



mSurvey : soutenir une start up innovante au Kenya spécialisée dans les avis consommateurs



Image © mSurvey

15/01/2019 – Date de signature du projet

START-UP ET NUMÉRIQUE – Secteurs

KENYA – Localisation

PRISE DE PARTICIPATION – Outil de financement

415 385 EUR – Montant du financement

PRISE DE PARTICIPATION 486 250 USD – Détails du financement

MSURVEY – Client

C : PEU OU PAS DE RISQUES – CES

PRÉSENTATION DU CLIENT

Créée en 2012, mSurvey est une start-up kenyane spécialisée dans le suivi en temps réel des avis consommateurs. mSurvey propose à ce jour deux services :

- Voice of the Customer (VOC) : un outil de gestion qui permet aux entreprises de mesurer et suivre en temps réel la satisfaction des consommateurs au sein des différents canaux d'interaction et
- Audience on Demand (AOD) : un service de sondages via SMS qui permet aux entreprises d'obtenir des informations en temps réel à partir d'échanges avec un panel de consommateurs africains.

Ces services répondent à une demande forte de la part des entreprises de mieux connaître leurs clients et viennent combler un manque sur le marché africain car aucune société n'a créée à ce jour une offre adaptée au contexte du continent.

DESCRIPTION DU PROJET

Proparco a investi aux côtés du fonds TIDE Africa dans le cadre d'une levée de fonds Series A. Cet investissement a pour but d'accompagner la croissance de mSurvey et sa transformation pour devenir un acteur panafricain. mSurvey cherche en effet à développer son offre au-delà de l'Afrique de l'Ouest (lancement au Nigéria et Ghana notamment) et à nouer de nouveaux partenariats. Les investisseurs en Series A ont également vocation à renforcer la gouvernance et la saine gestion de la société.

IMPACT DU PROJET

L'investissement dans mSurvey s'inscrit dans le cadre de la stratégie innovation de Proparco. Cette start-up innovante dans le domaine du numérique propose un service à valeur ajoutée aux entreprises et bénéficie aux populations africaines via l'élargissement de l'offre et l'amélioration de la qualité des biens/services suite au recueil et à l'analyse des données consommateurs.

Les segments de populations visés sont larges et comprennent les populations vulnérables (potentiellement tous les consommateurs ayant un téléphone portable). Au Kenya, mSurvey investit dans le renforcement de capacités. En termes de formation, les employés de mSurvey devraient bénéficier de l'expérience d'un management expérimenté et formé aux meilleures pratiques de la Silicon Valley.

© Choose Africa | 15 janvier 2019