## Avis d'appels d'offre UEMOA | Africa Diligence

Avril 2020

## **Avril 2020**

BUSINESS PLAN

izyGO

Recherche, comparaison et réservation en ligne de billets de cars

| Mohamed TRAORE: [traore18081997@gmail.com](mailto:traore18081997@gmail.com)

| Alexandre YAO: [ykoffialexandre@gmail.com](mailto:ykoffialexandre@gmail.com)

**RESUME**

Ce business plan présente l’idée de créer l’entreprise izyGO par Mohamed Traoré et Alexandre YAO. Il constitue l’un des supports à présenter à des partenaires pour prestations ou financement. L’entreprise izyGO a son champ d’activité dans le e-commerce et dans le transport. Il se veut attractif car il offre une solution nouvelle et innovante pour les principaux clients.

Tout d’abord, le site izyGO, sise à Abidjan, a pour objectif de fournir un service en ligne de réservation de billets de cars adéquats aux voyageurs et co-voyageurs. izyGO vise la recherche, la comparaison, l’achat et la réservation de billets de cars. izyGO est un site internet où est centralisé la disponibilité des trajets proposés par de nombreuses compagnies de voyage par car, dans la suite simplement nommé « transporteurs ». Il offre alors l’assurance au minimum des réservations de trajets conformes aux besoins particuliers de chaque voyageur. Il procure une solution facile et innovante contre les soucis encourues lors de la réservation physique des billets. Ainsi, izyGO cadre parfaitement avec les besoins à la fois des voyageurs en supprimant par exemple les longues heures d’attentes, mais aussi des transporteurs pour une gestion beaucoup plus digitale de leur principal service en permettant notamment la réservation à tout moment sans interruption des places disponibles. izyGO s’annonce comme l’outil de référence pour la comparaison des services proposés par les transporteurs. De ce fait, il sera le déclencheur d’une saine concurrence entre transporteurs encore plus ciblé vers la satisfaction clientèle.

Ensuite, les principaux clients de izyGO sont les voyageurs, les transporteurs et les agents démarcheurs. Aujourd’hui en Côte d’Ivoire, le nombre de personnes qui voyagent par car est en constante augmentation. De même le nombre de compagnies de voyages ne cesse de croitre. Sur le marché en ce moment, il manque cruellement de solution semblable à izyGO. Celles qui existent souffre de visibilité. Notre force par rapport à la concurrence est de fournir un service professionnel de référence en Côte d’Ivoire, sûr et sécurisé.

Enfin, izyGO regroupe deux principaux collaborateurs qui sont Mohamed Traoré qui eut originellement l’idée et invita Alexandre YAO dans l’aventure. Tout deux conscients du besoin existant et souhaitant participer dans le développement de leur pays, ont lancé izyGO, site internet engageant une idéologie nouvelle, innovante et nécessaire pour initier tous les acteurs du transport en Côte d’Ivoire à la transformation digitale.

# **Entreprise**

# **Contexte historique**

# Le transport en [Côte d'Ivoire](https://fr.wikipedia.org/wiki/C%C3%B4te_d%27Ivoire) est un domaine où le pays s'est illustré. Les infrastructures de transports sont largement plus développées que dans les autres pays de l’[Afrique de l'Ouest](https://fr.wikipedia.org/wiki/Afrique_de_l%27Ouest), malgré une crise qui a empêché leur entretien régulier ou leur développement. Dès son accession à l'indépendance, la Côte d'Ivoire met l'accent sur le développement et la modernisation des transports, tant en ce qui concerne le déplacement des personnes que le transit des [marchandises](https://fr.wikipedia.org/wiki/Marchandise). D'importantes infrastructures sont donc construites, dans les secteurs du [transport routier](https://fr.wikipedia.org/wiki/Transport_routier), du [transport ferroviaire](https://fr.wikipedia.org/wiki/Transport_ferroviaire), du [transport maritime](https://fr.wikipedia.org/wiki/Transport_maritime) et du [transport aérien](https://fr.wikipedia.org/wiki/Transport_a%C3%A9rien). Les 82 000 km kilomètres de réseau routier ivoirien dont 6 500 km de routes revêtus représentent 50% du réseau de l'Union Economique et Monétaire Ouest Africaine (UEMOA). Tout ceci prouve à quel point Le réseau de transport et spécifiquement celui routier ivoirien est bien développé.

