

PARTIE 1 : STRATEGIE DE LANCEMENT ET ORGANISATION DE THE MUST ADDRESS

I. LA COMMUNICATION

Etant donné qu'aucune prospection commerciale n'est prévue pour recruter des abonnés Premium, la communication est fondamentale pour amorcer les premiers abonnements.

1) Idée première

L'achat d'espaces publicitaires sur les grands médias nationaux n'est pas envisageable pour le lancement de T M A.

Par contre dans un premier temps, l'achat d'espaces auprès de régies spécialisées dans le digital (google AdWords, Facebook AdWords ...) a été envisagé, via une agence web (audit technique du site, audit sémantique afin d'identifier les mots clés liés à mon activité, achat d'espaces supports digitaux, suivi de campagne et réajustement de la stratégie – du 15/05 au 31/08/2018) pour un budget d'environ 40 000€ HT dont 30 000€ HT d'achat d'espace et 10 000€ HT de conseils.

Après une étude approfondie de cette proposition et comparaison avec les conseils d'autres agences web, j'ai constaté que le budget de 30 000€ HT d'achat d'espaces sur 4 mois était un « coup d'épée dans l'eau » face au système d'enchère pratiqué par les moteurs de recherche.

Cette stratégie d'agence est possible quand la cible est précise et que le secteur géographique est restreint à la ville ou au département.

Tout le contraire du projet The Must Address, qui a pour cible tous les professionnels au niveau national.

2) Stratégie idéale

Budget 40 000€ HT + 15 000€ HT (événement lancement national à Paris)

Environ 55 000€ HT consacré à une stratégie basée sur le relationnel, la proximité et les réseaux sociaux + une offre exceptionnelle de promotion sur les abonnements Premium du 14/05/2018 au 31/08/2018.

- **La Community manager :**

Début mai 2018, création de nos comptes Facebook, Instagram, Twitter par *Leslie MOREAU*, jeune Community Manager et photographe freelance expérimentée, basée sur Paris.

Sa fonction consiste à accompagner T M A jusqu'au 31/12/2018 avec l'objectif de créer, gérer et développer nos comptes sur les réseaux sociaux :

Faire croître les communautés et l'engagement sur Facebook, Twitter et Instagram. La publicité est incontournable sur Facebook (sponso de posts ou publicité marque).

- **FACEBOOK**

Comment ? En postant du contenu incitant au partage, au « taguage » d'amis, en sponsorisant quelques contenus... mais aussi en mettant en avant l'humain, des professionnels de qualité de site et des professions au travers desquelles beaucoup de personnes se reconnaîtront (interviews, focus, témoignages etc).

> Il faut poster de belles photos / vidéos / visuels avec des liens vers le site car les utilisateurs scrollent très vite et la marque doit attirer leur attention.

○ INSTAGRAM

Comment ? En interagissant avec les comptes de professionnels sur le réseau social et en postant de beaux contenus, bien que ce ne soit pas le média de référence pour le B2B. On peut d'ailleurs tout à fait créer son propre hashtag pour générer de l'engagement.

> Il faut poster de belles photos qui donnent envie de s'abonner avec les bons hashtags. Il faut aussi liker les contenus des autres « Instagrammers », s'abonner à eux et commenter leurs publications pour les inviter à faire de même.

○ TWITTER

Comment ? En interagissant avec les comptes de professionnels sur le réseau social et en postant des contenus pertinents et très intéressants à retweeter : sur la thématique B2B et sur la marque TMA et les professionnels de la plateforme.

> Il faut créer des listes par groupes de métiers par exemple, rebondir les hashtags populaires voire en créer un spécifique, liker des tweets, les partager et s'abonner aux comptes de professionnels, aux médias locaux, etc.

II. LE LANCEMENT A PARIS

Lundi 14/15/2018 : LANCEMENT OFFICIEL de www.themustaddress.com à Paris.

Evènement couvert par notre Community Manager.

1) Le Brunch :

Le matin à partir de 7h30 et toute la matinée : petit déjeuner brunch consacré à la prise de contacts avec toute la presse (journaux, radios, TV, site internet) grand public et professionnelle, nationale et locale.

