

Stonly lève 3 millions d'euros avec Accel pour se lancer aux États-Unis

L'ancien co-fondateur de Dashlane, Alexis Fogel, est passé de la gestion de mot de passe à l'amélioration du service client en lançant Stonly en juillet dernier. Sept mois plus tard, il boucle une levée de 3 millions d'euros pour s'exporter aux États-Unis.

Temps de lecture : minute

26 février 2020

“En 2020, lorsqu'il s'agit d'aider leurs clients, les entreprises ne peuvent plus se contenter de proposer un contenu linéaire, statique et non personnalisé, construit avec des outils imaginés au siècle dernier” explique Alexis Fogel, cofondateur de [Stonly](#). Son constat est sans appel, le service client affiché par les entreprises est vieillot et impersonnel. Dans certains cas, il s'avère même parfaitement inutile ou incompréhensible. Pour redynamiser ce service, l'entrepreneur a imaginé un format plus interactif, qui fonctionne étape par étape. Pour monter ce projet, il s'est associé à Krysztof Dabrowski, ancien UX/UI Design chez [Dashlane](#).

Réduire le temps de recherches et les frustrations

Stonly possède deux fonctionnalités majeures : le “contenu d'aide” destiné aux utilisateurs et un “guide pour agents” qui facilite la recherche d'informations par les membres du service client. L'entreprise cliente de Stonly crée ses propres contenus de manière très simple, en

fonction des situations que peuvent rencontrer ses utilisateurs (particuliers ou professionnels, acteurs publics ou privés, gestion de compte...). L'utilisateur peut chercher une réponse par mot-clé ou cliquer sur les différents onglets correspondant à sa situation pour obtenir la réponse la plus appropriée à sa demande.



À lire aussi

Après Dashlane, Alexis Fogel lance Stonly, une plateforme de création de contenu explicatif

Le même éventail de contenus est proposé aux agents des services clients qui travaillent par téléphone. Une solution qui permet d'optimiser le travail des membres de l'entreprise et de réduire le temps d'attente des clients. Stonly propose désormais une nouvelle fonctionnalité qui rend le contenu d'aide accessible "*à partir de n'importe où grâce à un widget-chat*". Les utilisateurs ont accès aux guides via une messagerie instantanée.

Autre atout de la solution, elle s'intègre parfaitement aux supports CRM

comme [Zendesk](#), [Freshdesk](#) ou [Front](#).

Une levée pour s'implanter aux Etats-Unis

En à peine sept mois, Stonly a trouvé son public. Parmi ses clients, l'entreprise compte [Devialet](#), [Happn](#), [Malt](#), [Dashlane](#) ou encore [Calendly](#). Elle a même remporté le trophée "Produit du mois" sur le site [Product Hunt](#), qui déniché les pépites de la tech, dès son lancement en juillet dernier.

Forte de ces premiers succès, la startup vient de lever 3 millions d'euros en seed auprès du fonds d'investissement Accel et d'investisseurs comme Renaud Visage (CTO d'[Eventbrite](#)) ou encore Jonathan Benhamou et Clément Buyse (cofondateurs de [PeopleDoc](#)).

Présente à Paris et à Cracovie, la startup utilisera cette somme pour se lancer aux États-Unis en ouvrant prochainement un bureau à New York. David Rostan, anciennement vice-président commercial et marketing de Calendly, devient le nouveau directeur commercial et marketing de Stonly et sera chargé de créer l'équipe américaine.

Article écrit par Anne Taffin