# C’est ainsi dans cet écosystème propice au déplacement routier que de nombreuses compagnies de transports interurbains évoluent. La voirie urbaine compte 4 000 km de routes, concentrées à Abidjan. Plusieurs compagnies assurent le transport interurbain par bus, notamment les plus connus UTB (Union des Transports de Bouaké), STIF (originaire de Daloa) et la compagnie Sans Frontières reliant Yamoussoukro au Burkina Faso. Vue la concurrence que se livrent ces compagnies, prendre le bus est devenu le moyen le plus économique pour se déplacer d’une ville à une autre dans le pays.

En revanche, la réservation de trajets avec ces compagnies manque lamentablement d’innovations. Justement, la très grosse majorité des réservations se fait de façon très classique : se rendre en gare pour se procurer un billet. Pour les quelques compagnies qui proposent des sites internet de réservation comme UTB par exemple, ou des sites externes existantes comme Mtick, souffrent considérablement de visibilité et d’attraction. Il y a donc un grand enjeu en ce concerne la digitalisation de la réservation des billets de bus de transport interurbains en Côte d’Ivoire.

**Objectifs et ligne directrice**

Les objectifs sont multiples tant pour les voyageurs que pour les compagnies de voyages.

Pour les voyageurs nous voulions :

* Supprimer les heures d’attentes en gares et les files d’attentes pour la réservation de billets
* Faciliter la réservation des billets de bus pour les voyageurs avec l’achat en ligne
* Large choix de trajets possibles en fonction de critères de comparaison souhaités du voyageur
* Services de réservations possibles en tout temps 24H/24, 7J/7

Pour les compagnies de bus :

* Une bonne visibilité sur le nombre de réservations avant départ de chaque trajet proposé
* Conseil sur la proposition des trajets : utilisation d’outils IA pour prévision des affluences en fonction des périodes de l’année
* Suppression de formalités existantes

Notre ligne directrice est d’assurer un service de qualité, sécurisé et de confiance pour nos clients vis-à-vis des objectifs ci-dessus.

**Organisation**

* Mohamed Traore (Fondateur) :

Mohamed Traore est en deuxième année école d’ingénieur, majeure finance quantitative à l’ECE Paris. Il a pu obtenir une certification en gestion de projet, ce qui lui donne des qualités pour gérer efficacement le projet izyGO. A cela s’ajoute sa certification de l’autorité des marchés financiers qui lui donne des bases solides concernant le règlement à suivre dans le domaine du marché financier.

* Alexandre yao (Co-Fondateur) :

Data scientist de profession, féru de Mathématique et passionné d’intelligence artificielle. il est loin d’être simple observateur de la société ivoirienne, mais acteur de son développement. Ses réalisations concourent à participer à la réalisation en Côte d’ivoire de solutions intelligentes et digitales de développement durable.

**Situation actuelle**

Le site est en construction et est prévu pour lancement en 2021. Nous travaillons avec des partenaires externes de toutes sortes pour mener à bien le projet. Deux axes principaux sont en cours. Le premier est de mettre à niveau les démarches nécessaires à l’aboutissement de notre entreprise : construction de l’équipe opérationnel et du conseil d’administration, écriture du business plan, études du marché, définition stratégie marketing, statut juridique, analyses de risques, …etc. Le second axe est la partie conception du site internet qui est la représentation de toutes les idées et décisions du conseil d’administration constitué en partie des fondateurs. Cette conception se fait grâce à l’équipe opérationnel constitué notamment par des parties prenantes externes.

Le premier axe est terminé. L’entreprise est administrativement, stratégiquement, commercialement et juridiquement établi. Concernant le développement du site internet il est en cours et achevé à 70%.

**Étude de marché**

**Analyse du marché**

**Analyse de la concurrence**

**Analyse qualitative compagnie**

**Analyse qualitative client des compagnies**

**Analyse quantitative**

**Marketing Mix**

**Produit**

IzyGO offre plusieurs services regroupés en fonction de la cible dont les principaux : les voyageurs, les transporteurs et les agents démarcheurs.

