

REWARD x SOLITCHI — ACQUISITION B2B

De 0 à 35 marques partenaires signées, avant même le lancement.

Comment Solitchi a bâti une infrastructure d'outbound multicanale qui a donné à **Reward**, une application early-stage, sa toute première preuve de marché — et le narratif de traction nécessaire pour passer à l'étape investisseurs.

Client : Reward

Secteur : App mobile · cashback & engagement

Mission : Prospection partenaires

43

MARQUES ENGAGÉES

35

SIGNÉES & ACTIVÉES

+43%AU-DELÀ DE L'OBJECTIF
(30)**1 500+**

DÉCIDEURS APPROCHÉS

— LE CLIENT

★
REWARD L'app qui récompense tes efforts

Reward : récompenser les jeunes qui réduisent leur temps d'écran

Reward est une application qui **récompense les jeunes lorsqu'ils réduisent leur temps d'écran**. Le principe : convertir ce temps gagné en points, échangeables en avantages réels chez des marques (cashback, codes promo, réductions). Le modèle est « à la performance » : les marques ne paient que lorsqu'une vente est générée.

Pour qu'une telle application ait de la valeur dès le premier jour, il lui faut une chose avant tout : **un catalogue de marques partenaires**. Sans marques, pas d'avantages ; sans avantages, pas d'utilisateurs ; sans traction, pas d'investisseurs. C'est précisément le point de blocage sur lequel Reward nous a sollicités.

— LE DÉFI

SITUATION DE DÉPART

- × Application **en pré-lancement**, sans aucune marque partenaire signée.
- × Objectif vital : réunir **30 partenaires** pour crédibiliser le produit.
- × Risque de « cramer » ses premières approches en arrivant **sans structure**.
- × Aucun **narratif de traction** à présenter aux investisseurs (objectif 50 K€).
- × Une équipe fondatrice **seule face au marché B2B**, sans process de vente.

LE TEST INITIAL (POC)

Avant Solitchi, les premières approches se faisaient au cas par cas, sans ciblage ni séquence :

20profils
contactés**5**conversations
obtenues**0**marque
signée

Le constat est clair : l'intérêt existe, mais **sans système, le volume et la régularité manquent** pour transformer cet intérêt en partenariats.

En une phrase : Reward avait un produit prometteur mais zéro preuve de marché — et chaque semaine sans partenaires repoussait le lancement et la levée de fonds.

— L'APPROCHE SOLITCHI

Une infrastructure d'acquisition, pas une simple campagne

Plutôt que d'« envoyer des messages », nous avons installé pour Reward un **système de vente complet**, taillé pour une startup early-stage : ciblage, discours, exécution multicanale et pilotage. L'objectif : rendre l'acquisition **prévisible et mesurable**.

1 Diagnostic & ciblage (ICP)

Identification des marques et décideurs réellement pertinents (D2C à forte marge, e-commerce déjà équipés en codes promo, réseaux d'affiliation). Production de **100 à 200 contacts qualifiés par semaine**.

2 Discours d'approche sur-mesure

Création de scripts et de messages adaptés à un projet early-stage, avec un angle imparable : un partenariat **sans coût et sans risque** pour la marque (modèle à la performance). Itération continue via A/B testing.

3 Campagne de mise en relation multicanale

Exécution sur plusieurs canaux complémentaires pour maximiser le taux de réponse et la prise de rendez-vous :

WhatsApp — messages audio

LinkedIn — vocaux

Cold call

E-mail (séquences)

4 Reporting & pilotage ROI en temps réel

CRM et tableau de bord suivis au quotidien (touches, décrochés, RDV, signatures). Chaque semaine, le ciblage et les messages sont ajustés pour maximiser le rendement — et alimenter le dossier « Proof of Market » destiné aux investisseurs.

Le principe différenciant : nous ne vendons pas du « volume de messages », mais une machine d'acquisition pilotée par la donnée — où chaque euro investi se traduit en rendez-vous et en partenaires signés.

