

# **Business Plan :**

## **Projet de rencontres pour les voyageurs**



**Réaliser par :**

**Ellatifi Hajar**

**Farene Meriem**

**Encadrer par :**

**Mme. Ouseghir Sara**

**2024 - 2025**

# Table des matières

<b>I.</b>	<b>Portrait de l'entreprise :</b>	<b>3</b>
<b>II.</b>	<b>PRODUIT ET SERVICES :</b>	<b>5</b>
<b>III.</b>	<b>MARCHE, CLIENTS / Entreprises et produits concurrents :</b>	<b>7</b>
<b>IV.</b>	<b>Plan marketing :</b>	<b>10</b>
<b>V.</b>	<b>Infrastructures (production et gestion), technologie :</b>	<b>12</b>
<b>VI.</b>	<b>Gestion financière/ Planification financière et opérationnelle :</b>	<b>14</b>
<b>VII.</b>	<b>Risques pour TRAVEL MEET et mesures de prévention :</b>	<b>15</b>
	<b>Réponse du questionnaire :</b>	<b>16</b>
	<b>Conclusion</b>	<b>19</b>

# I. Portrait de l'entreprise :

---

## 1. Histoire :

En 2024, **\*\*TRAVEL MEET\*\*** est née de l'idée de créer une application qui connecte les passionnés de voyages. Ses fondateurs voulaient aider les voyageurs à trouver des compagnons partageant leurs intérêts pour explorer de nouvelles destinations ensemble.

Ils ont conçu une plateforme offrant des profils voyageurs, la recherche de compagnons adaptés, la planification collaborative et des suggestions d'itinéraires personnalisés. L'objectif : transformer chaque aventure en une expérience sociale et collaborative, tout en facilitant la découverte de nouveaux horizons.

- **Nom de l'entreprise :** TRAVEL MEET
- **Forme juridique :** SARL (Société à Responsabilité Limitée)
- **Mission :** Faciliter les rencontres entre voyageurs partageant des intérêts communs pour explorer, découvrir et partager des expériences uniques.
- **Vision :** Devenir la plateforme de référence mondiale pour connecter les passionnés de voyages et transformer chaque aventure en une expérience sociale enrichissante.
- **Valeurs fondamentales :**
  - ✓ **Découverte collaborative :** Promouvoir l'exploration partagée.
  - ✓ **Sécurité et fiabilité :** Offrir une application sûre pour les utilisateurs.

## 2. Management

### Équipe dirigeante

L'équipe initiale sera composée de :

1. **Fondateur/PDG :** Responsable de la stratégie globale, de la vision et des partenariats stratégiques.
2. **Directeur Technique :** En charge du développement technique du plateforme, de la gestion de l'équipe de développeurs et de la maintenance.
3. **Directeur Marketing :** Responsable de la stratégie marketing, du branding et des campagnes de communication.
4. **Responsable Service Client :** Gestion des retours des utilisateurs, assistance technique et amélioration continue.

### Structure organisationnelle

L'entreprise adoptera une structure agile pour favoriser la collaboration entre les équipes techniques, marketing et service client. Une attention particulière sera portée sur le recrutement de talents passionnés par le voyage et les technologies.

## **Ressources humaines à court terme**

- Développeurs (2-3) : Experts en développement de l'application .
- Spécialistes (1-2) : Chargés de la conception d'une interface utilisateur intuitive et attractive.
- Community Manager : Pour la gestion des réseaux sociaux et l'interaction avec les utilisateurs.

### **3. Objectifs à court et moyen terme**

- **Lancement de l'application (1ère année) :**
  - ✓ Création du prototype fonctionnel.
  - ✓ Test avec un échantillon d'utilisateurs ciblés.
- **Croissance initiale (2ème année) :**
  - ✓ Acquisition de 10 000 utilisateurs actifs grâce à des campagnes marketing et des partenariats stratégiques avec des agences de voyage.
  - ✓ Développement de fonctionnalités premium (itinéraires personnalisés, assurances voyage, etc.).

