Business Plan – Taram Event

# 1. Résumé exécutif

**Nom du projet :** Taram Event  
**Concept :** Plateforme numérique qui permet aux organisateurs d’événements de publier leurs événements et de vendre des tickets électroniques.   
**Objectif :** Devenir la référence en billetterie digitale et en visibilité pour événements dans la région.

# 2. Présentation du projet

**Problème :** Difficulté pour les organisateurs à gérer la visibilité et la billetterie des événements.  
**Solution :** Plateforme web et mobile pour publier les événements, vendre des tickets électroniques, et sécuriser les paiements.  
**Valeur ajoutée :** Simplicité, gain de temps, réduction des fraudes, visibilité accrue.

# 3. Analyse du marché

**Clients cibles :** Organisateurs d’événements (promoteurs culturels, associations, entreprises, particuliers), public urbain connecté.  
**Marché :** Croissance rapide de la digitalisation en Afrique et forte adoption du mobile money.  
**Concurrence :** Plateformes locales ou internationales limitées, souvent coûteuses ou peu adaptées.  
**Avantage compétitif :** Interface simple, paiement via mobile money, proximité avec promoteurs locaux.

# 4. Offre de services

* Publication d’événements (freemium/payant selon visibilité)
* Vente de tickets électroniques avec QR codes
* Tableau de bord organisateur (suivi des ventes)
* Notifications pour informer les utilisateurs
* Option premium (mise en avant des événements)

# 5. Stratégie marketing & commerciale

**Canaux :** Réseaux sociaux, partenariats avec promoteurs, influenceurs.  
**Stratégie de prix :** Commission 5-10 % sur les tickets vendus + abonnements premium pour organisateurs.  
**Distribution :** Application mobile (Android/iOS) + site web.

# 6. Plan opérationnel

**Phase 1 :** Développement d’un MVP (site web simple avec gestion événements et QR codes).  
**Phase 2 :** Lancement test avec quelques promoteurs partenaires.  
**Phase 3 :** Déploiement large + application mobile.  
**Équipe :** Développeur, commercial/partenariats, support client/marketing digital.

# 7. Plan financier (estimation)

**Investissements initiaux :**  
- Développement MVP : 1 000 000 – 2 000 000 XOF  
- Hébergement & maintenance : 100 000 XOF/an  
- Marketing lancement : 300 000 XOF  
**Revenus potentiels :**  
- Commissions : 1 000 tickets/mois × 5 000 XOF × 5 % = 25 000 XOF  
- Abonnements premium : 20 organisateurs × 10 000 XOF/mois = 200 000 XOF  
**Seuil de rentabilité :** 12 à 18 mois

# 8. Plan d’évolution

**Court terme (1 an) :** Lancer MVP, obtenir 1 000 utilisateurs actifs.  
**Moyen terme (2–3 ans) :** Développer appli mobile complète, partenariats avec grands événements, expansion régionale.  
**Long terme (5 ans) :** Devenir la plate-forme leader de billetterie digitale en Afrique de l’Ouest.