



VISIBRAIN

OUTIL DE VEILLE DES RÉSEAUX SOCIAUX

Type de société : SA
75002 Paris
www.visibrain.com



REVUE DE
L'ÉLECTRICITÉ
ET DE
L'ÉLECTRONIQUE

ARTICLE EXTRAIT DE LA REE 2022-4,
TOUS DROITS RESERVES

Origine de la start up :

En 2011, les réseaux sociaux et notamment Twitter sont encore sous-exploités par les organisations, tandis que le grand public commence grandement à s'y intéresser. Face à ce constat, trois ingénieurs se sont associés pour développer une plateforme de *social listening* afin d'accompagner les marques face à cet enjeu majeur. On fait alors face à un changement de paradigme : de plus en plus de messages affluent, de plus en plus vite. C'est à l'aube de la campagne présidentielle que Visibrain convainc son premier client, et devient l'outil de veille de l'équipe du candidat Hollande.

Année de création :

2011

Fondateurs et principaux responsables :

Nicolas Huguenin (CEO),

Jean-Christophe Gatuingt

(co-fondateur et COO)

Samuel Coupé (co-fondateur et CTO)

Taille de l'équipe, taux de croissance prévu :

15 collaborateurs

Historique de l'innovation à la base de la création :

La première version de la plateforme est née en 2012 avec le module Twitter, et accompagne ses premiers clients. En 2016, après plusieurs années de R&D, Visibrain dévoile une nouvelle version de la plateforme. Le module Facebook est ajouté en 2018, suivi par Instagram un an après. En 2022, Visibrain opère sa plus importante mise à jour : une technologie renforcée, de nombreuses fonctionnalités, et de nouvelles sources de données dont TikTok et YouTube.

Depuis 2011, Visibrain n'a jamais perdu de vue son objectif : permettre aux marques de traduire la data réseaux sociaux en *insights* activables et KPI pointus. Visibrain investit constamment en R&D pour répondre aux enjeux digitaux qui sont en perpétuelle évolution.

Description du ou des produits visés :

Technologie suffisamment éprouvée (plus de 10 ans sur le marché), signature de nombreux clients. Indice TRL 9.

La technologie développée par Visibrain permet d'allier meilleure couverture du marché, précision des données et exhaustivité. Ainsi, les marques peuvent veiller efficacement tous les sujets qui leurs sont liés : leur réputation, leurs campagnes, leur secteur, leurs concurrents... La réactivité des data, même sur d'importants volumes de données, et l'ergonomie de la plateforme permettent d'obtenir en quelques clics l'information souhaitée.

Avec plus de 250 filtres et options de tri, la plateforme de *social listening* permet de réaliser une veille approfondie selon chaque besoin. Enfin, Visibrain c'est aussi de l'humain, avec une équipe d'experts de la veille, qui accompagnent les marques dans la réflexion et mise en place de leur dispositif de veille.

Originalité par rapport à l'existant du marché :

L'ajout de modules supplémentaires (Facebook, Instagram, YouTube et TikTok) et le déploiement d'une nouvelle génération de tableaux de bord (Smartboards) ont permis à la plateforme d'étendre son expertise tout en répondant aux exigences de ses clients.

Marchés visés :

Solidement implantée sur le marché français, Visibrain est aujourd'hui leader de son secteur et compte plusieurs centaines de références clients prestigieuses en France (Bouygues Télécom, Christian Dior, Carrefour, Société Générale, SNCF, Havas Worldwide, etc.) et dans le reste de l'Europe. À l'avenir, Visibrain souhaite se développer à l'international.

Date de première commercialisation :

2012

Financement :

Levée de fonds en 2013

