Donjons & Dragons. Finalement, les fondateurs du site ont décidé de concevoir et de distribuer leurs propres jeux. Ils ont mené 21 campagnes Kickstarter qui leurs ont permis de recueillir 20 644 352 millions de dollars de fonds non dilutifs.

The Wirecutter : Qui a dit que les blogs ne payaient pas ? Fondé par un ancien rédacteur en chef de Gizmodo, Wirecutter a mis en place des critiques plus approfondies et plus équitables, jumelées à des flux d'affiliation Amazon, et la startup auto-financée a finalement été récompensée par une vente de 30 millions de dollars.

Vendre ! Vendre ! Vendre !

La meilleure source de capital est... un client ! De plus, la vente présente deux avantages. Tout d'abord, vous faites sonner la caisse enregistreuse immédiatement. Deuxièmement, vous apprenez rapidement ce qui résonne chez les clients et pouvez utiliser ces informations pour affiner votre offre.

RXBar : Lorsque l'un des entrepreneurs à l'origine de RXBar a partagé son ambitieux plan commercial avec son père, le père des familles a demandé

à son fils fondateur d'arrêter de théoriser et de commencer à battre le pavé: " Vous devez arrêter ce que vous faites et vendre 1000 barres de céréales. " Ce conseil, plus 10 000 dollars d'économies, s'est transformé en 600 millions de dollars, le prix que Kellogs a racheté la startup.

LootCrate : LootCrate comptait plus de 600 000 clients ayant acheté leurs échantillons de culture pop et généré un chiffre d'affaires de 100 millions de dollars avant de mobiliser des capitaux institutionnels. Leur efficacité est due en partie au fait que la société a commencé à faire payer ses clients dès le premier week-end.

Klaviyo : Les cofondateurs de Klaviyo ont accepté de différer leur première embauche jusqu'à ce qu'ils aient un ARR (revenu annuel récurrent) d'un million de dollars. Grâce à une conception de produit soignée et à un effort de vente infatigable, la plateforme de marketing par courrier électronique émergente a rapidement dépassé ce chiffre, mais elle a retardé la levée de fonds pendant trois ans.

Spanx : Sara Blakely a transformé un investissement de 5000 dollars en un vêtement approuvé par la présentatrice Oprah et générant un chiffre d'affaires annuel de 400 millions de dollars. Son sens de la mode lui a valu une clientèle, mais sa profonde compréhension des principes d'efficacité du capital a valu à Blakely le statut de milliardaire.

Tuft & Needle : malgré un concurrent qui a réuni 3 994 900 % de capital supplémentaire, cette startup de matelas a été en mesure de dépasser les 100 millions de dollars de ventes grâce aux bénéfices et à seulement 6 000 dollars de capital d'amorçage.

Grammarly : Les vérificateurs orthographiques sont fournis avec Word et Google Docs depuis plus de 10 ans, mais Grammarly a apporté suffisamment d'améliorations pour pouvoir facturer à plus de 800 universités et à des centaines de milliers d'écrivains des frais mensuels

leur permettant de s'affranchir des faux pas grammaticaux. Après près de dix ans de recherche de fautes de frappe, la société a remporté une série A de 110 millions de dollars .

Soyez avare avec le marketing

Les startups marketing pourraient ne pas vouloir perdre leur temps avec un marketing de marque incommensurable. Les entrepreneurs efficaces ont besoin de campagnes immédiatement complémentaires.

ButcherBox : Dans un monde où les entreprises de paniers-repas luttent sur le marché public, ButcherBox, le principal vendeur en ligne de viande de bœuf engraisée à l'herbe, a prospéré, gagnant jusqu'à un million de dollars par semaine en sautant des canaux publicitaires coûteux et en développant des relations efficaces avec les influenceurs.

Cards Against Humanity : avec un financement de seulement 15 700 dollars de Kickstarter, l'équipe Cards Against Humanity a créé une entreprise qui a rapporté plus de 12 millions de dollars au cours de sa première année. Ils ont également soutenu leur marque avec une série de cascades marketing perspicaces en découpant un Picasso, en creusant un grand trou représentant l'ennui d'une Amérique post-Trump, en vendant des sacs Trump "bug out", et en demandant simplement de l'argent. Une bonne manière d'intéresser les médias.

GoFundMe : Le marketing viral peut être un puissant moteur lorsqu'il est correctement intégré au produit. Associé à une optimisation extrêmement efficace du taux de conversion, il peut être imbattable. Les fondateurs de GoFundMe ont pu utiliser ces deux forces pour amorcer une entreprise au point de la valoriser à environ 600 millions de dollars .

Efficacité > capital

Les startups sont souvent évaluées en fonction du montant qu'elles ont collecté, mais il est plus important de considérer comment elles dépensent. Les meilleurs entrepreneurs orientent leurs entreprises autour d'une technologie ou d'un modèle commercial intrinsèquement plus efficace pour la multiplication du capital.

