

Hivebrite lève 18 millions d'euros pour accélérer son développement en Europe et Amérique du Nord

La startup française basée à Paris, New York et Chicago a récolté 18 millions d'euros auprès d'Insight Partners et du business angel Ed Filippi.

Temps de lecture : minute

23 janvier 2020

La jeune pousse Hivebrite vient de boucler un tour de table en série A à hauteur de 20 millions de dollars, soit environ 18 millions d'euros au cours actuel. Cette deuxième levée, menée auprès du business angel Ed Filippi et d'Insight Partners, intervient un an et demi après un tour de table de deux millions de dollars.

Lancée en 2015 à Paris, Hivebrite est une solution SaaS pour créer et gérer sa propre communauté en ligne. Elle est particulièrement prisée par les écoles et universités pour animer leurs réseaux d'anciens élèves, mais peut aussi servir pour les réseaux professionnels, les ONGs ou tout autre type de communauté.

Elle offre de multiples solutions de personnalisation : processus d'inscription, type de profil utilisateur, différents droits d'accès, fonctionnalités proposées à la communauté, personnalisation de l'interface, etc.

Une équipe déjà bien installée outre-Atlantique

Si Hivebrite compte déjà des clients dans 40 pays et une cinquantaine d'employés basés à Paris, New York et Chicago, la startup mise sur l'argent de cette levée de fonds pour "accélérer à tous les niveaux".

"La précédente levée nous a permis d'établir notre filiale à New York à un moment où nous avons une forte traction en Amérique du Nord mais faisons tout depuis Paris", fait valoir le fondateur et PDG de Hivebrite Jean Hamon.

Si Hivebrite a maintenant "une équipe solide et autonome aux Etats-Unis, en mesure de signer et d'accompagner des clients", le but est avec cette nouvelle levée "d'intensifier (leur) effort commercial en Europe et en Amérique du Nord" et "d'investir massivement dans le produit et dans l'innovation".

"Les besoins et objectifs de chaque communauté évoluent au fil des années"

"L'un des enseignements majeurs après avoir travaillé avec des community managers expérimentés est que les besoins et objectifs liés à chaque communauté évoluent au fil des années, en fonction de la taille, du modèle économique,

des objectifs stratégiques de votre organisation, des attentes et de la nature des membres”, précise Jean Hamon.

“Je crois que le succès grandissant de Hivebrite tient beaucoup au fait que nous construisons une solution à la fois complète et agile, capable de s’adapter à tout type de communauté et à tout scénario actuel ou futur, et ce nouvel investissement va nous permettre de continuer à innover dans ce sens”, fait-il valoir.

Article écrit par Liv Audigane