— L'IMPACT DE L'OUTBOUND

Objectif : 30 partenaires. Résultat : 43 engagées, 35 signées.



	AVANT SOLITCHI	APRÈS SOLITCHI
Marques partenaires	0 signée	35 signées · 43 engagées
Volume de prospection	20 profils, au cas par cas	1 500+ décideurs, en continu & multicanal
Rendez-vous	Aucun process de RDV	37 RDV de validation bookés
Preuve de marché	Inexistante	Dossier de traction prêt pour investisseurs
Système d'acquisition	Aucun	Infrastructure pilotée, CRM & reporting

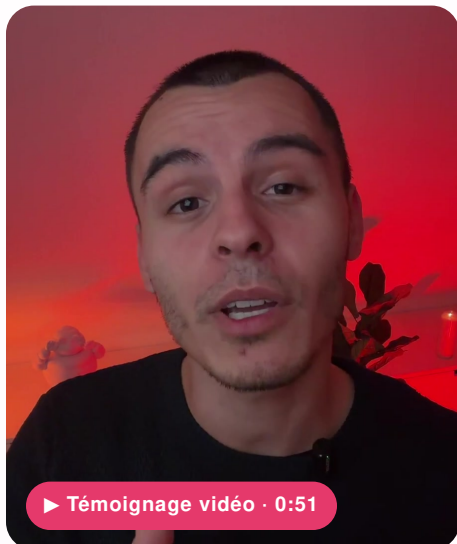
— UN ÉCHANTILLON DES MARQUES SIGNÉES



+ une vingtaine d'autres marques D2C, beauté, mode et lifestyle — chacune avec un code promo activé dans l'application.

— DANS LES MOTS DU CLIENT

« Exactement ce dont nous avons besoin à ce stade. »



► Témoignage vidéo · 0:51

“ Maxime et Solitchi nous ont aidés à trouver de nombreuses marques partenaires. Cibler les bons interlocuteurs, approcher les marques de manière professionnelle, et nous rapporter des **contacts concrets**. ”

Fondateur de Reward

Application cashback & engagement · early-stage

« C'est exactement ce dont nous avons besoin à ce stade du projet : **quelqu'un d'impliqué, qui comprend réellement les enjeux d'une startup en développement**. Merci pour ta contribution à l'aventure Reward — c'était un vrai plaisir de bosser avec toi. »

— POURQUOI ÇA A MARCHÉ

Comprendre l'enjeu

Une approche pensée pour une startup early-stage, pas un copier-coller d'agence.

Cibler juste

Les bons décideurs, dans les bonnes marques, avec le bon angle.

Du concret

Des contacts et des partenariats réels, mesurables, signés.

— PROJETEZ-VOUS

Ce que l'outbound peut débloquent pour votre projet

L'histoire de Reward n'est pas un cas isolé. C'est ce qui arrive quand on arrête de « pitcher dans le vide » et qu'on installe un **vrai système d'acquisition**. Que vous lanciez un produit, cherchiez vos premiers clients B2B ou prépariez une levée, la même mécanique s'applique.

SI VOUS VOUS RECONNAISSEZ ICI...

- ✓ Vous avez un bon produit, mais **pas encore de preuve de marché**.
- ✓ Vous prospectez « à la main », sans régularité ni système.
- ✓ Vous devez montrer de la **traction** à des partenaires ou des investisseurs.
- ✓ Vous voulez un canal d'acquisition **prévisible et pilotable**, pas un coup de chance.

PROCHAINE ÉTAPE

Construisons votre machine d'acquisition.

Réservez un diagnostic offert : on cartographie vos cibles, votre angle d'approche et le système qui vous amènera vos premiers (ou prochains) partenaires & clients.

→ Réserver mon diagnostic offert

Maxime Astorri · Fondateur, Solitchi — [ajoutez ici votre e-mail / lien de prise de RDV]



Infrastructure d'acquisition B2B · Prospection multicanale · Preuve de marché