

Les Echos

Les rencontres de Digilinx dopent les entreprises

LA PME À SUIVRE
ÎLE-DE-FRANCE

Désormais épaulée par Montefiore Investment, cette entreprise organise des rendez-vous tournants qui permettent aux fournisseurs de réduire leur temps de prospection.

Dominique Malécot
@DMalecot

Créer du lien dans les affaires. Vétéran du numérique et des relations entre les entreprises, Hervé Bloch a commencé par le faire progressive-

ment avec les 10.000 professionnels qu'il a réunis sur son réseau LinkedIn. L'affaire s'est structurée en 2011 avec la création des premiers BigBoss, des rendez-vous physiques (speed datings) de sept minutes entre des entrepreneurs et des fournisseurs hors de leur cadre habituel. « Sept minutes, c'est assez pour dire non et assez pour avancer », explique Hervé Bloch fondateur, à Puteaux (Hauts-de-Seine) de Digilinx, qui organise ces BigBoss. Cette organisation a l'avantage de permettre aux fournisseurs de rencontrer un maximum de décideurs en un minimum de temps, puis de les revoir au gré de l'intérêt suscité lors d'un cocktail ou d'un dîner de clôture, pour répartir chacun avec deux ou trois projets d'affaires bien enga-

gés. Il existe une quinzaine de déclinaisons du concept : CAC 40, Pub et Ad Tech, Tourisme, Mode Beauté, Bancassurance... organisées sur des « temps » différents, par exemple au ski ou dans un hôtel pour des durées variables selon le secteur d'activité. « 100 BigBoss et 40 prestataires, ce sont 4.000 deals potentiels mais quand, grâce à notre système d'intelligence artificielle, on réunit 160 fournisseurs et 330 décideurs, c'est plus de 50.000 combinaisons possibles, s'anime Hervé Bloch. C'est un gain de temps considérable, équivalent à six mois de prospection. »

Financer la croissance

Le décideur est invité sur des critères précis comme disposer de 1 million d'euros de budget dans son ser-

vice et avoir une autonomie de décision. Suivent la nouveauté du projet, la taille de la société ou sa notoriété. Surtout, les 25 collaborateurs de Digilinx suivent les affaires et chassent les pique-assiette. Les participants qui n'ont pas signé ne sont pas automatiquement réinvités... Les fournisseurs ou « sponsors » qui payent leur place sont sélectionnés de façon à maintenir l'intérêt de la réunion. « La force du modèle est de créer une intimité, les participants viennent aussi voir leurs pairs », explique Alexandre Bonnécuelle, associé chez Montefiore Investment. Le fonds parisien vient d'injecter 18 millions d'euros dans l'entreprise en en prenant la majorité. De quoi lui permettre de devenir un leader européen. ■