Sortvoices

MARS 2021

# BUSINESS PLAN

SORTVOICES & ASKING FRANKLIN

64%
DES CONSOMMATEURS VEULENT ÊTRE ÉCOUTÉS ET CONSIDÉRÉS PAR LES MARQUES QUAND ILS PARLENT SUR LES RÉSEAUX.

Sortvoices

# Sortvoices

**(Re)mettez la voix du client au coeur de votre stratégie**

## DÉCOUVREZ NOS DEUX PRODUITS

### Franklin,

L'IA qui **collecte** et **comprend** le monde qui vous entoure

- Collectez des milliers d'éléments de contenus sans effort
- Analysez et comprenez tout ce qui est dit sur la toile
- Engagez, Capturez et Agissez !

→ https://sortvoices.fr/

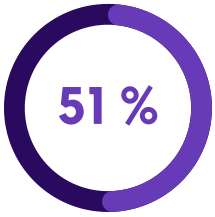
### Asking Franklin,

Découvrez ce que **recherchent** les internautes !

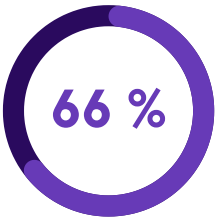
- Boostez vos stratégies SEO
- Déterminez les produits et services qui comptent vraiment pour vos internautes
- Ciblez les nouvelles opportunités de votre marché

→ https://www.askingfranklin.com/

## CHIFFRES CLÉS DU MARCHÉ




Pendant la crise du coronavirus, **51% des responsables marketing** interrogés ont déclaré avoir utilisé une plateforme de social listening comme **source d'information sur les consommateurs.**




Des participants ont déclaré que **la valeur du Social Listening** a augmenté ces 12 derniers mois dans leur entreprise.

Sources :

- Gartner : "Marketing in Uncertainty" webinar du 20 mars 2020. Etude citée sur 215 responsables marketing https://blogs.gartner.com/augie ray/2020/03/24/marketers-deploy-customer-listening-covid-19-pandemic/
- https://blog.hootsuite.com/fr/tendances-des-medias-sociaux/

## NOS MARCHÉS CIBLES

### Marché cible

- **PME**

Qui ? Équipe Marketing
Pourquoi ? Améliorer leur e-réputation

### Marché secondaire

- **Freelances**

Qui ? Experts SEO
Pourquoi ? Stratégies SEO client

## Rejoignez l'aventure Sortvoices !

Avec un apport de 250 000€ et 5% de son entreprise, Sortvoices vous ouvre les portes de son aventure. Cet investissement servira à gérer l'ensemble des charges nécessaires à notre activité en N+1 et constituera un fond de sécurité.

# SOMMAIRE


01
NOTRE SOCIÉTÉ

02
PRODUITS ET SERVICES

03
ÉTUDE DE MARCHÉ

04
STRATÉGIE

05
OPÉRATIONS

06
PLAN FINANCIER

# 01 NOTRE SOCIÉTÉ

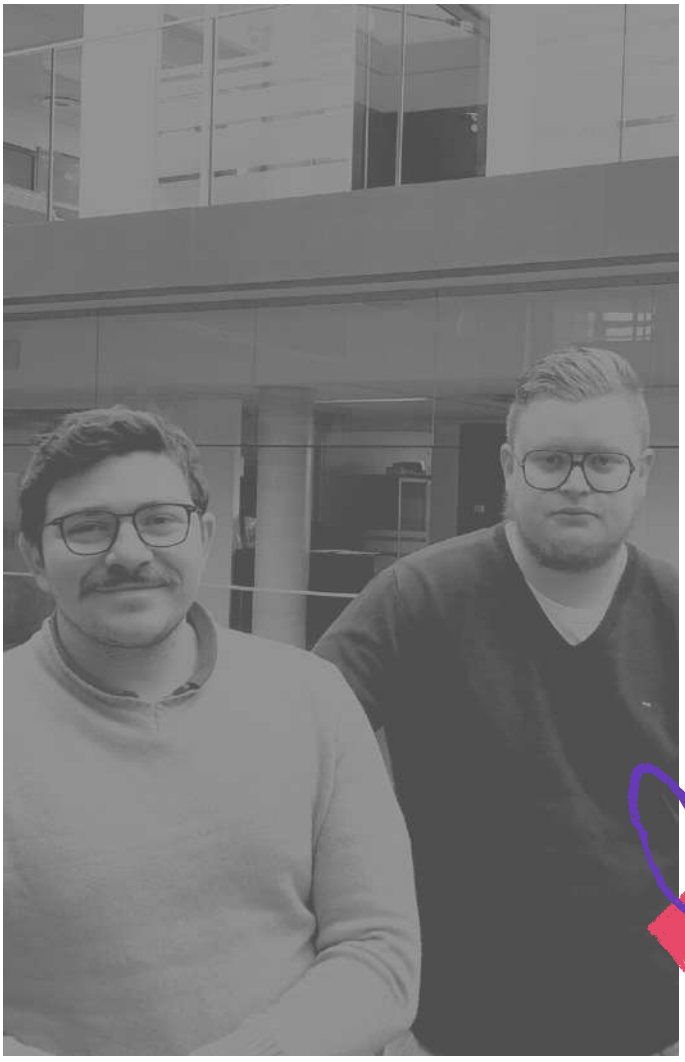
# À PROPOS

## Notre histoire

Sortvoices est né d'un projet de fin d'études. Créée par Romain Cernik et Hugo Hattenville, l'idée était d'imaginer une solution qui pourrait faciliter la prise en compte de l'avis client pour les marques. L'enjeu supplémentaire qu'ils avaient en tête était qu'elle soit accessible aux PME.