## II. PRODUIT ET SERVICES :

---

### 1. Gamme de services proposés

- **Profils voyageurs** : Les utilisateurs créent un profil détaillé avec leurs préférences de voyage, styles, et destinations d'intérêt.
- **Recherche de compagnons** : Algorithme qui connecte les utilisateurs en fonction des destinations, des dates et des intérêts communs.
- **Planification collaborative** : Outils pour organiser des voyages en groupe, partager des itinéraires et coordonner les détails.
- **Suggestions personnalisées** : Recommandations d'activités et d'itinéraires basées sur les préférences des utilisateurs.
- **Sécurité renforcée** : Vérification des profils, options de signalement et messagerie sécurisée.

### 2. Qualité et prix des services

- **Version gratuite** :
  - ✓ Création de profils.
  - ✓ Recherche et messagerie illimitée avec des compagnons de voyage.
  - ✓ Contenu exclusif, comme des guides détaillés et des réductions partenaires (hôtels, activités).

### Évolution prévue des services :

- Intégration de fonctionnalités d'intelligence artificielle pour des recommandations plus précises.
- Partenariats avec des agences de voyage, Entreprise spécialisés en technologie Les hôtels de transport pour des offres exclusives.

### Analyse SWOT de Travel Meet :

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"><li>• Forte demande pour le voyage collaboratif.</li><li>• Concept innovant et ciblé.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Dépendance au financement initial.</li><li>• Développement technique coûteux</li></ul>
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"><li>• Croissance du marché du tourisme.</li><li>• Partenariats avec agences de voyage et influenceurs.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Réglementations sur les données.</li></ul>

## **Calcul en dirhams (MAD)**

### **Hypothèses**

- **Nombre de clics mensuels sur l'application** : 50 000.
- **Revenu publicitaire moyen par clic** : 0,22 MAD.
- **Pas de version premium** : les revenus proviennent uniquement des publicités.

### **Chiffre d'affaires annuel**

- **Revenus publicitaires mensuels** :  
 $50000 \text{ clics} \times 0,22 \text{ MAD} = 11000 \text{ MAD}$
- **Revenus publicitaires annuels** :  
 $11000 \text{ MAD} \times 12 \text{ mois} = 132000 \text{ MAD}$

### **Analyse des bénéfices**

Si les coûts liés à la gestion de la publicité et au fonctionnement représentent **30%** du chiffre d'affaires :

- **Bénéfice net annuel** :  
 $132000 \text{ MAD} \times (1 - 0,30) = 92400 \text{ MAD}$

### **Résumé**

- **Chiffre d'affaires annuel (CA)** : 132 000 MAD.
- **Bénéfice net estimé** : 92 400 MAD.

### III. MARCHÉ, CLIENTS / Entreprises et produits concurrents :

---

#### Analyse PESTEL de TRAVEL MEET

##### 1. Politique

- **Opportunités :**
  - ✓ Stabilité politique dans de nombreuses régions encourage les voyages internationaux.
  - ✓ Soutien gouvernemental à l'industrie du tourisme dans certains pays (subventions ou initiatives pour la promotion du voyage).
- **Menaces :**
  - ✓ Politiques restrictives pour les données personnelles dans certains pays.
  - ✓ Conflits ou instabilité politique dans certaines régions peuvent limiter l'accès à certaines destinations.

##### 2. Économique

- **Opportunités :**
  - ✓ Croissance constante du marché du tourisme, surtout après une période de reprise économique post-pandémie.
  - ✓ Augmentation des dépenses des consommateurs sur les loisirs et les expériences.
- **Menaces :**
  - ✓ Inflation et augmentation des coûts des voyages pourraient freiner les déplacements.

