

PLAN D'ACTION MARKETING - MONETISATION DE CHRONO EXPLORER

REALISE PAR :

- **FONKUI KAMGANG William Vanel**
- **KENFACK TIBONGNOU Guidel Ariol**
- **TEMGOUA KENNE Carine**

Année universitaire : 2024 – 2025

I. PRESENTATION DU PROJET

Chrono Explorer est une application web éducative et culturelle, conçue pour permettre la consultation interactive d'événements historiques sous forme de frises chronologiques. L'utilisateur peut accéder à des fiches détaillées enrichies de médias, commenter des événements, marquer ses favoris, et interagir avec un contenu historique validé.

L'application s'adresse principalement aux **musées nationaux et internationaux, institutions culturelles, établissements scolaires** ainsi qu'à un public plus large composé de **visiteurs, touristes, enseignants, élèves et amateurs d'histoire**.

II- POSITIONNEMENT DE L'EQUIPE PROJET

Nous sommes une équipe de trois co-porteurs du projet **Chrono Explorer**, qui se positionne comme une **structure entrepreneuriale en préfiguration**. Dans le cadre du développement de cette application, nous endossons chacun un rôle spécifique au sein de notre "startup" en création :

- **Responsable Technique (CTO)** : en charge de l'architecture technique, du développement backend et de la base de données
- **Responsable Frontend / UX** : responsable de l'expérience utilisateur, de l'interface graphique (Angular) et de l'intégration responsive
- **Responsable Produit / Marketing** : en charge du positionnement, du plan marketing, de la stratégie de monétisation et de la relation client (musées)

Ce positionnement nous permet de proposer une solution viable et de justifier un modèle économique cohérent dans une logique de création d'entreprise.

III. ANALYSE SWOT

Forces (internes)

- Interface moderne et intuitive (UX frise chronologique interactive)
- Architecture microservices solide (extensible, maintenable)
- Contenu modulaire et personnalisable pour chaque musée
- Possibilité de proposer du contenu participatif modéré

Faiblesses (internes)

- Faible notoriété initiale sur le marché culturel
- Absence d'un réseau d'utilisateurs existants
- Budget marketing limité au lancement

Opportunités (externes)

- Numérisation croissante des musées et lieux de patrimoine
- Forte demande d'outils éducatifs ludiques et interactifs
- Possibilité de partenariats avec l'Éducation nationale ou le Ministère de la Culture

Menaces (externes)

- Solutions concurrentes développées par de grands groupes (Google Arts, apps muséales)
- Adoption lente des outils numériques par certaines institutions
- Risque de saturation du marché des applications éducatives

IV. MARKETING MIX – LES 4P

Produit

Chrono Explorer offre :

- Une plateforme de consultation historique (frise + filtres + recherche)
- Une interface administrateur pour les musées (ajout/gestion d'événements, validation de commentaires)

- Des fiches enrichies avec images, sources, médias et thématiques
- Un espace utilisateur (favoris, historique, propositions)
- Application responsive (PC/tablette/mobile)

Prix

- Licence annuelle : 500 € (par musée ou établissement)
- Offre SaaS : 100 € / mois (hébergement, support, mises à jour)
- Version "marque blanche" : à partir de 2000 € (branding personnalisé)
- Freemium pour les utilisateurs finaux : gratuit avec options enrichies pour comptes enregistrés

Place (distribution)

- Accès via plateforme web (hébergée ou auto-hébergée)
- Mise à disposition de démos interactives sur site vitrine
- Démarchage direct des musées via e-mail, salons professionnels, ou appel

Promotion

- Réseaux sociaux (LinkedIn, Twitter, Facebook)
- Création de contenu (vidéo démo, articles Medium)
- Campagne d'e-mailing ciblée vers les musées nationaux / internationaux
- Participation à des salons (Museum Connections, ICOM, etc.)
- Témoignages de musées partenaires pilotes
- Bouche à oreille

V. OBJECTIFS SMART

Objectif	Spécifique	Mesurable	Atteignable	Réaliste	Temporel
Obtenir 5 musées utilisateurs	Oui	5 clients signés	Oui	Oui	D'ici 3 mois
1000 utilisateurs actifs	Oui	Compteurs utilisateurs	Oui	Oui	90 jours
Taux de conversion e-mail à 10%	Oui	Nombre de réponses	Oui	Oui	1 campagne
Temps moyen de session > 3 min	Oui	Google Analytics	Oui	Oui	1er mois post-lancement

VI. PLAN D'ACTION CONCRETES (3 mois)

Mois 1 :

- Lancement du site vitrine officiel avec section "démon en ligne"
- Création de contenu (vidéo, maquette cliquable, documentation)
- Listing de contacts musées + validation des cibles prioritaires