Emma et moi, sommes chargés de lister tous les médias et d'expédier les invitations, avec dossier de presse, 10 jours avant. Accusé réception par tel et relance pour confirmer la présence du média au Brunch Presse.

L'objectif est de nouer un maximum de contacts, sans consacrer trop de temps à un seul journaliste et de caler de véritables interviews l'après midi ou la semaine du 14/05 et tout le mois (présence en studio, par tel...).

Les rencontres se feront sur un fond « type PLV » avec les visages de nos 100 Experts + The Must Address + logo + www.themustaddress.com + dossiers de presse (prise de photos, vidéos...).

En profiter également pour donner des invitations pour la grande soirée de lancement à partir de 18h.

2) Soirée « cocktail dinatoire » à partir de 18h00 :

Soirée festive propice aux relations publiques et au lancement officiel de l'offre de promotion, sur les abonnements annuels Premium locaux à « zéro euro » valable du 14/05/18 au 31/08/18.

Un large bandeau sur le site, annoncera la promotion avec un compte à rebours du 1^{er} au dernier jour de l'offre (110 jours, 109, 108, etc.).

Participeront à cet événement environ 300 pers : un maximum d'experts ou leurs représentants, les responsables des fédérations professionnelles nationales ou régionales, la presse.

Les responsables de la communication des fédérations seront listés et invités 10 jours avant la soirée (rappel et confirmation). Les dirigeants des syndicats pros sont vraiment à choyer car ils détiennent les clés d'accès aux listings de leurs membres. Nous avons 3 mois et demi, pour les convaincre de faire profiter leurs adhérents de l'offre de lancement de T M A (mailing, Facebook, outils de communication interne).

3) Détails sur l'offre de lancement :

L'abonnement annuel Premium à « zéro euro » concerne la première offre commerciale « secteur 1 : localité ou arrondissement » au tarif de 360€ HT/an soit 30€ HT/mois.

Le processus d'adhésion reste inchangé et le candidat devra donc répondre au questionnaire de son Expert Référent, signer *la Charte du Professionnel*, sélectionner l'offre « secteur 1 » puis accepter les *Conditions Générales de Vente*.

Tous les professionnels, tous secteurs d'activités de toutes les communes de France et outre mer pourront proposer leur candidature au statut Premium The Must Address.

Les abonnements comprennent l'expédition d'un pack de 3 autocollants millésimés (2018, 2019...). Exceptionnellement, durant toute la période de cette offre de gratuité, les Premium se verront proposés sur leur espace perso, la possibilité de commander en ligne, un pack de 3 autocollants pour 10€ TTC seulement (+ début 2019, proposition d'achat des nouveaux autocollants 2019 pour les PREMIUM à « zéro euro » dont les derniers contrats vont courir jusqu'au 31/08/2019).

Important : toutes les offres commerciales seront activées dès le premier jour de lancement afin de permettre à tous les pros qui souhaitent s'afficher sur un secteur plus large d'en avoir la possibilité, aux conditions tarifaires normales.

III. LA TOURNEE EN REGION

Après la région parisienne, la même stratégie est développée dans toutes les régions. Aucun événement festif en région. Nous transmettrons les contenus (photos, articles, rencontres...) à la Community Manager afin d'animer nos comptes de réseaux sociaux.

Objectif : Petit déjeuner brunch en matinée avec la presse régionale et locale puis rencontres avec les représentants régionaux des fédérations professionnels et Chambres de Commerces.

Planning des déplacements :

1. Région Les Hauts de France :
 - Lille (59) : mardi 22/05/18
 - Amiens (80/ La Somme) : jeudi 24/05/18.
2. Région Grand Est :
 - Strasbourg (67 / Bas Rhin) : lundi 28/05/18
 - Nancy (54 / Meurthe et Moselle) : jeudi 31/05/18.
3. Région Bourgogne Franche Comté :
 - Dijon (21 / Côte d'OR) : lundi 04/06/18.
4. Région Centre Val de Loire :

- Orléans (45 / Le Loiret) : jeudi 07/06/18
- Tours (37 / Indre et Loire) : lundi 11/06/18.

- 5. Région Normandie :
 - Rouen (76 / Seine Maritime) : jeudi 14/06/18
 - Alençon (61 / Orne) : lundi 18/06/18.