##### 3. Socioculturel

- **Opportunités :**
  - ✓ Croissance de la demande pour des voyages collaboratifs et personnalisés, surtout parmi les milléniaux et la Génération Z.
  - ✓ Augmentation de l'intérêt pour des expériences uniques et locales plutôt que des voyages traditionnels.
  - ✓ Développement des rencontres sociales autour de thèmes spécifiques, comme le voyage.
- **Menaces :**
  - ✓ Résistance de certains groupes à utiliser des plateformes numériques pour organiser leurs voyages.
  - ✓ Préférences culturelles différentes, ce qui peut compliquer le développement de contenus universels.

## 4. Technologique

- **Opportunités :**

- ✓ Avancées dans l'intelligence artificielle et les algorithmes de recommandations pour personnaliser les expériences.
- ✓ Large adoption des smartphones et de l'internet mobile, facilitant l'utilisation de l'application partout.

- **Menaces :**

- ✓ Dépendance à des plateformes tierces (ex. : App Store, Google Play) pour la distribution de l'application.
- ✓ Risques de cyberattaques et de violations de données utilisateurs.

## 5. Écologique

- **Opportunités :**

- ✓ Sensibilisation accrue des voyageurs à l'écotourisme et à des voyages responsables, ce qui pourrait être intégré comme un axe marketing.
- ✓ Partenariats possibles avec des organisations environnementales pour promouvoir des pratiques durables.

- **Menaces :**

- ✓ Critiques envers les responsables de fortes émissions de carbone.
- ✓ Règlementations strictes sur l'impact environnemental des entreprises technologiques.

## 6. Légal

- **Opportunités :**

- ✓ Développement de politiques favorables pour l'industrie numérique et touristique dans certains pays.
- ✓ Protection des droits des utilisateurs renforçant leur confiance envers l'application.

- **Menaces :**

- ✓ Règlementations strictes sur la collecte et l'utilisation des données personnelles.

## Résumé : Opportunités et Menaces principales

### Opportunités

1. Croissance du marché du voyage collaboratif.
2. Adoption généralisée des technologies numériques.
3. Intérêt croissant pour l'écotourisme et les voyages personnalisés.

### Menaces



1. Concurrence élevée sur le marché des applications.
2. Règlementations complexes et variées sur les données personnelles.
3. Fluctuations économiques et contraintes budgétaires des utilisateurs.

## IV. Plan marketing :

---

### 1. Produit (Product)

- **Caractéristiques principales :**

- ✓ Plateforme gratuite de mise en relation pour voyageurs.
- ✓ Création de profils personnalisés (centres d'intérêt, destinations préférées).
- ✓ Recherche de compagnons de voyage en fonction des destinations et intérêts communs.
- ✓ Fonctionnalités sociales : Messagerie, groupes de voyage, recommandations.

- **Valeur ajoutée :**

- ✓ Accès gratuit à une communauté passionnés de voyages.
- ✓ Mise en avant de l'expérience utilisateur pour maximiser l'engagement.

### 2. Prix (Price)

- **Gratuit pour les utilisateurs :**

- ✓ L'application est financée par des revenus publicitaires et des partenariats.

- **Monétisation indirecte :**

- ✓ Publicités ciblées affichées dans l'application (vidéos, annonces, etc ).
- ✓ Partenariats avec des agences de voyages, hôtels ou compagnies aériennes pour promouvoir leurs services.

### 3. Place (Distribution)

- **Canaux de distribution :**

- ✓ Disponible sur les plateformes majeures : Google Play et App Store.
- ✓ Version web accessible pour les utilisateurs sans smartphone.
- ✓ Présence active sur les réseaux sociaux pour maximiser la visibilité.

- **Promotion des téléchargements :**

- ✓ Campagnes sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, TikTok).
- ✓ Collaboration avec des influenceurs de voyage ou des blogueurs.

### 4. Promotion

- **Stratégies de communication :**

- ✓ Campagnes publicitaires sur les plateformes numériques.
- ✓ Création de contenus engageants : Histoires de voyage, témoignages d'utilisateurs, guides.