Après 1 an et demi de R&D, de discussions avec plusieurs personnes et de bêta-test, la start-up est créée le 10 décembre 2017.

Aujourd'hui, elle compte pas moins de 7 employés et propose deux produits innovants différents. D'un côté, Franklin l'outil d'analyse sémantique et syntaxique, et de l'autre, Asking Franklin, l'outil SEO Français.



## Structure et Actionnariat

**Les actionnaires :**
Romain CERNIK, Hugo HATTENVILLE, Mike TOKO WOROU, Paul VAN HECK et 1kubator Bordeaux.

**Siège social :**
75 Avenue du 11 novembre, 33290 BLANQUEFORT

**Raison sociale :**
Sortvoices

**Forme juridique :**
Société par actions simplifiée (SAS)

**Date d'immatriculation :**
09-02-2018

**Commune d'implantation :**
Blanquefort

# NOTRE ÉQUIPE

**Romain Cernik**

CEO et Fondateur de Sortvoices/Asking Franklin

Creative Rugby Player

**Hugo Hattenville**

CSO et Co-Fondateur de Sortvoices/Asking Franklin

Geek of Sales

**Mike Toko Worou**

Co-Fondateur Sortvoices/Asking Franklin

Master of Data

**Paul Van Hecke**

IT/Tech Lead Sortvoices/Asking Franklin

Machine Learner

# NOTRE ÉQUIPE

**Kelly Boreh**

Brand Content Producer
Sortvoices/Asking Franklin

User's Listener

**Marlet Kervolin**

Business Developer
Sortvoices/Asking Franklin

Business Negotiator

**Jérémy Nunes**

UX Designer
Sortvoices/Asking Franklin

Interface maker

# 02
# PRODUITS & SERVICES

# NOS PRODUITS

## Franklin

Sortvoices

Franklin est une solution d'écoute et d'analyse des réseaux sociaux.

**Les 5 principales catégories d'analyses :**

**Les sentiments**

**Les émotions**

**Les tendances**

**Les heures d'affluences**

**La volumétrie**

**Fonctionnalités :**

- Veille stratégique en E-réputation
- Explorateur de verbatim
- Redirection vers Twitter
- Accès à Asking Franklin

**LANCÉ EN 2017**

# NOS PRODUITS

## Asking Franklin

Asking Franklin
Découvrez ce que recherchent les internautes

Asking Franklin est une Intelligence Artificielle spécialisée dans l'analyse sémantique et syntaxique de l'expérience client et de la e-réputation.

### Les 4 principales catégories d'analyses :

**Les questions**

**Les comparaisons**

**Les prépositions**

**Les mots relatifs**

### Fonctionnalités :

- Redirection vers la SERP Google
- Export CSV et PNG
- Forme graphique ou tableau
- Recherche possibles selon 8 langues et pays différents

**LANCÉ EN 2020**

Chrome Fichier Modifier Afficher Historique Favoris Personnes Onglet Fenêtre Aide
ricardocuisine.com/recettes/5663-muffins-aux-pommes-et-a-la-melasse
Boutique Restaurant Magazine
RECETTES THÈMES CHRONIQUES VIDÉOS
Muffins aux pommes et à la mélasse
(202) Évaluer cette recette
PRÉPARATION 20 MIN
CUISSON 25 MIN
RENDEMENT 18 MUFFINS
SE CONGÈLE
AJOUTER À MES RECETTES
AJOUTER UNE NOTE PERSONNELLE
IMPRIMER
ENVOYER PAR COURRIEL
VALEUR NUTRITIVE

# 03
# ÉTUDE DE MARCHÉ

# MIEUX CONNAÎTRE LE MARCHÉ

Pour évaluer notre positionnement sur le marché, nos possibilités d'évolution et la pertinence de nos offres, nous avons réalisé une étude de marché afin d'identifier les opportunités ainsi que les menaces du secteur.