- 6. Région Bretagne :
 - Rennes (35 / Ille et Vilaine) : jeudi 21/06/18
 - Brest (29 / Finistère) : lundi 25/06/18.

- 7. Région Pays de la Loire :
 - Nantes (44 / Loire Atlantique) : jeudi 28/06/18.

- 8. Région Nouvelle Aquitaine :
 - Bordeaux (33 / Gironde) : lundi 02/07/18
 - Limoges (87 / Haute Vienne) : jeudi 05/07/18.

- 9. Région Occitanie :
 - Toulouse (31 / Haute Garonne) : lundi 09/07/18
 - Montpellier (34 / Hérault) : jeudi 12/07/18.

- 10. Région Auvergne Rhône Alpes :
 - Lyon (69 / Rhône) : lundi 16/07/18.

- 11. Région Provence Alpes Côte d’Azur :
 - Marseille (13 / Bouches du Rhône) : jeudi 19/07/18
 - Nice (06 / Alpes Maritimes) : lundi 23/07/18
 - Toulon (83 / Var) : jeudi 26/07/18.

- 12. Région Corse :
 - Ajaccio (2A / Corse du Sud) : lundi 30/07/18
 - Bastia (2B / Haute Corse) : jeudi 02/08/18.

Les départements d’outre mer seront traités à distance.

IV. ORGANISATION ET MOYENS

Organisation et répartition des rôles.

- Directeur Général : Antoine FRANCHI

Lancer et développer T M A. Je serai l’interlocuteur et l’image de la société pour défendre le projet.

- Assistante de Direction : Emma FRANCHI

M’assister dans le lancement et le développement de la société. Egalement l’interlocutrice et l’image de T M A pour défendre le projet.

- Webmaster et chef de projet : Coralie ACHOUCH.

Statut Freelance : Coralie travaille avec moi depuis septembre 2016. Je lui ai confié la réalisation du cahier des charges de T M A puis la fonction de chef de projet durant tout le développement du site, assuré par la société « AGILIDEE ». Elle est la personne idéale pour intervenir sur le back office du site et confier des missions de développement à « AGILIDEE ». Elle s'occupe également de réaliser nos outils de communication (autocollants, PLV...).

- Développement et mise à jour du site : Société « AGILIDEE »

Après avoir réalisé le site internet avec des prestations « sur mesure », la petite société marseillaise dirigée par Benoit GANTAUME (3 développeurs) assure les missions de développement et d'actualisation de T M A, également le lien avec la société d'hébergement du site : O.V.H / 59100 Roubaix.

- Community Manager : Leslie MOREAU.

Statut Freelance : à partir du 02/05/18 et jusqu'au 31/12/18, Leslie assure la fonction de CM. Nous avons la chance de profiter de son expertise et de son expérience pour créer, gérer et développer nos comptes Facebook, Instagram, Twitter. Effectivement, les réseaux sociaux sont au cœur de la stratégie de communication de T M A et sa collaboration est un véritable atout.

- Service Clientèle : Société EUFONIE.

A partir du mois avril 2018, la société EUFONIE dirigée par Romain LAUGERETTE et implantée à Madagascar va s'occuper du service clientèle de T M A.

Réception messagerie (email et tel) + modération du site + lutte contre la fraude.

Ces prestations personnalisées nécessitent un partenariat et une mise en place avant le lancement du site. Particulièrement adaptée au lancement d'une Start-Up nationale, dont le trafic peut exploser, EUFONIE complète le staff en fonction des besoins et avec des coûts maîtrisés. Nombreuses références clients, dont le fameux site www.meetic.fr dont elle assure la réception messagerie pour la France.

- Service Courrier : Société de Routage.

L'expédition de gros volumes de courrier impose de sous traiter ce service à une société de routage. Plusieurs devis ont été demandés et le tarif d'expédition pour une enveloppe contenant 2 feuilles est d'environ 1€ TTC (lettre + facture + 3 autocollants + pliage + impression des lettres + affranchissement). Les expéditions se feront 10 jours après les règlements en ligne par CB. Rappel du tarif « pack autocollants » proposé aux abonnés à « zéro euro » : 10€ TTC. Un fichier extrait du back office du site sera transmis à la société de routage afin de simplifier ce service.

- Service Comptabilité : Expert-Comptable Jérôme DAVID.

