



REVUE FINANCIÈRE DE SAASCO

Analyse de performance de SaaSco

Dummies data

18 mois de données · nov. 2024 → mai 2026

› Produite en langage naturel via le MCP Fincome

Entrez dans l'ère de la finance stratégique

Une question en langage naturel, **une réponse sur la donnée live**

11

questions posées en langage naturel

1

connecteur — le MCP Fincome

0

export · 0 SQL · 0 tableur

UN ÉCHANTILLON DES QUESTIONS AUXQUELLES RÉPOND CE DECK

- › Quels sont les principaux drivers de la croissance de l'ARR : prix, volume ou nouveaux clients ?
- › Quel segment (taille de comptes / géographie) tire le plus la croissance ?
- › Le churn est-il plus marqué sur certains produits et/ou certains types de clients ?

Données interrogées en direct. Chaque slide qui suit : une question, une réponse fondée sur la donnée.

Une machine d'acquisition très efficace, sur une base qui ne s'étend pas

22,9 M€

ARR (mai-26)

+83 %

croissance YoY

+170 %

ARR sur 18 mois

~4,0

quick ratio moyen

~100 %

NRR annuelle

1 394

clients actifs

Verdict : tout se joue sur un seul basculement — faire passer la NRR de ~100 % à 105-110 %.

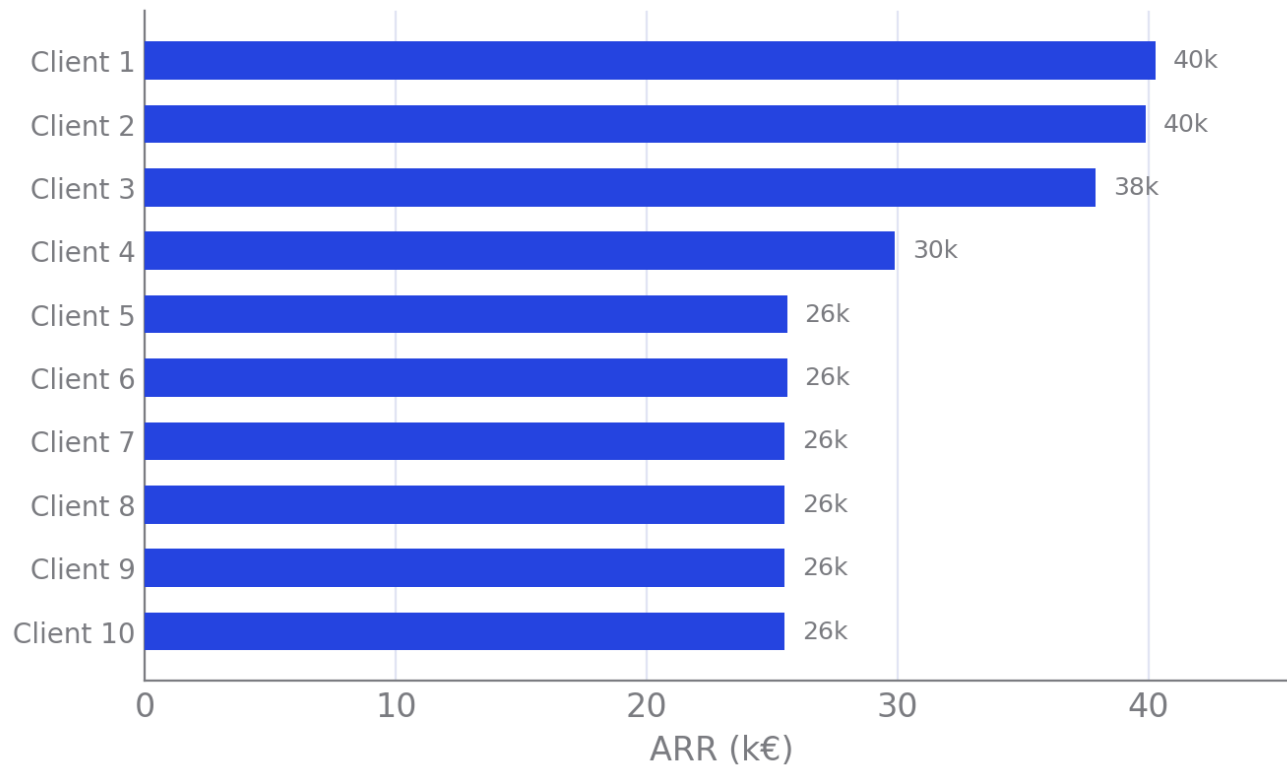
› Quels sont les principaux drivers de la croissance de l'ARR : prix, volume ou nouveaux clients ?

