

Description générale

Fiche d'identité de la société

Forme juridique : SAS

Ancienneté de la société : Entre 5 et 10 ans

Localisation du siège : Paris, Ile-de-France, France

Résumé général de l'activité

Entreprise technologique au cœur de la transformation digitale des ventes.

Cette plateforme SaaS « All-in-One » révolutionne l'acquisition client B2B en combinant, au sein d'une interface unique, une base de données dynamique et mondiale ultra-qualifiée de décideurs nominatifs, emails vérifiés, téléphone), une puissante suite d'automatisation multicanale (Email, LinkedIn, SMS, VMS), un PRM (CRM) natif qui intègre le nurturing intelligent et des statistiques socio-professionnelles complètes.

Les atouts différenciant :

Données B2B de haute précision — Fiches contact actualisées via Big Data et IA, avec vérification en temps réel sur les réseaux professionnels pour garantir la dérivabilité.

IA Predictive & Lead Scoring — Algorithmes d'intelligence artificielle qui analysent les comportements (ouvertures, clics, réponses) pour scorer automatiquement vos prospects et prioriser les opportunités à fort potentiel d'achat.

Automatisation Omnicanale Avancée — Scénarios personnalisés Email/LinkedIn/SMS avec Spintext, rotation automatique des expéditeurs et achat intégré de noms de domaine (via OVH) pour optimiser la délivrabilité et éviter le spam.

Analytics & Reporting — Tableaux de bord « Lead Tracking » et « Report » par campagne, visibilité multicanal sur les taux de conversion, et marque blanche pour les agences souhaitant personnaliser l'expérience client.

Conformité RGPD — Solution française avec hébergement sécurisé et respect total de la réglementation européenne sur la protection des données.

Accompagnement Premium — Onboarding personnalisé, copywriting et scénarisation des séquences par des experts, ainsi qu'un chef de projet dédié pour optimiser vos campagnes (Go-to-Market, ciblage, relances).

Idéal pour : PME, ETI et agences marketing souhaitant industrialiser leur prospection B2B sans complexité technique, avec un ROI mesurable et une mise en place rapide.

En plus

La société travaille à l'export

A propos de la cession

Type de cession envisagée : Majoritaire
Raison principale de la cession : Adossement industriel
Compléments : Volonté des dirigeants de s'associer à un partenaire stratégique doté d'une force de frappe commerciale structurée afin d'exploiter pleinement le potentiel technologique de la plateforme et d'accélérer sa croissance sur un marché porteur.

Eléments chiffrés

En k€/année	2023	2024	2025	2026
CA	600	500	600	700
Marge brute	600	500	600	700
EBE	5	60	150	250
Résultat exploitation	-15	60	150	250
Résultat net	-15	70	200	300
Nb. de personnes	2	2	2	2

Autres chiffres

Fonds propres : 160 k€
Trésorerie nette : 300 k€

Position / concurrence

Positionnement par rapport au marché

Segmentation Éditeur SaaS de prospection commerciale "All-in-One" positionné sur le marché B2B mid-market, ciblant prioritairement : - PME et ETI françaises (cœur de cible). - Marchés européens et internationaux (expansion en cours : Espagne, Belgique, etc.) Scalabilité : SaaS pur à fort potentiel de croissance sans effet de seuil linéaire Propriété Intellectuelle : Code source 100% propriétaire — IP entièrement détenue, barrière à l'entrée élevée Données B2B : Base qualifiée sans scraping sauvage — sourcing éthique via Big Data, IA et partenariats légaux Santé financière : Indépendance totale : zéro dette, trésorerie solide, croissance autofinancée Marque Blanche : Offre déjà opérationnelle pour agences et revendeurs — revenus récurrents additionnels Rétention client : Faible dépendance concentrée — portefeuille client atomisé (risque dilué, pas de concentration >5%) Vision & Ambition Devenir la référence européenne de la prospection B2B intelligente en combinant data de qualité, automation avancée et accompagnement humain — alternative crédible aux géants américains du secteur.

