



Playsome

Nous croyons que le jeu représente la meilleure forme de socialisation de tout les temps.

Parti de ce constat, nous avons décidé de tout recommencer et de bâtir un réseau social avec le jeu en son coeur. Nous croyons en l'évidence de notre vision. Pourtant il nous a fallu tout déconstruire, le Jeu, le réseau social, leurs codes, leurs artifices, qui nous apparaissent déjà dépassés. Pour tout reconstruire, pour tracer un nouvel horizon, et donner jour au *social-gaming*. Nous croyons aux forces de conquête de ce modèle, nous croyons à l'inaltérabilité de son règne à venir.

Nous avons la conviction que le Jeu est en phase de devenir une nouvelle forme de langage.

Meyr Group.



C O N C E P T

CHAPITRE

1



Le Social-Gaming

La frontière entre la technologie et la RL (Real Life) n'existe plus.
Le temps des avatars ou des pseudonymes est maintenant révolu.

Notre plateforme renverse les codes et réinvente le genre.
Il n'aura jamais été aussi jouissif de challenger ses amis
ou encore de rencontrer de parfaits inconnus.

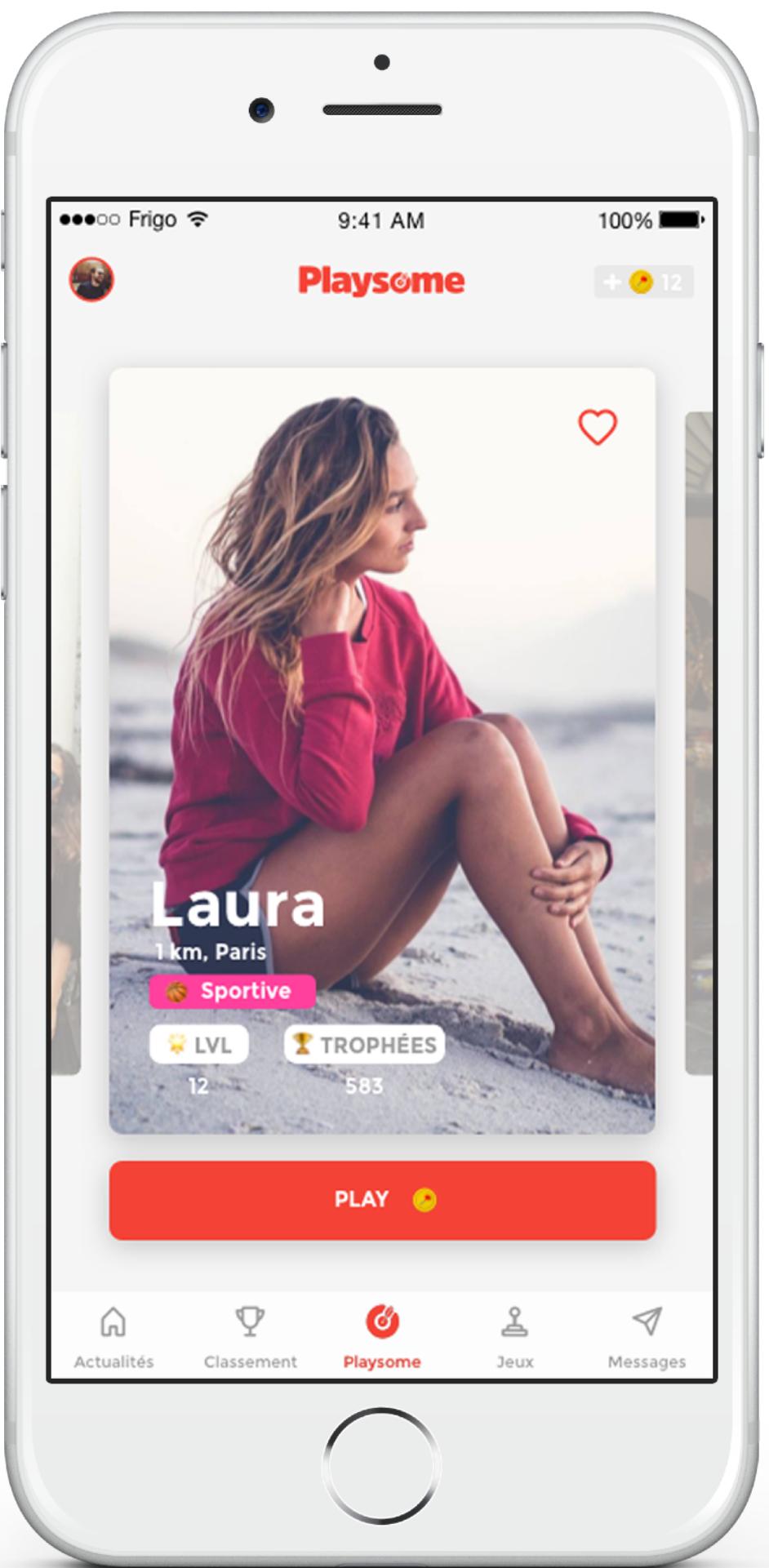


Bienvenue dans Playsome

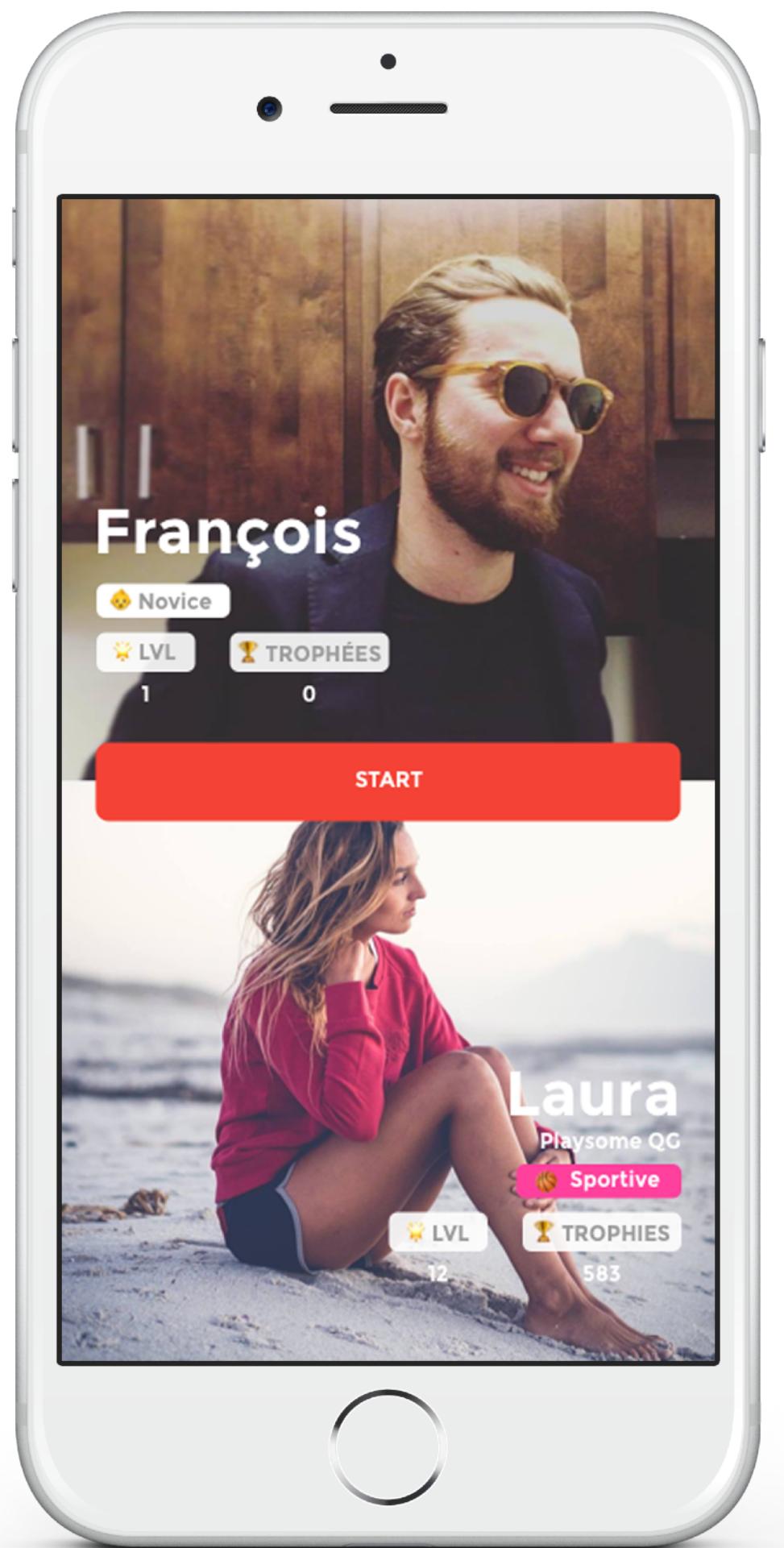
L'expérience de Social-Gaming
la plus évoluée au monde.