# FOCUS SUR LE WEB

**59,47 MILLIONS**
d'utilisateurs d'Internet

**49,60 MILLIONS**
d'utilisateurs actifs sur les médias sociaux

**5H 37MIN PAR JOUR**
temps passé sur Internet

**1H 41MIN PAR JOUR**
temps passé sur les réseaux sociaux

## GOOGLE.COM

**2,15 MILLIARDS**
Nombre total de visites

**90,4 MILLIONS**
Nombre de visiteurs uniques

**CHROME**

**57,7 %**
Part de trafic

Source :
https://wearesocial.com/fr/digital-2021-france

# COMPORTEMENTS

## COMPORTEMENTS DE RECHERCHES EN LIGNE

**97,8 %**
Recherches en ligne

**28 %**
Recherches via Réseaux Sociaux

## CONFIDENTIALITÉ ET BIEN-ÊTRE EN LIGNE

**44,5 %**
s'inquiètent de l'utilisation des données personnelles pour les entreprises

## COMPORTEMENTS SUR LES MÉDIAS SOCIAUX

**84,7 %**
ont participé ou contribué activement aux médias sociaux au cours du dernier mois

**25,4 %**
utilisent les médias sociaux dans le cadre de leur activité professionnelle

## CANAUX - RECHERCHE DE MARQUES

**62,2 %** Recherches en ligne

**28 %** Sites de comparaison

**33,7 %** Site des marques

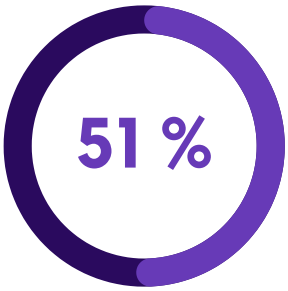
**28 %** Réseaux sociaux

**33 %** Avis clients

Source :
https://wearesocial.com/fr/digital-2021-france

# SOCIAL LISTENING

## SOURCE D'INFORMATION CONSOMMATEURS

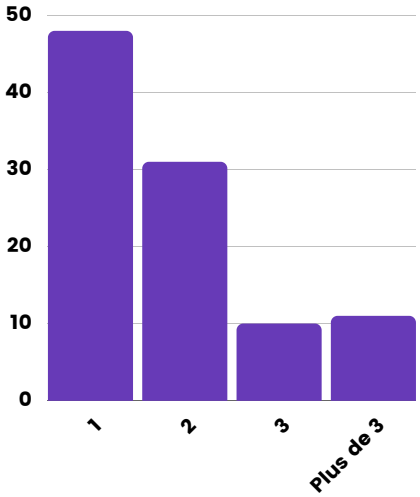



Pendant la crise du coronavirus, **51% des responsables marketing** interrogés ont déclaré avoir utilisé une plateforme de social listening comme **source d'information sur les consommateurs.**

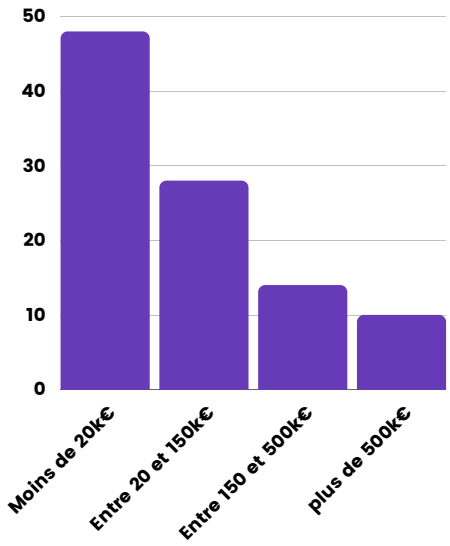
Source :

- Gartner : "Marketing in Uncertainty" webinar du 20 mars 2020. Etude citée sur 215 responsables marketing https://blogs.gartner.com/augie ray/2020/03/24/marketers-deploy-customer-listening-covid-19-pandemic/

## MARTECH CHALLENGE - Résultats SaaS-advisor




Nombre de logiciel de Social Listening utilisé au sein des entreprises interviewées.




Budget consacré au Social Listening

Sources : Martech Challenges CMO & CDO Social Listening Uses 2019 - saas-advisor.com

# SOCIAL LISTENING

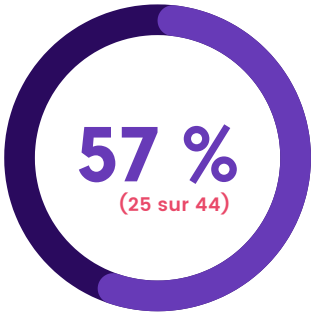
## REVENUS ANNUELS DES PLATEFORMES

**Plus de**
**$15 Millions**
CA annuel

Pour les grands acteurs du marché (Brandwatch, Digimind, Influence, Listen First, Meltwater, NetBase Quid, Sprinklr, Synthesio, Talkwalker and Zignal Labs).

Source :
https://reprints2.forrester.com/#/assets/2/1446/RES157487/report

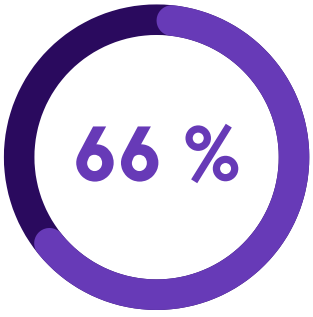
## CRITÈRES DE SÉLECTION




Des répondants à l'enquête 2020 ont cité **l'ergonomie/la facilité d'utilisation** de la plateforme comme **l'un des cinq facteurs** les plus importants lors du choix de la solution de Social Listening.

Source :
https://reprints2.forrester.com/#/assets/2/1446/RES157487/report

## VALEUR DU SOCIAL LISTENING




Des participants ont déclaré que **la valeur du Social Listening** a augmenté ces 12 derniers mois dans leur entreprise.

Source :
https://blog.hootsuite.com/fr/tendances-des-medias-sociaux/

# SEO

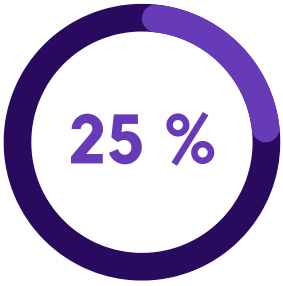
## GOOGLE

**81 000 /SECONDES**
Recherches en 2020

**46% RECHERCHES**
Concernent une entreprise/service local

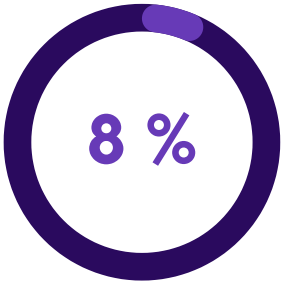
**86,9 %**
Parts du marché

## MOTS CLÉS




Plus de 25% des mots clés ayant plus de 10 000 recherches mensuelles comportent plus de 3 mots.