MCP FINCOME

Le prix est un levier majeur, **neutralisé par un fort effet de mix**



Zéro risque de concentration — un atout d'exit majeur



Top 10 = 1,3 % de l'ARR

Le plus gros compte ne pèse que 0,18 % de l'ARR. Aucun client ne peut faire vaciller le business.

Revers : modèle pure long-tail SMB — la croissance vient du nombre de logos, pas de quelques whales. Une machine à entretenir, pas un compte à protéger.

Diversifiée sur 4 axes, **concentrée sur l'industrie et 2 commerciaux**

Canal Partnerships +215 % (faible CAC) · digital + direct sales ≈ 64 % de l'ARR

Industrie Technology 51 % de l'ARR · healthcare +183 %, pilier montant

Pays UK breakout sur toutes les tailles · l'anglophone dépasse la France

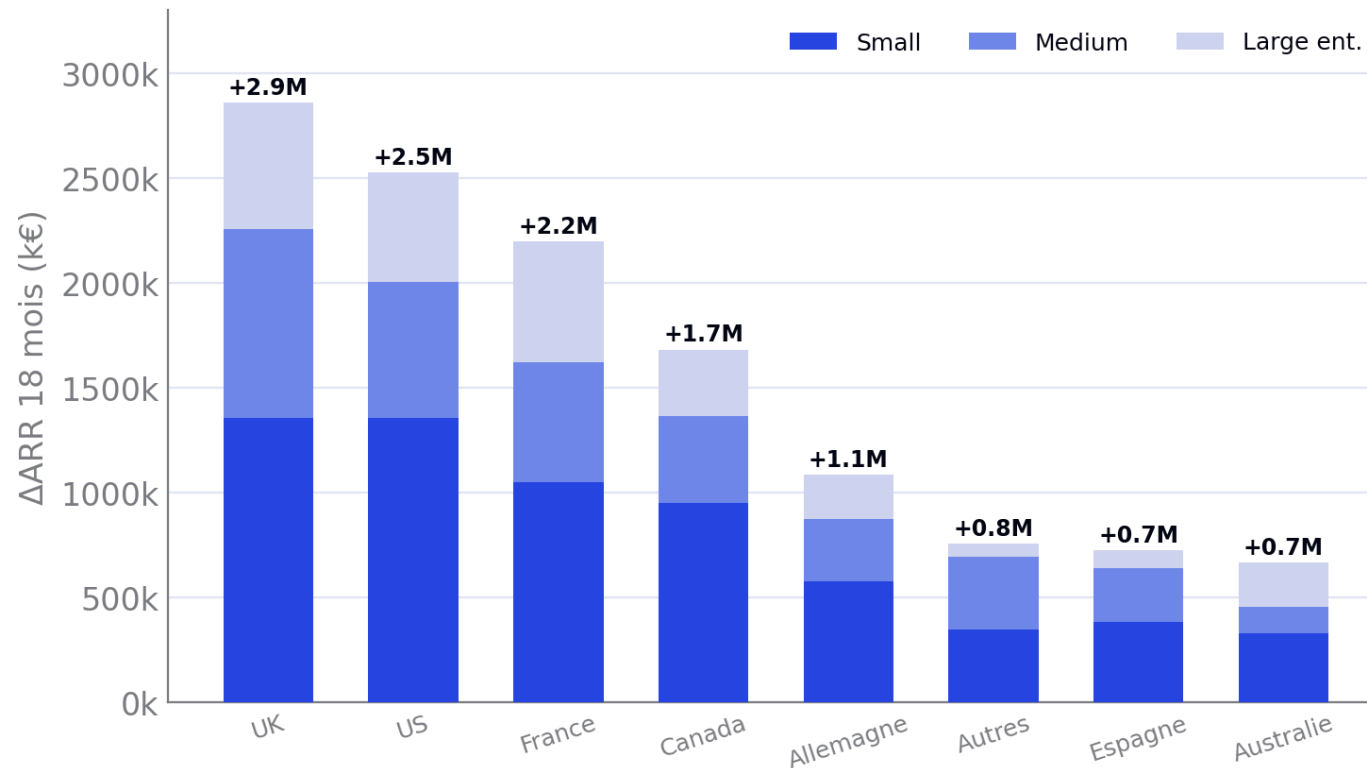
Taille Large entreprise +172 % : croît le plus vite ET churne le moins