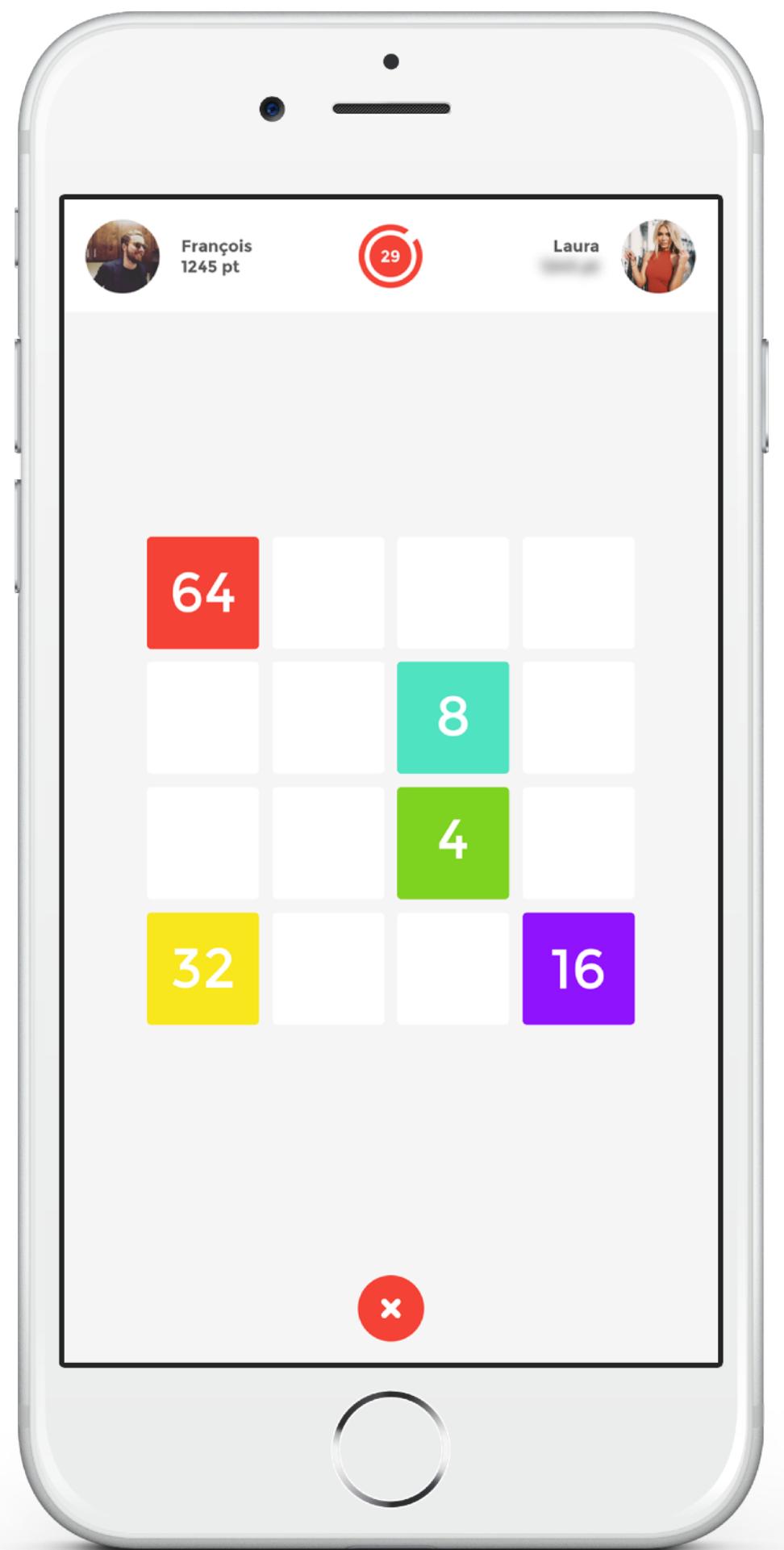
Principes



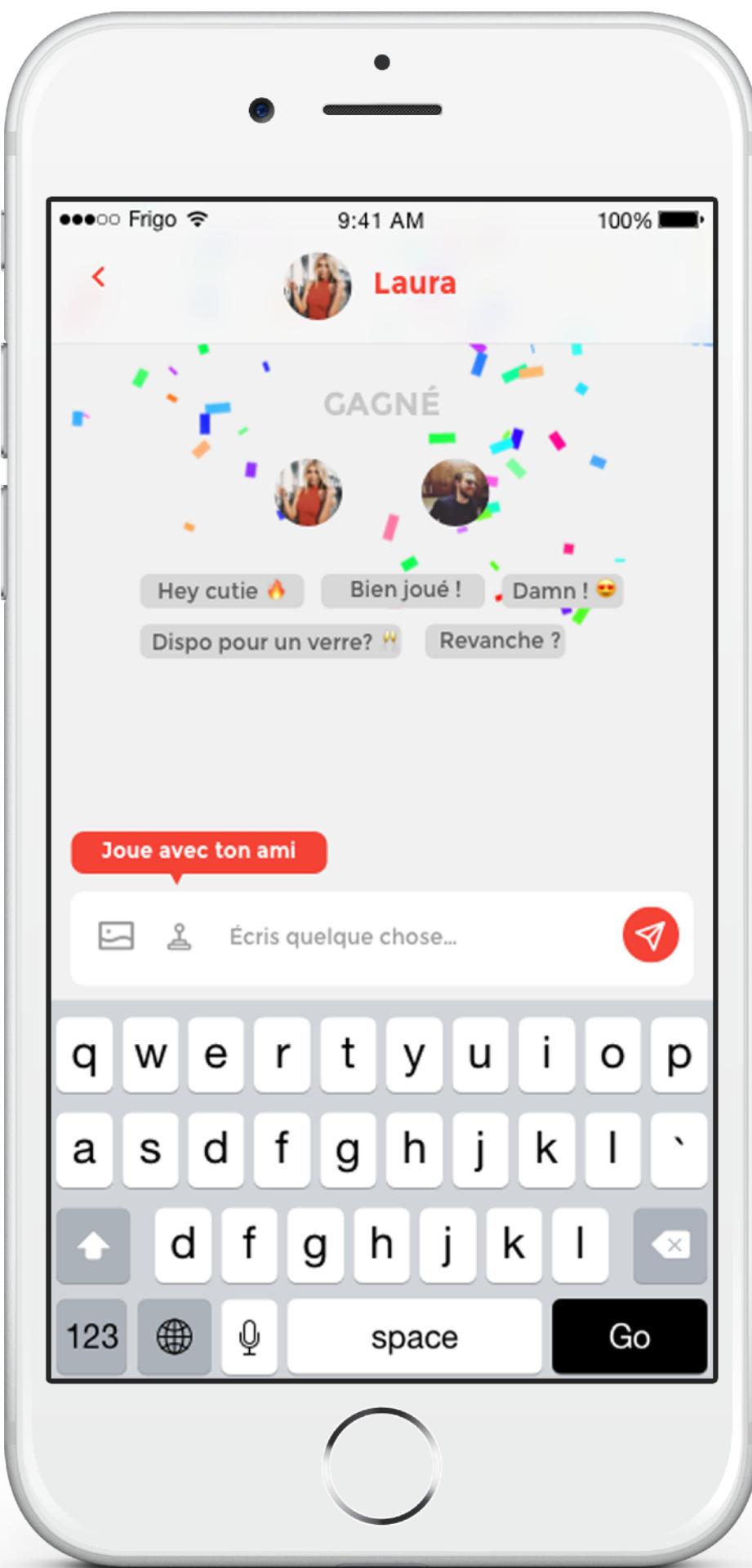
1
Découvrez des personnes à proximité



2
Lancez la partie



3
Remportez votre Challenge pour débloquer le Chat

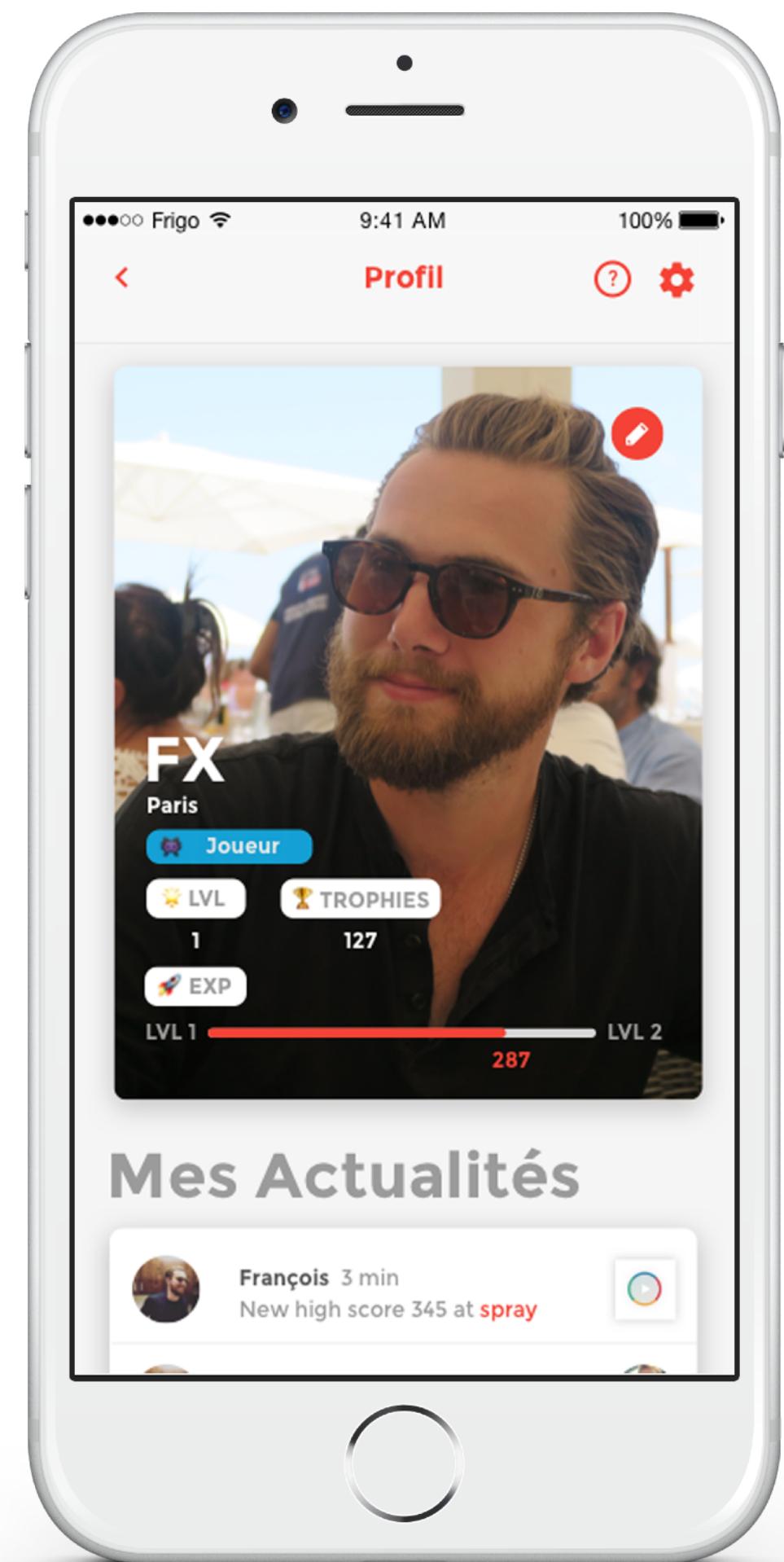


4
Engagez la conversation, proposez un nouveau Challenge et gagnez encore plus d'Expérience