Pour un voyageur :

* Espace compte Voyageur (facultatif et permis qu’après inscription sur le site) où est centralisé les informations sur son profil notamment :
  + Informations de connexion et de payement
  + Son historique de voyage
  + Ses commentaires et notes sur ses voyages
* Recherche de billets disponibles pour un trajet demandé
* Filtrage et trie des résultats
* Payement en ligne de la réservation
* Communication des billets réservés

Pour un transporteur :

* Espace compte Transporteur où on retrouve les fonctionnalités suivantes (sorte de Dashboard) :
  + Visualisation des réservations en cours : informations voyageurs ayant réservés, taux de remplissage des trajets proposés, etc…
  + Possibilité d’allouer ou désallouer des places sur le site
  + Lecteur code QR pour check-in digitale des voyageurs le jour du départ
  + Espace contact pour nous remonter toutes les remarques et problèmes rencontrés
* Réception des fonds des réservations toutes deux semaines

Pour un agent démarcheur :

* Espace compte Agence proposant des services d’achat de billets pour les personnes désirant voyager avec les principales fonctionnalités suivantes :
  + A peu près les mêmes fonctionnalités qu’un compte voyageur, sauf les fonctionnalités de commentaires
  + Changement informations trajets 24H avant départ
  + Envoyer un message via la plateforme à izyGO pour faire des suggestions
  + Informations sur l’agence et son propriétaire

Les produits/services décrits ci-dessus ont des points forts. Ces aspects des produits sont en effet les facteurs déterminants qui vont pousser les cibles à utilisation des services.

Pour un voyageur :

* Disponibilité des services 24H/24, 7J/7
* Sécurité de payement en ligne
* Suivi détaillé des voyages effectués
* Possibilité de noter les compagnies de voyages et d’être acteur de sa satisfaction personnelle
* Confort, check-in facile et digitale : suppression des heures d’attentes en gare pour réservation

Pour les transporteurs :

* Digitalisation des formalités de réservations : réduction des couts mis en jeu pour les réservations physique en gare
* Proximité avec la clientèle : compréhension plus enrichie des besoins clients
* Optimisation des gains : transparence dans la réception des fonds de réservation
* Fidélisation des clients au travers du respect des informations horaires des trajets proposés

Pour les démarcheurs :

* Faciliter pour se faire des nouveaux revenus
* Promotion du local de l’agence qui probablement a sa principale activité dans d’autres domaines

En revanche, les services ont certaines faiblesses non négligeables :

* Assurer le bon déroulement et le suivi tout au long du voyage : non suppression des problèmes existant lors des voyages
* Les commentaires et notes fake et non intéressant des voyageurs : nous n’avons pas un système de scoring des commentaires et notes, mais seront filtrés en interne

La qualité de nos services sera certifiée par les compagnies de voyage aux travers de leur confiance en nous. Il faudra engager l’obtention dès le lancement du site internet des certifications qualité service auprès des organisations agrées. Ces services sont prévus pour extension avec la réservation des taxis, bateau bus et trains. Un billet réservé par un voyageur reste la propriété du transporteur. Le billet réservé dure de la date de la réservation jusqu’à l’arrivé à destination du voyage. Le mode remboursement est mis en place. Les voyageurs peuvent facilement effectuer des modifications ou l’annulation de leur billets. Ces aspects des produits sont plus détaillés dans nos conditions générales de ventes.

Le design est un élément très important pour les services proposés. Un site web tient sa renommée souvent grâce à son ergonomie optimale, sa rapidité et son design. La qualité des services doit alors être au maximum priorisé. Notre objectif est que chaque trajet proposé une compagnie partenaire soit à 30% réservé sur izyGO. Sur le maché actuel de la réservation de billet de car en ligne nous visons 85% de parts. Le service après-vente sera assuré avec une communication WhatsApp et une ligne téléphonique.

**Prix**

Les voyageurs qui réservent directement sur le site ou chez un démarcheur ne paye que le prix du billet comme demandé par le transporteur.

Les agents démarcheurs recevront 2.5% du prix d’un billet vendu.

Les compagnies de transport signeront un contrat avec nous en début d’utilisation. Le point le plus important du contrat est nous souhaiterons avoir 10% du total des réservations effectué sur un trajet donné. Par exemple :

* + 20 places vendus pour un trajet Abidjan-Yamoussoukro pour un total de 70 000 F CFA, il nous reviendra 7000 F CFA

Un service premium sera proposé plus tard pour les transporteurs qui offrira une consultation complète sur le réseau.

