

[HappyBox - Sommaire exécutif](#)

[HappyBox - Équipe entrepreneuriale](#)

[1.1 Origines du projet](#)

[1.2 L'équipe exécutive](#)

[1.3 Honneurs et récompenses](#)

[1.4 L'entourage HappyBox](#)

[HappyBox - Innovation et avancement culturel](#)

[2.1 Innovation technique](#)

[2.2 Avancement et contribution à l'industrie](#)

[HappyBox - Plan d'affaires](#)

[3.1 Le choix du modèle Freemium](#)

[3.2 Autre canaux de monétisation du produit](#)

[5.4 Projections des utilisateurs](#)

[HappyBox- Plan de visibilité](#)

[4.1 Stratégie préliminaire](#)

[4.2 Opérations internes](#)

[Annexe 1 - Autre source de financement demandée](#)

[Annexe 2 - Historique du projet](#)

HappyBox - Sommaire exécutif



L'émergence du **Web Crétif** est le marché de l'avenir. HappyBox veut démocratiser la création web et offrir aux jeunes internautes une expérience simple, flexible et abordable qui transforme la création, la publication et le partage d'une page web en **pure partie de plaisir!**

L'opportunité de marché

La situation

Le **Web Crétif** est en pleine expansion. Les applications mobiles ou jeux vidéos capitalisent déjà sur ce facteur pour obtenir un succès viral et mondial afin de monétiser leur produit.



Le problème

Créer une page web est encore une tâche fastidieuse en 2013. L'opportunité de l'émergence du **Web Crétif** n'a pas encore été saisie dans le domaine de la création de **pages web personnalisées**.

Notre solution

HappyBox offre une application de création web. Aucune connaissance de code requise. Une expérience de création simple, flexible et abordable pour démocratiser et catalyser la création web et amorcer une **Révolution Crétive**.



Marché cible

La génération Facebook (14 à 28 ans) qui utilisent chaque jour ces moyens de création afin de communiquer entre eux, s'exprimer et changer leur monde.

Compétition	Ce qui nous distingue
Wix.com	Pages automatiquement adaptées pour mobile et tablette .
Squarespace	Modèle d'affaires adapté à notre clientèle (Freemium)
About.me	Expérience de création favorisant l'imagination et l'expression de soi.

Vente et marketing

Canaux de ventes

1. Équipe marketing interne (The Brendans)
2. Utilisation des réseaux sociaux
3. Publicité web et organique (Événements)
4. Optimisation web SEO

Activités marketing

1. Création du message et de l'image de marque
2. Publicité web payante ciblée (Facebook, 9Gag, Reddit)
3. Participation à des événements (SXSW, Web Summit, ComicCon, etc.)
4. Gestion de la communauté d'utilisateurs HappyBox

Les grandes étapes



Équipe marketing
joint l'équipe (2)
Avril 2013



Bourse Fondation
Montréal Inc.
Mai 2013



Embauche
développeurs (2)
Juin 2013



Lancement de la
phase Alpha
Septembre 2013



Grand
déploiement de
HappyBox!
Janvier 2014

HappyBox - Équipe entrepreneuriale

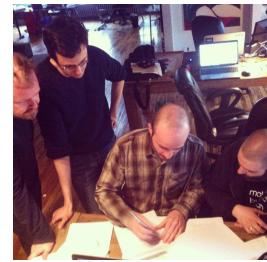
1.1 Origines du projet



De gauche à droite: Francois Lacroix-Durant, Danny Coulombe, Brendan Sera-Shriar, Brendan Tully Walsh, Guillaume Lagacé, Julien Prugne.

Les origines d'**HappyBox** remontent à Octobre 2012, lorsque Danny et Guillaume, co-fondateurs de la société de développement web, **WebRight**, décident de mettre en action leur plan d'élaborer un engin de création de pages web plus flexible et à la fine pointe de la technologie. Ce projet est destiné à une tranche démographique ignorée des créateurs de sites web existants: la “génération Facebook” des jeunes de 14 - 28 ans.

Décembre 2012 marque la deuxième période cruciale pour l'équipe. C'est à ce moment qu'a lieu la rencontre des co-fondateurs d'**HappyBox** avec deux spécialistes du marketing web: **Brendan & Brendan**. Très rapidement les deux équipes débutent leur collaboration autour du projet et sont officiellement partenaires dans le projet à partir du mois d'avril. L'équipe nouvellement formée établit son quartier général au **445 Rue Saint-Pierre** dès le mois d'août.



Signature de la convention

C'est au mois de juin que Julien (administrateur système) et François (développeur) rejoignent les rangs de l'équipe. À partir de ce moment, l'équipe HappyBox, composée de 6 personnes à temps plein est complète. Alliant le développement technique et le marketing à la perfection, l'équipe HappyBox réussit à livrer la première version de son produit qui est désormais en ligne et ouverte au public!

1.2 L'équipe exécutive

Membres



Fiche technique

Nom: Guillaume Lagacé
Web name: @pingmaestro

Position: CEO

Guillaume a la responsabilité de mettre en place la structure globale de l'entreprise. Grâce à ses compétences de leader et son talent à développer des relations d'affaires, il permet à l'entreprise de se bâtir rapidement et d'être entourée par une équipe de conseillers de confiance.

Doté d'un bon sens critique, il est toujours en mesure de procéder à l'arbitrage décisionnel et choisir la meilleure direction pour l'entreprise. Il est également en charge des opérations de prototypage des produits, de veille stratégique, de financement et de communications.

Capacité spéciale: Capable de réciter 32 “inspirational quotes” à la minute.



Nom: Danny Coulombe
Web name: @thewebfather

Position: CTO

Danny est en charge de l'aspect technologique des opérations de l'entreprise. Ses compétences dans la conception de systèmes et d'infrastructures informatiques apportent au projet une dimension de technique inégalée au sein de l'organisation.

Son sens artistique aiguisé amène un souci du détail au niveau du développement de la convivialité et de l'expérience utilisateur des produits. Il est également en charge du prototypage des produits et de l'aspect visuel de la plateforme.

Capacité spéciale: Capable de coder d'une main et faire des push-ups de l'autre, tout en donnant un cours de PHP.



Nom: Brendan Sera-Shriar
Web name: @digibomb

Position: Marketing et communications

Brendan Sera-Shriar has been an interactive designer, developer, college and university professor, community manager, author, consultant, and professional speaker at some of the largest corporations and festivals in the world, including Microsoft, Mozilla Firefox, Sun Microsystems, WordCamp, BlogWorld, SXSW and more. His work has also appeared in TechCrunch, TechVibes, WordPress TV, and a host of other blogs. He was also featured in the October 2012 issue of Marketing Magazine.

Not only does Brendan help others build their businesses he has also founded a few himself, including StartupBump, Creer Magazine, and PressWork.

Despite being known best for his work as a WordPress designer, developer, and WordCamp speaker and organizer, Brendan's best communications skills lie in his ability to help organizations understand how they can build communities around their products and services.

Capacité spéciale: Was once able to sell an Eskimo to a refrigerator.



Nom: Brendan Tully Walsh
Web name: @tullycaster

Position: Marketing

Brendan Tully Walsh is a marketing communications consultant with a decade and a half of experience as a national broadcast journalist, writer, public speaker and marcom strategist. With an Edward R. Murrow award and two AP awards for regional political and business coverage, Brendan has a keen editorial sense that has served his clients in all areas of marketing, communications and PR.