PaintNite : L'idée de combiner Monet et Merlot n'est pas nouvelle, mais les fondateurs de PaintNite voulaient rendre le modèle plus rentable. Alors que leurs concurrents s'appuyaient sur un modèle de vente à la franchise lent et coûteux, PaintNite a associé des professeurs d'art à des bars existants souhaitant vendre du vin en semaine et créé une entreprise générant un chiffre d'affaires de 30 millions de dollars l'année précédente.

Tough Mudder : Will Dean, un entrepreneur de la course à pieds, a transformé ses économies de 7 000 dollars en une entreprise générant un chiffre d'affaires annuel de plus de 100 millions de dollars. Le secret consistait à pré-vendre les inscriptions aux courses puis à utiliser ces fonds comme fonds de roulement pour construire les parcours d'obstacles électrifiés qui ont fait de Tough Mudder un phénomène mondial.

Construire une communauté

La technologie est importante et les modèles commerciaux importent, mais la constitution d'un groupe d'utilisateurs passionnés est essentielle.

37 Signals / Basecamp : Le fabricant d'outils de gestion de projet ne divulgue pas de revenus, mais son fondateur, Jason Fried, a déclaré que la société générait " des dizaines de millions de bénéfices annuels." Ils ont également été l'une des premières voix à défendre l'efficacité du capital.

Mojang : Les maçons de Minecraft n'ont jamais levé de fonds, n'emploient que 50 personnes et ont réalisé un bénéfice de près d'un milliard de dollars avant de vendre à Microsoft. Le studio suédois ne s'est jamais laissé entraîner dans des modes comme le spam social inspiré de Zynga et les microtransactions prédatrices. Minecraft s'est développé en imposant aux utilisateurs des frais forfaitaires, ce qui a entraîné une acquisition de 2,5 milliards de dollars .

Behance : Scott Belsky a créé Behance pendant cinq ans au sein de la communauté créative avant de collecter 6,5 millions de dollars auprès de Union Square Ventures. Cette acquisition a finalement été réalisée pour 150 millions de dollars.

Craigslist : Craigslist a transformé un premier lancement du premier boom de la communication Internet en un avantage durable à long terme. Bien qu'il ne compte que 40 employés et qu'il n'ait pas mis à jour le site de manière substantielle pendant des décennies, Craigslist est le dix-septième site le plus visité aux États-Unis et aurait généré des centaines de millions de bénéfices .

Plenty of Fish : Le site de rencontre a été fondé en 2003 et n'a pratiquement pas changé la fonctionnalité ou l'esthétique au cours de la décennie suivante. Comme pour Craigslist, le principal atout de Plenty of Fish était sa réputation d'étang bien approvisionné. En fin de compte, la société a vendu pour 575 millions de dollars .

La fortune favorise les " ennuyeux "

Ennuyeux n'est pas un jugement de valeur. Nombre des entreprises les plus impressionnantes et les plus prospères qui ont réussi à se développer sans capital ont prospéré en résolvant des problèmes précis, bien que quelque peu "ennuyeux", et en se faisant facilement payer dès le début.

SurveyMonkey a été fondée dans la bulle Internet des années 90, et même si cela n'a pas été aussi perturbant que ses pairs, comme Kosmo, cela a été plus durable. Elle a survécu au crash de la bulle Internet et a progressivement atteint un taux de progression à neuf chiffres, ne levant que 100 millions de dollars onze ans après son lancement.

Protolabs fait pour le moulage par injection plastique ce que Vistaprint fait pour les cartes de visite et vaut actuellement 1,2 milliard de dollars .

Cvent, d'une valeur de 1,65 milliard de dollars, construit des outils de gestion d'événements et Textura, acquise pour 663 millions de dollars, gère la gestion de la construction - qui n'est généralement pas considéré comme un marché à la mode ou branché.

Grasshopper est une société de réseau téléphonique qui compte 150 000 clients, un chiffre d'affaires annuel de plus de 30 millions de dollars, mais n'a pas de VC, et a finalement été acquise par Citrix.

eClinicalWorks a été fondé en 1999, à l'époque où le mantra était " Devenez grand vite" et où beaucoup de ses contemporains se sont écrasés et brûlés. En se concentrant sur le travail fastidieux mais rentable de gestion des données cliniques, la société a survécu et emploie maintenant plus de 4 000 personnes et génère un chiffre d'affaires annuel de 320 millions de dollars.

Datto : Fondée en 2007 et gérant 80 000 dollars de dettes de carte de crédit, cette nouvelle entreprise de stockage de données, évaluée à plus d'un milliard de dollars, est la seule licorne basée dans le Connecticut.

InsideSales.com : Lancé en 2004 avec un investissement de 10 000 dollars, le fournisseur de services d'intelligence artificielle à l'équipe de vente interne a augmenté pour atteindre 570 salariés. Il a attendu huit ans pour boucler sa première levée de 4 millions de dollars en 2012 et a collecté plus d'un quart de milliard de dollars à ce jour.

JetBrains : Un développeur basé à Prague du principal éditeur JAVA IDE et du langage de programmation Kotlin a dressé une liste de 230 000 clients payants, inscrit 431 clients du Fortune 500 et emploie 691 personnes - le tout sans capital-risque.