**Distribution**

L’application ou site internet sera en ligne et donc disponible partout avec une connexion internet à partir de tout appareil avec un navigateur web. Les intermédiaires seront principalement pour le payement. Ce sont les services de télécommunication (Orange, MTN et Moov) et les banques. Ces intermédiaires se font au travers d’API payement. Ces API seront utilisé grâce à un agrégateur à qui il faudra reversé des frais de commission d’à peu près 3% (avec PAYDUNYA par exemple).

D’autres intermédiaires sont les agents démarcheurs. Ils seront les points de connexion pour les personnes ayant des difficultés à se connecter ou à utiliser la plateforme.

**Communication**

Nous mettons en avant notre plateforme de différentes manières.

**Les supports de communication offline**

Pour bien engager la promotion de notre site internet, vous devons impérativement commencer par le mettre en avant sur différents supports de communication

* Cartes de visite

La carte de visite est un outil de communication important, voire incontournable lorsque nous rencontrerons physiquement des partenaires ou des clients. Nous remettrons des cartes de visite à plusieurs occasions : dans les salons professionnels, à l’issue d’un premier rendez-vous avec un prospect, aux membres de notre réseau pour qu’ils les diffusent à leur tour.

Au niveau du coûts de cette forme de communication, il faut compter à peu près 100 000 F CFA pour la création. Pour l’impression, 100 cartes de visites par exemple sont facturées à partir de 10.000 F CFA avec O. live Imprimerie numérique située près de l’immeuble SKYNET à Marcory (Abidjan) sur le boulevard du Gabon. Ainsi, il faut 110 000 F CFA pour avoir 100 cartes de visite.

* Plaquettes commerciales

La plaquette commerciale est un outil de vente important pour toute entreprise, petite ou grande. La [plaquette commerciale](https://www.print-and-web.com/plaquettecommerciale.html) nous permettra de mettre en avant un message à transmettre, l’activité de l’entreprise et nos prestations mises à la disposition des clients.

* Calendrier publicitaire
* Kakemono
* Brochure
* Affiche publicitaire
* Banderole extérieure :
* Communiqués et dossiers de presse
  + Presse écrite
  + Presse numérique
    - Télédiffusion
    - Radiodiffusion

La communication offline est primordiale, mais pas seulement !

## **Les supports de communication online : réseaux sociaux**

L’activité sur les réseaux sociaux nous permet de créer une communauté autour d’un centre d’intérêt commun : notre secteur d’activité. Ainsi, notre entreprise est mise en avant aux yeux des internautes qui sont intéressés par nos offres, nos services, nos produits, et qui sont par ailleurs à l’écoute de nos messages. Cette communication ne sera bien réalisée qu’avec un administrateur réseau sociaux. Nous disposons d’un profil Instagram, LinkedIn, d’une page Facebook et même d’un compte Twitter. Nous intégrerons l’URL de notre site web sur nos propres réseaux sociaux personnel, mais également sur ceux de nos marque annexes. Plus nous multiplierons les points de contact, plus nous aurons des chances d’obtenir du trafic sur le site internet. Nous pourrions aussi contacter des influenceurs.

Ces deux communications sont importantes, mais on accède souvent à un site web à partir d’une recherche internet avec un moteur de recherche. Cela dit, il va falloir améliorer le trafic du site avec des référencement.

## **Optimiser son référencement**

Un bon site internet n’est pas visible s’il n’est pas référencé par Google, c’est-à-dire qu’il n’apparaît pas dans les résultats de recherche de son moteur de recherche. Pour ce faire, il existe deux techniques bien distinctes mais complémentaires : le [référencement naturel](https://www.1ere-position.fr/referencement-seo/) et le référencement payant. Le cout de cette forme de communication peut compter dans le contrat signé avec l’entité qui fera le site web.

**Statut juridique**

**Les emplois**

Conception du site

Hébergement : Le cout plus important est l’hébergement du site internet qui coute entre 2,50€ par mois à 666€. Avec un hébergement VPS haute gamme nous pouvons négocier un tarif à 10€/mois.

Maintenance :

Admin site et réseau sociaux :

Service client téléphonique :

**Moyens de financement**

**Fond propre**

**Emprunt**

**Chiffre d'affaire**

**Trésorerie**

**Compte de résultat**

**Bilan**

**Gestion des données**

**Analyse des risques et des bénéfices**

**Perspectives futures**