



Avec son nouveau positionnement de plateforme Sales et Marketing All-In-One, le leader européen de l'emailing Sendinblue compte bien doper la croissance des PME.

Début juin, Sendinblue dévoile ce qui est probablement la plus grande mise à jour de son produit depuis ses débuts en 2012. Guidée dès sa création par l'ambition d'aider les PME à se développer, la scale-up lance à présent de nouveaux services marketing et vente pour faire décoller leur business : gestion de fichier client (CRM), publicités Facebook, retargeting, live Chat, boîte de messagerie collaborative pour les équipes.

-- 50% DES PME SANS STRATÉGIE MARKETING --

L'objectif est clair : Avec 3 millions de PME et 30 millions de consommateurs en ligne rien qu'en France, le digital est un formidable potentiel de développement, il doit s'inscrire comme levier de performance et de croissance. Seul hic, ces organisations n'ont pas toujours les ressources humaines et financières nécessaires pour saisir ces opportunités business. Si aujourd'hui construire sa visibilité digitale n'est plus une option pour les PME, elles sont pourtant 50% à ne toujours pas avoir de stratégie pour y parvenir en 2019. "Les besoins commerciaux et marketing des entreprises ont particulièrement évolués, notamment en raison du fait que de gros acteurs et géant du web (comme Amazon) se sont imposés ces cinq dernières années, relevant dans leur sillon l'exigence des clients. Très attentifs à ces évolutions, nous avons développé les outils nécessaires pour aider ces entreprises à booster leur croissance"(Armand Thiberge, CEO de Sendinblue). Un retard déterminant à combler puisque plus de 48% du PIB mondial est réalisé par les PME.

-- LA FIN DU CASSE-TÊTE DES OUTILS À CONNECTER --

Autre souci, lorsqu'une entreprise souhaite gérer l'ensemble de ces interactions digitales avec leurs clients, elle se retrouve avec une pléthore de logiciels compliqués à connecter les uns aux autres. Avec le développement de ces nouvelles fonctionnalités,



Sendinblue espère devenir la plateforme de prédilection des PME pour gérer l'intégralité de leur relation client, sur l'ensemble des canaux digitaux (via Facebook, leur site internet, par email, en display ou encore via les échanges commerciaux...) "Nombre de nos clients nous questionnaient régulièrement sur comment raccorder leurs outils et notamment leurs différentes bases de données clients (CRM, chat, etc...)" Sendinblue leur facilite désormais la tâche en leur offrant la possibilité d'avoir l'ensemble de leurs outils au sein d'une seule et même plateforme. L'email reste au coeur du produit mais il est encore plus puissant intégré dans une stratégie globale et accompagné d'actions marketing et commerciales complémentaires. "A titre d'exemple, après avoir récupéré une liste de prospect inscrits à votre newsletter via un formulaire Sendinblue sur votre site, vous pouvez les relancer par mail puis les cibler via vos publicité en display. Touchez ensuite un public plus large sur Facebook en créant une liste de clients potentiels dont le profil est similaire à votre liste de prospects. Vous pouvez dès lors suivre les interactions de vos équipes commerciales avec ces prospects et clients via votre CRM Sendinblue."

-- UN POSITIONNEMENT AMBITIEUX EN CONCURRENCE AVEC LES GÉANTS AMÉRICAINS SALESFORCE ET HUBSPOT --

Avec ce shift, Sendinblue affiche clairement ses ambitions. Après le récent rachat de son concurrent allemand en janvier dernier, le leader européen se positionne sur un marché plus large que celui de l'emailing. Il est désormais propulsé dans un nouveau champ concurrentiel face à Hubspot, Salesforce et reste toujours concurrent de Mailchimp puisque le leader mondial de l'emailing vient lui aussi tout juste d'annoncer son repositionnement en tant que plateforme marketing all-in-one. "Nous savons que le challenge est ambitieux mais les signaux faibles sont très positifs. Nous sommes les premiers avec Mailchimp à proposer une plateforme all-in-one aussi complète à destination des petites et moyennes entreprises. Mais à la différence de notre concurrent, notre pricing reste très accessible et adapté à leurs ressources. Nous commençons d'ailleurs déjà à ressentir les effets positifs de la forte hausse du pricing de notre concurrent..."

-- CONJUGUER HYPER CROISSANCE ET PROFITABILITÉ --

Contrairement à la tendance de ces dernières années, l'histoire de la scale-up est un exemple probant qu'il est possible de conjuguer hyper croissance et profitabilité. Avec plus de vingt millions de chiffre d'affaires réalisé en 2018, plus de 30 000 comptes



créés chaque mois, 80 000 clients présents dans 150 pays et plus de 250 employés répartis sur trois continents (Etats-Unis, Europe, Asie), tous les indicateurs de performance de Sendinblue sont au vert.

Mais ce qui fait la particularité de la pépite française, c'est sa volonté constante de rechercher la rentabilité en parallèle d'une croissance à grande vitesse. Un contraste notable non seulement avec la course effrénée aux levées de fonds de l'écosystème startups, mais également avec celles spécifiquement actives dans le domaine des logiciels B2B. Sendinblue compte à son actif une seule levée de fonds de 30 millions en 2017, qui avait justement pour objectif de préparer ce nouveau positionnement (avec le développement du produit et des équipes.) La scale-up ne déroge pas à ses principes, en n'utilisant qu'une petite partie de fonds, elle prévoit un retour à la rentabilité pour le troisième trimestre 2019. Maîtrisant avec brio scalabilité et rentabilité, nul doute que ce nouveau leader européen bousculera le paysage SaaS et l'hégémonie des solutions américaines sur notre continent.

Nouvelles fonctionnalités :

- **CRM** : <https://bonjour.sendinblue.com/fonctionnalites/crm/>
- **Facebook Ads** : <https://bonjour.sendinblue.com/fonctionnalites/facebook-ads/>
- **Retargeting** : outil permettant de cibler les visiteurs d'un site ou d'une page web avec une campagne de publicité display. Ce ciblage publicitaire permet de convertir les visiteurs d'un site en clients.
- **Shared Inbox** : boîte de réception collaborative qui permet aux équipes de gérer et d'assigner des échanges clients. La gestion des emails, SMS, Chat est ainsi partagée entre collègues sur une seule plateforme.
- **Live Chat** : <https://bonjour.sendinblue.com/fonctionnalites/chat/>

A propos de Sendinblue

Sendinblue a été fondée en 2012 par Armand Thiberge. Diplômé de Polytechnique, il rencontre son associé lors de son VIE en Inde. Fervent défenseur des entrepreneurs, il lance Sendinblue pour mettre à leur disposition des outils marketing efficaces à faible coût. Sendinblue a levé 30 millions d'euros en septembre 2017 pour accélérer sa R&D et renforcer ses équipes : 250 salariés répartis entre New Dehli, Seattle, Paris et Berlin.