Concurrence

Scrapers de données B2B : Apollo.io, Hunter.io, Snov.io, Kaspr = Données non vérifiées, taux de bounce élevés, non-conformité RGPD fréquente Outils d'emailing automation : Mailchimp, Sendinblue : Approche mono-canal (email uniquement), pas de data intégrée, pas de LinkedIn natif Sales Intelligence platforms : ZoomInfo, Cognism, Lusha Prix prohibitifs (5-10x plus chers), contrats annuels contraignants, support délocalisé CRM généralistes : Salesforce, HubSpot, Pipedrive = Fonctionnalités de prospection limitées, nécessitent intégrations tierces complexes Concurrence Indirecte Agences de prospection externalisées (coûteuses, peu scalables) Développements internes "sur mesure" (coûts cachés, maintenance lourde) Empilement d'outils pointus (fragilité technique, data silotée) Différenciation Stratégique de Magileads Donnée Propriétaire Ultra-Qualifiée Base de contacts dynamique mondiale actualisée Vérification en temps réel via réseaux professionnels (pas de scraping sauvage) Richesse Fonctionnelle & Technique API ouvertes pour intégration native dans les stacks existants Marque Blanche opérationnelle — revenus récurrents pour agences partenaires Suite omnicanale complète (Email + LinkedIn + SMS + VMS) sans plugin externe Proximité & Conformité RGPD natif (hébergement français, consentements tracés) Support francophone avec CSM dédiés Pricing transparent sans engagement long terme Conclusion stratégique : Magileads occupe une niche premium accessible — meilleure qualité que les scrapers low-cost, prix compétitif vs. les éditeurs américains, avec une valeur ajoutée locale (RGPD, langue, support) impossible à répliquer pour les acteurs étrangers.

Points forts / faibles

Points forts

Modèle économique d'excellence

Business model fondé sur des revenus récurrents (SaaS) offrant une visibilité financière totale. L'entreprise affiche une gestion optimisée et une forte rentabilité.

Technologie propriétaire scalable

Contrairement aux solutions de scraping instables, l'entreprise détient intégralement sa propriété intellectuelle et ses algorithmes de traitement de données. L'infrastructure est prête pour un déploiement à grande échelle, en France comme à l'international, sans investissement technique majeur.

Indépendance et résilience

Portefeuille clients diversifié, couvrant aussi bien les PME que les grands comptes, avec une concentration de risque maîtrisée : le premier client représente moins de dix pour cent du chiffre d'affaires. L'offre s'enrichit d'une option API et de marque blanche, levier stratégique pour adresser les réseaux d'agences.

Structure agile et saine

Modèle asset light, structuré autour de deux salariés clés, garantissant une intégration simplifiée. L'entreprise est intégralement désendettée et dispose d'une trésorerie solide.

Potentiel de croissance immédiat

Le produit est technologiquement mature. Il ne requiert désormais qu'une force de frappe commerciale structurée pour accélérer sa pénétration sur un marché porteur.

Points faibles

Absence de force commerciale structurée.

L'entreprise ne dispose pas actuellement d'équipe commerciale dédiée (SDR/AE) pour structurer et accélérer son cycle de vente. Cette sous-optimisation commerciale limite la captation du potentiel de croissance massif du produit, alors que la technologie est mature et le marché porteur.

Complément d'information

Éléments complémentaires

Prix de cession souhaité : **1 220 k€**

Compléments, spécificités

Prix de vente : 1 120 000 k€ + trésorerie : 300 000 k€.

Profil de repreneur recherché

Personne physique ou morale

Complément sur le profil de repreneur recherché

Profil du repreneur recherché

Groupe de marketing digital, agence de conseil en transformation commerciale ou acquéreur industriel disposant d'une base client B2B et capable d'intégrer une solution technologique propriétaire à son offre existante.

Le repreneur idéal maîtrise le management d'une force de vente structurée (SDR, account executives) et possède l'expérience du scaling d'outils SaaS technologiquement matures sur des marchés B2B porteurs.