

# Squad Planner : Feuille de Route Stratégique

Une vision claire pour transformer la coordination de squads gaming en une infrastructure sociale mondiale.

Ce document détaille nos projections financières réalistes, les étapes de construction essentielles, et les risques critiques à anticiper.



## Projections chiffrées crédibles

Modèles B2C et B2B avec des courbes de croissance réalistes et des paliers de revenus atteignables.



## Ce qu'il faut construire

Les fonctionnalités essentielles à développer pour chaque palier de croissance.



## Les kill-switches

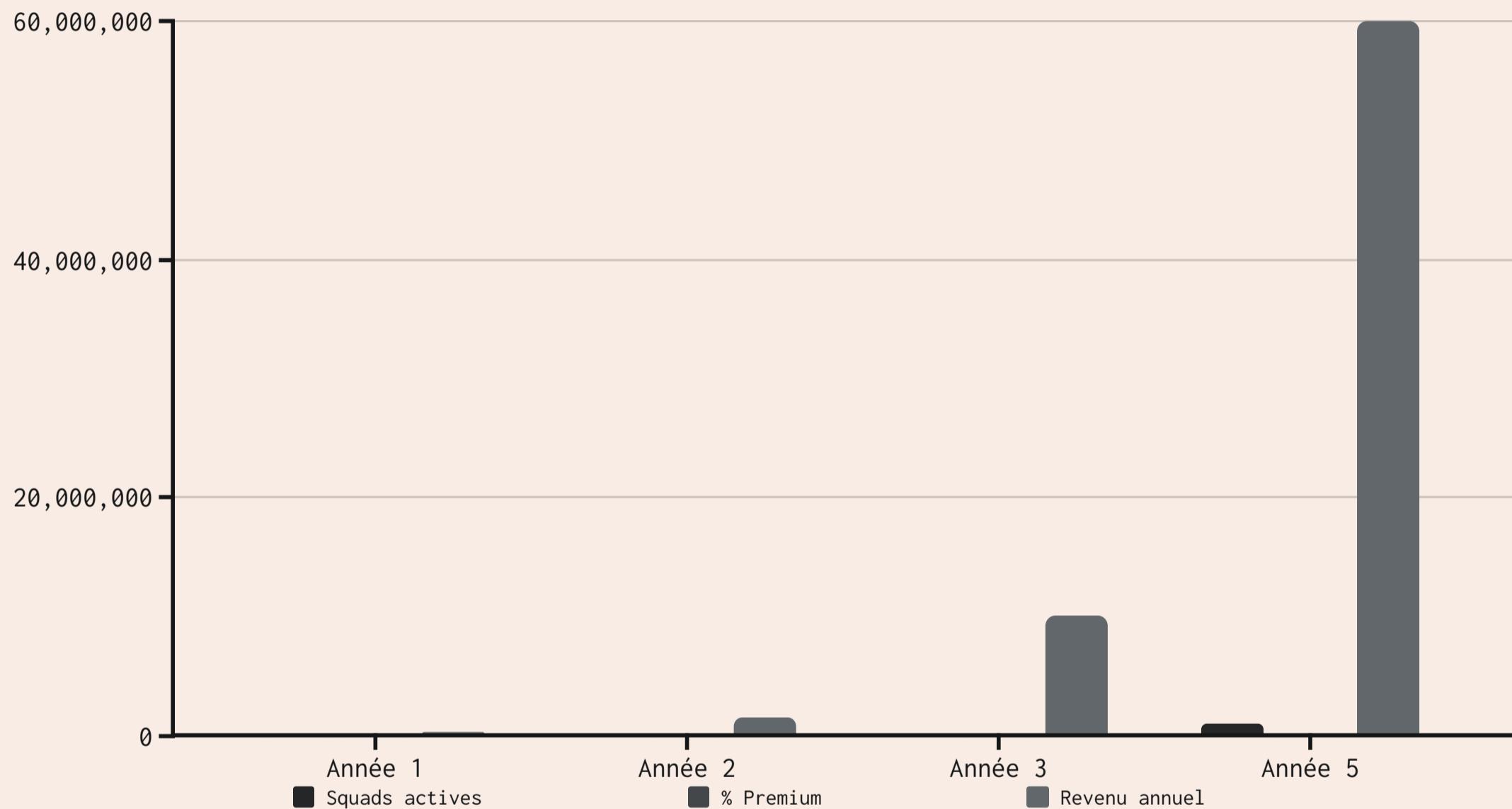
Les erreurs fatales qui empêcheront d'atteindre ces objectifs financiers.