Cabinet d'experts comptables « ANSEMBLE ». 730 Av de la Résistance. 83110 Sanary. Expert-comptable associé Jérôme DAVID. Un fichier extrait du back office du site sera transmis au cabinet comptable avec l'ensemble de nos opérations réalisées via le système Monético.

PARTIE 2 : SIMULATION DE CHIFFRE D'AFFAIRE ET CHIFFRAGE

2018/2019/2020 (Voir Business Plan)

I. EN 2018

- Lancement du site national à Paris le 14/05/2018 (budget 15 000€ TTC)
- Invitations presse, experts, partenaires... (300 personnes)
- OFFRE ABONNEMENTS PREMIUM annuels - 1^{er} secteur (localité ou arrondissement) : 30€ HT/mois (360€ HT/ an) à ZERO EURO ! du 14/08/18 au 31/08/18.
- UN BANDEAU PROMO sur le site annonce l'offre avec un compte à rebours du 1^{er} au dernier jour (110 jours, 109 jours, etc.).
Durant toute cette période, n'importe quel professionnel (tous secteurs d'activités) de n'importe quelle localité pourra faire sa demande de statut PREMIUM.
S'il remplit les critères d'adhésion (questionnaire Expert, *Charte Professionnelle*, *Conditions Générales de Vente*) et dans la mesure des disponibilités (offre bridée à 30 % du nombre total de professionnels dans le secteur d'activité).

Important : le principe de brider les abonnements Premium est un atout supplémentaire pour motiver les candidats. Cependant, certaines petites communes n'ont parfois que 1 ou 2 professionnels en activité dans la rubrique. J'ai souhaité, qu'un professionnel « seul dans sa rubrique » puisse postuler au statut Premium.

Donc pendant la période de lancement (bridage 30 %), dès la 1^{ère} adresse dans le secteur d'activité, l'abonnement est possible. Ensuite, 1 sur 3, 2 sur 6, etc.

Après la période de lancement et à partir du 01/09/18 (bridage 50 %), dès la 1^{ère} adresse dans le secteur d'activité, l'abonnement est possible. Ensuite, 1 sur 2, 2 sur 4, etc.

Les abonnements payants comprennent l'expédition de 3 autocollants labellisés au professionnels PREMIUM. Tous les abonnés à zéro euro pourront faire une commande d'autocollants en 2018 et 2019 pour 10 euros (par CB / Monético en ligne).

Pendant la période de lancement, les autres offres commerciales restent accessibles au tarif normal (les localités environnantes, le département, la région, le national).

1) Le marché :

2 000 000 d'adresses sur The Must Address.

Cœur de cible : (100 rubriques principales) soit environ 50 % et 1 000 000 d'adresses.

Après la période de promo, le site fonctionne avec des abonnements annuels payants bridés à 50 % soit 500 000 adresses.

Bien sûr n'importe quel professionnel peut intégrer la base de données.

2) Le budget Communication

Il est de 50 000€ HT est concentré sur une stratégie basée sur l'évènementiel, les relations presse, la sollicitation des dirigeants de toutes les fédérations Professionnelles et les réseaux sociaux (les espaces publicitaires sur les grands médias nationaux ne sont pas accessibles pour l'instant).

3) Objectif :

10 % d'abonnés Premium à « zéro euro » soit 100 000 professionnels au maximum.
Chaque abonnement est susceptible de basculer « en payant » à échéance des 12 mois :
c'est notre objectif.

4) Simulation de chiffre d'affaire :

Prévoyons seulement 50 % de l'objectif réalisé au bouclage de l'opération de promo, après 4 mois de communication, soit 50 000 abonnés à « zéro euro ».

Rappel : la France compte plus de 36 000 communes. 50 000 abonnements ne représentent même pas 2 Premium par localité, tous secteurs d'activités confondus.

10 000 commanderont leurs autocollants « 2018 » pour 10 euros TTC.

Soit un CA de 100 000 euros TTC entre le 15/08/2018 et le 30/09/2018.

A compter du 01/09/2018, tous les abonnements deviennent payants. (Bridés à 50 %).

Prévoyons d'atteindre moins de 1 % du marché soit 3 000 Premium entre le 01/09 et le 31/12/2018.