Working with a wide variety of companies from startups to fortune 100 companies, Brendan brings unique insights from both sides of the pitch, cutting through the clouds to help present complex topics to new, lay and non-technical audiences with clarity. Brendan's work consulting for some of the world's largest ISPs garnered him an Interactive Marketing Award and two League Communications Professionals Awards.

Capacité spéciale: Plays the blues until his guitar gently weeps.

1.3 Honneurs et récompenses

Toute l'équipe HappyBox représente fièrement la ville de Montréal! Leur vision et leur dynamisme leur a déjà valu les honneurs de la communauté entrepreneuriale.



LAURÉAT FONDATION MONTRÉAL INC.



2e Place PRIX MONTREAL INC.

1.4 L'entourage HappyBox

Nom complet	Rôle	Occupation	Date de
--------------------	-------------	-------------------	----------------

rencontre



Davender Gupta

Mentor

Venture Catalyst

04/2012



Douglas Leahey

Mentor

Business Coach -
YES Montreal

06/2012



René Koné

Fiscaliste

Comptable chez
Cogitax

02/2011



Me. Kerry Williams

Avocat

Avocat chez Creative
Legal

09/2012

HappyBox - Innovation et avancement culturel

2.1 Innovation technique

En résumé: Notre produit agit comme logiciel en tant que service. Il n'y a alors plus besoin d'installer une application de bureau, mais d'utiliser un programme client-serveur (Service Web). Il faut le voir un peu à la manière d'une feuille acétate qui se dépose sur un nom de domaine existant et permet instantanément de créer un site web ou d'en éditer son contenu.

Un système de gestion de contenu entièrement conçu à Montréal

Qu'est-ce que le système HappyBox ?

Dans le jargon technique, **HappyBox** est un **système de gestion de contenu** (Content Management System ou simplement **CMS**). Il s'agit d'une infrastructure destinée à la conception et à la mise à jour dynamique de sites Web. Ce type de logiciel permet les fonctionnalités suivantes:

- la gestion du contenu web (texte, images, vidéos, etc.);

- séparation des opérations de gestion de la structure et du contenu;
- automatisation de l'affichage du contenu;
- ils permettent de hiérarchiser les utilisateurs et de leur attribuer des rôles et des permissions (utilisateur anonyme, administrateur, contributeur, etc.) ;

Pourquoi est-ce si important d'en construire un?

La construction d'un système de gestion de contenu **pour notre clientèle est indispensable.** En visant une clientèle jeune se situant entre 14 et 28 ans, il est impératif de prévoir un système intuitif qui ne requiert aucune connaissance technique approfondie. À la manière d'un *PowerPoint* l'utilisateur peut glisser et déplacer des sections ou du contenu et le modifier en temps réel directement sur la page. Pour engager cette clientèle, il faut un engin de création capable de produire des sites web dynamique et mis à jour régulièrement. **Un CMS permet d'accomplir ces objectifs importants pour délivrer l'utilisateur de la charge technique:**

- effectuer une séparation entre le code et le contenu;
- un système nécessitant peu de connaissances techniques requises pour assurer les modifications;
- autoriser plusieurs personnes à travailler dans un même environnement avec des permissions et accès différents.

Comment HappyBox a conceptualisé ce CMS ?

Niveau performance

Les CMS actuels sont fondés sur un travail communautaire où tous les individus bénéficiant du service sont amenés à participer au développement continu du système. La communauté open-source est très enclue à s'impliquer dans ces projets, mais le niveau de compétence est très variable. Il résulte que la majorité des modules sont constamment en développement et parsemés d'erreurs.

Notre produit est similaire à l'établi du menuisier. Il s'agit d'un espace de travail où tous les outils nécessaires à la création web sont à porté de clic. La plateforme de travail créée par HappyBox réunit en un seul et même endroit tout ce qui est nécessaire pour bâtir des sites web personnalisés et performants.

Niveau technique

Afin de proposer une solution complète, il est impératif de mettre en place un CMS pour répondre aux exigences des quatre opérations de base pour la persistance des données, en particulier le stockage des informations en base de données. L'acronyme informatique **CRUD** désigne ces opérations:

- **C**reate (Créer)
- **R**ead (Lire)
- **U**pdate (Mettre à jour)
- **D**elete (Supprimer)

Les fonctionnalités du service et calendrier des réalisations

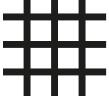
La plateforme de travail comporte une gamme d'outils favorisant la rapidité et la souplesse du développement. Son objectif principal est de regrouper ceux-ci afin de concevoir un environnement de travail unique pour les professionnels du web.

PHASE 1: Version Alpha - Côté client

Points importants: Cette phase a été développée en priorité afin de démontrer qu'il était possible d'offrir une solution novatrice pour la création web. Tout est fonctionnel et peut être essayé sur www.happyboxcms.com

Temps de développement: Juillet 2013 - Septembre 2013

État: Complétée et opérationnelle

Produit	Description	Phase	%
 Content Editor	Permet aux utilisateurs de créer du contenu web aussi simplement qu'ils pourraient le faire dans un logiciel comme PowerPoint ou Word.	Phase 1	100 %
 Drag & Drop	Permet aux utilisateurs de glisser et déplacer des sections pour donner un aspect personnalisé à leur page et en modifier le contenu rapidement.	Phase 1	100 %
 Grid System	Chaque site est créé à l'intérieur d'un système de grille permettant d'adapter chaque page à toutes les résolutions d'écrans (mobile, tablette ou ordinateurs de bureau)	Phase 1	100 %
 Layout Manager	Permet aux utilisateurs de créer leur propre thèmes HappyBox grâce à la technologie Flex. Cette phase est encore en test, mais fonctionnelle.	Phase 1	80 %

PHASE 2 - Version Alpha - Côté serveur

Points importants: Cette phase est cruciale, car c'est au cours de son développement que nous pourrons offrir notre solution en tant que **service web fonctionnel**. Grâce à ces fonctionnalités, le service pourra répondre aux exigences des quatre opérations de base (CRUD) pour la persistance des données, en particulier le stockage des informations en base de données. Notre service est soutenu par une architecture montée sur Amazon Web Service.

Temps de développement: Juillet 2013 - Octobre 2013

État: Complétée et opérationnelle

Produit	Description	Phase	%
 Content Management System (CMS)	Permet aux outils de la planche de travail de communiquer les modifications et de les enregistrer sur un serveur. Sert également à transmettre le résultat final aux visiteurs du site web.	Phase 2	100 %
 System Administration	Notre administrateur système a monté une structure échelonnable sur Amazon Web Services pouvant automatiquement créer de nouveaux serveurs en cas de demande accentuée. Chaque serveur micro peut soutenir jusqu'à 1000 utilisateurs.	Phase 2	90 %
 Database	Notre administrateur système a monté une structure de volume EBS sur chaque instance HappyBox afin d'offrir une tranche de stockage unique et sécuritaire à chaque utilisateur.	Phase 2	90 %

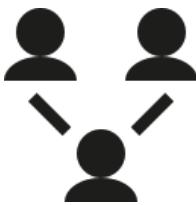
PHASE 3 - Version BETA - Monétisation de la plateforme

Points importants: Une fois le cœur de la plateforme développé, l'étape suivante est de mettre à la disposition de nos utilisateurs une expérience d'achat implementé au cœur de l'application.

Cette fonctionnalité, au cœur de notre modèle de revenus, permettra aux utilisateurs d'acheter des fonctionnalités supplémentaires afin d'augmenter la personnalisation de leur espace virtuel.