Sales rep Charlie + Alice = 66 % du book → risque clé-homme

› Quel segment (taille de comptes / géographie) tire le plus la croissance ?

MCP FINCOME

Le Royaume-Uni est devenu le 1^{er} moteur de croissance



UK : +2,86 M€ sur 18 mois

1^{er} pays en absolu, devant US (+2,53) et France (+2,20)

Moteurs jumeaux SMB

small US +1,36 M€ (+122 %) et small UK +1,36 M€ (+199 %)

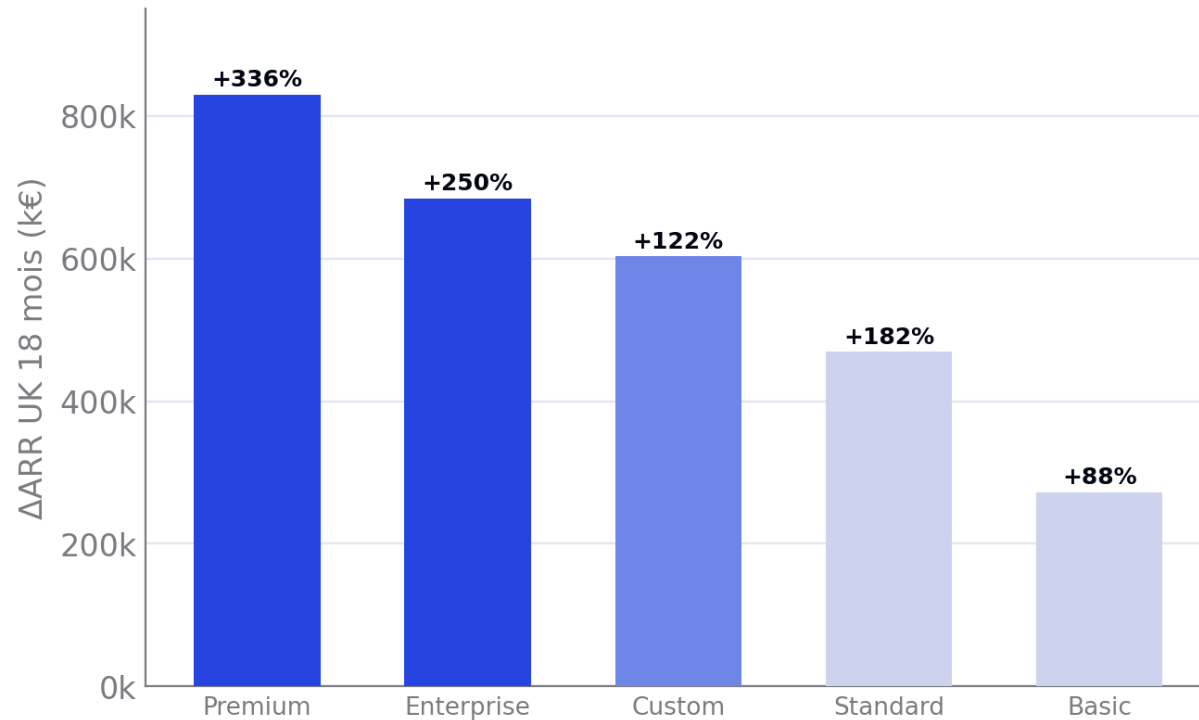
