

Business Model Canvas		Conçu pour:	Conçu par:	versio	Date:			
		Les eleveurs & Conssomateurs	Mr KABORE Abdoul wahab	1	18/112024			
<div><div><div><div><div></div></div></div><div><div><div></div><div></div></div></div><div><div><div></div><div></div></div></div><div><div><div></div></div></div></div></div> <div><div>Partenaires clés</div><div>Qui sont nos partenaires clés? Qui sont nos principaux fournisseurs? Quelles ressources clés obtenons-nous de nos partenaires? Quelles activités clés les partenaires réalisent-ils?</div></div>	<div><div><div><div><div></div></div></div><div><div><div></div><div></div></div></div><div><div><div></div><div></div></div></div><div><div><div></div></div></div></div></div> <div><div>Activités Clés</div><div>Quelles sont les activités clés requises par nos propositions de valeur? Nos canaux de distribution? Relation client? Flux de revenus?</div></div>	<div><div><div><div><div></div></div></div><div><div><div></div><div></div></div></div><div><div><div></div><div></div></div></div><div><div><div></div></div></div></div></div> <div><div>Propositions de valeur</div><div>Quelle valeur offrons-nous au client? Quels problèmes de clients aidons-nous à résoudre? Quels ensembles de produits et services offrons-nous à chaque segment de clientèle? Quels sont les besoins des clients que nous satisfaisons?</div></div>	<div><div><div><div><div></div></div></div><div><div><div></div><div></div></div></div><div><div><div></div><div></div></div></div><div><div><div></div></div></div></div></div> <div><div>Relation Client</div><div>Quel type de relation chacun de nos segments de clientèle s'attend-il à ce que nous établissions et maintenions avec eux? Comment sont-ils intégrés au reste de notre modèle d'entreprise? Combien coûtent-ils?</div></div>	<div><div><div><div><div></div></div></div><div><div><div></div><div></div></div></div><div><div><div></div><div></div></div></div><div><div><div></div></div></div></div></div> <div><div>Clients</div><div>Pour qui créons-nous de la valeur? Qui sont nos clients les plus importants? Notre clientèle est-elle un marché de masse, un marché de niche, une plateforme segmentée, diversifiée et à plusieurs côtés?</div></div>				
<div><div><div><div><div></div></div></div><div><div><div></div><div></div></div></div><div><div><div></div><div></div></div></div><div><div><div></div></div></div></div></div> <div><div>Qui sont nos partenaires clés ?</div></div>								
<div><div><div><div><div></div></div></div><div><div><div></div><div></div></div></div><div><div><div></div><div></div></div></div><div><div><div></div></div></div></div></div> <div><div>Éleveurs et producteurs locaux :</div><div>Ce sont les <i>partenaires de base</i> qui fournissent les produits animaux. Ils sont essentiels pour garantir la diversité et la qualité des produits proposés sur la plateforme.</div></div>								
<div><div><div><div><div></div></div></div><div><div><div></div><div></div></div></div><div><div><div></div><div></div></div></div><div><div><div></div></div></div></div></div> <div><div>Laboratoires vétérinaires :</div><div>Ces partenaires sont cruciaux pour assurer la <i>traçabilité et la certification vétérinaire</i> des produits, garantissant ainsi la qualité et la sécurité alimentaire des produits vendus.</div></div>								
<div><div><div><div><div></div></div></div><div><div><div></div><div></div></div></div><div><div><div></div><div></div></div></div><div><div><div></div></div></div></div></div> <div><div>Sociétés de logistique et de transport</div><div></div></div>		<div><div><div><div><div></div></div></div><div><div><div></div><div></div></div></div><div><div><div></div><div></div></div></div><div><div><div></div></div></div></div></div> <div><div>Activités clés :</div></div>	<div><div><div><div><div></div></div></div><div><div><div></div><div></div></div></div><div><div><div></div><div></div></div></div><div><div><div></div></div></div></div></div> <div><div>Développement et gestion de la plateforme</div><div>Assurer le bon fonctionnement de la plateforme avec des outils de gestion des stocks, paiements sécurisés et traçabilité des produits.</div></div>	<div><div><div><div><div></div></div></div><div><div><div></div><div></div></div></div><div><div><div></div><div></div></div></div><div><div><div></div></div></div></div></div> <div><div>Vérification de la qualité des produits :</div><div>Mettre en place des systèmes de certification vétérinaire et de contrôle de qualité.</div></div>	<div><div><div><div><div></div></div></div><div><div><div></div><div></div></div></div><div><div><div></div><div></div></div></div><div><div><div></div></div></div></div></div> <div><div>Formation des éleveurs</div><div>Proposer des formations pour améliorer la gestion des exploitations et réduire les pertes.</div></div>	<div><div><div><div><div></div></div></div><div><div><div></div><div></div></div></div><div><div><div></div><div></div></div></div><div><div><div></div></div></div></div></div> <div><div>Soutien aux éleveurs pour la gestion des ventes</div><div>Offrir des outils de gestion (comptabilité, commandes, logistique) pour simplifier les transactions.</div></div>	<div><div><div><div><div></div></div></div><div><div><div></div><div></div></div></div><div><div><div></div><div></div></div></div><div><div><div></div></div></div></div></div> <div><div>Canaux de distribution :</div></div>	<div><div><div><div><div></div></div></div><div><div><div></div><div></div></div></div><div><div><div></div><div></div></div></div><div><div><div></div></div></div></div></div> <div><div>Développement de la plateforme :</div><div>Améliorer l’interface pour une expérience</div></div>