Important (cf. Business plan) : dans un 1^{er} temps, j'avais prévu de brider à 30 % les abonnements payants soit un marché de 300 000 abonnements et 3 000 Premium (1 % du marché).

Bien que le bridage à 50 % rende le projet encore plus lucratif, je n'ai pas souhaité changer le chiffrage afin de garder encore une belle marge de manœuvre.

5) Point au 31/12/2018

50 000 abonnés à « zéro euro » : premiers contrats du 14/05/18 au 14/05/19 et les derniers du 31/08/18 au 31/08/19.

3 000 abonnés payants : du 01/09/18 au 01/09/19 à 30 euros HT/ mois soit 36€ TTC pour un CA mensuel de 108 000€ TTC en septembre, octobre, novembre et décembre 2018

TOTAL au 31/12 = 432 000€ TTC

6) Total CA 2018 :

432 000€ TTC + 100 000€ TTC (autocollants) = 532 000€ TTC.

II. EN 2019

Tous les contrats à « zéro euro » arrivent à échéance entre le 15/05/19 et le 31/08/19. Afin d'optimiser au maximum les reconductions, l'application T M A est lancée en mai 2019 et vient renforcer l'offre des abonnements sans supplément tarifaire.

1) Budget de communication :

Entre février et mai 2019 : 400 000€ TTC (lancement presse, événementiel + supports divers).

- Considérons que seulement 50 % des gratuits basculent en payants pour un total de 25 000 Premium.

Simulation : 25 000 abonnés du 01/06/19 au 01/06/20 – à 36€ TTC/mois pour un CA mensuel de 900 000€ TTC en juin, juillet, août, sept, oct, nov et décembre 2019.

TOTAL au 31/12 = 6 300 000€ TTC.

- Les 3 000 abonnements payants : du 01/09/18 au 01/09/19 – arrivent à échéance. Considérons que seulement 80 % reconduisent soit 2 400 contrats du 01/09/19 au 01/09/20.
Simulation : 3 000 abonnés du 01/01/19 au 31/08/19 à 36€ TTC/mois pour un CA mensuel de 108 000€ TTC en janvier, février, mars, avril, mai, juin, juillet, août pour un TOTAL de 864 000€ TTC
+ 2 400 abonnés du 01/09/19 au 01/09/20 – à 36€ TTC/mois pour un CA mensuel de 86 400€ TTC en sept, octobre, novembre et décembre 2019 pour un TOTAL de 345 600€ TTC.
TOTAL au 31/12/19 = 864 000 + 345 600 = 1 209 600€ TTC.
- Objectif nouveaux clients : 20 % de mon marché au 31/12/19 soit 60 000 abonnés : Nous avons déjà 25 000 (anciens abonnements « zéro euro ») + 2 400 (les premiers payants) = 27 400 déjà clients.
Simulation : Il nous manque donc 32 600 abonnés du 01/09/19 au 01/09/20 pour atteindre notre objectif – à 36€ TTC/mois pour un CA mensuel de 1 173 600€ TTC en sept, octobre, novembre et décembre 2019.
TOTAL au 31/12/19 = 4 694 400€ TTC.
- Reconduction des commandes autocollants 2019 des premiers abonnés à zéro euro soit 10 000 x 10 euros = 100 000€ TTC en janvier 2019.

2) Total CA 2019 :

6 300 000€ TTC + 1 209 600€ TTC + 4 694 400€ TTC + 100 000€ TTC = 12 304 000€ TTC.

III. EN 2020 :

Afin d'accélérer la notoriété de T M A, un plan de communication de 1 million d'euros est prévu début 2020 (télévisions et radios nationales).

1) Reconductions des contrats 2019

- Ex-abonnés « zéro euro » :

Voir les 25 000 abonnés du 01/06/2019 au 01/06/2020 – seulement 80 % de reconduction soit 20 000 abonnés du 01/06/20 au 01/06/21.

