

Dolmen lève 9 millions € pour convertir les distributeurs et commerçants au marketing local

Rennes, le 8 février 2019 - MEDIAPOST, SALESFORCE VENTURES et les partenaires financiers historiques de Dolmen investissent 9 millions d'euros dans le développement de Dolmen, startup française spécialisée dans le marketing client local et digital. Leader de la retailtech, Dolmen digitalise et démocratise la relation client de proximité en la rendant accessible à tous les acteurs du commerce physique. L'arrivée à son capital de deux poids lourds des secteurs de la communication de proximité et des technologies témoigne de l'importance nouvelle accordée au local par ces acteurs.



Dolmen aide les commerçants à se connecter à leurs clients grâce au digital. ©Adobe Stock

« Aux côtés de la personnalisation, de la quête de sens ou d'expériences, la dimension locale s'inscrit parmi les nouvelles attentes du consommateur. Etudes d'opinion après études d'opinion ces derniers confirment leur appétence pour une consommation de proximité, plus humaine et plus authentique », analyse **David Godest, CEO de Dolmen**. « A l'heure du digital, les marques et les acteurs de la distribution peuvent utiliser la plate-forme Dolmen pour repenser leurs interactions avec leurs clients à une échelle locale en complément de leurs actions marketing centrales ».

En effet, pour accompagner les distributeurs et commerçants, Dolmen développe depuis plusieurs années une plate-forme logicielle permettant la mise en place d'actions marketing autour de trois piliers : l'acquisition, le management et l'activation de données consommateurs, dans le respect des réglementations sur les données personnelles.

MEDIAPOST, Salesforce : les raisons d'un investissement

Au carrefour de la communication de proximité et de la connaissance client, cet investissement de MEDIAPOST et Salesforce fait sens pour Dolmen. A la faveur de cette prise de participation, MEDIAPOST, filiale du Groupe La Poste, acteur majeur de la communication de proximité, va profiter du savoir-faire technologique de Dolmen. Pour sa part, Salesforce, n° 1 mondial du CRM va ajouter une dimension locale à sa plate-forme de marketing client.

« Après un partenariat commercial couronné de succès en 2018 avec la distribution de la solution Rosetta Powered by Dolmen, investir de façon significative dans cette pépite technologique nous a semblé évident. Par sa maîtrise des problématiques relatives au commerce local et sa plateforme technologique, cette jeune entreprise dynamique nous permet d'apporter davantage de valeur ajoutée à nos clients et de renforcer notre position

d'acteur central de la communication de proximité. » observe **Adèle Albano, Directrice Générale de MEDIAPOST.**

« Nous sommes ravis de renforcer notre collaboration avec Dolmen », affirme **Olivier Derrien, Directeur Général France, Salesforce** " La force des solutions Dolmen réside dans la capacité d'intégrer des campagnes marketing locales à des campagnes plus globales gérées au sein de Salesforce Customer Success Platform. »

« Nous continuons d'investir en France, et cet investissement dans Dolmen fait partie des 2,2 milliards de dollars prévus pour les cinq prochaines années. Après avoir développé conjointement Dolmen Connect, disponible sur Salesforce AppExchange, nous sommes ravis d'aller encore plus loin avec Dolmen pour accélérer sa croissance et son innovation », ajoute **Olivier Derrien.**

Au-delà de l'approfondissement du développement de sa plateforme, Dolmen compte capitaliser sur cette levée de fonds pour accélérer son expansion en Europe en s'appuyant commercialement sur ces deux partenaires commerciaux désormais actionnaires et élargir son offre aux magasins en réseaux, succursalistes ou indépendants ainsi qu'aux commerçants de proximité.

« C'est une nouvelle page qui s'écrit pour Dolmen et l'ensemble de mes collaborateurs, à qui je veux exprimer ma fierté. Nous allons pouvoir affirmer davantage notre proposition de valeur : l'alliance de la performance commerciale, des valeurs éthiques et de l'approche locale. Un parti-pris avant-gardiste dont nous récoltons les fruits aujourd'hui », conclut **David Godest.**

A propos de Dolmen

Créé en 2011, Dolmen accompagne les points de vente dans leur stratégie de connaissance-clients et leur permet d'établir avec eux des relations de proximité. Sa plate-forme digitale tout-en-un adresse les 3 besoins complémentaires de tout point de vente (Data Acquisition, Data Management et Data Activation) en totale conformité avec le RGPD. Aujourd'hui, plus de 1 000 commerces utilisent Dolmen pour recueillir et valoriser les données de leurs clients et prospects. Avec son siège à Saint-Grégoire (35), Dolmen compte 100 collaborateurs et est présent dans plusieurs pays d'Europe. Pour de plus amples informations, visitez <http://www.dolmen.tech>

A propos de MEDIAPOST

Acteur majeur de la communication de proximité, MEDIAPOST accompagne ses clients à chaque étape de leur démarche de communication. Ses expertises en marketing relationnel, data et digital, la force de son réseau national permettent aux entreprises et organisations de toucher leurs publics, grâce à une combinaison intelligente et innovante de solutions on et off line (imprimé publicitaire, street marketing, SMS, email, courrier, référencement...). Chaque année MEDIAPOST conseille plus de 30 000 entreprises, de tous secteurs et de toutes tailles : entrepreneurs et indépendants, commerces de proximité, grandes enseignes nationales, administrations et collectivités... L'entreprise emploie 12 000 salariés en France et réalise un chiffre d'affaires de 416,4 millions d'euros. MEDIAPOST est une filiale du Groupe La Poste. Depuis 2010, MEDIAPOST est signataire de la charte de la Diversité.

A propos de Salesforce Ventures

Salesforce is the fastest growing top five enterprise software company and the #1 CRM provider globally. Salesforce Ventures—the company's corporate investment group—invests in the next generation of enterprise technology that extends the power of the Salesforce Customer Success Platform, helping companies connect with their customers in entirely new ways. Portfolio companies receive funding as well as access to the world's largest cloud ecosystem and the guidance of Salesforce's innovators and executives. With Salesforce Ventures, portfolio companies can also leverage Salesforce's expertise in corporate philanthropy by joining Pledge 1% to make giving back part of their business model. Salesforce Ventures has invested in more than 280 enterprise cloud startups in 18 different countries since 2009. For more information, please visit www.salesforce.com/ventures.

Contacts presse

dolmen@rumeurpublique.fr

Cédric Landu et Agathe Huez

01 55 74 52 31 / 01 55 74 52 24