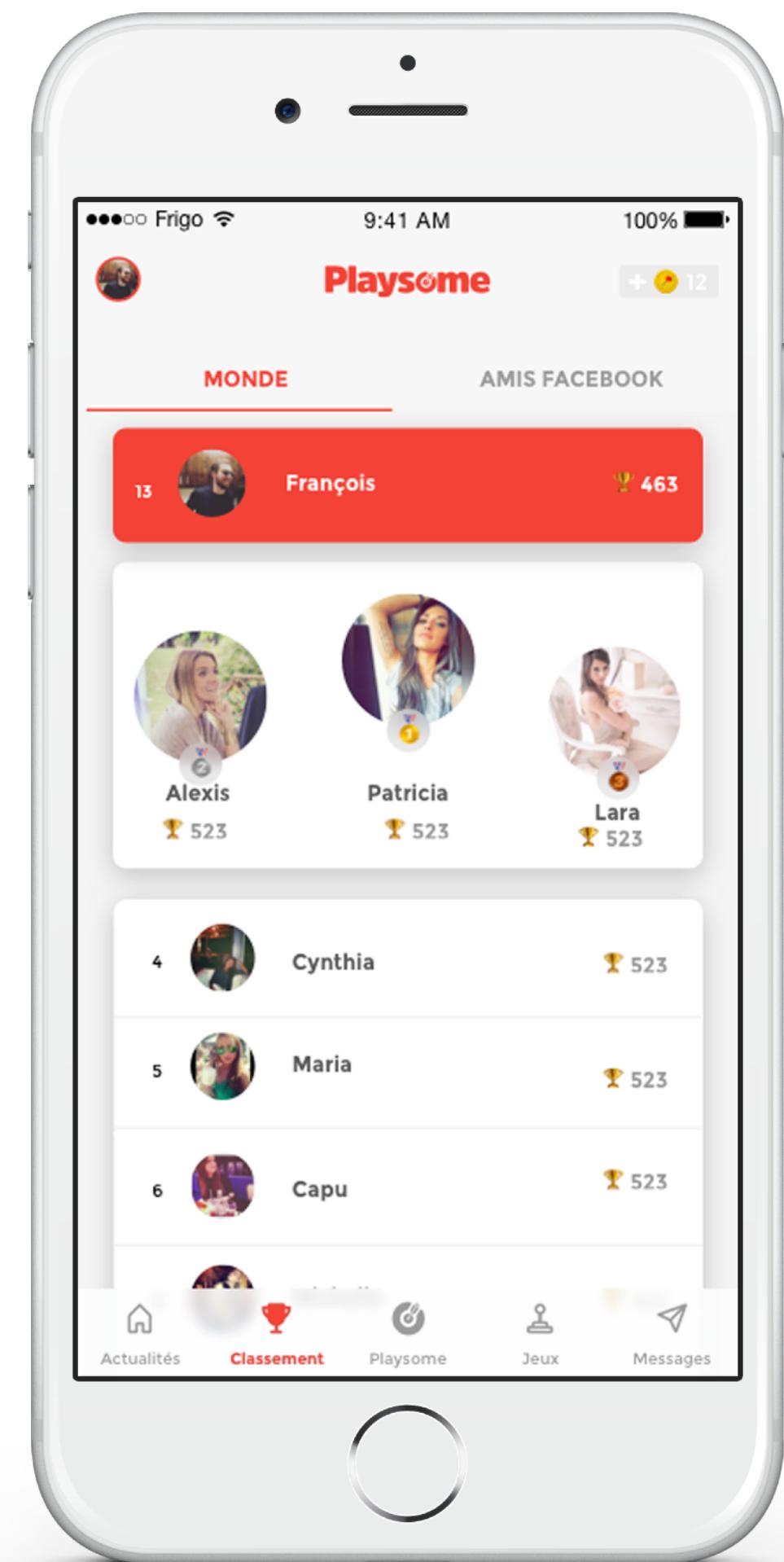
Principes



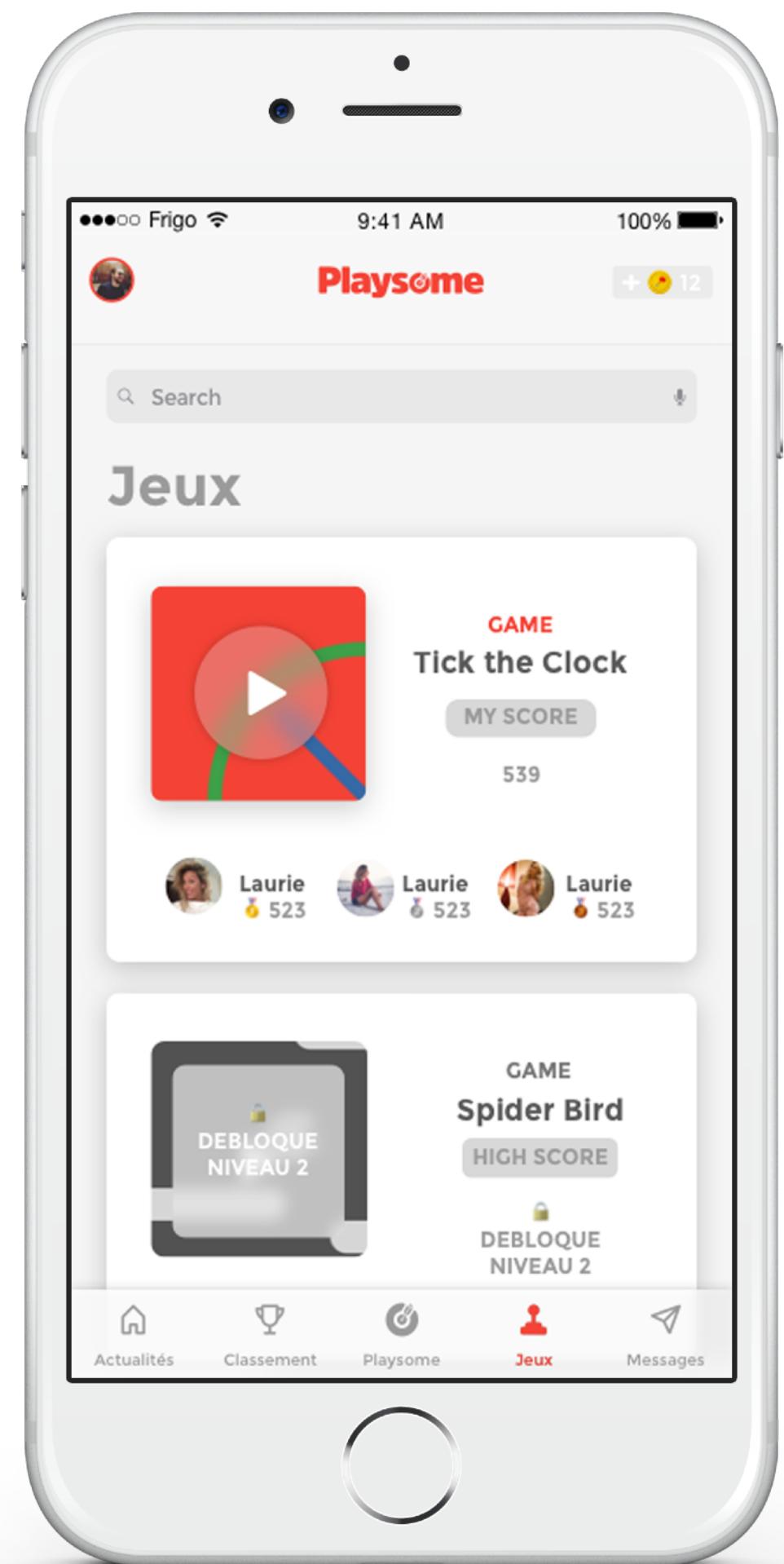
5
Des nouveaux jeux intégrables sans mise-à-jour



6
Création d'un profil personnalisé



7
Classement de son réseau Facebook ainsi que du monde entier



8
Un parc de jeux extensible à l'infini, les nouveaux jeux se débloquent en fonction de la progression du joueur



B

L
E
B U S I N E S S

CHAPITRE

2

Le Gaming

Les jeux sont les applications générant le plus de revenu sur mobile.

Les jeux représentent :

92% du chiffre d'affaires de Google Play

84% de celui de l'Apple Store

Le marché du Gaming sur mobile pèse **\$34.8 milliards**



Toujours la même recette :

Frustration, agacement, classement.

Modèle économique

Comment gagnons nous de l'argent ?

1. Nous sommes une application Freemium

94% des téléchargements en 2016

70% du chiffre d'affaires du marché des Apps

Achats In-App

iOS 

2. Motivations

Nous mixons deux secteurs extrêmement porteurs

en développant l'expérience de Gaming la plus sociable

La frustration pour les joueurs est encore plus grande,

Ils ne pourront pas démarrer le chat si ils échouent dans une partie

3. Publicité

Possibilité de monétiser chaque utilisateur en contrepartie de la currency virtuelle in-app. + Jeux sponsorisés.