Canada small : +226 %

la cellule grande-base qui croît le plus vite

Medium UK : 1,45 M€

+163 %, plus grosse cellule medium du portefeuille

Le breakout UK est une histoire Premium + Enterprise



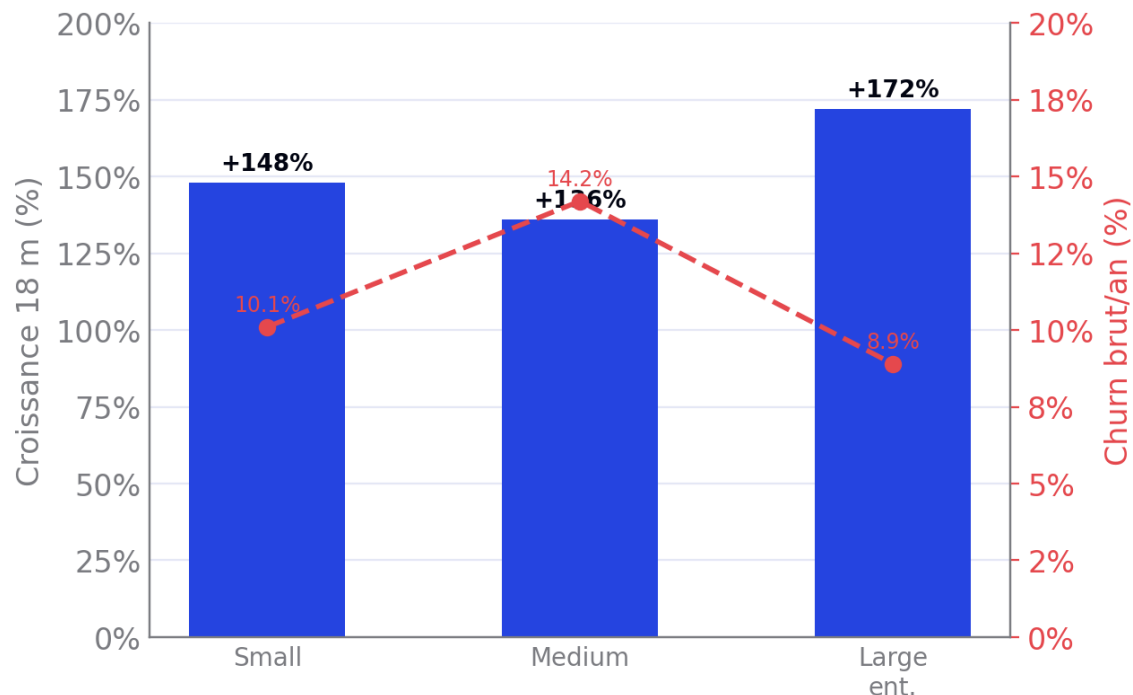
Premium UK : x4,4 en 18 mois

De 247 k€ à 1,08 M€ d'ARR (+336 %). Enterprise UK +250 % (+0,68 M€).
Les tiers haut de gamme tirent la géographie.