- ✓ Publicité sur des sites liés au voyage.

- **Programmes incitatifs :**

- ✓ **Parrainage** : Les utilisateurs gagnent des avantages (ex. : réduction sur des offres partenaires) en invitant leurs amis.
- ✓ Jeux-concours ou cadeaux liés au voyage.

L'objectif principal est de **maximiser le nombre d'utilisateurs actifs** pour attirer des annonceurs et partenaires commerciaux.

## V. Infrastructures (production et gestion), technologie :

---

### Vente / Administration

#### 1. Organisation de la vente :

- Les ventes sont principalement réalisées via la plateforme **TRAVEL MEET** et les campagnes numériques (réseaux sociaux, publicité ciblée).

#### 2. Infrastructure disponible :

- **Informatique** : bases de données sécurisées.
- **Bureaux** : Un espace partagé pour l'équipe de gestion et de développement
- **Équipements** : Matériel pour l'équipe : ordinateurs portables, logiciels de collaboration

#### 3. Acquisitions prévues :

- **Renouvellements** : Modernisation des équipements informatiques pour l'équipe (environ **50,000 MAD/an**).
- **Adaptation technologique** : Ajout de services comme un système de monitoring en temps réel (coût estimé **15,000 MAD/an**).

#### 4. Points forts et faibles :

- **Points forts** :
  - ✓ Équipe réduite, ce qui minimise les coûts d'administration.
- **Points faibles** :
  - ✓ Dépendance à la connectivité internet pour tous les processus.

### Locaux / Immeubles

#### 1. Localisation :

Aucun outil de production physique. Les services administratifs et de développement sont localisés dans un bureau loué dans un espace de coworking situé à **Casablanca**.

#### 2. Statut locatif :

**Locataire** : Loyer mensuel, contrat renouvelable chaque année.

#### 3. Projets d'agrandissement :

- **Court terme** : Pas de projet d'achat ou d'agrandissement.
- **Moyen terme** : Possibilité de louer un espace plus grand en fonction de la croissance de l'équipe.

#### 4. État des installations :

- **Bureaux** : Modernes et bien équipés.

- **Charges locatives** : Incluses dans le loyer, aucun coût supplémentaire majeur à prévoir.

### **Résumé simple :**

- **Vente** : 100% en ligne via la plateforme. Infrastructure informatique bien développée.
- **Locaux** : Location d'un espace de coworking moderne. Pas d'agrandissement immédiat prévu.
- **Acquisitions prévues** : Investissement dans du matériel informatique et des outils technologiques pour améliorer les services.

## VI. Gestion financière/ Planification financière et opérationnelle :

---

### Plan d'investissement

Catégorie	Montant
Local	80000
Frais d'aménagement du local	50000
Frais d'application	40000
Matériel informatique	60000
Avances loyers	15000
Couverture de salaires	50000
Autres	10000
<b>Total investissement</b>	<b>305000</b>
<b>Total fonds de roulement</b>	<b>75000</b>
<b>Total besoin en financement</b>	<b>380000</b>

### Plan de Financement

Catégorie	Montant
<b>Apports des associés</b>	230000
Apport associé 1	115000
Apport associé 2	115000
Subvention	90000
Prêt d'honneur	10000
Crédits bancaires	50000
<b>Total ressources de financement</b>	<b>380000</b>

## VII. Risques pour TRAVEL MEET et mesures de prévention :

---

### 1. Risques Stratégiques :

- **Problème** : Concurrence accrue et obsolescence technologique.
- **Mesure** : Suivi du marché et mises à jour régulières.

### 2. Risques Internes :

- **Problème** : Mauvaise communication interne et perte de talents clés.
- **Mesure** : Formation continue et plan de succession.

### 3. Risques Commerciaux :

- **Problème** : Saturation du marché et changements dans les attentes des utilisateurs.
- **Mesure** : Études de marché régulières et fidélisation des utilisateurs.