Simulation : 25 000 abonnés du 01/01/20 au 01/06/20 à 36€ TTC/mois soit un CA mensuel de 900 000€ TTC en janvier, février, mars, avril et mai pour un TOTAL de 4 500 000€ TTC + 20 000 abonnés du 01/06/20 au 01/06/21 à 36€ TTC/mois pour un CA mensuel de 720 000€ TTC en juin, juillet, août, sept, oct, novembre et décembre pour un TOTAL de 5 040 000€ TTC.
TOTAL au 31/12 : 4 500 000€TTC + 5 040 000€ TTC = 9 540 000€ TTC

- Ex-premiers payants :

Voir les 2 400 abonnés du 01/09/19 au 01/09/20 – seulement 80 % de reconduction soit 1 920 abonnés du 01/09/20 au 01/09/21.

Simulation : 2400 abonnés du 01/01/20 au 01/09/20 à 36€ TTC/mois soit un CA mensuel de 86 400€ TTC en janv, février, mars, avril, mai, juin, juillet et août pour un TOTAL de 691 200€ TTC+ 1 920 abonnés du 01/09/20 au 01/09/21 à 36€ TTC/mois soit un CA mensuel de 69 120€ ttc en sept, oct, nov et dec pour un TOTAL de 276 480€ TTC.
TOTAL au 31/12 : 691 200 + 276 480 = 967 680€ TTC.

2) Les nouveaux clients :

- Reconduction nouveaux clients 2019 :

32 600 abonnés du 01/09/19 au 01/09/20 – seulement 80 % de reconduction soit 26 080 abonnés du 01/09/20 au 01/09/21.

Simulation : 32 600 abonnés du 01/01/20 au 01/09/20 à 36€ TTC/mois soit un CA mensuel de 1 173 600€ TTC en jan, février, mars, avril, mai, juin, juillet, août pour un TOTAL de 9 388 800€ TTC + 26 080 abonnés à 36€ TTC/mois soit un CA mensuel de 938 880€ TTC en sept, octobre, novembre et décembre pour un TOTAL de 3 755 520€ TTC.

TOTAL au 31/12 : 9 388 800 + 3 755 520 = 13 144 320€ TTC.

- Objectif nouveaux clients 2020 :

40 % du marché soit 120 000 abonnés au 31/12/20.

Déjà clients : 20 000 + 1 920 + 26 080 = 48 000

Simulation : 72 000 nouveaux abonnés du 01/09/20 au 01/09/21 à 36€ TTC/mois soit un CA mensuel de 2 592 000€ TTC au mois de sept, octobre, novembre et décembre 2020 pour un TOTAL de 10 368 000€ TTC.

3) Total CA 2020 :

9 540 000 + 967 680 + 13 144 320 + 10 368 000 = 34 020 000€ TTC.

IV. STRATEGIE POUR 2021

Achat de locaux + nouvelle version du site national + Développement international.

PARTIE 3 : DEPENSES PREVISIONNELLES POUR 2018, 2019, 2020

I. DEPENSES 2018 :

La 1^{ère} année, pas de local.

1) Effectifs :

- Antoine FRANCHI : Directeur Général
- Emma FRANCHI : Assistante de direction. (Pas de salaire les premiers mois. Prévoir à partir du mois d'octobre 2018 : 2 000 net/ mois)

2) Prestataires de services :

- Coralie ACHOUCH : chef de projet

Elle intervient sur le back office du site et assure la liaison avec la société AGILIDEE.
Chargée également de réaliser les documents de communication (autocollants, dossiers experts...)

Budget : 10 000€ (à ventiler sur l'année, attention pas de TVA)

- Société AGILIDEE :

Assure la maintenance et les missions de développement ainsi que le lien avec la société d'hébergement (O V H. 59100 Roubaix)

2 contrats en cours : pack sérénité (maintenance, hébergement) + pack développement (forfait développement). Compte client chez ADILIDEE avec un encours de prestations à utiliser en fonction des besoins.

De janvier à avril 2018, avant le lancement du site, prévoir tous les mois :

- Pack sérénité : 168€ TTC
- Pack développement : 450€ TTC

De mai à décembre 2018, prévoir

- Pack sérénité : 348€ TTC
- Pack développement : 1 125€ TTC

Budget 2018 : 15 000€ TTC

3) Matériels divers :

- En cours : 2 téléphone portable Pro : FRANCHI Antoine et FRANCHI Emma + 2 abonnements SFR (2 prélèvements mensuels : 2 x 42,99€ TTC)
+ 2 assurances tel (prélèvements mensuels : 2 x 19,99€ TTC)
- A acheter : 2 ordinateurs pro portable avec contrats de maintenance : 2 x 1 500€ TTC (FRANCHI Antoine et FRANCHI Emma)
- A vérifier : si nécessaire avec le développeur, le logiciel ZENDESK (aide à la relation client)
Prévoir un budget de 120€ TTC/ mois.

