

Chapitre III : Du marché à la croissance

III.1 Le growth hacking ou le culte de la croissance

III.1.1 Définition

Le terme "**Growth Hacking**", que l'on pourrait traduire en français par "**piratage de croissance**", a été créé par l'entrepreneur américain **Sean Ellis** en **2010** et a véritablement pris de l'ampleur à partir de **2013**.

Le growth hacking consiste à stimuler la croissance d'un produit ou d'un service de manière rapide et à moindre coût en utilisant des méthodes peu conventionnelles, d'où le terme "hacking". C'est un processus rythmé par un seul et même objectif : la croissance.

Cette notion d'objectif est reprise par **Neil Patel**, blogueur influent et fondateur de la plateforme **KissMetrics** : "Le pouvoir d'un growth hacker est son obsession pour la réussite de son objectif. En ignorant presque tout, il peut réussir la seule tâche qui compte le plus."

III.1.2 fonctionnement de growth hacking

Le growth hacking fonctionne selon le modèle **AARRR** créé par **Dave Mclure**. Le growth hacker suit les différentes étapes du modèle : **Acquisition, Activation, Rétention, Referral et Revenu**. Voyons en détails chacune de ces étapes.

Le tunnel de conversion AARRR



- **Acquisition :**

L'acquisition est la première étape du modèle AARRR mais aussi la plus importante. C'est la phase où le growth hacker va chercher à attirer de nouveaux prospects pour vendre son produit ou service. Pour ce faire, il va créer une proposition de valeur via une landing page et la diffuser sur tout canal pertinent (SEA, Emailing, Réseaux Sociaux, etc.)

- **Activation :**

C'est l'étape qui va déterminer si vos prospects sont intéressés par votre offre. Pour cela, le growth hacker mesure, par exemple, le taux d'inscription à sa newsletter. Pour déclencher la phase d'activation, il faut que les utilisateurs aient une première bonne expérience du produit ou service proposé par le growth hacker.

- **Rétention :**

Comme son nom l'indique, cette phase consiste au "maintien" du produit ou service proposé par le growth hacker. Pour cela, il doit effectuer des actions auprès des utilisateurs pour qu'ils continuent à l'utiliser de manière régulière. Le growth hacker peut par exemple

effectuer des mises à jour, organiser des événements relatifs à son service, proposer des nouvelles fonctionnalités, offrir des bons de réduction, tout cela dans le but de maintenir son produit à flot. La phase de rétention est l'une des étapes les plus importantes car c'est celle qui peut permettre à votre produit ou service de prendre une nouvelle dimension. C'est aussi la phase qui peut aiguiller le growth hacker dans ses choix, ses méthodes, pour développer davantage son offre en fonction de la demande.

- **Referral :**

La phase referral consiste pour le growth hacker à transformer ses clients en ambassadeurs de sa marque. C'est la phase de diffusion du produit/service qui va permettre d'agrandir la base client du growth hacker. Il va utiliser plusieurs moyens comme l'affiliation, les récompenses de partage etc.

- **Revenu :**

Cette dernière étape consiste à transformer les utilisateurs actifs en chiffre d'affaires. C'est l'étape vers laquelle tout le travail du Growth Hacker tend : la monétisation, au cours de laquelle les prospects deviennent de véritables clients.

III.2 La levée de fonds et la valorisation

III.2.1 Définition

La **levée de fonds** est une technique de financement qui consiste à **faire entrer des investisseurs dans le capital social d'une société**. Les investisseurs apportent des fonds à la société et reçoivent des titres

en contrepartie. Dans l'univers des start-up, la levée de fonds est un sujet incontournable.

III.2.2 Les différents types de levées de fonds

Il existe différents types de levées de fonds, en fonction de l'avancement de l'entreprise qui initie l'opération : **le capital amorçage** et **le capital développement**.

- **La levée de fonds pour amorcer un projet (capital amorçage)**

Le capital amorçage consiste à lever des fonds pour le démarrage d'une activité, le lancement d'un service ou d'un produit.

Cette première levée de fonds n'est pas celle au montant le plus important. En effet, l'entreprise est encore faiblement valorisée par rapport à son potentiel futur. Ici, il s'agit d'obtenir les moyens financiers nécessaires pour concrétiser un projet.

- **La levée de fonds pour développer un projet (capital développement)**

Le capital développement consiste à lever des fonds pour augmenter la croissance de l'entreprise et poursuivre son développement. Cette levée de fonds sert souvent à améliorer les produits ou services de l'entreprise, à recruter des équipes, et à communiquer auprès des clients.