### 4. Risques Financiers :

- **Problème** : Hausse des coûts et gestion de la trésorerie.
- **Mesure** : Suivi strict des dépenses et diversification des revenus.

### 5. Risques Exogènes :

- **Problème** : Changements juridiques et politiques.
- **Mesure** : Suivi des lois et réglementations et adaptation proactive.

### 6. Risques de Change :

- **Problème** : Fluctuations des taux de change.
- **Mesure** : Utilisation de couvertures de change.

### 7. Risques Environnementaux :

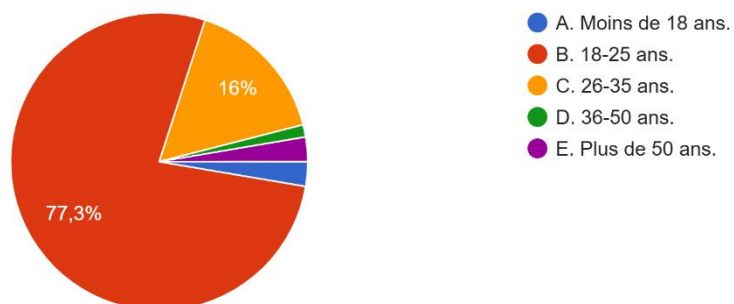
- **Problème** : Impact écologique des centres de données.
- **Mesure** : Choix de fournisseurs écologiques et encouragement de comportements durables.

En résumé, Travel Meet doit anticiper ces risques pour minimiser leur impact, avec des mesures adaptées pour chaque domaine.

## Réponse du questionnaire :

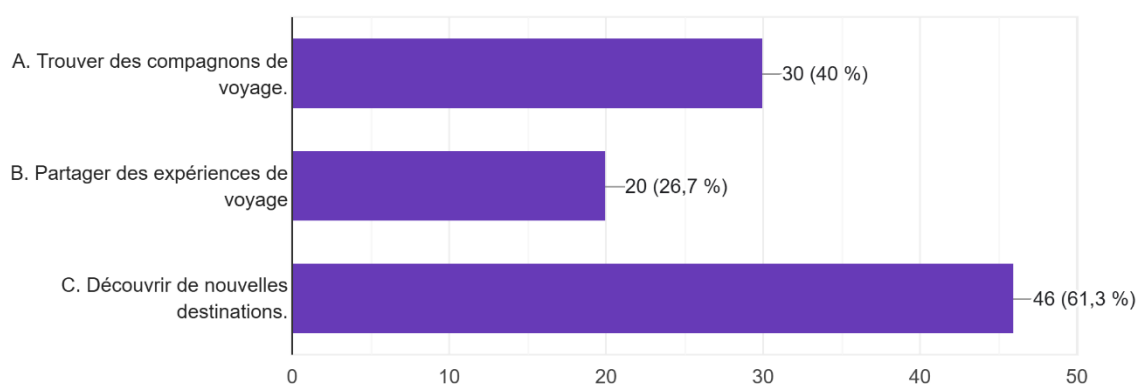
1. Quel groupe d'âge correspond le mieux à votre profil ?

75 réponses



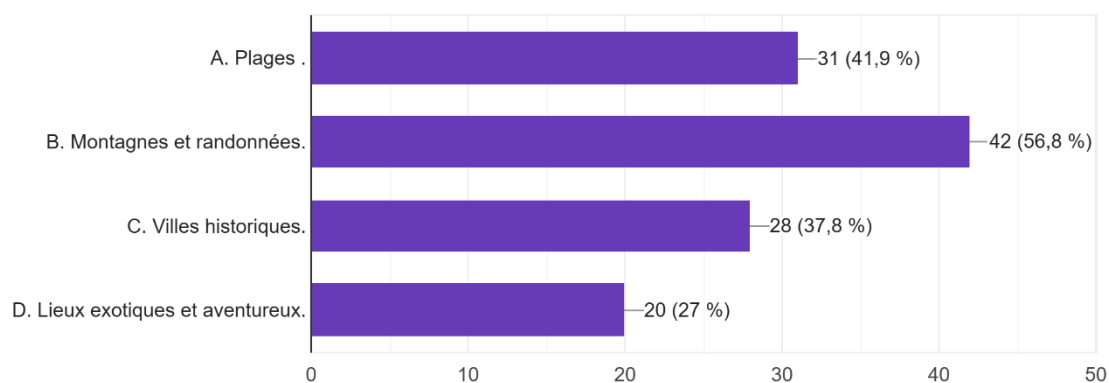
2. Quel est votre principal objectif en utilisant cette plateforme ?

