

Le **Business Model Canvas (BMC)** est un outil stratégique qui synthétise les aspects clés d'un projet, de la création de valeur à la structure des coûts. Dans le cas d'Ebong, il offre une vue d'ensemble des éléments nécessaires à la réussite de la plateforme. Étant donné que le projet pourrait évoluer, ce BMC est conçu pour être adaptable.

1. Segment clientèle

Ebong cible trois segments principaux :

- **Artisans locaux** : Les artisans camerounais, souvent limités à des marchés physiques, peuvent utiliser Ebong pour étendre leur clientèle au niveau national et international. Par exemple, un fabricant de bijoux à Kribi peut désormais vendre ses créations à des clients à Douala ou même à des membres de la diaspora. Voir des exemples d'artisanat camerounais [ici](#).
- **Passionnés habitués** : Ces clients réguliers recherchent des produits authentiques et de qualité. Ebong pourrait leur offrir des recommandations personnalisées ou des programmes de fidélité. Par exemple, un expatrié fidèle au Centre de l'Artisanat pourrait être attiré par des remises exclusives.
- **Curieux et visiteurs occasionnels** : Les touristes découvrant l'artisanat camerounais pour la première fois peuvent acheter des souvenirs uniques. Une vidéo immersive présentant les produits et les artisans pourrait renforcer leur intérêt ([Exemple de storytelling](#)).

2. Proposition de valeur

Ebong offre une expérience unique et adaptée au marché :

- **Valorisation de l'artisanat local** : Chaque produit est accompagné d'un témoignage ou d'une vidéo sur son artisan, créant un lien émotionnel. Par exemple, un sac en raphia peut inclure une courte vidéo de sa fabrication. Voir un exemple de storytelling dans l'artisanat [ici](#).
- **Solutions de paiement adaptées** : En proposant MTN Mobile Money, Orange Money, et le paiement à la livraison, Ebong répond aux besoins locaux et rassure les consommateurs hésitants.
- **Personnalisation** : Certains produits peuvent être commandés sur mesure, comme des sculptures gravées au nom du client. Cela renforce l'unicité de l'offre.

3. Relations avec les clients

La relation client est au cœur du projet Ebong :

- **Accompagnement des artisans** : L'équipe Ebong aide les artisans à créer leur boutique en ligne et les forme aux outils numériques. Par exemple, une formation sur la photographie de produits pourrait améliorer la présentation des articles.
- **Interaction via les réseaux sociaux** : Les clients peuvent poser des questions directement sur WhatsApp ou Facebook, et recevoir une réponse rapide.

- **Service client personnalisé** : Un touriste pourrait demander une recommandation spécifique via le chat en ligne, et obtenir une réponse adaptée à ses besoins.
- **Feedback utilisateur** : Les avis laissés sur les produits aident à identifier les améliorations nécessaires.

4. Canaux

Ebong utilise des canaux variés pour maximiser sa portée :

- **Site web e-commerce (ebong.fr)** : Le principal point de contact où les utilisateurs explorent le catalogue, commandent et paient.
- **Réseaux sociaux** : Instagram et Facebook sont utilisés pour partager des vidéos, des photos et des témoignages des artisans. Voir des exemples de campagnes réussies [ici](#).
- **Supports imprimés** : Lors des événements, des brochures et des cartes de visite sont distribuées pour sensibiliser le public.
- **Événements culturels** : Des démonstrations en direct et des ventes lors des foires artisanales renforcent la notoriété de la plateforme.

5. Sources de revenus

Les revenus d'Ebong proviennent de plusieurs sources :

- **Vente de produits artisanaux** : Chaque produit vendu génère des revenus directs pour la plateforme et les artisans.
- **Commissions** : Une petite part est prélevée sur chaque transaction pour couvrir les frais opérationnels.
- **Partenariats et collaborations** : Les institutions culturelles peuvent sponsoriser certaines initiatives, comme la promotion de l'artisanat camerounais à l'étranger.

6. Activités clés

Les activités essentielles incluent :

- **Promotion des produits artisanaux** : Une campagne mettant en avant un artisan ou une catégorie de produits peut stimuler les ventes.
- **Gestion logistique** : Assurer des livraisons fiables et rapides, par exemple, en collaborant avec des transporteurs locaux.
- **Renforcement de la confiance** : Organiser des campagnes éducatives sur la sécurité des paiements en ligne pour rassurer les utilisateurs.

7. Partenaires clés

Ebong collabore avec :

- **Artisans locaux et coopératives** : Ce sont les principaux fournisseurs de produits.
- **Partenaires logistiques** : Des entreprises comme DHL Cameroun peuvent assurer la livraison des commandes.

- **Institutions culturelles** : Le ministère de la Culture apporte son soutien en légitimant la plateforme.

8. Ressources clés

Les ressources incluent :

- **Site web performant** : Capable de gérer un volume important de trafic.
- **Équipe compétente** : Des développeurs, des spécialistes marketing et des gestionnaires logistiques pour gérer la plateforme.
- **Partenariats solides** : Garantir un approvisionnement constant et une qualité irréprochable des produits.

9. Structure des coûts

Les principaux coûts couvrent :

- **Développement et maintenance** : Mise à jour régulière du site pour améliorer les fonctionnalités.
- **Marketing** : Publicités digitales et création de contenu.
- **Formation** : Organisation d'ateliers pour aider les artisans à maximiser leur potentiel.

Conclusion

En somme, le Business Model Canvas d'Ebong illustre une stratégie bien pensée, mais flexible pour intégrer les évolutions futures. Grâce à ses collaborations solides et à sa proposition de valeur unique, Ebong a le potentiel de devenir une plateforme incontournable pour l'artisanat camerounais. Toutefois, les ajustements nécessaires à mesure que le projet évolue garantiront son adaptation aux réalités du marché.