Ces levées de fonds ont des montants plus importants qu'en capital amorçage.

III.2.3 Préparation d'une levée de fonds

Les grandes étapes de réalisation d'une levée de fonds sont les suivantes :

- **préparer le projet de levée de fonds,**

La préparation d'une levée de fonds consiste à :

Justifier son utilité : pourquoi la société a besoin de lever des fonds ? quel est le projet ?

Valoriser la société : pour lever des fonds, il faut obligatoirement valoriser la société.

Afin de faire adhérer les investisseurs au projet, il faut leur expliquer l'intérêt de la levée de fonds : quels sont les objectifs de l'opération ? quel est le montant recherché ? comment les fonds seront-ils utilisés ? La réalisation d'un **business plan** permet de structurer la démarche.

Ce travail doit être accompli avec le plus grand soin car les investisseurs qui interviennent dans des levées de fonds sont des professionnels avertis. Un projet solide et justifié est indispensable pour réussir l'opération.

Ensuite, la valorisation de la société est déterminante pour la future répartition du capital social entre les associés déjà présents et les nouveaux entrants (les investisseurs).

NB :

Business model	Business Plan
<ul style="list-style-type: none"> - Une page (feuille A4) - Présenter la vision stratégique de votre Business 	<ul style="list-style-type: none"> - Un dossier (environ 30 pages) - Mettre en œuvre la vision stratégique de votre business

- **trouver des investisseurs et négocier les conditions de la levée de fonds,**

Pour lever des fonds, il faut évidemment **trouver des investisseurs et les convaincre de prendre une participation**. Le travail s'effectue en deux temps.

Tout d'abord, il faut trouver des investisseurs et les convaincre d'adhérer au projet. Ce qui intéresse l'investisseur, c'est le retour sur investissement qu'il peut espérer sur la future vente de ses titres. Durant les négociations, une présentation convaincante du projet est primordiale.

Ensuite, il faut **se mettre d'accord sur la valorisation de la société et les aspects juridiques de l'opération**. Quelle est l'étendue des droits dont vont bénéficier les investisseurs en contrepartie de leurs apports ? Une fois l'accord trouvé, la rédaction d'une lettre d'intention est nécessaire.

- **conclure la levée de fonds.**

Lorsque les négociations aboutissent à un accord, la levée de fonds peut être finalisée. Juridiquement, l'opération se traduit par une **augmentation de capital social par émission de nouveaux titres**. Pour obtenir une nouvelle action ou part sociale, l'investisseur paie le montant nominal du titre ainsi qu'une prime d'émission, destinée à compenser la différence entre la valeur nominale d'un titre et sa valeur actuelle.

III.2.4 Avantages d'une levée de fonds

Le principal avantage d'une levée fonds réside dans l'apport de nouveaux fonds dans la société par les investisseurs. L'argent investi ne doit pas être remboursé, il s'agit d'un apport en capital. De plus, une levée de fonds peut également permettre à une société de bénéficier de

nouvelles compétences et de nouvelles opportunités d'affaires grâce au réseau des investisseurs.

III.2.5 Inconvénients d'une levée de fonds

Le principal inconvénient d'une levée de fonds correspond à la dilution de la participation des associés suite à l'entrée de nouveaux associés dans le capital social de la société. Les associés historiques voient leur pourcentage de participation, et donc leurs droits dans la société, diminuer après l'opération. Ensuite, les investisseurs qui entrent au capital social peuvent avoir une vision différente de celle des associés historiques. Les objectifs ne sont pas forcément les mêmes et il s'agit d'une source potentielle de tensions.

III.3 Le crowdfunding : levier marketing et financier

III.3.1 Définition

Le **Crowdfunding** est un mot anglais composé du « Crowd » qui signifie la « foule », et du « funding » qui signifie « financement ». De ce fait, le Crowdfunding se traduit en français par « financement par la foule », ou « financement participatif ».

Le Crowdfunding fait référence à une récolte de fonds, généralement de petits montants, avec pour objectif de financer un projet spécifique, qui peut revêtir la nature artistique, humanitaire, sociale ou entrepreneuriale.

Donc, le Crowdfunding se présente comme une alternative aux moyens traditionnels de financement (banques et organismes de prêts), car il permet au public de soutenir financièrement un projet qui le séduit.

III.3.2 Composants de Crowdfunding

Le Crowdfunding est composé de trois acteurs principaux, les **entrepreneurs** d'une part, les **investisseurs** d'autre part et finalement les **plateformes** qui vont jouer le rôle d'intermédiaire.