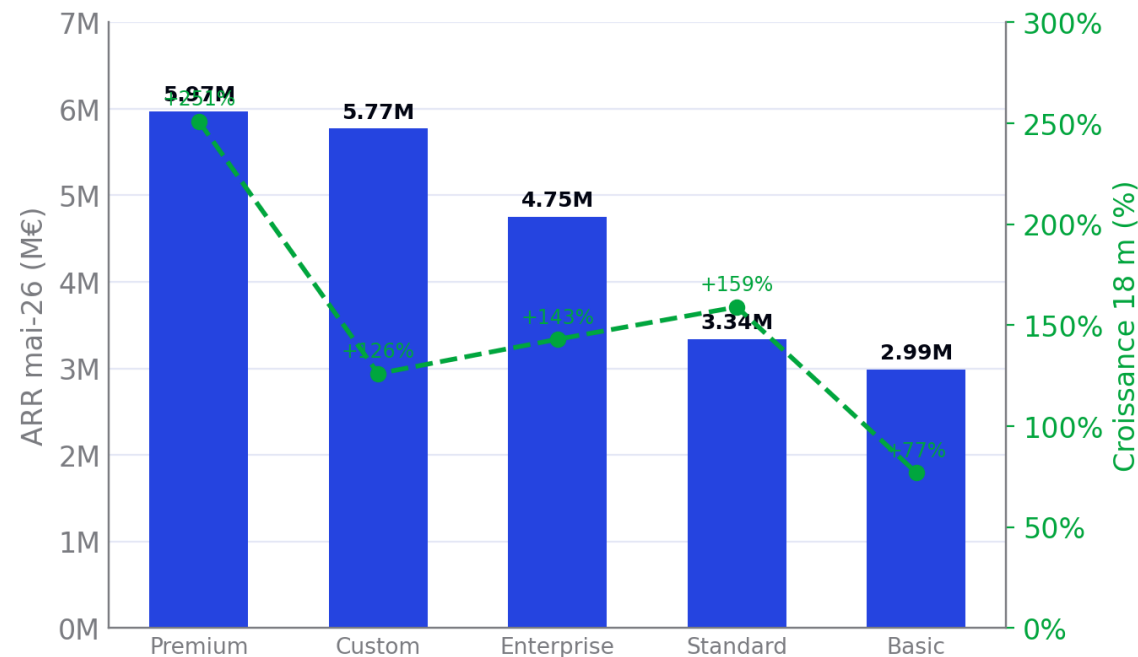
Premium = locomotive mondiale

US, France et UK pèsent chacun ~1,1-1,2 M€ d'ARR Premium ; +222 % à +336 % sur tous les grands marchés.