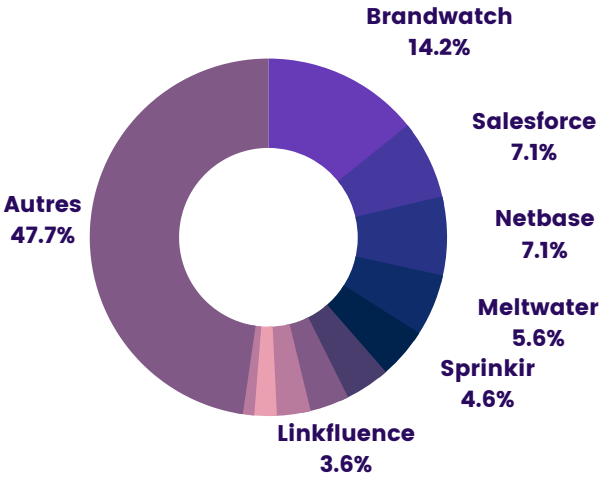
## QUESTIONS




Environ 8% des recherches sont formulées sous la forme d'une question.

# ÉTUDE DE LA CONCURRENCE

## RÉPARTITION DU MARCHÉ DU SOCIAL LISTENING




Estimation de la **répartition du marché** du social Listening en 2019 selon Saas-Advisor

sources : Martech Challenges CMO & CDO
Social Listening Uses 2019 - saas-advisor.com

## PRINCIPAUX ACTEURS RECHERCHE MOTS CLÉS

### Outils gratuits

- Yooda Insight
- Google Keywords planer
- Google Trends
- Answer the public
- Semrush
- Ubber suggest
- Spyfu
- Keyword tool
- Wordstream

### Outils payants

- SEO cockpit
- Similarweb
- Iconosquare

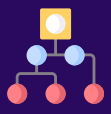
# ÉTUDE DE LA CONCURRENCE

Parmi les concurrents qui ont été présentés ci-dessus, nous avons choisi de porter notre attention sur deux d'entre-eux afin de comparer chacune des solutions à une solution concurrente. Notre choix s'est porté sur Digimind et Answerthepublic.

## DIGIMIND

**Digimind se définit comme le leader mondial des plateformes de social listening et de market intelligence basée sur l'IA.**

### Les 3 pilliers du système d'analyse :



**Classification Intelligente**

**Analyse de Sentiments**

**Reconnaissance d'Images**

### Fonctionnalités :

- Réputation de marque
- Veille concurrents
- Insight clients
- Identification d'influenceurs
- Détection de tendances
- Analyse de campagnes

**100 000 VISITES PAR MOIS**
sur digimind.com

# ÉTUDE DE LA CONCURRENCE

## ANSWERTHEPUBLIC

ANSWER THE PUBLIC

Answerthepublic est un générateur de questions et d'associations d'idées qui reprend les autosuggestions de Google et de Bing.

### Les principales catégories d'analyse

**Les Questions**

**Les Prépositions**

**Les Comparaisons**

**L'Ordre Alphabétique**

### Fonctionnalités :

- Génération de rapport complet
- Résultats personnalisables
- Mise en forme de graphique
- Possibilité d'enregistrer les rapports

**1 000 000 VISITES PAR MOIS**
sur answerthepublic.com

# ANALYSE SWOT

## FORCES

- Tarifs plus attractifs que la concurrence
- Solution Française
- Pas d'offshore
- Traduction Français/Anglais
- 4 niveaux de visualisation de la sémantique : Questions/Comparaisons/ Prépositions/Mots relatifs
- Analyse sémantique et syntaxique adaptable auto au dictionnaire métier
- Simplicité et rapidité de l'outil

## FAIBLESSES

- Discordance entre les émotions perçues et le texte réel (Twitter et Web)
- Pas de sauvegarde et de compte rendu analytique téléchargeable/programmable
- 90% d'utilisation gratuite actuellement de l'outil Asking Franklin
- Besoin d'informations tarifaires pour les utilisateurs
- Proposer une version d'essai pour SortVoices afin de découvrir l'outil sans passer par un commercial

## OPPORTUNITÉS

- De plus en plus d'internautes se renseignent sur une entreprise / un produit avant de passer à l'achat (consultation d'avis, comparatifs...)
- Des partenaires clés
- Bourse de 2 milliards d'euros accordée par l'UE dans le cadre de la recherche sur l'intelligence artificielle = secteur d'avenir
- Déploiement de nouvelles technologies (GPT3) mettant l'iA en avant et prouvant qu'elle peut être quasi-autonome
- Compétences en interne pour la proposition de contenus

## MENACES

- Notoriété et positionnement de la concurrence
- Rapidité d'évolution des technologies
- Attentes très précises

# MARCHÉ CIBLE

**Cible B2B**

Cible principale - Exemple type

## Les PME

**Entreprise**
Asphalte

**Équipe**
Marketing

**Problème**
Améliorer leur e-reputation

**Budget**
1 000-3 000 € par mois
(12K - 36K par an)

**Présence Web**

### Besoins

- Suivre l'e-réputation de la marque
- Veille concurrentielle
- Suivi des lancements de nouveaux produits
- Outil simple et ergonomique

### Frustrations

- Restrictions en termes de sources
- Fiabilité du traitement des informations
- Exhaustivité de la solution
- Personnalisation de l'offre

# MARCHÉ CIBLE

**Cible B2B**

Cible secondaire - Exemple type

## Les Freelances

**Nom**
Loïc Rivard

**Domaine**
Expert SEO

**Problème**
Répondre aux demandes des clients via la mise en place de stratégies SEO

**Budget**
80 € max par mois

**Présence Web**

### Besoins

- Souhaite connaître les questions relatives à un sujet
- Faire un listing des mots-clés de longue traîne
- Etat des lieux sur la concurrence
- Avoir une map des mots-clés

### Frustrations

- Solution trop coûteuse
- Limites d'utilisation de l'outil
- Absence de données quantitatives (exemple : volumétrie)

# QUELQUES KPI'S

Nombre de clients potentiels éstimés à N+3 pour Sortvoices :

**Starter :** 2 310

**Premium :** 780

**Pro :** 210

**Chiffre d'affaires généré :**

**704 678 €**

Nombre de clients potentiels éstimés à N+3 pour Asking Franklin :

**Gratuit :** 2 515

**Lite :** 969

**Pro :** 383

**Chiffre d'affaires généré :**

**45 649 €**

# BARRIÈRES À L'ENTRÉE

L'entrée sur le marché présente une barrière principale étant donné que beaucoup d'acteurs sont déjà sur un positionnement égal au nôtre.