Temps de développement: Novembre 2013 - Mai 2014

État: En cours

Produit	Description	Phase	%
 Happy Store	Mise en place d'un "Happy Store" dans lequel il sera possible d'acheter des fonctionnalités supplémentaires. Par exemple, il sera possible d'augmenter son espace de stockage, accéder à des statistiques ou encore acheter un nom de domaine personnalisé (monnom.com)	Phase 3	80 %
 Network Effect	La page d'accueil HappyBox permettra de promouvoir les projets de la communauté par des votes populaires. De plus, chaque page publiées sur HappyBox affichent une vignette promotionnelle proposant de créer une page similaire grâce à nos services. Nous souhaitons appliquer les enseignements de Seth Godin et utiliser le Network Effect pour diffuser HappyBox de façon virale.	Phase 3	80 %

PHASE 4 - Version FINALE et élargissement du marché

Les enjeux: C'est au cours de cette phase de développement que nous élargirons notre segment de marché pour mettre en place une stratégie de développement de marché en offrant une gamme de produits pouvant s'adresser aux professionnels du web (designers et développeurs principalement).

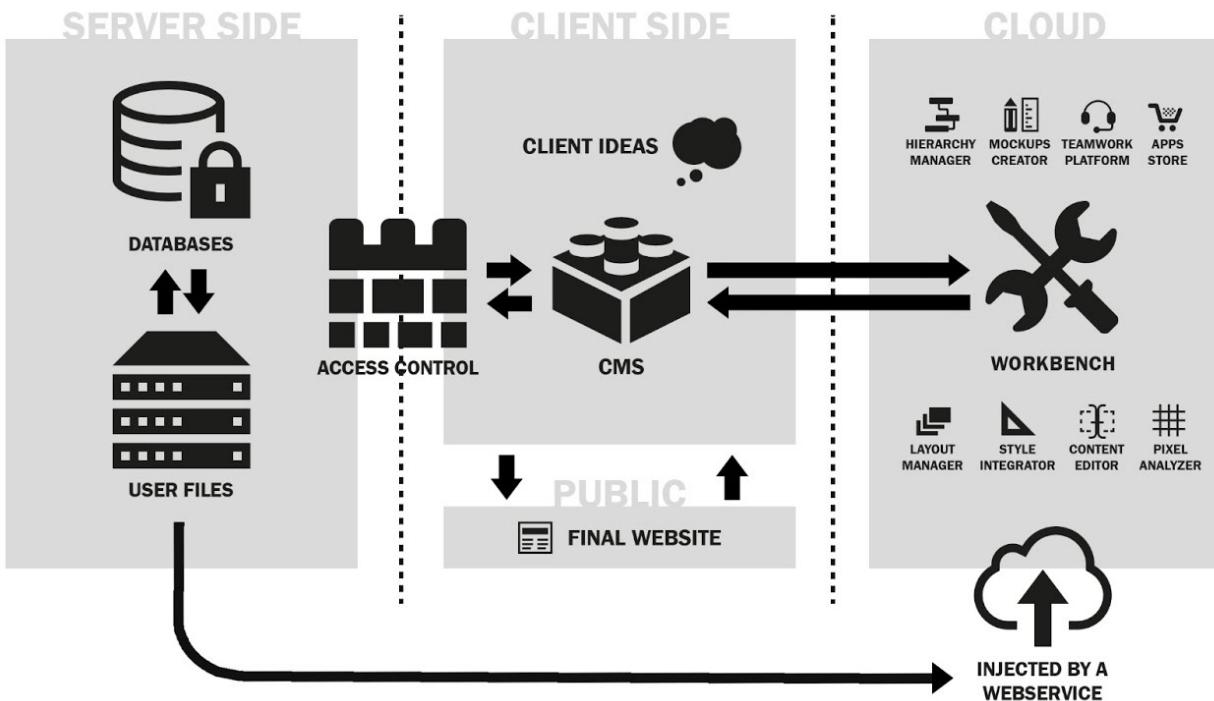
Temps de développement: Juin 2014 - Octobre 2014

État: Fonctionnel, opérationnel et confidentiel (réservé à l'équipe exécutive uniquement)

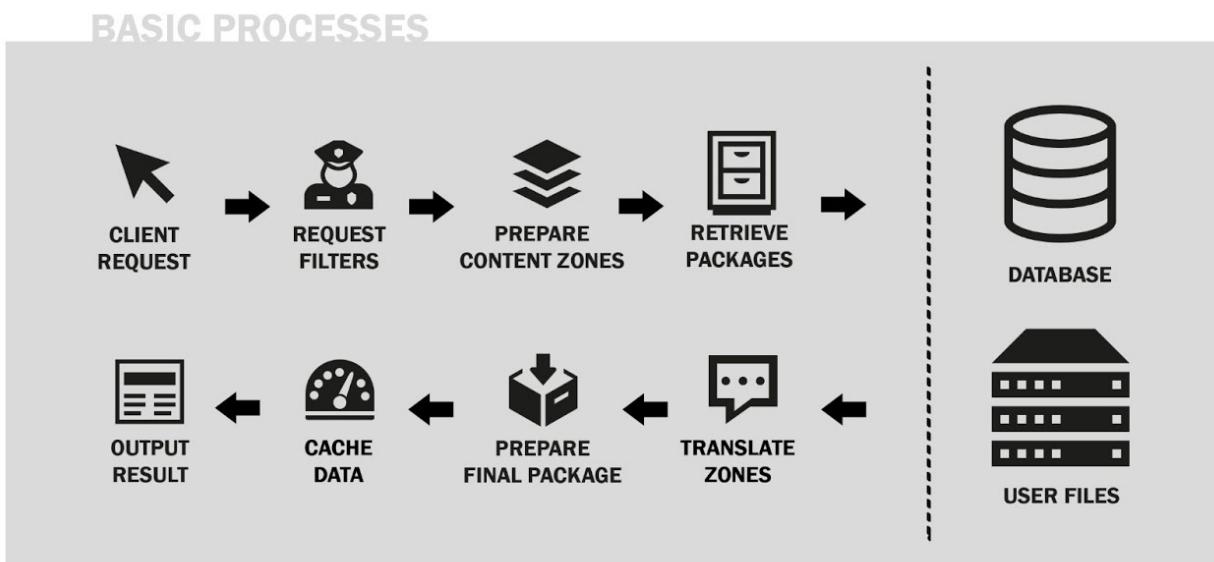
Produit	Description	Phase	%
 Code manager	Permet aux développeurs de concevoir leur site web et de personnaliser son aspect visuel. Permet d'éditer HTML, CSS, Javascript et PHP.	Phase 4	60 %
 Files Browser (FTP)	Permet aux développeurs et aux utilisateurs d'ajouter et de gérer facilement les fichiers disponibles sur le site web.	Phase 4	60 %
 Document Inspector	Permet aux développeurs de repérer avec précision les éléments servant à bâtir et styliser le site.	Phase 4	20 %

Un aperçu rapide de l'infrastructure du Service Web actuel

INFRASTRUCTURE DU SERVICE WEB



STRUCTURE DU CMS



2.2 Avancement et contribution à l'industrie

Que font les jeunes sur internet en 2013?

Si vous avez répondu passer trop de temps sur Facebook et Youtube et bien vous n'avez pas tout à fait raison! Mais ne vous en faites pas. Nous sommes là!

En 2013, les jeunes de la “Génération Facebook” sont les plus GRANDS créateurs de contenu sur le web!

