

Description générale

Fiche d'identité de la société

Forme juridique	SAS
Ancienneté de la société	Entre 5 et 10 ans
Localisation du siège	Paris

Résumé général de l'activité

Une genèse ancrée dans l'inbound marketing et la performance commerciale.

Créée par un expert reconnu du SEO sémantique, cette structure s'est rapidement positionnée sur l'inbound marketing B2B, avant d'élargir son champ d'intervention vers le marketing automation et l'intégration CRM afin de couvrir l'ensemble du cycle de conversion client.

Cette évolution progressive répondait à une conviction forte : le SEO seul ne suffit plus à générer durablement des leads et du chiffre d'affaires sans une approche structurée mêlant contenus, automatisation marketing et pilotage commercial.

L'entreprise a ainsi bâti un modèle hybride, aujourd'hui reconnu par un acteur technologique de référence du marketing automation, avec lequel elle entretient un partenariat de haut niveau.

Après une phase de croissance, un recentrage stratégique post-Covid a été opéré afin de privilégier la rentabilité, la valeur ajoutée et les synergies entre marketing et CRM, plutôt qu'une logique de volume.

Éléments chiffrés

Année de référence	2025
Fonds propres	240 k€
Dettes financières	15 k€
Trésorerie nette	170 k€

En k€/année	2023	2024	2025	2026
-------------	------	------	------	------

CA	800	550	550	550
Marge brute				
EBE	90	70	100	100
Rés. Exp.				
Rés. Net	60	50	40	40
Salariés	4		3	3

Indications concernant les éléments chiffrés

Une équipe experte et une organisation agile :

L'activité repose sur une équipe resserrée et expérimentée, immédiatement opérationnelle :

3 CDI clés (consultants marketing senior et intégration CRM),

1 assistante administrative,

un réseau de freelances spécialisés mobilisés selon les projets.

Le fonctionnement est 100 % remote, avec des process documentés, des outils collaboratifs éprouvés et une organisation orientée résultats.

Le dirigeant conserve un rôle stratégique, avec un recentrage souhaité sur l'activité CRM, laissant la BU Marketing à structurer et à accélérer.

Le projet porte sur une cession globale, avec un point d'attention sur la reprise opérationnelle ou l'entrée au capital de la BU Marketing, dans une logique d'association.

Positionnement concurrence

Positionnement par rapport au marché

Un positionnement hybride premium à forte valeur ajoutée.

Agence digitale B2B positionnée sur un modèle hybride rare combinant inbound marketing, content marketing et intégration CRM, avec une reconnaissance officielle d'un éditeur CRM de référence mondiale. Elle cible les TPE, PME et ETI souhaitant structurer leur génération de leads et leur performance commerciale.

L'activité repose sur une combinaison d'expertises rares et recherchées sur le marché B2B :

- Inbound marketing : conception et pilotage de dispositifs complets de génération de demande (contenus, SEO, campagnes multicanales, nurturing, scoring de leads).

- Intégration CRM et marketing automation : déploiement expert d'une suite CRM de référence, onboarding certifié, optimisation des processus marketing et commerciaux (RevOps).

Ce positionnement permet d'accompagner les clients sur l'ensemble du tunnel de conversion, de la génération de leads jusqu'au pilotage de la performance commerciale. Il est reconnu par l'éditeur CRM partenaire via un statut avancé, l'accès à des programmes spécifiques (onboardings en marque blanche, leads partenaires) et une forte crédibilité sur le segment PME / scale-ups B2B.

Concurrence

Le marché des agences digitales B2B est fragmenté, avec de nombreuses agences généralistes et quelques spécialistes inbound ou CRM. La combinaison des deux expertises, renforcée par un statut partenaire premium, constitue un différenciateur fort face aux concurrents.

Points forts

- Partenariat de haut niveau avec un éditeur CRM de référence (statut premium, ~160 k€ de commissions récurrentes attendues sur 3 ans).
- Double expertise rare : inbound marketing B2B + intégration CRM, couvrant l'ensemble du tunnel de conversion.
- Nouvelle offre IA validée par le marché (6-7 ventes en 3 mois, ticket moyen 5-8 k€).
- Structure ultra-légère, 100 % remote, sans locaux ni dettes, limitant les charges fixes pour le repreneur.
- Équipe réduite et autonome (3 CDI confirmés) immédiatement opérationnelle.
- Processus documentés et organisation orientée résultats, facilitant la transition.

Points faibles

- CA en baisse significative entre n-2 (800 k€) et n-1/n (550 k€), reflet d'un recentrage stratégique assumé mais à surveiller.
- Effectif très réduit (3 CDI) : dépendance potentielle aux personnes clés et capacité de production limitée.
- Dépendance partielle au partenariat CRM dont le statut premium expire en 2026.

Infos sur la cession

A propos de la cession de cette entreprise

Type de cession envisagée	Majoritaire
Raison principale de cession	Changement d'activité du dirigeant
Complément	Le dirigeant souhaite se recentrer sur l'activité CRM et les missions à forte valeur ajoutée et cherche un partenaire capable de développer et accélérer la BU Marketing. Il reste ouvert à rester salarié pour assurer la transition et le développement des nouvelles offres.
Prix de cession	400 k€
L'immobilier n'est pas compris dans la cession.	

Profil de repreneur recherché

Profil recherché	Personne physique ou morale
Apport en fonds propres minimum pour se positionner sur ce dossier	80 k€

Complément

Agence digitale, ESN, cabinet de conseil ou acteur disposant d'une force commerciale et d'un portefeuille clients PME/ETI B2B souhaitant intégrer une expertise inbound marketing et CRM.

Le repreneur idéal est capable d'accélérer la montée en puissance de l'offre IA et de la diversification multi-CRM.

Une appétence pour le marketing digital et la structuration commerciale est indispensable.