		<div><div><div><div><div></div></div></div><div><div><div></div><div></div></div></div><div><div><div></div><div></div></div></div><div><div><div></div></div></div></div></div> <div><div>Pour les éleveurs de toutes tailles et les consommateurs soucieux de qualité et de traçabilité, notre plateforme FarmsConnect fournit un accès direct et équitable à un marché sans intermédiaires et sans frontière, ainsi qu’un système de certification vétérinaire fiable et reconnu, afin de résoudre les problèmes d’accès limité aux marchés équitables, des pertes dues aux maladies animales, et des difficultés de gestion des exploitations.</div></div>	<div><div><div><div><div></div></div></div><div><div><div></div><div></div></div></div><div><div><div></div><div></div></div></div><div><div><div></div></div></div></div></div> <div><div>Éleveurs</div><div>Ils s'attendent à une relation de partenariat solide, dans laquelle FarmsConnect leur permet d'accéder directement à un marché plus large de consommateurs, éliminant les intermédiaires. En retour, ils attendent des services de conseil, des outils de gestion pour améliorer leur productivité, ainsi que des soutiens pour augmenter leurs revenus en obtenant de meilleurs prix pour leurs produits.</div></div>	<div><div><div><div><div></div></div></div><div><div><div></div><div></div></div></div><div><div><div></div><div></div></div></div><div><div><div></div></div></div></div></div> <div><div>Consommateurs</div><div>Une relation fondée sur la confiance et la transparence sur la qualité et l'origine des produits. Ils veulent des produits traçables, de qualité, à des prix compétitifs, avec un accès facile via la plateforme.</div></div>	<div><div><div><div><div></div></div></div><div><div><div></div><div></div></div></div><div><div><div></div><div></div></div></div><div><div><div></div></div></div></div></div> <div><div>Lesquels avons-nous établis ?</div></div>			
					<div><div><div><div><div></div></div></div><div><div><div></div><div></div></div></div><div><div><div></div><div></div></div></div><div><div><div></div></div></div></div></div> <div><div>Pour qui créons-nous de la valeur ?</div></div>			
					<div><div><div><div><div></div></div></div><div><div><div></div><div></div></div></div><div><div><div></div><div></div></div></div><div><div><div></div></div></div></div></div> <div><div>Éleveurs locaux</div><div>Nous créons de la valeur pour les éleveurs en leur permettant de vendre directement leurs produits sans intermédiaires, d'accéder à une plateforme moderne pour la gestion de leurs exploitations, et de bénéficier de services comme le suivi vétérinaire et la traçabilité.</div></div>			
					<div><div><div><div><div></div></div></div><div><div><div></div><div></div></div></div><div><div><div></div><div></div></div></div><div><div><div></div></div></div></div></div> <div><div>Consommateurs urbains</div><div>Nous offrons des produits de qualité supérieure, traçables et certifiés, répondant aux besoins croissants en matière de sécurité alimentaire et de transparence.</div></div>			
					<div><div><div><div><div></div></div></div><div><div><div></div><div></div></div></div><div><div><div></div><div></div></div></div><div><div><div></div></div></div></div></div> <div><div>Institutions et entreprises</div><div>Nous facilitons l’approvisionnement en produits d’élevage certifiés pour des acteurs comme les cantines scolaires, hôpitaux, ONG, et entreprises agroalimentaires, garantissant une qualité constante.</div></div>			
					<div><div><div><div><div></div></div></div><div><div><div></div><div></div></div></div><div><div><div></div><div></div></div></div><div><div><div></div></div></div></div></div> <div><div>Qui sont nos clients les plus importants ?</div></div>			
					<div><div><div><div><div></div></div></div><div><div><div></div><div></div></div></div><div><div><div></div><div></div></div></div><div><div><div></div></div></div></div></div> <div><div>Les éleveurs locaux</div><div>Ils constituent la base de notre modèle économique, car leur engagement garantit l'approvisionnement en produits d'élevage et la rentabilité des services payants (abonnements, commissions).</div></div>			
					<div><div><div><div><div></div></div></div><div><div><div></div><div></div></div></div><div><div><div></div><div></div></div></div><div><div><div></div></div></div></div></div> <div><div>Les consommateurs urbains</div><div>Leur demande pour des produits de qualité et traçables est un moteur clé de la</div></div>			