Unity est devenue l'un des piliers de l'industrie du jeu mobile en se concentrant sur tous les aspects non liés au développement du jeu, tels que la compatibilité entre plateformes et la " cartographie en relief ". Ils ont passé des années sans lever de capital, mais ont maintenant une valorisation de plus de 1,5 milliard de dollars.

Qualtrics a commencé comme un outil pour administrer des sondages pour les écoles et les entreprises dans un sous-sol de l'Utah et emploie maintenant 1 000 personnes et rapporte 100 millions de dollars par an, de manière rentable.

Wistia : Les vidéos de formation d'entreprise sont réputées ennuyeuses, la seule chose qui pourrait être plus ennuyeux est une startup dédiée à leur hébergement. Malgré un marché terne comme celui des assiettes plates, Wistia a réussi à constituer une équipe de 80 personnes au service de 300 000 clients, parmi lesquels Starbucks.

Vous pouvez toujours lever des fonds plus tard

Wayfair : La société de commerce en ligne de produits pour la maison a été rentable dès le premier mois d'exploitation et a connu une croissance rentable pendant une décennie, jusqu'à ce qu'elle finisse par collecter une série A - d'une valeur de 165 millions de dollars - peu de temps avant de devenir publique. La société pèse actuellement 6 milliards de dollars et, comme ils ont subi peu de dilution, les fondateurs valent un milliard de dollars chacun !

Zip Recruiter : " *Nous avons démarré avec de modestes ambitions: amorcer une entreprise axée sur le style de vie* ", a déclaré le cofondateur / PDG, Ian Siegel, dans une interview avec *Forbes*. Ces ambitions ont été satisfaites, alors que la plate-forme de recrutement continuait à se développer, les fondateurs ont décidé de collecter une série A de 63 millions de dollars pour faire face à des projets plus ambitieux.

Nerdwallet : le service de finances personnelles qui promet d'aider les jeunes à économiser de l'argent a vécu avec un budget serré depuis sa création en 2009 jusqu'à une levée de 64 millions de dollars en 2015. La société a réalisé une évaluation de 500 millions de dollars basée sur plus de 100 millions de dollars chiffre d'affaires annuel, bien qu'il ait récemment dû se serrer la ceinture avec une petite mise à pied.

Bienheureux les " non-financés "

L'avantage de démarrer une entreprise en dehors d'un hub de démarrage est qu'il n'y a pas beaucoup de VC disponible. Cela peut sembler une malédiction, mais cela peut être une bénédiction déguisée. Incapables de rêver lever des fonds, les entrepreneurs sont obligés de rendre leurs clients payants heureux.

Atlassian : Atlassian, basé en Australie, a atteint une capitalisation boursière de 13 milliards de dollars , mais s'il avait eu un accès plus facile au financement, l'équipe aurait peut-être recherché une croissance de qualité médiocre avant d'avoir trouvé le moyen d'agir efficacement.

Campaign Monitor : lorsque le premier financement d'une entreprise ressemble davantage à une introduction en bourse, vous savez que vous avez affaire à des entrepreneurs efficaces. C'est le cas de Campaign Monitor, une jeune startup basée à Sydney, qui propose des outils d'analyse de courrier électronique supérieurs à des sociétés telles que Disney, Coca-Cola et BuzzFeed et dont le premier financement a atteint

250 millions de dollars.

The Trade Desk : Alors qu'il avait une vision unique de la manière de dynamiser le secteur de la publicité programmatique, le fondateur Jeff Green a lancé The Trade Desk à la fin du cycle de financement de la technologie AdTech moderne. Cette surcapitalisation du marché, combinée à la brûlure des investisseurs par les mauvais rendements, a rendu chaque tour de financement difficile, tout au long de la vie de la société. Green était un PDG de startup accompli, qui n'a collecté que 26,4 millions de dollars de capital de risque au cours des six premières années de l'entreprise et l'a transformé en une activité d'un milliard de dollars négociée sur le NASDAQ.

Ne concevez pas votre entreprise pour des investisseurs

Les startups avaient l'habitude de trouver des solutions, puis de demander de l'argent. Aujourd'hui, elles demandent de l'argent pour résoudre le problème. En dehors de la découverte de médicaments ou du matériel aéronautique, cette décision est généralement mauvaise. Faire des progrès sans ressources est la meilleure façon de susciter l'intérêt des VCs.

N'oubliez pas que vous n'avez pas besoin d'un sou pour commencer. Vous n'avez pas besoin de l'autorisation des VCs pour créer et faire évoluer une startup. Ainsi, la prochaine fois qu'un investisseur vous dit qu'il " passe ", rappelez-vous ces trois principes:

- Il est possible de lancer une entreprise axée sur la technologie sans capital.
- Il est possible de développer rapidement une entreprise de technologie avec très peu de capital.
- Il est souvent dans l'intérêt du fondateur de limiter le capital qu'il

prend.

Retrouvez [le post original](#) (en anglais) sur Medium. Traduction par Antoine Garbay

Article écrit par Hackernoon