Cependant notre ciblage nous permettra de tirer notre épingle du jeu.

# RÉGLEMENTATION

En matière de réglementation Sortvoices est soumis au règlement UE 2016/679 du Parlement Européen et du Conseil du 27 avril 2016 relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données, et abrogeant la directive 95/46/CE dit règlement général sur la protection des données.

# EN RÉSUMÉ

## MARCHÉ

Le marché de Social Listening est en pleine évolution. Sa valeur est en nette augmentation. De plus en plus d'entreprises consacrent un budget au social listening .

## CONCURRENCE

Beaucoup d'acteurs sont déjà positionnés sur le marché, il faudra donc se faire une place dans ce secteur très concurrentiel.

## CIBLE

Une cible principale : les PME qui disposent d'une équipe marketing et qui cherchent à améliorer leur e-réputation.

Une cible secondaire : les freelances qui gèrent un outil pour répondre aux besoins en matière de SEO pour leurs clients.

# 04

# NOTRE STRATÉGIE

# NOTRE STRATÉGIE

Aujourd'hui, Sortvoices se positionne encore en tant qu'un nouvel entrant, avec 5% des parts de marché. Ainsi, nous avons la volonté d'accélérer notre croissance, notamment en repensant le business model de nos deux produits et les canaux sur lesquels nous pourrions acquérir davantage de trafic.

Sortvoices se démarque aujourd'hui du fait qu'elle soit :

- **Une solution Française :**

  Nombreux sont ceux qui sont à la recherche des solutions proposées et élaborées en France. C'est un atout considérable, qui nous avantage en termes de visibilité et de la confiance que peuvent nous accorder nos clients.

- **Proposée à un prix plus abordable :**

  Pour rendre accessible notre solution aux PME, nous avons après 1 an et demi de R&D et de bêta test opté pour solution intuitive, ne requérant aucune connaissance technique et déployable sans aucun coût supplémentaire. Cela nous permet de proposer une offre attractive et compétitive.

- **Réalisée en interne :**

  Nous ne faisons pas appel à des prestataires externes. De fait, toute la technologie est gérée en interne. Ce qui a muri notre agilité et l'opportunité de proposer un modèle automatisé, prêt à l'emploi, ne nécessitant aucun paramétrage, ni de tri des données en amont une fois que le client a déterminer ses sujets d'écoute.

- **Capable de fournir une analyse poussée des données :**

  Notre IA d'analyse Franklin nous permet de collecter de nombreux indicateurs comme la volumétrie des verbatims ou posts sur les réseaux sociaux (Twitter, Facebook et LinkedIn), l'analyse des sentiments ressentis, la détection des grandes tendances, les besoins ou encore les ressentis de l'opinion publique.

# PRICING CONCURRENTS

Pour pouvoir accélérer notre croissance et vérifier la pertinence de notre business model, nous avons décidé de tenir compte des pricing des concurrents.

Comme précédemment, nous nous focalisons ici sur les solutions proposées par Digimind et Answerthepublic.
(NB : Digimind fait partie des solutions de Social Listening qui ne dévoilent pas leurs tarifs puisqu'ils s'adaptent aux diverses demandes de leurs clients. Pour autant, nous avons consulté un article (source : https://www.fla consultants.com/images/Digimind_NetSources_119.pdf) qui nous a permis d'avoir une fourchette de prix.

## Digimind

Une version d'essai est disponible sur demande.

**Prix à la carte**

**Version complète**
**Environ 4 000€ par an**

## Answer the public

Une version gratuite d'une recherche par jour est disponible cependant 3 types d'abonnements sont aussi possibles :

**Mensuel**

**99$ par mois**

- Recherches illimitées
- Utilisateurs illimités
- Comparez les données au fil du temps
- 5 Rechercher des alertes d'écoute
- Exportation CSV
- Masquer les branches et les suggestions
- Images haute résolution
- Assistance client prioritaire

**Annuel**

**79$ par mois**

- Recherches illimitées
- Utilisateurs illimités
- Comparez les données au fil du temps
- 5 Rechercher des alertes d'écoute
- Exportation CSV
- Masquer les branches et les suggestions
- Images haute résolution
- Assistance client prioritaire

**Entreprise**

**399$ par mois**

- Recherches illimitées
- Utilisateurs illimités
- Comparez les données au fil du temps
- 50 Recherche d'alertes d'écoute
- Exportation CSV
- Masquer les branches et les suggestions
- Images haute résolution
- Assistance client prioritaire

# NOTRE BUSINESS MODEL

Suite à cet aperçu des business model de nos concurrents, nous avons pensé qu'il serait pertinent d'ajuster nos offres et de les rendre plus exhaustives. Ainsi, nous pourrons répondre à des besoins complémentaires de la cible, tout en rendant l'offre plus attractive et accessible.