<p>:</p> <p><i>Les partenaires logistiques sont essentiels pour assurer la livraison rapide et fiable des produits des éleveurs aux consommateurs, garantissant ainsi un service de qualité.</i></p> <p><i>Institutions financières :</i></p> <p><i>Les partenaires bancaires ou fintech pour faciliter les paiements sécurisés, les transferts d'argent, et potentiellement offrir des services financiers (prêts, assurances) aux éleveurs.</i></p> <p><i>Institutions de formation et associations agricoles :</i></p> <p><i>Des partenaires éducatifs et associations agricoles qui peuvent offrir des formations en ligne ou sur site aux éleveurs pour améliorer leur productivité et leurs pratiques de gestion.</i></p> <p><i>Plateformes de marketing digital et influenceurs :</i></p> <p><i>Des partenaires en marketing numérique et des influenceurs pour promouvoir FarmsConnect et attirer plus de clients sur la plateforme, particulièrement pour</i></p>	<p>fluide et sécurisée.</p> <p>Marketing numérique : Campagnes sur réseaux sociaux, SEO, publicités en ligne.</p> <p>Support client : Assistance en ligne et FAQ pour résoudre les problèmes.</p> <p>Relation client :</p> <p>Service clientèle personnalisé : Gérer les retours, réclamations et demandes.</p> <p>Communauté en ligne : Créer un espace d'échange pour les éleveurs et éduquer les consommateurs.</p> <p>Suivi et fidélisation : Programmes de fidélité pour encourager les achats répétés.</p> <p>Flux de revenus :</p> <p>Commissions sur les ventes : Prendre une commission sur chaque transaction effectuée.</p> <p>Abonnements pour éleveurs : Offrir des services premium pour les éleveurs, avec abonnement mensuel.</p> <p>Partenariats commerciaux : Collaborer avec des entreprises pour générer des revenus supplémentaires.</p>	<p><i>environnement transparent où ils augmentent leurs profits et réduisent les risques, tandis que les consommateurs accèdent à des produits sains, traçables, et de qualité certifiée.</i></p>	<p>Éleveurs : Nous avons établi une relation de partenariat où nous offrons une plateforme de vente directe aux éleveurs, ce qui leur permet d'accéder à un marché plus large, d'augmenter leurs revenus en réduisant les coûts d'intermédiation. Nous avons également établi des relations pour des services de formation et de conseil pour améliorer la gestion de leurs exploitations.</p> <p>Consommateurs : Nous avons une relation de confiance, en leur fournissant des produits de qualité, certifiés et traçables, à travers une plateforme d'achat facile.</p> <p>Comment sont-ils intégrés au reste de notre modèle d'entreprise ?</p> <p>Éleveurs : L'intégration se fait via la plateforme de vente où ils peuvent vendre directement aux consommateurs, sans intermédiaires, ce qui leur permet d'augmenter leurs revenus. Les services de formation et de conseil sont intégrés à la plateforme, permettant une gestion optimisée de leurs exploitations.</p> <p>Consommateurs : L'intégration se fait par l'accès direct à une marketplace où ils peuvent acheter des produits vérifiés et de qualité. Ils bénéficient d'une meilleure traçabilité et d'une réduction des prix, rendus possibles par l'élimination des intermédiaires.</p>	<p>croissance des ventes.</p> <p>Institutions et entreprises : Ces clients achètent en gros et assurent des revenus importants et réguliers.</p> <p>Notre clientèle est-elle un marché de masse, un marché de niche, une plateforme segmentée, diversifiée et à plusieurs côtés ?</p> <p>FarmsConnect : Un marché de masse pour les produits d'élevage</p> <p><i>FarmsConnect se positionne sur un marché de masse pour les produits d'élevage, en raison des caractéristiques universelles de ce secteur et des besoins qu'il satisfait :</i></p> <p>Les produits d'élevage : une demande universelle <i>Les produits tels que la viande, les œufs et le lait sont des biens de consommation essentiels, demandés par une grande partie de la population, sans distinction de statut socio-économique. Ces produits répondent aux besoins alimentaires quotidiens et sont consommés à grande échelle, faisant de ce marché une cible accessible et large.</i></p> <p>Un public diversifié mais commun dans ses attentes <i>Les principaux clients de FarmsConnect incluent :</i></p> <p>Consommateurs individuels : familles, particuliers à la recherche de produits traçables, certifiés et de qualité.</p> <p>Commerçants et transformateurs : bouchers, restaurants et entreprises agroalimentaires qui s'approvisionnent en gros pour répondre à la demande locale et internationale.</p> <p>Institutions publiques et privées : écoles, hôpitaux, et ONG qui ont besoin d'approvisionnements réguliers pour leurs</p>
--	---	---	--	---