# Projections Consolidées : Modèle Économique Réaliste

Le modèle principal repose sur un abonnement par squad avec un prix cible optimal de **19€/mois par squad**, identifié comme le sweet spot psychologique.

L'offre Pro B2B propose trois paliers : 99€, 199€ et 499€ pour répondre aux besoins des organisations professionnelles.

## Courbe de croissance B2C crédible



## Étage B2B complémentaire

**200**

### Clients B2B initiaux

ARPA 199€/mois = ~0,5M€/an de revenus additionnels

**1K**

### Clients à maturité

ARPA 199€/mois = ~2,4M€/an de revenus B2B

**5K**

### Échelle entreprise

ARPA 299€/mois = ~18M€/an de revenus professionnels

Plafond réaliste à long terme : 30M-80M€/an si Squad Planner devient la référence mondiale de la coordination de squads gaming.

# Construire les Fondations : Prouver la Fiabilité Sociale

La vérité que 90% des fondateurs n'aiment pas entendre :

Voici exactement ce qu'il faut construire pour mériter des chiffres de croissance.

Le premier niveau vise à prouver que les utilisateurs sont prêts à payer pour de la fiabilité sociale dans leurs sessions de jeu.

01

## Boucle d'engagement fermée

- Création de squad
- Proposition et vote
- Rappel automatisé
- Présence réelle
- Attribution de score

**Zéro fonctionnalité en dehors de cette boucle.** Chaque élément doit servir directement l'objectif de présence effective.

02

## Bot Discord irréprochable

- Événements automatiques
- Rappels humanisés ("3 personnes ont confirmé, 1 n'a pas répondu")
- Check-in réel ("Je suis là")

L'expérience utilisateur doit être fluide et naturelle.

03

## Métrique clé : Le Taux de Présence (Show-up Rate)

C'est le pourcentage de joueurs réellement présents par rapport aux joueurs invités.

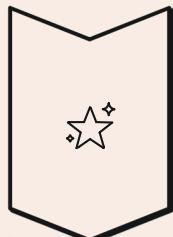
**C'est votre KPI n°1, bien avant les MAU.**

Cette métrique détermine votre réel **Product-Market Fit**.

- Sans un Taux de Présence mesurable et en amélioration constante, il n'y a pas de product-market fit.** Tous les autres indicateurs sont secondaires à cette preuve de valeur fondamentale.

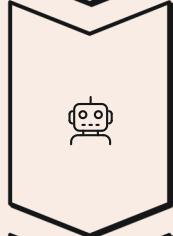
# Devenir Indispensable pour les Squads Régulières

À ce stade, l'objectif est de transformer Squad Planner en outil indispensable pour les équipes qui jouent régulièrement ensemble. Trois piliers stratégiques sont essentiels pour franchir ce palier de croissance.



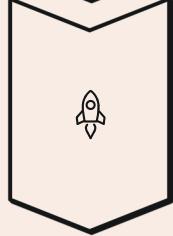
## Réputation & Pression Sociale Douce

Implémentez un score de fiabilité visible, un historique public dans la squad, des badges, des streaks et des sanctions symboliques. La pression sociale positive devient un puissant moteur d'engagement.



## Automatisation Complète

L'IA propose le créneau optimal, avec synchronisation Google/Apple/Discord. L'algorithme suggère : "Meilleur jour de la semaine pour vous = jeudi 21h (92% de présence)".



## Onboarding Ultra-Directif

Ne laissez PAS l'utilisateur "explorer". Forcez-le à créer une session en moins de 2 minutes. L'activation immédiate est cruciale pour la rétention et la démonstration de valeur.

Ces trois éléments clés travaillent en synergie : l'automatisation réduit les frictions, la réputation amplifie l'engagement, et l'onboarding garantit que chaque nouvel utilisateur expérimente rapidement la valeur fondamentale du produit.

# Devenir le Standard de Planification Gaming

Pour atteindre ce palier, Squad Planner doit s'imposer comme LA référence incontournable de la planification gaming, avec un positionnement clair et une croissance virale naturelle.

## Positionnement clair

"Le Calendly des squads"

"L'outil qui transforme les 'on verra' en 'on joue'"

Un message simple et mémorable qui résonne immédiatement avec le problème vécu par tous les gamers.