- **Les entrepreneurs** : font appel au Crowdfunding, afin de trouver une source de financement pour leurs projets.
- **Les plateformes** : jouent le rôle d'intermédiaire entre les porteurs de projets et les investisseurs, elles ont pour mission de:
 - recevoir le projet d'annonce et l'étudier.
 - conseiller les porteurs de projets.
 - mettre le projet en ligne.
 - recevoir les dons et les encaisser.
 - faire la promotion de certains projets.

parmi les plateformes de Crowdfunding les plus connues au monde, on trouve : **Ulule** (un site de crowdfunding européen), **KissKissBankBank** (une plateforme de crowdfunding française), **Kickstarter** (première plateforme de crowdfunding américaine) et **Indiegogo** (un site de financement participatif californien).

- **Les investisseurs :**

Ce sont les personnes qui contribuent au financement d'un projet donné. Ils peuvent également joué un autre rôle, celui de la sensibilisation de leur entourage à propos du projet qu'il soutiennent pour pouvoir atteindre l'objectif de financement le plus rapidement possible.

III.3.3 modèles de crowdfunding ?

Il y a 4 grands modèles de crowdfunding :

- **Le don ou crowdfunding**

Il permet de **donner de l'argent à un porteur de projet, organisme ou fondation, sans attendre de retour financier**. Hormis dans certains cas, où l'emprunteur peut percevoir un crédit d'impôt s'il bénéficie d'un agrément. Cela concerne par exemple lesancements de marques ou parfois d'artistes qui veulent faire financer leur projet.

A titre d'exemple, les deux campagnes électorales de Barack Obama ont été financées grâce à ce financement collaboratif. Et c'est grâce aux dons de sa communauté que l'ancien président américain a récolté l'équivalent de 681 millions d'euros. Grâce à une forte participation et un plan de communication inédit, cette campagne permet alors à Barack Obama de voir l'intérêt que les électeurs porteront à sa candidature. Elle l'emmènera d'ailleurs par la suite vers la Maison Blanche. Depuis, ce nouveau système de financement alternatif a largement séduit la classe politique. Il a en effet été utilisé pour de nombreuses campagnes nationales.

- **Le crowdlending ou prêt participatif**

Il permet aux **particuliers de prêter de l'argent à une entreprise qui souhaite financer un projet** avec une contrepartie financière. A la différence d'un crédit traditionnel, le prêt participatif se fait sans demande de caution, ni de garantie auprès du dirigeant. C'est un nouveau mode de financement pour les entreprises. Une analyse des bilans comptables et des fonds propres de l'emprunteur est réalisée par la plateforme de crowdlending, en amont de la présentation du projet au public.

La plupart des plateformes de crowdlending sont spécialisées dans un domaine d'activité particulier comme l'immobilier, les énergies renouvelables ou encore l'agriculture. Par la même occasion, ce produit permet aux porteurs de projets de communiquer sur leur business ou la création de leur entreprise et de gagner en notoriété.

Les prêteurs peuvent commencer à investir avec de petites sommes, dès 20 €. Le taux d'intérêt proposé varie de 3 à 10% du montant initial. Ceci étant dit, plus le taux est important, plus le risque est élevé. La plupart du temps, les intérêts sont versés directement sur le compte des investisseurs selon l'échéancier fixé dès le départ entre le porteur de projet et la plateforme de crowdlending.

- **L'investissement participatif, ou equity crowdfunding**

Acheter des actions d'une entreprise en Equity crowdfunding, aussi appelé CrowdEquity, consiste à devenir actionnaire de la société. En devenant actionnaires, les crowdfunders détiennent une partie du capital de l'entreprise. Ils sont alors tenus informés de l'évolution des projets et de la santé de l'entreprise dont ils sont copropriétaires. Sous 5 à 8 ans, les investisseurs peuvent récupérer leurs fonds qui auront subi le marché boursier.

- **Le prêt de particulier à particulier, ou peer-to-peer lending**

Le prêt aux particuliers, ou peer-to-peer lending, consiste à prêter à une personne sous la forme de remise de fonds avec engagement de remboursement. Pour limiter les risques, le prêteur ne peut pas choisir la personne à qui il prête son argent. Il met son épargne à la disposition d'une plateforme peer-to-peer qui redistribue les fonds. En France, le plus souvent, les plateformes signent un partenariat avec une banque pour assurer la transparence des opérations.

Son but est de permettre à toute personne désireuse de prêter ou d'emprunter de le faire directement entre particuliers, avec ou sans intermédiaires bancaires.