le marketing des produits.

Qui sont nos principaux fournisseurs ?

Fournisseurs de technologies :

*Développeurs web, hébergeurs de sites web, et fournisseurs de services **cloud** pour maintenir la plateforme en ligne opérationnelle.*

Fournisseurs de services logistiques
:

*Entreprises de **transport** et services
de **livraison** qui assurent
l'acheminement des produits.*

Fournisseurs d'outils de gestion :

*Logiciels ou **systèmes de gestion de la chaîne d'approvisionnement**, outils d'analyse de données pour aider à la gestion des stocks et des prévisions.*

Fournisseurs de services financiers
:

*Partenaires dans le domaine des
solutions de paiement en ligne,
services bancaires pour faciliter*

Ressources clés

Quelles sont les ressources clés requises par nos propositions de valeur? Nos canaux de distribution? Relations clients? Flux de revenus?

TYPES DE RESSOURCES: physiques, intellectuelles (brevets de marque, droits d'auteur, données), humaines, financières

Ressources clés requises par nos propositions de valeur :

Combien coûtent-ils ?

Éleveurs : Les coûts pour nous comprennent l'intégration des éleveurs sur la **plateforme** et la mise en place de **systèmes de certification vétérinaire** et de **formation**. Toutefois, ces coûts sont compensés par les **revenus générés par les ventes**, car les éleveurs bénéficient de **marges plus élevées** en raison de l'élimination des intermédiaires.

Consommateurs : Les coûts sont associés à la gestion de la **marketplace**, l'assurance de la **qualité des produits** et la **logistique**, financés en grande partie par les **commissions sur les ventes** effectuées via la plateforme.

Canaux

Quels sont les canaux préférés par nos clients?
Comment pouvons-nous les atteindre maintenant?
Nos canaux, comment sont-ils intégrés? Lesquels fonctionnent le mieux? Quels sont les plus rentables?
Comment pouvons-nous les intégrer dans les routines client?

Quels sont les canaux préférés par nos clients ?