Question bonus pour vous racheter!

Reconnaissez-vous certaines de ces icônes? 

Quel est votre score? Il s'agit d'Instagram, Tumblr, SnapChat, Vine, Minecraft et d'un *meme* très populaire utilisé sur les sites comme Reddit, Imgur ou 9Gag.

Si vous vous sentez dépassé, ne vous inquiétez pas! Ces services ont tous vus le jour très récemment, mais ont connus un succès monstre auprès des jeunes de 14 à 28 ans.

La raison se trouve dans le fait qu'ils ont tous **un dénominateur commun!** Il ne s'agit pas nécessairement de leur fonction “réseau social”, mais plutôt que ces services font partie de la nouvelle tendance émergente sur internet: **le web créatif.**

Par le passé, le web a traversé deux grandes époques. La première époque fut le “web 1.0” ou “web académique” qui eut lieu lors des débuts d'internet. À cette époque, le gouvernement et les universités étaient les principaux contributeurs de la grande toile. La deuxième époque, le “Web 2.0” ou “web social”, connaît son émergence grâce à des services comme MySpace, Wikipedia et Facebook. La collaboration et le partage deviennent les piliers du web.

Depuis plusieurs années, des gens très influents sur la scène technologique californienne tels que Joi Ito du *MIT Media Lab* ou Dave McClure de *500 Startups* mentionnent que nous sommes à l'aube de l'âge d'or de la création. Sur internet ce mouvement prend le nom de **Web Créatif.**

Les jeunes utilisent chaque jours ces moyens de création afin de communiquer entre eux, s'exprimer et changer leur monde.

Quelle est la "création ultime" sur le web?

Chez HappyBox nous avons fait le pari qu'il s'agit d'une page web.

Que retrouve t'on en ce moment sur le web?



L'importance de passer d'une page personnelle à une page personnalisée

D'une part, il y a des créateurs de pages web tels que Wix, About.me, Weebly ou même encore Squarespace. Ces services sont principalement conçus pour les entrepreneurs, les petites et moyennes entreprises cherchant à promouvoir leurs produits et leurs services. Leur modèle d'affaires d'inscription mensuelle est orienté à satisfaire une clientèle professionnelle et plus corporative.

On retrouve également dans le paysage des pages web personnelles des services tels que Facebook ou Tumblr. Il est possible de créer rapidement une page ou un profil, mais il devient très difficile voire impossible d'en modifier l'apparence profonde ou la disposition.

Les tendances ne trompent pas, les jeunes sont de attirés par la création et les passions sont découvertes très jeunes grâce aux applications, services ou jeux vidéos misant sur la créativité. Demandez à un jeune ce qu'il est possible de faire dans *Minecraft* et vous aurez l'impression de parler à un architecte pendant quelques minutes! Nous voulons faire de HappyBox l'épicentre de ce nouveau mouvement **web créatif** en offrant une expérience de création simple, flexible et abordable. Nous savons que pour réussir il faut offrir une plateforme permettant la création de **pages personnalisées**.

Beaucoup de chemin a été parcouru dans la dernière année et nous avons déjà réalisé trois étapes importantes jusqu'à présent qui nous ont **menées à notre première version publique**.

1. Création intuitive



The screenshot shows the HappyBox interface. On the left is a sidebar with navigation links: My account, Dashboard (highlighted in green), test, Wireframe, System, Database, Code, Style, Structure, Content (highlighted in blue), and Preview. Below these are buttons for Save, Reset, and Publish. A dropdown for Device shows 'Default' and 'Emulation: 480'. Configuration options include Show tooltips and Sound effects. User guide and feedback links are also present. The main area features a 'Content Block 3' section with two text boxes containing placeholder text. Below this is a 'Your' section with three input fields for dropping pictures, each labeled 'DROP A PICTURE HERE'. At the bottom is a 'Get in touch with me' section with a contact form and a toolbar with various icons.

En quelques clics, il est possible de créer et personnaliser la page à la manière d'un PowerPoint et la publier immédiatement sur le web pour la partager à vos amis et votre famille.

2. À la fine pointe de la technologie



The screenshot shows the HappyBox interface with a mobile device emulation set to 'iPhone 3'. The main area displays a smartphone screen with the text 'Get in touch with me' and 'Invite users to contact you easily using the button below.' A blue 'Contact me' button is visible. At the bottom is a copyright notice: '© Copyright 2013. Your name here.' The interface includes a sidebar with the same navigation and configuration options as the desktop version, and a toolbar at the bottom.

HappyBox se place à la fine pointe de la technologie et transforme votre création à toutes les résolutions d'écrans et est accessible partout en tout temps.

3. Possibilités illimitées



The screenshot shows the HappyBox interface. On the left is a sidebar with navigation links: My account, Dashboard, test, Wireframe, System, Database, Code, Style, Structure, Content, Preview, Markup, Configuration, Show tooltips, Sound effects, Grid System, Tools, User guide, Feedback, and Logout. The main area features a wireframe editor with a grid system. A central 'Content Block 3' contains four social media icons: Facebook, Twitter, LinkedIn, and Google+. Below this is a 'Your Gallery' section with a placeholder text: 'Describe why these pictures are here and what they represent for you.' To the right is a 'Code Manager' window showing PHP code for 'boot.tpl.php', and a 'File Browser' window listing various files and folders.

HappyBox offrira également des fonctionnalités avancées aux designers, développeurs en herbes, mais également pour les jeunes plus audacieux. Bientôt, il ne leur faudra qu'un seul clic pour plonger directement dans le code de leur site web et repousser les limites de leur imagination.

4. Les résultats

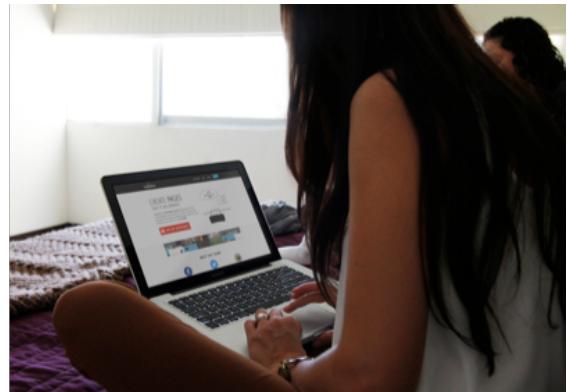
Nous n'en sommes qu'à la **phase Alpha** et déjà plusieurs sites ont été créés en utilisant **HappyBox**. Du fan d'un groupe de musique à la page personnalisée de Brendan, en passant par une page créée par une petite fille pour la présentation orale d'Electrocats.

The image displays three examples of websites built with HappyBox:

- Captain Beefheart and The Magic Band:** A fan page featuring a large circular portrait of Captain Beefheart, a "Who is he?" section with a small image of him, and a grid of smaller images at the bottom.
- Bonjour.Voici une nouvelle sorte de chat très économique!**: A website for a low-cost cat food brand. It features a cartoon cat icon, French text, and a "Comment créer un électrocat" section with illustrations of a black cat and a yellow star.
- Hello, I'm Brendan Sera-Shirar:** A personal website for Brendan Sera-Shirar, Co-Founder of Brendan & Brendon and digibom. It includes a photo of him holding a sunflower, a "More about me" section, and a "Where I blog" section with links to his various online platforms.