## Retour sur le business model actuel de SortVoices

### Franklin

Une démo gratuite de 30 minutes est disponible avec la réservation d'un créneau.

**Forfait Abonnement**

**Version complète**

**299€ / mois - 1 sujet + 1 compte**

**29€ / sujet supplémentaire / mois**

### Asking Franklin

Une démo gratuite de 30 minutes est disponible avec la réservation d'un créneau.

**Pro**

Mensuel
**49€ par mois**
sans engagement

Annuel
**39€ par mois**
468€/an au lieu de 588€/an

- Nombre illimité de recherches
- Requêtes filtrées par pays et langues
- Utilisateurs illimités en simultané
- Export en PNG et CSV illimité
- Réponse prioritaire de l'équipe

**Gratuit**

**0€ par mois**

Nombre limité de recherches par jour (3 maximum)

# NOUVEAU BUSINESS MODEL

Au vu des offres concurrentes, nous nous sommes rendus compte que nos deux solutions manquaient de fonctionnalités très recherchées par nos cibles. Alors, nous souhaitons les inclure dans nos offres afin de répondre au mieux à leurs besoins.

De plus, nous avons pu voir que chacun des concurrents sur le secteur proposent à minima 3 forfaits en échelonnant différemment les options des offres. En proposant un forfait unique, Sortvoices pourrait ne pas répondre aux besoins de tous les utilisateurs.

Ces deux constats nous ont amené à repenser le business model.

Nous avons songé donc songé à ajuster nos offres et à ajouter des fonctionnalités sur le produit Franklin.

## Ajustements et Nouvelles fonctionnalités

### Franklin

En termes d'ajustements, nous avons pensé à :

- Attribuer une limite d'utilisateurs et de sujets
- Délimiter les possibilités de rafraîchissement
- Rendre l'export possible en PNG/PDF/CSV
- Limiter l'accès à Asking Franklin
- Adapter le tarif de l'ajout d'un sujet

**Mentions**

Pour affiner l'analyse et s'adapter au profil de l'utilisateur, le nombre de mentions accessible sera limité **(5K, 15K ou 100K).**

**Historique**

Pour que l'utilisateur puisse consulter ses anciennes recherches, un historique sera accessible **(3 mois, 1 an ou 3 ans).**

**Reporting**

Pour s'adapter à la demande de ceux qui ont besoin de rapports, un reporting sera envoyé (mensuel, hebdomadaire ou journalier) **(selon forfait)**

**SAV**

En plus du support via l'envoi d'un message, le SAV pourra aussi être joignable par mail, chatbot, tel et un account manager **(selon forfait).**

**Système d'alertes**

Pour toute mention négative, une alerte pourra être envoyée de manière automatisée à un membre de l'équipe. **(selon forfait).**

**Veille concurrentielle**

Un indice de popularité et un détail sur la visibilité des concurrents sera disponible **(selon forfait).**

## Ajustements

### Asking Franklin

En termes d'ajustements, selon le forfait d'abonnement choisi, nous avons pensé à :

- Modifier le nombre de requêtes possibles
- Permettre l'export en PNG ou CSV
- Délimiter le nombre d'utilisateurs.

Les fonctionnalités ayant été définies, nous nous sommes ensuite penchés sur les forfaits proposés et nous avons songé à ajuster les possibilités d'abonnement.

## Nouveau business model de Sortvoices

### Franklin

Pour donner plus de visibilité sur l'utilité de l'outil, nous mettrons en ligne une courte démo vidéo (5 min).

Pour compléter cette vidéo, en réservant un créneau pour une démonstration plus complète (30 min), le potentiel utilisateur aura accès à un essai gratuit pour une durée de 7 jours.

**Formule Starter**

**59€ par mois**

- 1 utilisateur
- 3 sujets
- 5000 mentions max /mois
- Rafraîchissement 24h
- Historique de 3 mois
- Rapport mensuel
- Export PNG/PDF
- SAV : Mail, Chatbot
- Asking Franklin en version gratuite
- Pas de système d'alertes.

**Ajout d'un sujet : 39€**

**Formule Premium**

**199€ par mois**

- 3 utilisateurs
- 10 sujets `
- 15 000 mentions/mois
- Rafraîchissement 12H
- Historique 1 an
- Rapport hebdomadaire
- Export PNG/PDF/CSV
- SAV: Mail, Chatbot et Tel
- Asking Franklin inclus (version lite)
- Alertes vers membres d'équipe choisi
- Vérification de la concurrence (Indice de popularité)

**Ajout d'un sujet : 29€**

**Formule Pro**

**399€ par mois**

- 10 utilisateurs
- 20 sujets
- 100K mentions / mois
- Rafraîchissement en temps réel
- Historique de 3 ans
- Rapport journalier
- Export PDF,PNG,CSV
- SAV : Mail, Chatbot, Tel et Account manager
- Asking Franklin version pro à un tarif préférentiel
- Alertes en temps réel par mail
- Check de la concurrence

**Ajout d'un sujet : 19€**

### Asking Franklin

Pour que l'utilisateur ait un aperçu de l'outil et comprenne ses enjeux, une courte démo vidéo sera disponible en ligne (3 min).