L'ascension de gamme fonctionne — le segment Entreprise est le plus performant

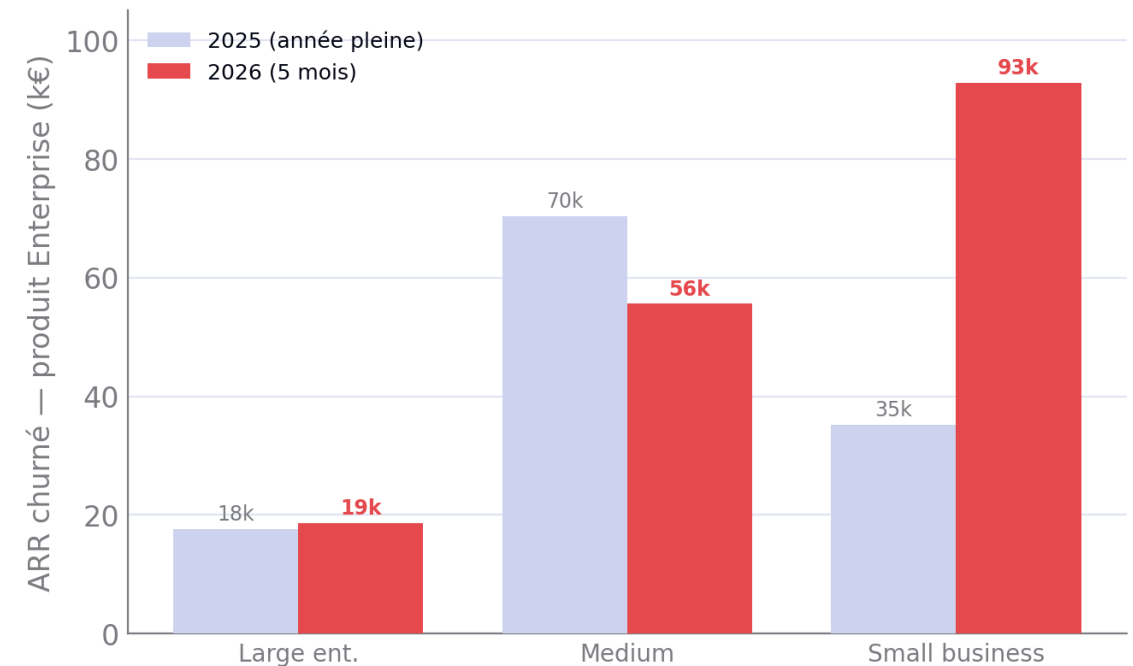
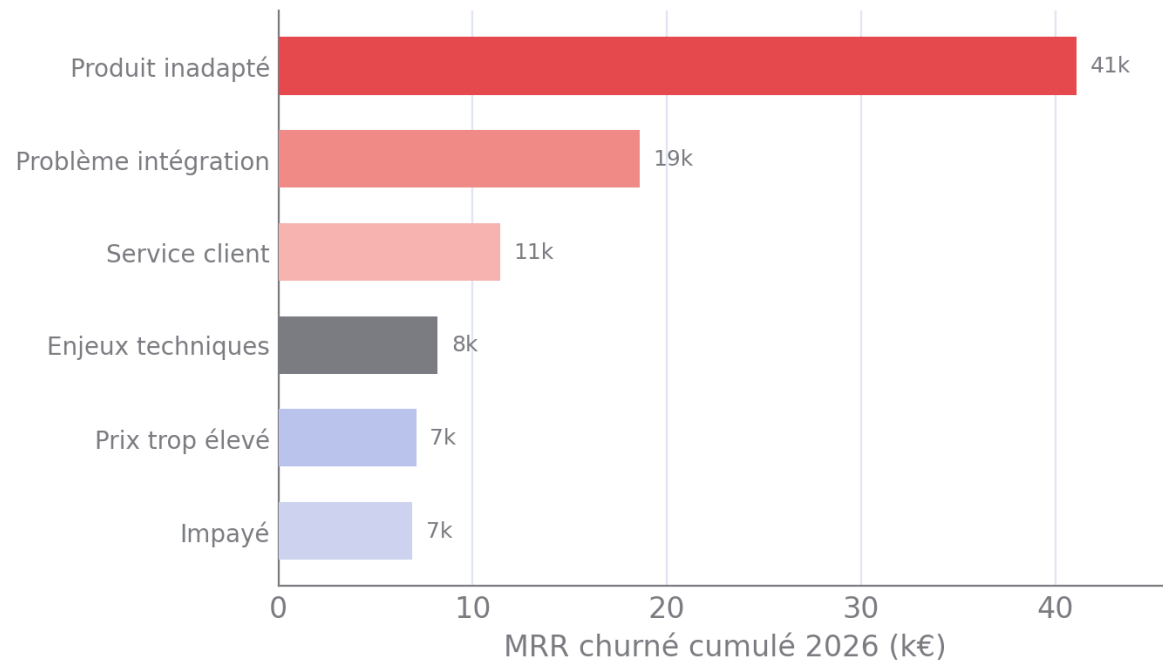


Large enterprise : +172 % et churn le plus faible (~9 %)