Éleveurs : Les éleveurs préfèrent des canaux simples et accessibles pour la vente de leurs produits, comme une **plateforme en ligne**

bénéficiaires.

*Bien que ces groupes diffèrent, ils partagent des besoins similaires, tels que la **qualité garantie**, la **traçabilité** et la **fiabilité de l'approvisionnement**, ce qui les rattache à un marché unique et homogène.*

Un marché non segmenté
Contrairement à un marché de niche ou segmenté, FarmsConnect ne s'adresse pas exclusivement à des groupes spécifiques. Au lieu de cela, il vise à intégrer **tous les acteurs** de la chaîne de valeur des produits d'élevage, des producteurs aux consommateurs finaux, dans une optique d'échelle et de maximisation de la portée.

les transactions entre les éleveurs et les consommateurs.	Ressources physiques : Infrastructures logistiques (entrepôts, moyens de transport) pour gérer le stockage et la livraison des produits. Ressources intellectuelles : Plateforme en ligne : La technologie web pour la gestion de la plateforme de mise en relation entre éleveurs et consommateurs. Système de certification vétérinaire pour garantir la traçabilité et la qualité des produits. Données client : Recueil, analyse et gestion des données des utilisateurs (éleveurs, consommateurs) pour améliorer les services et personnaliser les interactions. Ressources humaines : Équipe technique pour développer et maintenir la plateforme en ligne (développeurs web, gestionnaire IT). Équipe vétérinaire pour la gestion des certificats de qualité. Spécialistes en logistique pour la gestion des livraisons et de la chaîne d'approvisionnement. Formation et support client : Personnel	facile à utiliser, mais aussi des canaux de formation en ligne pour améliorer leur gestion d'exploitation. Consommateurs : Ils préfèrent des canaux numériques comme des applications mobiles , des sites web ou des réseaux sociaux pour découvrir et acheter des produits directement auprès des éleveurs. L'accès à la traçabilité et à la qualité des produits via des applications de certification est également apprécié. Comment pouvons-nous les atteindre maintenant ? Éleveurs : Nous pouvons atteindre les éleveurs via des publicités ciblées en ligne, des partenariats avec des organisations agricoles locales , des formations en ligne et des séminaires pour les sensibiliser aux avantages de la vente directe. Consommateurs : Les consommateurs peuvent être atteints à travers les réseaux sociaux , des campagnes de marketing numérique , et des partenariats avec des influenceurs dans le domaine de l'agriculture durable ou de la consommation responsable. Nos canaux, comment sont-ils intégrés ? Plateforme en ligne : Les éleveurs et consommateurs interagissent via la même marketplace en ligne , qui est intégrée avec
---	--	--

	formé pour fournir des formations et un support aux éleveurs et aux consommateurs.		des fonctionnalités de gestion des stocks , de paiement sécurisé , et des outils de traçabilité pour garantir la qualité des produits.	
Quelles activités clés les partenaires réalisent-ils ?	Équipe marketing pour la promotion et l'acquisition de clients sur la plateforme.			
Certification et contrôle de la qualité :	Ressources financières : Investissements pour le développement de la plateforme et la mise en place des services nécessaires (infrastructure, personnel, marketing). Partenariats financiers pour faciliter les paiements en ligne et l'accès à des financements pour les éleveurs (microcrédits, crédits).		Réseaux sociaux : Les réseaux sociaux sont utilisés pour attirer les clients (éleveurs et consommateurs) et pour communiquer sur les valeurs de la marque et les produits disponibles. Ils sont reliés directement à la plateforme pour des achats immédiats.	
Logistique et gestion des livraisons :			Lesquels fonctionnent le mieux ?	
Les partenaires logistiques gèrent l'acheminement des produits depuis les fermes des éleveurs jusqu'aux consommateurs.			Plateforme en ligne : La plateforme en ligne est le canal central qui fonctionne le mieux car elle permet aux éleveurs de vendre directement et aux consommateurs de commander facilement . Elle centralise toutes les transactions et fournit une gestion de la traçabilité .	
Support et formation aux éleveurs :			Réseaux sociaux : Ces canaux fonctionnent également très bien pour atteindre de nouveaux consommateurs , en particulier les jeunes générations qui sont plus enclines à acheter en ligne.	
Les associations agricoles et institutions de formation offrent des cours et des ateliers sur la gestion d'exploitation, l'agriculture durable, et la réduction des pertes				
animales.				
Marketing et promotion :				
Les partenaires en marketing digital et les influenceurs sont	Ressources humaines : Équipe de gestion des canaux : Personnel chargé de la gestion des relations avec les partenaires logistiques, les plateformes de		Quels sont les plus rentables ?	
			Plateforme en ligne : La plateforme en ligne est probablement le canal le plus rentable car elle permet de réduire les coûts	