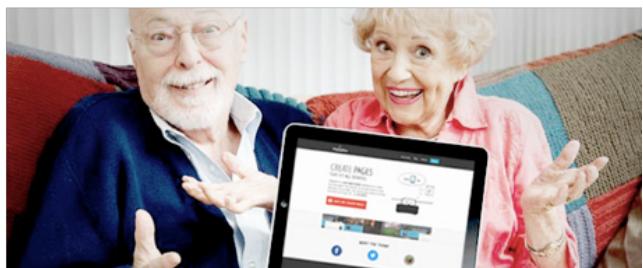
Notre marché cible

Notre marché cible principal est celui de la “génération Facebook”. Il s’agit de la génération des 14 - 28 ans ayant grandi avec l’internet et découvrant chaque jours de nouvelles possibilités de création et de moyens d’expression. Les jeunes utilisent chaque jours ces moyens de création afin de communiquer entre eux, s’exprimer et changer leur monde.



Le web est consommé sur une multitude de résolutions. HappyBox adapte automatiquement chaque page!

Mais ça ne s’arrête pas là! HappyBox a mis l’emphase sur une expérience de création simple, flexible et abordable et il y a fort à parier que les petites entreprises et travailleurs autonomes seront charmés par de la plateforme. Il est également possible de supposer que HappyBox saura plaire aux moins jeunes qui veulent rester à la page de la technologie ou même impressionner leurs petits-enfants.



Un entrepreneur satisfait grâce à HappyBox!

La contribution à l'industrie

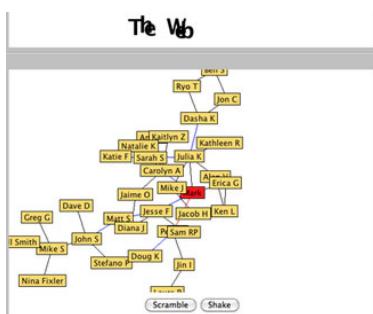
Si on demande à quelqu'un de 28 ans comment a-t'il débuté à intéragir avec le web, il vous répondra sans aucun doute **Geocities**, **MySpace** ou encore **AngelFire**. C'est par ces services que toute une génération a construit sa première page web personnalisée.



Leur incapacité à suivre les nouveaux standards technologiques aura sonné le glas de ces services. Mais le plus malheureux est qu'ils sont également disparus en entraînant avec eux leur philosophie qui marquait les balbutiements du web: **offrir l'opportunité de réaliser des choses que les utilisateurs n'auraient jamais pu croire être en mesure de faire.**

Au milieu des années 90, la réalisation de soi, l'expérimentation et la découverte de nouvelles frontières sur le web étaient au cœur de ce qui deviendrait une révolution numérique faisant passer le web du virtuel au monde physique.

Peut-être avez-vous le souvenir des sites un peu décalés et rigolos qui ont marqué les débuts du web. Derrière l'apparence un peu loufoque de ces pages web s'est formé une véritable ruche de talents. En démocratisant les outils de création web, une révolution numérique sans précédent eu lieu.



Un des exemples les plus représentatifs est probablement: celui de **Mark Zuckerberg**. Le créateur de **Facebook** a largement crédité AngelFire pour son parcours dans le domaine de la technologie. C'est sur AngelFire qu'il va construire la toute première ébauche de son "Social Graph". Grâce à cette philosophie axée sur la création libre, flexible et simplifiée, le web a été rapidement démocratisé et fut propulsé dans la sphère quotidienne.

HappyBox a pour mission de ranimer cette philosophie grâce à la technologie actuelle et un modèle d'affaires permettant de se placer en tant que **pilier de la Renaissance du Web**

Créatif.

HappyBox - Plan d'affaires

3.1 Le choix du modèle Freemium

Le freemium est un modèle économique associant une offre gratuite, en libre accès, et une offre « Premium », haut de gamme, en accès payant.

Il y a deux façons d'aborder les enjeux du concept de freemium. Premièrement, il agit comme un moyen d'attirer les utilisateurs en plus grand nombre grâce à une version gratuite, mais limitée. Après avoir utilisé le produit, il est possible de monétiser la plateforme en offrant des fonctionnalités payantes telles que:

1. Nom de domaine personnalisé ([monsite.com](#))
2. Espace de stockage plus grand pour afficher du contenu média
3. Des fonctionnalités avancées comme l'intégration d'applications ([Instagram](#), [Eventbrite](#), [Pinterest](#), [SlideShare](#), [Paypal](#), etc.)
4. Des fonctionnalités d'animation de contenu dynamique
5. Des formulaires (*web forms*) personnalisés.
6. Promouvoir son site web en page d'accueil
7. Enlever les mentions HappyBox sur le site web (*white label*)
8. Pouvoir créer plusieurs projets, inviter des collaborateurs, accéder aux fonctionnalités avancées de l'application et plus encore.

Une autre façon d'aborder le freemium est de considérer les utilisateurs de la version gratuite comme des évangélisateurs de l'application et d'utiliser leur nombre comme un levier de rentabilisation et de publicité. Chaque page créée gratuitement sur HappyBox possède la mention “Création web simplifiée avec HappyBox”. Les réseaux sociaux implémentés d'office dans chaque page peuvent également aider à bénéficier d'un effet de réseau ou même de devenir virale.

Le modèle *Freemium* bénéficie généralement de la règle des 5 à 7% d'utilisateurs payeurs dans le processus de monétisation de la plateforme. Notre modèle d'achat de fonctionnalités à la pièce permet également de bénéficier d'un bonus de 2 à 3% d'acheteurs compulsifs qui n'hésitent pas à acheter plusieurs fonctionnalités à la fois afin de sauver du temps ou tout simplement pour jouir de l'expérience et des fonctionnalités complètes que peut offrir la plateforme.

Il s'agit d'un modèle très connu auprès de notre marché cible puisque le Freemium est utilisé fréquemment pour les applications mobiles, les jeux vidéos ou encore les services web.

3.2 Autre canaux de monétisation du produit

1. Services de développement personnalisés

Stratégie: Service de développement sur-mesure Premium

Début envisagé: Octobre 2014 - Projet-pilote validé et confirmé avec **Maaco** et **Meineke**

Une infrastructure sera mise en place le plus rapidement possible afin d'offrir à nos clients la possibilité d'acheter un service personnalisé chez HappyBox. Il s'agit d'une source importante de revenus sur le marché des systèmes de gestion de contenu comme pour WordPress. Voici un tableau des tarifs mensuels de support pour entreprises (excluant les coûts variables en programmation et design)

Stratégie provisoire de prix	Bronze	Argent	Or
Support	Email	Email	Téléphone
Thème premium inclus	-	-	50 +
Espace disque	3 Go	13 Go	Illimité
Sauvegarde (backups)	Inclus	Inclus	Inclus
Bande passante mensuelle	Illimitée	Illimitée	Illimitée
Prix	99 \$ / mois	199 \$ / mois	299 \$ / mois

Nous avons déjà mis en place un projet-pilote avec Brendan Sera-Shriar qui a établit un contact avec une agence californienne (Pitch Agency). Au courant de l'été 2013, Pitch Agency était en transition avec leurs fournisseurs de services web. La PDG a accepté d'utiliser HappyBox durant une période de 3 mois. Cela a permis à notre équipe d'élaborer une stratégie préliminaire pour le service personnalisé que nous mettrons officiellement en place d'ici octobre 2014. Au cours de cette période nous avons eu l'occasion de produire des pages web pour les plus grands détaillants de réparation de voitures aux États-Unis: **Maaco** et **Meineke**.