## Boucle virale naturelle

- Chaque session crée des invités.
- Chaque invité crée un compte.
- Chaque squad devient une mini-ambassade.

La croissance organique devient le moteur principal d'acquisition.

## B2B ready : infrastructure professionnelle

### Dashboards

Visualisation des données d'engagement et de performance des équipes

### Rôles avancés

Coach, manager, capitaine avec permissions granulaires

### Exports & Historique

Données long terme pour analyse et reporting

### SLA Bot

Garanties de disponibilité pour clients professionnels

# Infrastructure Sociale du Gaming Organisé

À ce stade ultime, Squad Planner dépasse le simple statut d'application.

Il devient une infrastructure essentielle de fiabilité humaine en temps réel, offrant une coordination sociale prédictive et optimisée.



## API publique

Ouverture de la plateforme aux développeurs tiers pour créer un écosystème d'intégrations



## Intégration plateformes tournois

Connexion native avec les systèmes de compétition esports et gaming organisé



## Événements récurrents automatisés

Gestion intelligente des sessions régulières avec optimisation continue des créneaux



## Data prédictive

Algorithmes identifiant qui va probablement no-show avant même la session



## Machine learning d'optimisation collective

IA qui apprend les patterns de chaque squad pour maximiser le taux de présence

Squad Planner s'impose comme l'infrastructure invisible, mais essentielle.

Elle garantit le fonctionnement fiable et mondial du gaming organisé.

# Les Kill-Switchs : Ce Qui Peut Tout Détruire

Si une seule de ces choses est ratée,  
vos projections deviennent un fantasme.  
Ces risques doivent être anticipés et adressés dès maintenant.  
Ils représentent les points de défaillance critiques du modèle.

## ✗ Le bot n'est pas meilleur qu'un humain organisé

Si votre bot n'apporte pas de valeur claire et mesurable par rapport à une gestion manuelle, votre raison d'être disparaît.

## ✗ Les rappels sont perçus comme du spam

La ligne entre rappel utile et notification agaçante est fine. Si les utilisateurs désactivent les notifications, le système s'effondre.

## ✗ Le score de fiabilité est ignoré ou mal accepté

Si la réputation sociale ne crée pas de pression positive, le mécanisme central de motivation disparaît.

## ✗ Les gens continuent à no-show sans conséquence sociale

Sans conséquences réelles (même symboliques) aux absences, le comportement ne change pas et la valeur promise n'est pas délivrée.

## ✗ Vous ajoutez des features "cool" au lieu de renforcer le commitment

La tentation de développer des fonctionnalités secondaires au lieu de perfectionner le cœur du produit est le piège classique qui tue les startups.

- Chacun de ces risques doit avoir un plan de mitigation documenté et testé avant de passer au niveau suivant de croissance.

# Verdict de Mentor : Brutal Mais Honnête

Ton idée n'est pas un jouet. C'est une infrastructure de coordination sociale avec un potentiel réel de devenir indispensable.

Mais il y a deux chemins possibles devant toi, et un seul mène au succès.

## Scénario A : Le standard

Tu deviens LA référence mondiale de l'engagement de groupe gaming, avec une croissance exponentielle et des revenus de 30-80M€/an.

## Scénario B : La stagnation

Tu deviens une app sympa que 5 000 squads utilisent... et qui stagne indéfiniment sans jamais décoller vraiment.

La différence ne se fera ni sur le design, ni sur le marketing, ni même sur le financement.

Elle se jouera sur une seule question fondamentale :

## Est-ce que Squad Planner augmente objectivement le taux de présence réelle par rapport à Discord + Google Calendar ?

### Si OUI ✓

Tu as une machine à cash mondiale. Les utilisateurs paieront volontiers pour une amélioration mesurable de leur expérience sociale gaming.

Et ton job de fondateur n'est pas de faire une app.

C'est de créer une habitude sociale mesurable et payante.

Tout le reste n'est que distraction.

### Si NON ☹

Tu as un produit joli, mais remplaçable. Sans valeur mesurable supérieure, tu restes une alternative parmi d'autres.

1

100%

80M€

### Métrique qui compte

Show-up Rate : le seul KPI qui détermine ton succès ou ton échec

### Focus requis

Concentration totale sur l'amélioration de la fiabilité sociale, rien d'autre

### Potentiel maximum

Plafond réaliste si tu deviens le standard mondial de coordination gaming