75 réponses



3. Quels types de destinations préférez-vous explorer ?

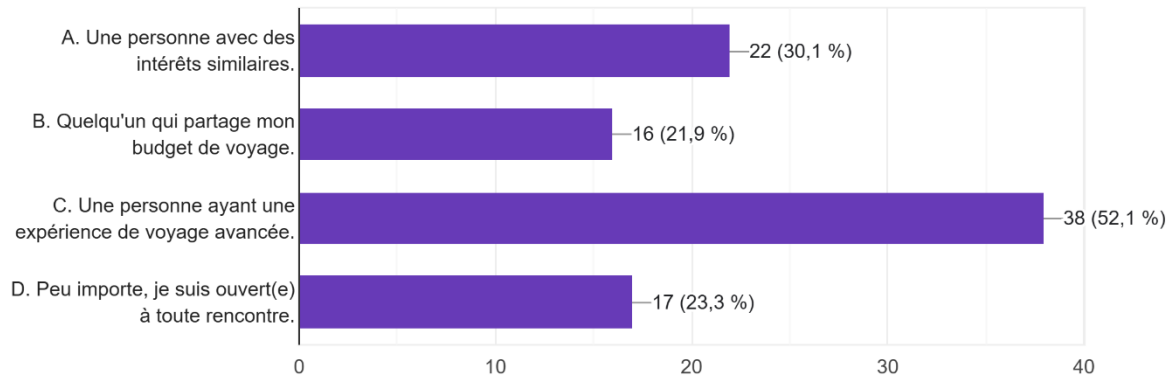
74 réponses





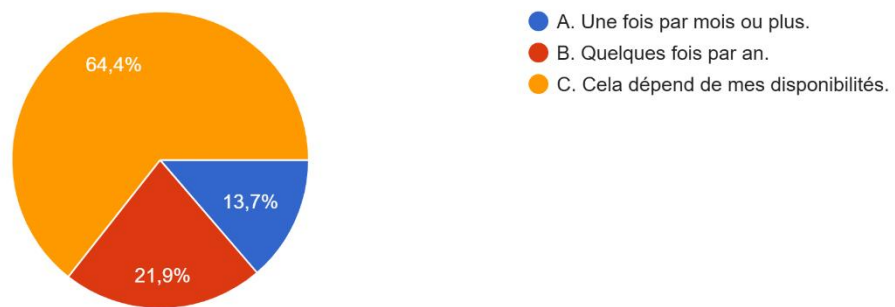
#### 4. Quels critères recherchez-vous chez un compagnon de voyage ?