2. Flux de revenus secondaires

Stratégie: Le magasin d'applications

Début envisagé: Juin 2014

Comme dans tous les CMS, certains utilisateurs auront des besoins spécifiques. HappyBox rendra accessible un bon nombre de modules et d'outils pour assurer la présence d'une large communauté. Notre vision est de mettre en place un "**App Store**" où il sera possible pour un développeur de monétiser des modules ou applications créées en les vendant par l'intermédiaire de notre plateforme.

Contrairement aux modules disponibles gratuitement dans des projets open-source, la vente et la distribution d'un module devront être approuvées par le biais de tests unitaires. Cela aura pour but d'éviter la présence de modules incomplets ou comportant plusieurs bogues comme c'est le cas dans les projets open-source.

Cette façon de procéder sera bénéfique tant aux développeurs qui pourront vendre leur création et en tirer profit qu'aux acheteurs qui auront la certitude que le module est de qualité certifiée. Un profit serait dégagé de la maintenance de la plateforme transactionnelle en percevant un pourcentage sur chaque unité vendue.

3. Revenus publicitaires

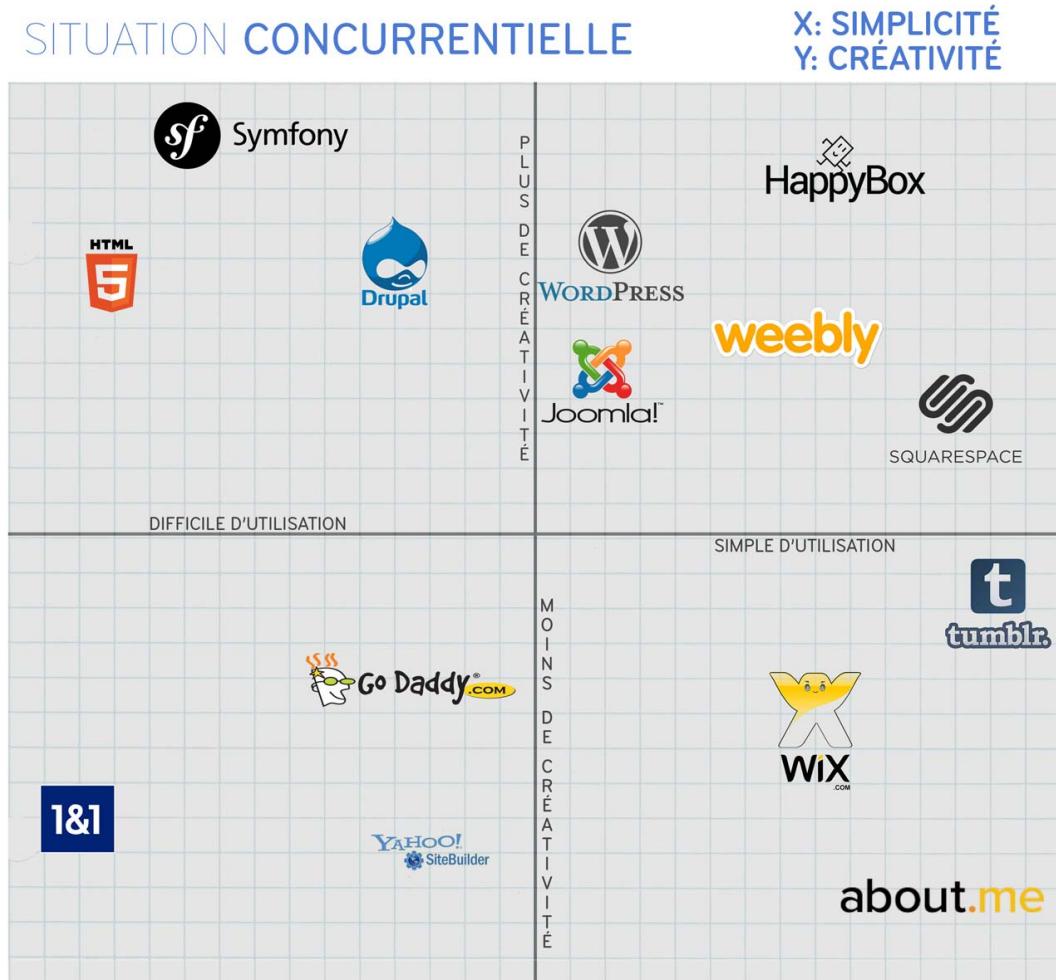
Stratégie: Générer des revenus supplémentaires grâce à des affichages promotionnels

Début envisagé: Décembre 2014

Nous voulons permettre à chaque utilisateur de pouvoir bénéficier d'une visibilité absolue lorsque vient le temps de publier sa page HappyBox. C'est pour cette raison que nous implémenterons rapidement de fonctionnalité de promotion communautaire.

Chaque page pourra être évaluée par la communauté selon certains critères (créatif, drôle, touchant, absurde, etc.) et les plus populaires seront affichées en page d'accueil à la manière de Pinterest pour encourager les jeunes à produire du contenu de plus en plus créatifs. Nous réserverons également certains emplacements sur la page d'accueil pour des afficheurs publicitaires souhaitant rejoindre la tranche démographique des 14-28 ans.

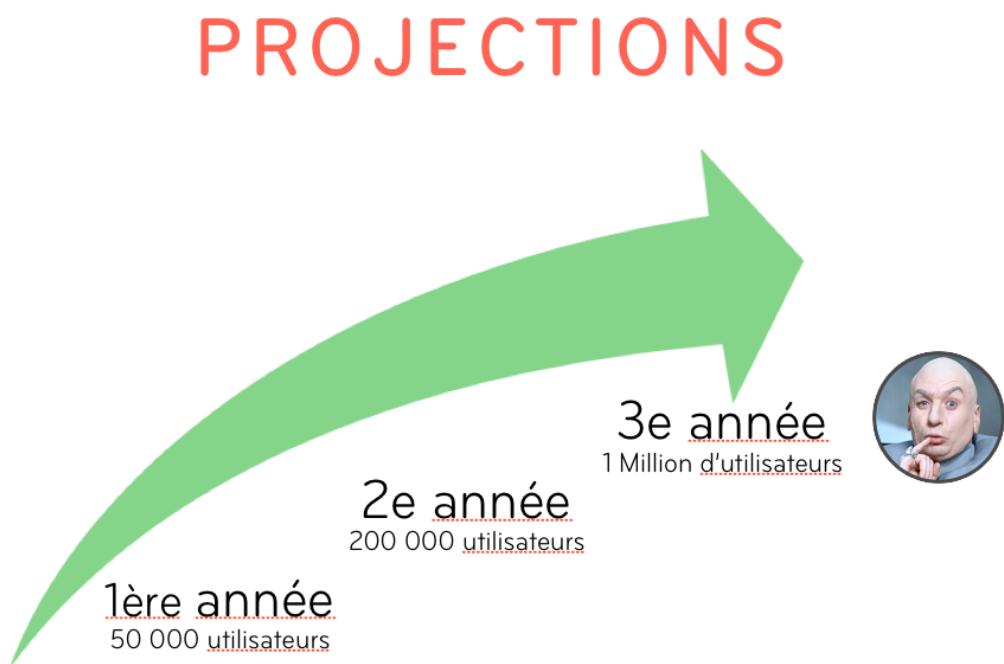
5.3 Situation concurrentielle



Voici comment HappyBox se positionne face à ses plus grands concurrents

About.me	HappyBox se positionne sur une clientèle différente que About.me en ciblant les jeunes créateurs du web du 14 à 28 ans.
Wix	HappyBox se positionne avec une approche “Mobile First” qui permet d’adapter automatiquement chaque page à toutes les résolutions d’écrans.
Tumblr	HappyBox mise sur la flexibilité et la possibilité de modifier l’apparence et la disposition de chaque page sans avoir à changer de thème ou devoir nécessairement connaître le code.
Squarespace Weebly	HappyBox propose un modèle d’affaires abordable, connu et respecté par son marché cible. L’achat de fonctionnalité selon les besoins rajoute également un aspect important à l’expérience de personnalisation.
WordPress Joomla	HappyBox n’est pas un engin de blog et se positionne sur une expérience simplifiée et plus flexible dans la création de contenu média et visuel. HappyBox a aussi