Premium : locomotive (+251 %), devenue n°1

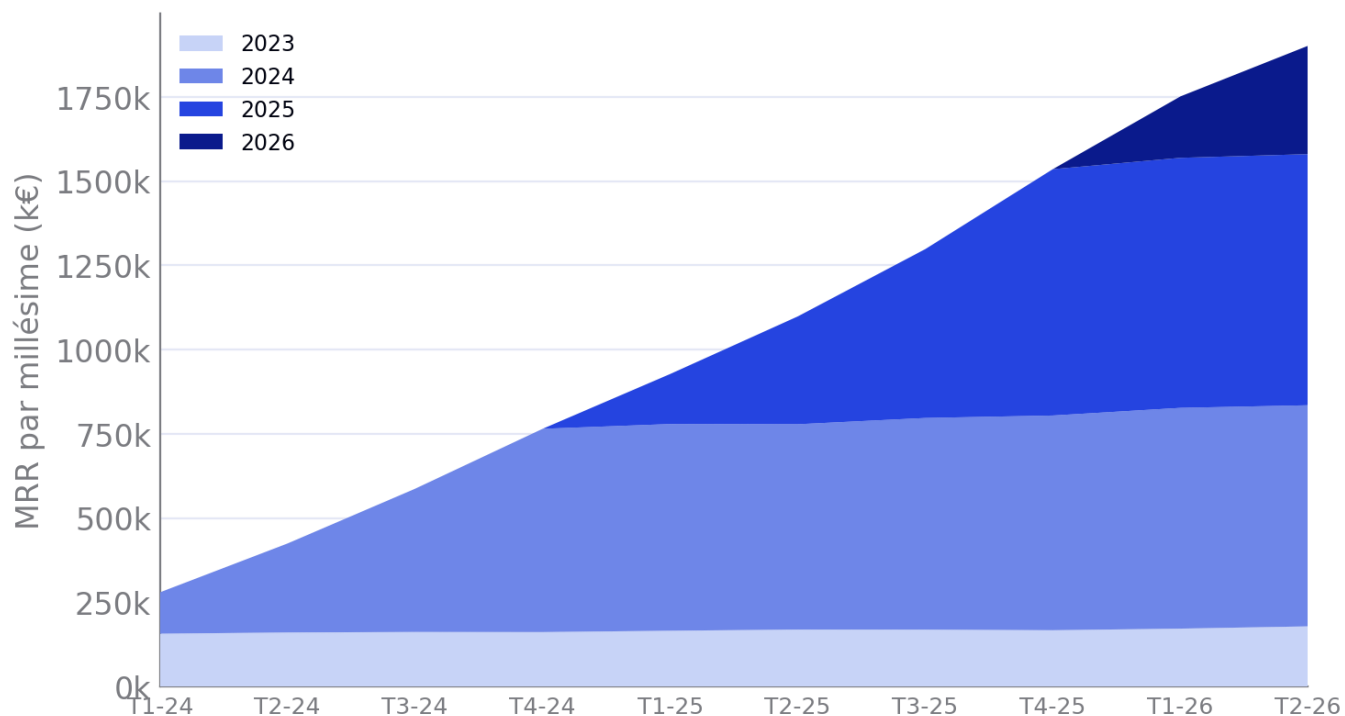
Churn opérationnel — les produits « Enterprise » mal vendu en SMB



64 % produit + intégration · 8 % prix

Enterprise → small business : 35 k€ (2025) → 93 k€ en 5 mois (2026)

Base historique flat+, croissance par empilement de nouveaux millésimes



SCORECARD SEGMENTS

Segment	Crois.	NRR
Large enterprise	+172%	~99%
Healthcare	+183%	~102%
Small business	+148%	~101%
Technology	+152%	~100%
Medium business	+136%	~97%
Government	+99%	~101%

Un excellent actif de croissance — la durabilité se joue sur la NRR

Points positifs

- › Zéro concentration client (top 10 = 1,3 %)
- › UK = 1^{er} moteur, breakout Premium/Enterprise
- › Montée en gamme qui marche (ARPA +13 %, Premium +251 %)
- › Large entreprise : croît vite + churne peu
- › Le prix EST actionné (upsell +2,65 M€)
- › Churn opérationnel (64 % produit/intégration)

Axes d'amélioration

- › NRR ~100 % : net plat (mix annule l'upsell prix)
- › Concentration verticale technology (51 %)
- › Dépendance à 2 commerciaux (66 % du book)
- › CS sous-dimensionnée (2 CSM / ~1 400 comptes)
- › Enterprise mal vendu aux petits comptes (churn ↑)
- › Croissance qui décélère · CAC/payback non instrumentés

Cinq leviers, par ordre de priorité

1

Faire passer la NRR de ~100 % à 105-110 %

Protéger le mix (qui annule l'upsell prix), couper le churn « produit inadapté », renforcer la capacité CS. Le levier qui rerate tout le multiple.

2

Sur-pondérer les segments stars

Large enterprise, healthcare, finance + la dynamique UK Premium/Enterprise. Requalifier medium business et education.

3

Corriger le fit produit

Stopper la vente du tier Enterprise aux petits comptes (1^{re} cellule de churn 2026) — qualification ICP stricte.

4

Instrumenter CAC, payback, LTV/CAC

Sans cela, l'efficacité de la machine d'acquisition reste une affirmation, pas une preuve.

5

Dé-risquer la dépendance commerciale

Documentation, mutualisation des comptes Charlie/Alice, plan de continuité.



Piloter enfin **vosre croissance aux instruments.**

Entrez dans l'ère de la finance stratégique