S'il souhaite mieux comprendre son usage, avoir des conseils et être guidé dans l'utilisation de l'outil, il pourra réserver une démonstration (30 min) avec un expert.

| Formule Free | Formule Lite | Formule Pro |
|---|---|---|
| **Gratuit** | **19€/mois ou 16€/mois** (si abonnement annuel) | **49€/mois ou 36€/mois** (si abonnement annuel) |
| • Nombre limité de requêtes (0-3 /jour)<br>• Filtres par langues<br>• Export PNG uniquement<br>• 1 utilisateur en simultané. | • Nb limité de requêtes (25 /semaines)<br>• Filtres par langues et par pays<br>• Export PNG+CSV<br>• 3 utilisateurs<br>• Réponse prioritaire SAV | • Nb illimité de requêtes<br>• Filtres par langue et par pays<br>• Export PNG/CSV<br>• 5 utilisateurs<br>• Réponse prioritaire SAV |

**En résumé :**

- Nous consolidons l'offre et la rendons davantage accessible à nos cibles en proposant 3 forfaits pour chaque solution.
- Nous rendons la solution "Franklin" plus exhaustive avec l'ajout de fonctionnalités existantes au sein d'offres concurrentes mais surtout publiscitées par nos potentiels utilisateurs.
- Nous ajustons les caractéristiques et options de nos offres pour que chaque cible puisse s'y retrouver et identifier les intérêts de nos solutions.
- Revoir notre business model peut nous amener à accroître la visibilité de notre offre et à nous rendre plus attractifs vis-à-vis de la concurrence.

# STRATÉGIE D'ACQUISITION

Pour accompagner le développement de notre croissance, nous avons réfléchi à des leviers d'acquisition qui pourraient nous permettre de développer notre visibilité et d'acquérir plus de trafic. Chaque canal a été choisi au vu de sa pertinence vis-à-vis de l'audience cible et du marché ainsi que le budget et les coûts associés.

## Du côté de "l'organique":

### Le SEO

À l'heure actuelle, notre trafic qualifié provient essentiellement du naturel.
Nous prévoyons d'optimiser notre référencement notamment en ajoutant du contenu sur le site et en optimisant l'ergonomie de la plateforme.
Ainsi, nous pourrons remonter dans la SERP (page des résultats de recherche) et nous continuerons à obtenir du trafic qualifié.
Cela nous permettra également d'être cité sur d'autres sites incluant des backlinks redirigeant vers notre site.

## Du côté "payant" :

Pour accompagner la stratégie d'acquisition organique, nous avons décidé de nous lancer sur de l'acquisition payante afin d'élargir notre audience.

### SEA

D'abord, nous avons pensé à l'achat de mots clés, notamment via l'outil Google Ads. Quand un internaute effectue une recherche sur Google, il a tendance à cliquer sur les premiers résultats qui apparaissent, les trois premiers étant régulièrement des annonces sponsorisées. C'est pourquoi, nous pensons qu'il serait pertinent de nous positionner sur des requêtes de longue traîne étant plus pertinentes et facilitant le référencement.

### Social Ads

Le Social Ads est un levier qui pourrait compléter le SEA. Notre cible peut se trouver à la fois sur Facebook (+ Instagram) et LinkedIn. En ce sens, nous pensons lancer des campagnes d'acquisition sur ces deux canaux afin de cibler une audience à la fois quantitative et qualitative et de toucher notre cible au cours de la phase de ressenti d'un besoin ou de recherche.

### Emailing

Grâce à l'emailing, nous pensons pouvoir relancer notre audience et l'inciter à utiliser nos outils.
C'est aussi pour nous un moyen d'informer nos utilisateurs de nouvelles fonctionnalités ou de leur proposer des offres promotionnelles adaptées à leur profil et leur donner envie de basculer vers un autre forfait.
Avec l'emailing, nous pourrions à la fois, transformer nos prospects en clients et fidéliser la clientèle actuelle.

### Prospection

La prospection reste un moyen très pertinent pour acquérir du trafic puisqu'il permet une certaine proximité avec l'audience cible et un contact plus direct. Nous pourrons avec la prospection établir une liste de contacts chauds ou froids et identifier les prospects que nous pourrions transformer en clients. Pour cela, le réseau social Linkedin est approprié afin de réaliser du scrapping de contacts dans le but d'obtenir des rendez-vous de présentation.

## Du côté physique :

### Forums/Rencontres/Événements Professionnels

En plus du trafic organique et de l'acquisition payante, nous pensons pouvoir développer notre notoriété et décrocher des contacts en nous rendant à des forums, rencontres ou événements professionnels. C'est un moyen à la fois de créer du lien, de présenter Sortvoices à de potentiel prospects et d'établir une liste de contacts.

Les coûts par levier :

## Franklin

| | Année 1 | Année 2 | Année 3 |
|---|---|---|---|
| **SEA** | | | |
| CPC | 1,19 € | 1,19 € | 1,19 € |
| Coût mensuel | 750 € | 1000 € | 750 € |
| **SOCIAL ADS** | | | |
| CPC | 3,45 € | 3,45 € | 3,45 € |
| Coût mensuel | 375 € | 375 € | 175 € |
| **MAILING** | | | |
| Coût mensuel | 19 € | 19 € | 19 € |

## Asking Franklin

| | Année 1 | Année 2 | Année 3 |
|---|---|---|---|
| **SEA** | | | |
| CPC | 1,19 € | 1,19 € | 1,19 € |
| Coût mensuel | 250 € | 500 € | 250 € |
| **SOCIAL ADS** | | | |
| CPC | 3,45 € | 3,45 € | 3,45 € |
| Coût mensuel | 125 € | 125 € | 75 € |
| **MAILING** | | | |
| Coût mensuel | 19 € | 19 € | 19 € |

# PLAN COMMERCIAL

## Business Model Canvas — Asking Franklin — 18/03/2021

### Partenaires clés

- **Région** : Aide au financement
- **BPI** : Investissement
- **Inria** : Appui à la recherche et l'innovation

### Fournisseur clés

**AWS** : Solution d'hébergement

### Activités clés

- Analyse web et média sociaux
- Récolte de données et de contenus
- Analyse de la polarité
- Classification par thématiques
- Détection de sujets tendances et d'opinions
- Data visualisation (Dashboard)
- Identification des questions, recherches et sujets connexes en relation avec n'importe quel mot-clé

### Ressources clés

- Plateformes web technologiques
- Accessibilité aux données (Google/Réseaux sociaux/Blogs/...)
- Équipe

### Offre (proposition de valeur)

- Sortvoices : "Solution d'écoute et d'analyse du web et des médias sociaux"
- Asking Franklin : "Découvrez ce que recherchent les internautes !"