5.4 Projections des utilisateurs



Nous croyons pouvoir rapidement atteindre une masse critique d'un million d'utilisateur d'ici trois années d'opération (le point de départ étant Janvier 2014, période de lancement officielle et à grand déploiement de notre plateforme). En se basant sur un nombre projeté de 5 à 7% d'utilisateurs payeurs, voici un tableau sommaire des projections que nous pourrions engrangées d'ici 2016.

Ce tableau capitalise uniquement sur le modèle Freemium et ne tient pas compte des possibilités de revenus supplémentaires tels que mentionnés dans le point 5.2.

Date	Nombre projeté d'utilisateurs	Nombre projeté d'utilisateurs payeurs (5-7%)	Prix moyen projeté par utilisateur (\$)	Total des ventes (\$)
2014	50 000	2 500 - 3 500	15	37500 - 52 500
2015	200 000	10 000 - 14 000	20	200 000 - 280 000
2016	1 000 000	50 000 - 70 000	30	1 500 000 - 2 100 000

2017 +	2 000 000 +	100 000 - 140 000	50	5 000 000 +
--------	-------------	-------------------	----	-------------

HappyBox- Plan de visibilité

HappyBox reconnaît l'importance cruciale d'une mise en marché appuyée par des professionnels. C'est pour cette raison que l'équipe compte parmi ses rangs deux spécialistes en marketing qui ont pour mission de mettre en action le plan de distribution de la plateforme. Ces deux spécialistes (**Brendan et Brendan**) sont également actionnaires de la compagnie.

4.1 Stratégie préliminaire

Étape 1: Création de l'image de marque

Début : 1er janvier 2014

Fin: 1er décembre 2014

Résumé: Cette étape se déroule sur trois mois et débutera un mois et demi avant le lancement de la version beta de la plateforme prévue pour le 15 mai 2013. Nous mandaterons **The Brendans** en tant que consultants afin de nous aider à créer l'image de marque de la compagnie et à façonner la vision et le message dans un langage marketing approprié en anglais et en français.

Création de la marque et du message

La première phase est de formuler la vision et la mission de l'entreprise dans un langage orienté à des fins marketing. Nous devons nous concentrer sur le message et le contenu afin qu'ils soient livrés de façon claire et qu'ils s'adressent directement à notre marché cible. Il est également important de construire une trame narrative dans laquelle les consommateurs se sentiront interpellés et voudront tenter d'intéragir avec le produit.

Création du visuel

La deuxième phase consiste à définir l'image de marque. Cette image de marque se manifeste dans l'élaboration du logo, du choix des couleurs et de l'aspect visuel général. L'image est primordiale et vient appuyer le message et la vision de l'entreprise.

Support Marketing

La troisième phase est de mettre en place l'éventail des supports marketing. Cela consiste au développement de plusieurs médias:

- site web,
- vidéo promotionnelle;
- infolettre;
- des pages pour les médias sociaux (Facebook, Twitter et Pinterest principalement);
- bannières publicitaires pour les moteurs de recherches, sites web et réseaux sociaux.

Étape 2: Campagnes publicitaires ciblées

Début : 1er février 2014

Fin: 1er mai 2014

Internet étant l'endroit où se situe notre produit et notre clientèle principale, nos campagnes publicitaires privilégieront ces endroits de prédilection pour publiciser HappyBox.



Ces trois sites font partie du top 100 des sites internet les plus visités quotidiennement. Leur trafic web provient principalement de la tranche d'âge visé par HappyBox, soit les jeunes de 14-28 ans. Le but de ces sites web est généralement de promouvoir ce qui est appelé du “user generated content”, soit du contenu média (principalement sous forme d’images humoristiques ou *memes*) créé par des utilisateurs.

Nous comptons afficher de la publicité (Adwords de Google) sur ces sites web afin de rejoindre notre audience de façon très ciblée. Des études de retour sur investissement nous permettront de choisir le site offrant la meilleure visibilité pour notre produit.



Ces trois réseaux sociaux n’ont plus besoin de présentation. Nous utiliserons leur prédominance sur la sphère sociale pour y rejoindre notre clientèle de façon ciblée par le biais de publicité au sein de ces trois réseaux sociaux. Dans un premier temps, des études de cas (ROI) seront mises en place par Brendan & Brendan afin d’établir lequel de ces réseaux sociaux a le meilleur rendement en matière de retour sur investissement. Une fois le réseau sélectionné, nous procéderons à une campagne de trois mois afin de maximiser notre présence publicitaire. Cette campagne sera renouvelée aussi souvent que le retour sur investissement sera jugé justifiable.

Étape 3: Couverture médiatique (Printemps 2014)

Début: Avril 2014

Résumé: Une fois le message, la vision et l'image de marque créés, nous allons débuter l'exécution de notre stratégie globale pour promouvoir un maximum notre plateforme. À l'aide de notre réseau de contacts, nous souhaitons utiliser tous les canaux possibles afin de présenter notre plateforme à notre public cible.

Nous souhaitons utiliser les tribunes les plus accessibles afin de gagner de la couverture médiatique et commencer le bouche à oreille. Ces évènements sont limités à Montréal et Québec pour le moment, mais nous tenterons d'élargir notre présence dans toutes les villes.

Participation aux évènements

- Montreal New Tech
- Startup Breakfast
- Montreal Bug Hunt
- Québec Startup Camp
- Montreal Startup Camp
- ComicCon
- WordCamp
- DrupalCamp

Couverture médiatique

- Smashing Magazine
- Perishable Press
- Net Tuts +
- The Coder Blog
- Lullabot
- MakeWebNotWar
- TechCrunch
- Mashable
- Wired
- Blog Next Montreal
- Montreal Tech Watch
- Journal Les Affaires

Étape 4: Organisation et participation à des évènements (Printemps 2014)

Organisation d'évènements

Faire la promotion d'une pré-inscription limitée pour la plateforme. Les premiers utilisateurs à s'enregistrer auront accès à la version alpha et seront invités à faire part de leur commentaires, suggestions et points à améliorer. Leur engagement sera récompensé par des articles promotionnels et une mention dans la section "Collaborateurs"

Présence à des événements

En ce qui concerne notre participation à des événements, nous en avons choisi 5 qui sont important pour la visibilité de HappyBox pour l'année 2014.

1. Participation: Confoo Web Techno Conférence - 24 février 2014

Objectif: ConFoo est une conférence multi-technologique réunissant des passionnés du web du Québec et du monde entier. Notre objectif est de convaincre 20 développeurs & designers d'utiliser notre plateforme afin de développer des liens solides avec la communauté de développeurs et designers de Montréal.

