

BUSINESS

PLAN

THEME :

SCANPAY

SYNTHESE :

A- PROMOTEUR ET ASSOCIES

- Nom: OLIGUI OKONGO Clement Wenn Neville
- Qualification : Réseaux informatiques et télécommunications
- Adresse : Campus universitaire (Franceville)
- Téléphone : 074 35 83 08
- Adresse électronique : okongoneville@gmail.com
- Statut : Promoteur

- Nom: MVONE AYARATOU Arthur
- Qualification : Réseaux informatiques et télécommunications
- Adresse : Campus universitaire (Franceville)
- Téléphone : 077 05 61 38
- Adresse électronique : ayoratoujunior@gmail.com
- Statut : Promoteur

- Nom : BOUROBOU-BOU-IWANGHO Louisia-Arcadette
- Qualification : Réseaux informatiques et télécommunications
- Adresse : Mingara (Franceville)
- Téléphone : 074 35 63 06
- Adresse électronique : louisiaiwangho@gmail.com
- Statut : Promoteur

B- IMPLANTATION

- Lieu d'implantation : Gabon (Afrique)
- Ville / Gouvernorat :
- Surface des bâtiments/ Terrain :
- Impact sur l'environnement : Favorable

C- CARACTERISTIQUES DE LA SOCIETE

- Raison sociale : SCANPAY
- Forme juridique : Pas encore definit
- Siege social : Libreville
- Capital social : 600 000

D- PRODUCTION

- Produit/ Service : Service de transaction électronique
- % de production destiné à l'export : 0%

E- MOYENS DE PRODUCTION

- Liste des équipements

Équipement	Quantité	Prix	Total
Service VPS dédié	1	100 000	100 000
Abonnement Play store	1	25 000	25 000
Abonnement App store	1	60 000	60 000
Ordinateur mac	1	1 000 000	1 000 000
Téléphone serveur	1	100 000	100 000
Puce commercial Airtel & Moov	2	2 500	5 000
Box internet + forfait	1	50 000	50 000
Total		1 337 500	1 340 000

- Emplois permanents à créer

Poste	Quantité	Diplôme	Salaire	Total
-------	----------	---------	---------	-------

Responsable comptabilité	1	Bac +3	300 000	300 000
Charge de communication	1	Bac +3	300 000	300 000
Responsable informatique	1	Bac +3	300 000	300 000
Responsable marketing	1	Bac +3	300 000	300 000
Total	4		1 200 000	1 200 000

F- COUT ET FINANCEMENT

CHAPITRE I : DESCRIPTION DU PROJET

A- PRESENTATION DU PROJET

Après constat fait sur le nombre d'utilisations grandissantes de comptes mobile money et de leur utilisation qui est un vrai casse-tête surtout pour les personnes d'un certain âge, il nous est venues l'idée de développer une application permettant de faciliter et simplifier l'utilisation de ces dit services pour améliorer les transactions des différents utilisateurs.

B- MISSION

La mission première de notre activité est de simplifier au plus haut niveau l'ensemble des transactions électroniques sur l'ensemble du territoire nationale sans se soucier

C- OBJECTIFS (SMART)

Objectif à court termes : (d'ici novembre 2022)

- Obtenir mille (1000) utilisateurs

Objectif à moyen terme : (d'ici août 2023)

- Obtenir plus de dix mille (10 000) utilisateurs

Objectifs à long termes : (d'ici janvier 2026)

- Obtenir plus de cent mille (100 000) utilisateurs
- Permettre d'effectuer des achats en ligne à l'international

D- APPORTS EN INNOVATIONS

- Simplification des transactions mobile money
- Permettre des achats en ligne au niveau international

E- FACTEURS CLE DU SUCCES

A- CINQ FORCES DE M. PORTER

Éléments	Faible	Fort
Pouvoir de négociation des clients	x	
Pouvoir de négociation des fournisseurs		x
Menace de produits de substitutions		x
Menace de nouveaux entrants	x	
Intensité de la concurrence	x	
Environnement non concurrenté		
RESULTAT	3	2

B- LISTES DES CONCURRENTS

Concurrent	Forces	Faiblesses
Concurrent I		
Concurrent II		

C- MODELE CANVAS

Partenaire clés	Activités clés	Proposition de valeur	Relations avec les clients	Segment de clientèle
-Airtel - Libertis - Canal box	- vente	-Simplification	-Vente en ligne - Vente direct	-15 ans et + - tout le pays
	Ressources clés		Canaux de distribution	
	- Connexion internet		- Internet	
Structure des couts			Source de revenus	
- Materiel - Salaire -			- Vente	

D- ENQUETE ET SONDAGE

CHAPITRE II : STRATEGIE DE COMMERCIALISATION

A- PRODUIT

Service de transaction monétaire électronique, pour se faire nous utiliserons une application décrite comme suit :

B- PRIX

Pour nos prix, nous pratiquerons une politique de pénétration pour être sûr de mieux s'étendre sur le marché c'est-à-dire nous aurons des prix excessivement bas pour inciter les prospects à souscrire à notre produit. Pour les modalités nos clients devront s'abonner soit mensuellement, soit annuellement.

Abonnement mensuel = 1 00 f

Abonnement semestriel = 500 f

Abonnement annuel = 1000 f

C- PLACE

Distribution de masse, sur tout l'étendue du territoire via une connexion internet

D- PROMOTION

Pour la communication nous allons opter pour communication media intensive, au moyen des réseaux sociaux, des publicités radio, des flyers