4) Achat autocollants millésimés 2018, 2019... : Devis Société SPEKTAR

Budget : 20 000 autocollants = 692€ TTC (0,03 cts l'unité et 10 cts les 3).
Prévoir achat 01/05/18.

5) Société de routage : Devis IFFIG

Budget : 10 000 expéditions = 8 800€ TTC (tout compris soit 0,88 cts TTC l'unité + 3 autocollants total 1 euro TTC).

Tous les abonnés à zéro euro pourront commander 3 autocollants pour 10€ TTC.

Attention les expéditions seront directement liées aux commandes passées en ligne (paiement par CB). Entre le 15/05 et le 30/09/18, prévoir 10 000 courriers.

6) Budget Communication:

STRATEGIE DE LANCEMENT SANS AGENCE WEB : nous privilégions la communication via les réseaux sociaux et nos déplacements en région.

Attention le budget est attribué à une campagne de presse, évènementiel et réseaux sociaux.

Devis: entre 48 000€ HT et 50 000€ HT. Prévoir un budget de 60 000€ TTC.

De mai à août 2018 : 15 000€ / mois.

7) Société EUFONIE :

Externalisation du service clientèle (messaging email + tel) + lutte contre la fraude, modération du site.

Prévoir un budget de 2 928€ HT/ mois soit 3 513€ TTC du mois de mai à décembre 2018.
(budget total: 28 108€ TTC)

8) Lancement Presse :

Le 14/05/18 : 300 personnes pour un budget de 15 000€ TTC.

9) Frais divers :

FRANCHI Antoine et FRANCHI Emma (transports, essence, restauration...)

Prévoir 10 000€ TTC.

II. DEPENSES 2019

Installation dans un local environ 120 m2 (Toulon)

A chiffrer avec toutes les charges

1) Effectif :

- FRANCHI Antoine : ?
- Emma FRANCHI : 2 000€ net/mois
- Embauche d'une secrétaire (accueil / bureau) : à chiffrer
- Embauche d'un Webmaster : 30 000€ brut/an

2) Matériels divers :

- Reprendre idem 2018 pour les 2 téléphones portable.
- Prévoir 5 bureaux et chaises : à chiffrer
- Acheter 2 postes ordinateurs fixes (1 secrétaire + 1 webmaster)
- Acheter ou louer un standard téléphonique : à chiffrer.

3) Prestataires de services :

- Société AGILIDEE :
Pack sérénité : 348€ TTC/ mois
Pack développement : 1 125€ TTC/ mois
(Préparation de l'application TMA)
- Communication :
Prévoir un budget de 400 000€ TTC (crédit bancaire sur 7 ans)
Lancement presse de l'application TMA + presse + agence web + supports divers)
- Société EUFONIE :
3 513€ TTC/ mois
- Société de routage :
Voir IFFIG (2018) prévoir le même budget en janvier 2019.
Chaque abonnement payant sera suivi de l'expédition d'un courrier au client.

III. DEPENSES 2020

Même local

1) Effectifs :

- Antoine FRANCHI : ?
- Emma FRANCHI : 2 500€ net/mois
- Secrétaire : idem
- Webmaster : idem
- Embauche d'un 2^{ème} poste informatique (assistant webmaster) : 25 000€ brut/an
- Embauche d'un poste CADRE HEC : à chiffrer (études et faisabilité du développement international de TMA : Business Plan)

2) Matériel :

Acheter 2 postes informatique fixes

3) Prestataires de services :

- AGILIDEE : idem 2019
- Communication :

Budget : 1 million d'euros (crédit bancaire)

1^{er} trimestre 2020 : campagne médias nationaux grand public.

- Société EUFONIE :

Idem 2019 : 3 513€ TTC/ mois

- Société routage :

Idem 2019

IV. DEPENSES 2021

- Achat de locaux adaptés à l'activité + embauche de l'équipe.
- Lancement de la nouvelle version du site
- Développement de la stratégie internationale.