Mois 2 :

- Campagne emailing personnalisée + relances (20 musées ciblés)
- Prospection téléphonique directe (rendez-vous + démon en visio)
- Réseaux sociaux : publication + démon sur LinkedIn et Twitter

Mois 3 :

- Participation à 1 événement/salon culturel (Museum Connections ou local)
- Lancement de partenariat avec un musée pilote (ex : musée régional)
- Collecte de retours utilisateurs pour itérations produit

VII. INDICATEURS DE PERFORMANCES (KPI)

- Nombre de musées sous contrat signé
- Nombre total d'utilisateurs actifs
- Taux de conversion emailing
- Temps moyen de session
- Taux de commentaires validés/proposés
- Feedbacks qualitatifs (notation, recommandations)

VIII. BUSINESS MODEL CANVA (BMC)

Dans le cadre de l'élaboration d'un plan d'action marketing orienté vers la monétisation de notre application **Chrono Explorer**, l'usage du **Business Model Canvas (BMC)** s'impose comme un outil stratégique fondamental.

Le BMC permet de représenter de manière synthétique et structurée **le fonctionnement global du modèle économique**. Il met en évidence les **relations entre les différents blocs-clés** : proposition de valeur, segments clients, sources de revenus, ressources, canaux de distribution, etc.

Son intégration dans notre démarche vise à :

- **Structurer le modèle de monétisation** de façon claire et cohérente,
- **Assurer la viabilité économique** du projet dès la première phase de commercialisation,
- **Aligner les choix marketing avec les besoins des utilisateurs et des institutions culturelles,**
- Fournir un outil de pilotage évolutif, indispensable dans une logique entrepreneuriale.

En somme, le Business Model Canvas constitue **la base de notre réflexion stratégique**. Il garantit que les actions marketing envisagées s'inscrivent dans un **modèle commercial réaliste, scalable et pertinent**, tout en restant alignées avec les objectifs du projet.

BUSINESS MODEL CANVAS CHRONO EXPLORER

KEY PARTNERS	KEY ACTIVITIES	VALUE PROPOSITIONS	CUSTOMER RELATIONSHIP	CUSTOMER SEGMENTS
Musées pilotes, associations culturelles, établissements scolaires	Développement, maintenance, marketing, relation client, amélioration UX	Frise interactive, contenu enrichi, fiche, interface admin, commentaires validés	Démo personnalisée, support client, FAQ, formations, suivis	Musées (nationaux et internationaux), institutions patrimoniales, musées universitaires, visiteurs
	KEY RESOURCES		CHANNELS	
	L'équipe technique, infrastructure cloud, base de données historique		Site vitrine, contact direct, salons professionnels, réseaux sociaux	
COST STRUCTURE			REVENUE STREAM	
Hébergement, développement, communication, support technique			Licences annuelles, SaaS, marque blanche, formations supplémentaires	

IX. PREVISION FINANCIERE SIMPLIFIEE (12 mois)

Hypothèses :

- Objectif : 5 musées sous licence d'ici la fin de l'année
- 2 musées avec offre SaaS (100 €/mois)
- 1 musée marque blanche (2 000 €)
- Coûts hébergement : 50 €/mois
- Coûts outils divers : 30 €/mois
- Budget communication : 800 € ponctuel

Recettes estimées :

Source	Montant annuel estimé
5 licences à 500 €	2 500 €
2 SaaS à 100 €/mois	2 400 €
1 marque blanche	2 000 €
Total recettes	6 900 €

Dépenses estimées :

Dépense	Montant annuel estimé
Hébergement cloud	600 €
Outils/abonnements	360 €
Communication/salons	800 €
Autres frais (imprévus)	240 €
Total dépenses	2 000 €

Bénéfice estimé : 4 900 € sur 12 mois (hors salaires)

Ce résultat reste théorique mais montre une **rentabilité dès la première année** avec un modèle simple.

X. SUPPORTS DE COMMUNICATION A PRODUIRE POUR MONETISER EFFICACEMENT

- PDF de présentation commerciale (1 page synthétique)
- Vidéo de démonstration (parcours utilisateur)
- Slides PowerPoint pour rendez-vous professionnels
- Formulaire de contact + demande de démo sur site
- Email de prospection type (personnalisable)

CONCLUSION

Chrono Explorer se positionne comme une solution à fort potentiel dans la médiation numérique. Le projet dispose d'une équipe compétente, d'un modèle économique viable, et d'un plan d'action marketing solide permettant de convaincre les musées à l'échelle nationale et internationale. L'approche startup, combinée à un déploiement progressif, offre toutes les chances de succès à court et moyen terme.