<p>responsables de la promotion de la plateforme à travers des campagnes publicitaires et des actions sur les réseaux sociaux.</p> <p>Services financiers :</p> <p>Les partenaires financiers fournissent des solutions de paiement électronique sécurisées et pourraient aussi proposer des services financiers tels que des microcrédits pour les éleveurs.</p>	<p>paiement en ligne, etc.</p> <p>Techniciens support pour assurer l'intégration des systèmes de livraison, de gestion des commandes et des paiements dans la plateforme.</p> <p>Ressources financières :</p> <p>Budget pour l'acquisition de nouveaux canaux (publicité en ligne, plateformes de distribution).</p> <p>Partenariats financiers avec des acteurs comme les services de paiement en ligne (ex : PayPal, mobile money).</p> <p>Ressources clés requises par nos relations clients :</p> <p>Ressources humaines :</p> <p>Support client : Des agents pour répondre aux préoccupations des utilisateurs (éleveurs et consommateurs) via chat, email ou téléphone.</p> <p>Formateurs et conseillers pour aider les éleveurs à améliorer leurs pratiques et maximiser leur productivité.</p> <p>Ressources intellectuelles</p> <p>Matériel pédagogique pour les formations destinées aux éleveurs sur</p>	<p>d'intermédiation tout en générant des revenus à travers les commissions sur les ventes.</p> <p>Réseaux sociaux : Bien que les coûts de publicité puissent être élevés, les réseaux sociaux sont relativement rentables pour attirer une grande audience à moindre coût.</p> <p>Comment pouvons-nous les intégrer dans les routines client ?</p> <p>Plateforme en ligne : Intégrer la plateforme dans la routine des clients (éleveurs et consommateurs) peut se faire en proposant des fonctionnalités simples et pratiques comme des notifications push pour les nouvelles ventes ou promotions, et des outils de gestion automatisés pour les éleveurs.</p> <p>Réseaux sociaux : Créer une présence active et régulière sur les réseaux sociaux en partageant des avis clients, des témoignages d'éleveurs, et des informations sur la qualité des produits peut renforcer la fidélité des clients et les inciter à intégrer l'utilisation de la plateforme dans leur routine.</p>
--	---	---

l'amélioration de la gestion des exploitations.

Systèmes de gestion des données client
pour maintenir des relations personnalisées et suivre les comportements des utilisateurs.

Ressources financières :

Budget pour la gestion des relations clients : *Investir dans des outils CRM (gestion de la relation client), des campagnes de fidélisation, et des offres spéciales pour récompenser la fidélité des utilisateurs.*

Ressources clés requises par nos flux de revenus :

Ressources humaines :

Équipe commerciale *pour gérer les ventes et développer de nouveaux partenariats commerciaux.*

Spécialistes en stratégie financière *pour maximiser la rentabilité et développer de nouvelles sources de revenus (services premium, commissions sur ventes, abonnements).*

Ressources intellectuelles

Système de gestion des paiements et de

	<p><i>facturation pour assurer le bon suivi des transactions, commissions et abonnements.</i></p> <p><i>Données sur les ventes et les utilisateurs pour ajuster la stratégie de monétisation et identifier de nouvelles opportunités de revenus.</i></p> <p><i>Ressources financières :</i></p> <p><i>Capital pour le financement des opérations et le développement de nouvelles fonctionnalités ou services permettant de diversifier les flux de revenus.</i></p>			
--	--	--	--	--

Coûts

Quels sont les coûts les plus importants inhérents à notre modèle d'entreprise? Quelles ressources clés sont les plus chères? Quelles activités clés sont les plus chères?