2. Participation: Salon eCom Montréal - 24 avril 2014

Objectif: Cet événement est un incontournable dans le monde des affaires électroniques au Québec. Notre objectif est d'y représenter HappyBox CMS afin d'offrir une visibilité ainsi d'y dénicher d'éventuels partenaires d'affaires dans le domaine du e-commerce.

3. Participation à WordCamp 2014 - 30 juin 2014

Objectif: Nous avons déjà participé en tant que sponsors "Aluminium" au WordCamp 2013. Notre objectif était d'obtenir 50 participants pour notre alpha test et nous avons largement dépassé ce nombre avec **plus d'une centaine** d'inscriptions. Nous voudrions tenter de répéter l'expérience en augmentant la portée de notre présence pour l'édition 2014.

4. Participation à International Startup Fest - 4 juillet 2014

Objectif: Le StartUp Festival est l'événement le plus rassembleur pour la communauté à Montréal. Nous serons sur place afin de promouvoir HappyBox et bénéficier des meilleurs conseils dans l'industrie. L'année dernière fut un franc succès lors des ateliers Lean StartUp.

5. Participation à ComicCon 2014 - 13 septembre 2014

Objectif: Le ComicCon de Montréal regroupe énormément d'artistes locaux de la scène émergentes de Montréal. Notre présence avait suscité un bon intérêt lors de la dernière édition et nous aimerais répéter l'expérience afin d'aller aborder directement notre clientèle cible avec un produit final.

Étape 5 - Établir un lien unique avec la communauté

Début: Janvier 2014

Fin: Janvier 2015

Résumé: Nous prévoyons utiliser ces outils pour engager un lien solide avec notre communauté

Forum - community.happyboxcms.com

Le forum sera notre porte d'entrée sur la communauté, car c'est à cette endroit que les utilisateurs pourront recueillir de précieuses informations sur les rouages et astuces afin de profiter pleinement de la plateforme HappyBox. L'endroit sera également propice à établir un dialogue entre les créateurs de contenu (utilisateurs) et les créateurs de la plateforme (l'équipe HappyBox).

Blog - blog.happyboxcms.com

Notre blog sera un moyen efficace d'élaborer de nombreux articles concernant notre vision, en apprendre plus sur l'équipe et même effectuer des études de cas sur certaines créations que nous mettrons en valeur sur le blog. Des entrevues et le résumé de nos activités hebdomadaires seront également matière à articles afin de démontrer le dynamisme de toute l'équipe HappyBox.

Système d'infolettre unique et original



Sous forme de bande dessinée, nous souhaitons établir un lien unique avec notre communauté en proposant un médium de communication original et humoristique. La communauté sera invitée à créer leur propre scénario qui seront illustrés par nos collaboratrices Elyse Viotto et Moniba Ali.

Les réseaux sociaux

Facebook, Twitter et Pinterest font également partie de notre stratégie de gestion communautaire et seront des endroits privilégiés pour partager rapidement des nouvelles ou des créations qui méritent le détour.

En bonus! Notre propre serveur Minecraft!



Minecraft est un jeu vidéo qui inspire la création et l'imagination! Il n'en fallait pas plus pour que l'équipe HappyBox y trouve une façon originale d'établir un pont avec ses utilisateurs. Les internautes peuvent se connecter directement sur le serveur Minecraft officiel HappyBox pour dialoguer, construire ou se promener dans les rues de BoxCity. Chaque mois, un événement spécial sera organisé sur notre serveur afin de rencontrer les membres de notre communauté dans un contexte inspirant la créativité et l'imagination.

4.2 Opérations internes

Branche marketing: The Brendans

La stratégie marketing sera prise en charge par l'agence de communication **Brendan & Brendan** basée à Montréal (www.thebrendans.com). Brendan Sera-Shriar et Brendan Tully Walsh sont également co-fondateurs et actionnaires chez HappyBox. Cela permet à HappyBox de bénéficier des services d'une compagnie marketing composée de 6 employés à temps plein.

Support à la clientèle : Système de tickets

Le support à la clientèle sera assuré par un système de tickets email. Dans un premier temps, nous utiliserons le service ZenDesk (zendesk.com) afin d'assurer un service de support de qualité à travers le monde.

Annexe 1 - Autre source de financement demandée

Description détaillée des dépenses marketing pour lors de la demande de subvention au Fonds Médias du Canada

Description	Budget associé (\$)	Date de début
Création de l'image de marque (branding visuel, iconographie et apparence visuelle) par un designer.	10 000	Janvier 2014
Création et design de bannières publicitaires	2 000	Janvier 2014
Budget affichage PPC publicitaire sur les réseaux sociaux et sites web sélectionnés pour une période de 6 mois.	15 000	Février 2014
Participation et représentation au Trade Show technologique South by SouthWest (SXSW) pour 3 membres HappyBox	8 000	Mars 2014
Design et impression de matériel promotionnel (Carte d'affaires, pamphlets, t-shirts)	2 000	Mars 2014
Budget pour création des infolettres mensuelles	3 000	Avril 2014
Embauche d'un Community Manager à temps partiel pour la gestion de la communauté web durant l'été 2014	10 000	Mai 2014 - Septembre 2014
Création d'un vidéo promotionnel	10 000	Mai 2014
Total budget requis	60 000	

Annexe 2 - Historique du projet

Cette page relate un résumé historique du projet HappyBox: "La révolution du web créatif".

- Le 23 Octobre 2012, Guillaume Lagacé et Danny Coulombe enregistrent la compagnie DOM Element Inc. au Registraire des entreprises du Québec par l'intermédiaire de la firme Dufourd, Dion Avocats.
- Le développement du projet HappyBox a déjà débuté depuis deux mois et le développement de la technologie est amorcée. Les droits sont cédés à la compagnie DOM Element Inc. Danny et Guillaume deviennent actionnaires à 50% chacun.
- Le 13 Décembre 2012, Guillaume rencontre pour une première fois Brendan Sera-Shriar et Brendan TullyWalsh au café Le Couteau sur St-Denis(Montréal). La discussion porte sur l'expertise marketing et entrepreneurial que peuvent apporter Brendan et Brendan à DOM Element Inc.
- Le 17 Décembre 2012, une deuxième rencontre est organisée au pub McCarold (Montréal) afin que Danny rencontre Brendan et Brendan.
- En Février 2013, le choix du nom du projet s'arrête sur HappyBox et devient la marque officielle du produit développé par DOM Element Inc.
- En Avril 2013, l'équipe HappyBox participe à StartUp Académie et rencontre leur mentor en entreprise Davender Gupta.
- En Mai 2013, Brendan et Brendan s'ajoutent à l'équipe des membres exécutifs devenant actionnaires à 2% chacun. Les papiers seront officiellement signés le 15 Mai 2013 par l'intermédiaire de l'avocat Kerry Williams de la firme Creative Legal.
- En Mai 2013, HappyBox est sélectionné pour faire partie de la cohorte 2013 de la Fondation Montréal Inc. et reçoit une bourse de 12,000\$.
- En Juin 2013, HappyBox une phase de test réunissant 100 testeurs qui permettent à l'équipe de développement d'améliorer la plateforme.
- En Juin 2013, Julien Prugne et François LacroixDurant joignent l'équipe de développement à titres de stagiaires.
- En Septembre 2013, l'infrastructure et le développement de la plateforme sont prêtes pour passer en phase Alpha.
- En Octobre 2013, HappyBox devient finaliste pour le Prix Montréal Inc.

- Le 19 Novembre 2013, HappyBox se classe deuxième au grand concours entrepreunarial Prix Montréal Inc.