73 réponses



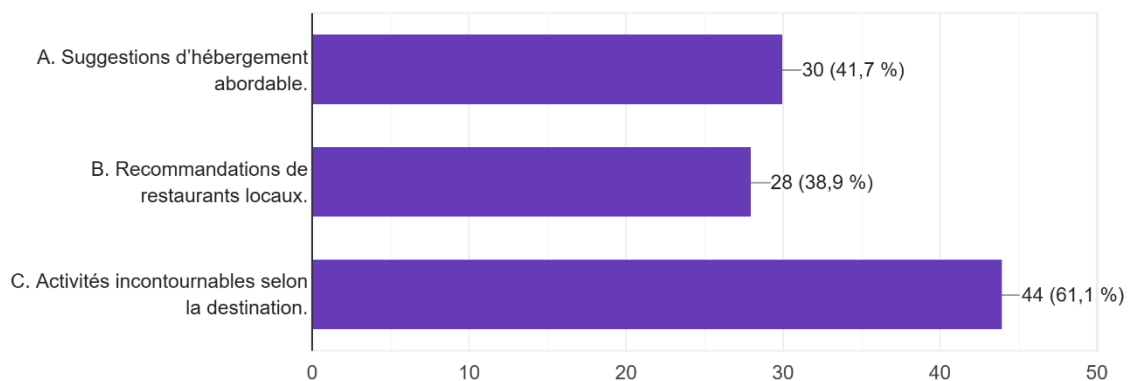
#### 5. Quelle fréquence de voyage correspond à votre rythme ?

73 réponses



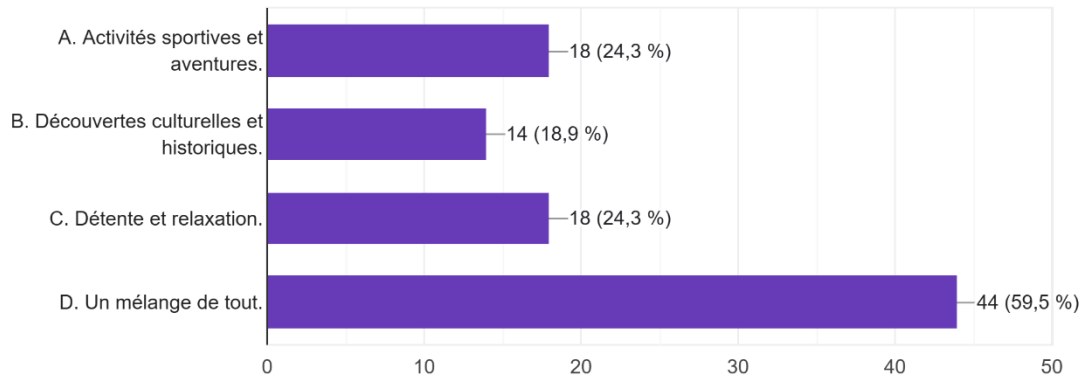
#### 6. Quel type de conseils souhaitez-vous obtenir ou partager ?

72 réponses



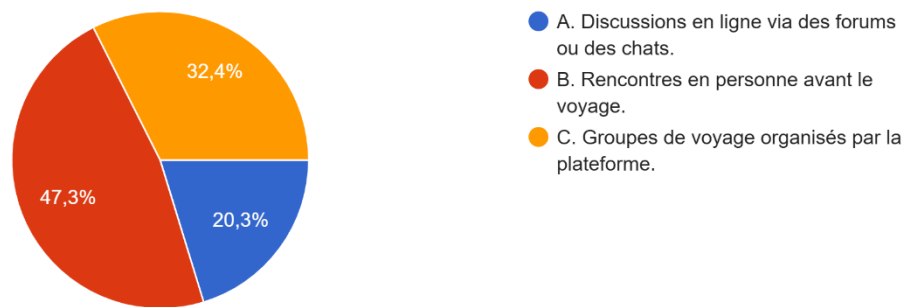
## 7. Quels types d'activités recherchez-vous dans un voyage ?

74 réponses



## 8. Comment préférez-vous interagir avec les autres utilisateurs ?

74 réponses



## **Conclusion**

TRAVEL MEET se positionne comme une plateforme innovante pour connecter les passionnés de voyages, transformant chaque aventure en une expérience sociale enrichissante. Avec une stratégie claire, des objectifs ambitieux et un modèle économique axé sur la publicité, l'entreprise vise une croissance rapide et durable. En anticipant les défis technologiques, financiers et réglementaires, TRAVEL MEET est prête à s'imposer comme un acteur clé du voyage collaboratif.