VOTRE ENTREPRISE C'EST PLUS: axé sur les coûts (structure de coûts allégée, proposition de valeur aux plus bas prix, automatisation maximale, externalisation poussée), axé sur la valeur (axé sur la création de valeur, proposition de valeur supérieure).

EXEMPLE CARACTÉRISTIQUES: coûts fixes (salaires, loyers, services publics), coûts variables, économies d'échelle, économies d'envergure

Coûts les plus importants inhérents à notre modèle d'entreprise :

Salaires de l'équipe technique : Environ **200 000 - 300 000 FCFA/mois** (pour un développeur et un administrateur à temps partiel ou contractuel).

Revenus

Nos clients, pour quelle valeur sont-ils vraiment disposés à payer? Pour quelle valeur paient-ils actuellement? Comment paient-ils actuellement? Comment préféreraient-ils payer? Quelle est la contribution de chaque source de revenus aux revenus globaux?

TYPES: Vente d'actifs, Frais d'utilisation, Frais d'abonnement, Prêt / Location, Crédit-bail, Frais de courtage, Publicité

PRIX FIXE: Prix catalogue, Dépend de la fonctionnalité du produit, Dépendant du segment de clientèle, Dépend du volume

PRIX DYNAMIQUE: Négociation (négociation), gestion du rendement, marché en temps réel

Revenus de "FarmsConnect"

1. Nos clients, pour quelle valeur sont-ils vraiment disposés à payer ?

- Valeur ajoutée pour les éleveurs** : Les éleveurs sont prêts à payer pour une plateforme qui améliore leur visibilité, facilite leurs ventes et leur permet d'atteindre des consommateurs sans intermédiaire coûteux. La gestion simplifiée de leurs ventes et l'augmentation de leurs revenus constituent une réelle valeur pour eux.

<p>Marketing numérique : Environ 100 000 - 200 000 FCFA pour les premières campagnes publicitaires (réseaux sociaux, SEO, publicité en ligne).</p>	<ul style="list-style-type: none">• Valeur ajoutée pour les consommateurs : Les consommateurs apprécient la facilité d'accès à des produits locaux de qualité, traçables, et à des prix compétitifs. Ils sont prêts à payer pour des produits frais livrés rapidement à leur domicile.
<p>Coûts logistiques : Estimés à 50 000 - 100 000 FCFA/mois pour le transport, stockage, et gestion des livraisons au début.</p>	<p>2. Pour quelle valeur paient-ils actuellement ?</p> <ul style="list-style-type: none">• Actuellement :<ul style="list-style-type: none">○ Les éleveurs paient des frais pour vendre leurs produits via des marchés traditionnels ou des intermédiaires. Ces coûts sont souvent élevés et imprévisibles.○ Les consommateurs paient déjà pour des produits avicoles sur les marchés locaux, mais subissent parfois des surcoûts dus aux intermédiaires ou au transport.
<p>Commissions externes : Environ 30 000 - 50 000 FCFA par mois pour la gestion des paiements en ligne et des services de certification vétérinaire.</p> <p>Ressources clés les plus chères :</p> <p>Équipe technique : Salaires mensuels pour les développeurs et administrateurs, environ 200 000 - 300 000 FCFA/mois.</p>	
<p>Infrastructure technologique : 100 000 - 150 000 FCFA pour l'hébergement, les services cloud, et la sécurité des données (pour la première phase du projet).</p>	<p>3. Comment paient-ils actuellement ?</p> <ul style="list-style-type: none">• Éleveurs : Les éleveurs paient principalement en nature ou en espèces pour accéder aux marchés ou pour rémunérer des intermédiaires.• Consommateurs : Les consommateurs achètent généralement en espèces ou via des paiements mobiles (MoMo, Orange Money).
<p>Activités clés les plus chères :</p> <p>Développement et gestion de la plateforme : Environ 300 000 - 400 000 FCFA pour le développement initial et les mises à jour régulières.</p>	
<p>Marketing et acquisition clients : Environ 100 000 - 150 000 FCFA pour la première phase de campagnes marketing et pour la gestion des canaux de publicité.</p>	<p>4. Comment préféreraient-ils payer ?</p> <ul style="list-style-type: none">• Éleveurs :<ul style="list-style-type: none">○ Un modèle de paiement flexible, basé sur leurs revenus réels, est privilégié. C'est pourquoi les abonnements sont activés uniquement après leurs premières ventes réussies.○ Les éleveurs pourraient préférer des paiements via des moyens digitaux sécurisés pour plus de simplicité (paiements mobiles, transfert bancaire).• Consommateurs :<ul style="list-style-type: none">○ Les consommateurs préfèrent des paiements faciles et sécurisés, comme les paiements mobiles ou à la livraison.
<p>Estimation totale pour le lancement initial de FarmsConnect :</p> <p>Environ 700 000 à 1 000 000 FCFA pour couvrir ces coûts de base pendant les premiers mois de lancement.</p>	
	<p>5. Quelle est la contribution de chaque source de revenus aux revenus globaux ?</p>