Prévisionnel

Estimation des coûts (18 mois) en €

Salariés

Développeur Junior Xamarin Full Stack Back End	18.000
Développeur Xamarin Full Stack Front End	54.000
Développeur Jeux (HTML/CSS/JS/JQUERY/PHP) Full Stack	54.000
Développeur Junior Jeux (HTML/CSS/JS/JQUERY) Front End	18.000
Designer Graphique Mobile	18.000
Matériel Informatique	20.000
Légal	20.000
Campagne Beta Test	50.000
Bureaux	0.00
Publicité	50.000
Total	302.000€

Estimation des revenus et du nombre d'utilisateurs (18 mois)

Chiffre d'affaires en €	
Achats In-App	500.000
Publicité (Partenariat)	50.000
Total	550.000€
Utilisateurs	
iOS	160.000
Android	124.000
ARPU	1.94€

Prévisionnel réalisé avec les achats in-apps comme seule source de revenus



Chiffres clés

Utilisateurs sur 5 ans

14,5 millions

Taux de rétention

50%

% d'utilisateurs payants

4%

Panier moyen

22,12€ au bout de 5 ans

Chiffre d'affaires sur 5 ans

20 millions€

Equilibre du compte de résultat en 3 ans

Pay-back sur 2,5 années

TRI de 81.9%

Timeline

Exécution du projet
2017

1

Beta-Test 1

15 août - 20 août

2

Analyse du Test 1

**Ajustement de l'UX / UI,
Design de la V2**

1er sep - 15 sep

3

Ajustement du business model

Store In-App

10 sep

4

Développement de la V2

15 Sep - 15 Nov

6

Beta-Test 2

Ajout des outils de mesure (Metrics)

19 Nov-23 Nov

7

Analyse des Metrics

Ajustement des outils de mesure

Recrutement des influenceurs

PR

23 Nov - 15 Déc

8

Lancement dans l'Apple Store

Plan de Communication

Référencement, Search

PR

1er Janvier

9

Début d'activité

Plan de Notoriété

Plan Média Display

10

Analyse du business model

**Nouvelle Levée de fond en vue d'ouvrir
de nouveaux marchés**

2018



A NOS AMBITIONS

CHAPITRE

3



Nos ambitions

Playsome, une première étape pour **Meyr Group**.

1. Faire de la **promotion** d'Apps au sein de Playsome

Notre format nous permet de faire la promotion de jeux au près de notre cible.

Cela nous octroie une source de revenue moins intrusive que de la publicité standard

2. Devenir un **incubateur**

Cela nous permettra d'avoir la main sur un vivier actif de nouveaux jeux,
pour renouveler l'offre très souvent et rester le leader et la référence de notre marché

3. Devenir un **éditeur**

Avec le test permanent de nouveaux jeux sur notre audience nous serons par la suite
capable de développer et sortir de nouveaux blockbusters dans les stores

A photograph of a skateboarder performing a trick in mid-air against a bright blue sky. A large, semi-transparent dark gray rectangular overlay covers the upper half of the image. Inside this overlay, a large white letter 'E' is centered. Below the 'E', the words 'L'ÉQUIPE' are written in a bold, white, sans-serif font.

L'ÉQUIPE

CHAPITRE

A small, thin-lined hexagonal frame containing the number '4' in a white, sans-serif font.

4

François-Xavier Meyer - Founder**Chief Executive Officer**

Supervise and control all strategic and business aspects of the company.
Develop high quality business strategies and plans ensuring their alignment with short-term and long-term objectives

Alexandre Pasdelou - Co-Founder**Chief Financial Officer /
Chief Revenue Officer**

Responsible for the administrative, financial, risk management operations of the company, to include the development of a financial and operational strategy, metrics tied to that strategy, and the development and monitoring of control systems designed to preserve company assets and report accurate financial results. pivotal role directly influencing the future of the company, he covers new business sales, installed client base sales, and partner strategy.

Philippe Hoton**Chief Technical Officer**

Lead Developer / ensure that the company has the best technology for our products at hand. public face of technology for the company Develop technical aspects of the company's strategy to ensure alignment with its business goals. Discover and implement new technologies that yield competitive advantage

Nicolas Saint-Paul**Chief Creative Officer**

Lead UX/UI Designer / Responsible for the overall look and feel of the marketing, media, and branding of Meyr Group and its products.

Amandine Liautaud**Chief Marketing Officer**

Overseeing the planning, development and execution of Meyr Group marketing and advertising initiatives. Responsible to generate revenue by increasing sales through successful marketing for the entire organization, using market research, pricing, product marketing, marketing communications, advertising and public relations.

Vincent Meyer**Board Advisor**

Provide financial and strategic advice. analyze the company's business plan and financial statements to properly advise it about investments, and potential funding opportunities.

Angelica Martino**Project Manager**

Lead Traffic Manager
She's reporting regularly on the progress of the project and that it is staying on the approved schedule