	<p><i>Source principale : Commissions sur les ventes (70%-80% des revenus)</i></p> <ul style="list-style-type: none">• Les commissions sur chaque transaction (fixées entre 3% et 5%) représentent la principale source de revenus pour FarmsConnect.• Exemple estimatif :<ul style="list-style-type: none">◦ Avec 1 000 ventes mensuelles à 2 000 FCFA/unité, les commissions rapporteront entre 60 000 et 100 000 FCFA pourchaque tranche de 1 000 ventes.◦ Sur 50 éleveurs actifs, cela peut générer 600 000 à 1 000 000 FCFA mensuels. <p><i>Source secondaire : Abonnements des éleveurs (20%-30% des revenus)</i></p> <p>Les éleveurs paient un abonnement mensuel après leurs trois premières ventes réussies. Ce tarif est compris entre 2 000 et 5 000 FCFA.</p> <p>Exemple estimatif :</p> <p>Avec 50 éleveurs abonnés, cela représente entre 100 000 et 250 000 FCFA mensuels.</p>
	<p>Pourquoi ce modèle est rentable dès le lancement ?</p> <p>En combinant commissions (revenu direct basé sur les transactions) et abonnements (revenu récurrent), FarmsConnect garantit une base de revenus stable et scalable. Les éleveurs comme les consommateurs bénéficient d’une valeur claire, ce qui facilite leur adoption de la plateforme.</p> <p>Rentabilité à court terme :</p> <p>Avec seulement 50 éleveurs actifs et 1 000 transactions mensuelles, FarmsConnect peut atteindre des revenus mensuels compris entre 700 000 et 1 250 000 FCFA.</p> <p>Ces chiffres augmenteront proportionnellement avec l’élargissement du réseau d’éleveurs et de consommateurs, assurant une croissance exponentielle.</p>
	<p><i>Conclusion : Impact économique et avenir de "FarmsConnect"</i></p> <p><i>Le modèle économique de "FarmsConnect" est conçu pour être rentable et durable. En connectant les éleveurs directement aux consommateurs et en introduisant des services supplémentaires comme la formation, la gestion de la production, et la traçabilité des produits, la plateforme génère</i></p>

plusieurs flux de revenus.

En outre, ce modèle a un impact positif direct sur l'économie du Burkina Faso :

- ***Stimulation de la production locale*** : En facilitant l'accès aux marchés pour les éleveurs, "FarmsConnect" soutient l'augmentation de la production locale de produits d'élevage de qualité, réduisant ainsi la dépendance aux importations.
- ***Création d'emplois*** : Le modèle de ferme et la plateforme créeront des emplois directs (gestionnaires de plateforme, formateurs, vétérinaires) et indirects (transporteurs, commerçants).
- ***Croissance des exportations*** : À terme, avec la certification des produits et leur traçabilité, les producteurs burkinabè pourront se positionner sur des marchés internationaux à la recherche de produits d'élevage certifiés de haute qualité.

En somme, "FarmsConnect" représente une véritable opportunité de transformation pour l'élevage au Burkina Faso, apportant des solutions innovantes aux défis du secteur tout en générant des revenus durables et profitables.