### Relation client

- Le Site est accessible gratuitement à tout internaute, sept jours sur sept (7J/7) et vingt-quatre heures sur vingt-quatre (24h/24).
- Systèmes de messagerie sur les réseaux sociaux : Facebook/Twitter/Linkedin
- Support : envoi d'un message à l'équipe
- Chatbot sur la plateforme

### Canaux de distribution

- Site web
- Réseaux sociaux
- Blog
- Influenceurs SEO

### Segments de clientèles/utilisateurs

- PME
- Freelance

### Structure de coûts

- Serveurs : AWS 1200$ par mois
- Budget marketing et communication
- Salaires : 7 employés
- Coûts divers (loyers, téléphones, pc, licences...)

### Sources de revenus

- Abonnement Asking Franklin : Offre Annuelle 468€/an.
- Abonnement Sort Voice : Aux alentours de 299€/mois

NOTEPAD
RETAIL FOLLOW UP
INDIGO
SAVANNAH ISSUE
NEW WEBSITE?
POP-UP PITCHES
GET A SCALE
EMAIL 2018 ORDERS
EMAIL 6M ORDERS
YOUTUBE CHANNEL
VACCINES
VANITY
CORPORATE DECK
LIST FOR ARTHUR
AFFILIATE APP -SMILE.10
"FOR YOUR PLANNERS"
WATERING CAN
STIL
MONTHLY PLANNER
SUNDAY
MONDAY
TUESDAY
WEDNESDAY
THURSDAY
FRIDAY
SATURDAY
NOTES:
IMPORTANT DATES AND DEADLINES:

# PLAN DE DÉVELOPPEMENT

### Objectifs - Année 1

**Sortvoices :** 23 abonnés
**Taux de conversion :** 1,2 %

**Asking Franklin :** 12 abonnés
**Taux de conversion :** 1 %

**Levée de fonds :**
À hauteur de 150k et 200k minimum

### Objectifs - Année 2

**Sortvoices :** 179 abonnés
**Taux de conversion :** 1,6 %

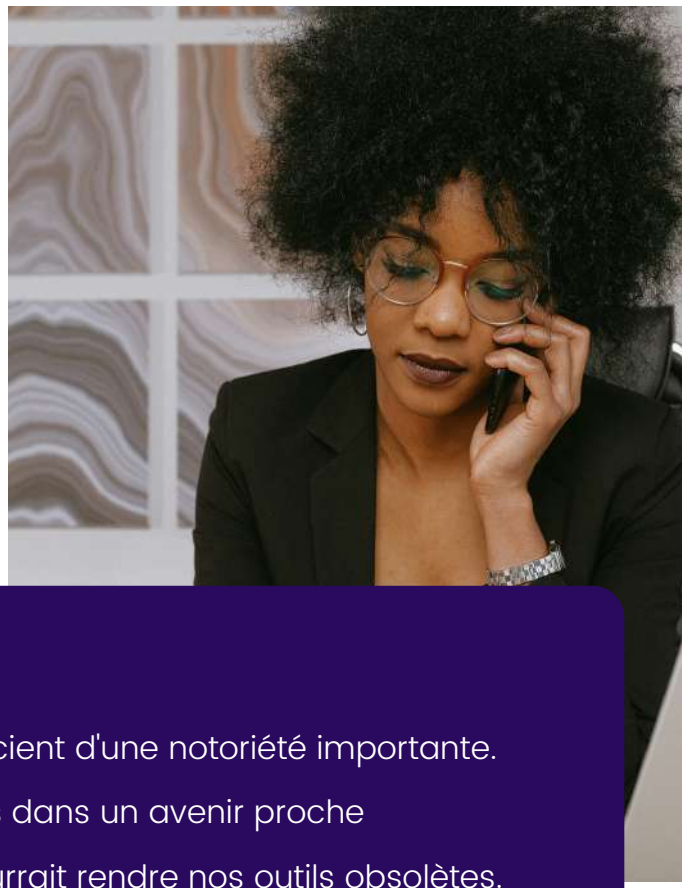
**Asking Franklin :** 93 abonnés
**Taux de conversion :** 1,5 %

### Objectifs - Année 3

**Sortvoices :** 915 abonnés
**Taux de conversion :** 2,5 %

**Asking Franklin :** 370 abonnés
**Taux de conversion :** 2,5 %

**Développement à l'internationnal**



### Risques

- Certains de nos concurrents actuels bénéficient d'une notoriété importante.
- Arrivée potentielle de nouveaux concurrents dans un avenir proche
- L'évolution trop rapide des technologies pourrait rendre nos outils obsolètes.
- Ne pas atteindre nos objectifs de conversions pourrait ralentir notre évolution.

# 05

# OPÉRATIONS PRÉVUES

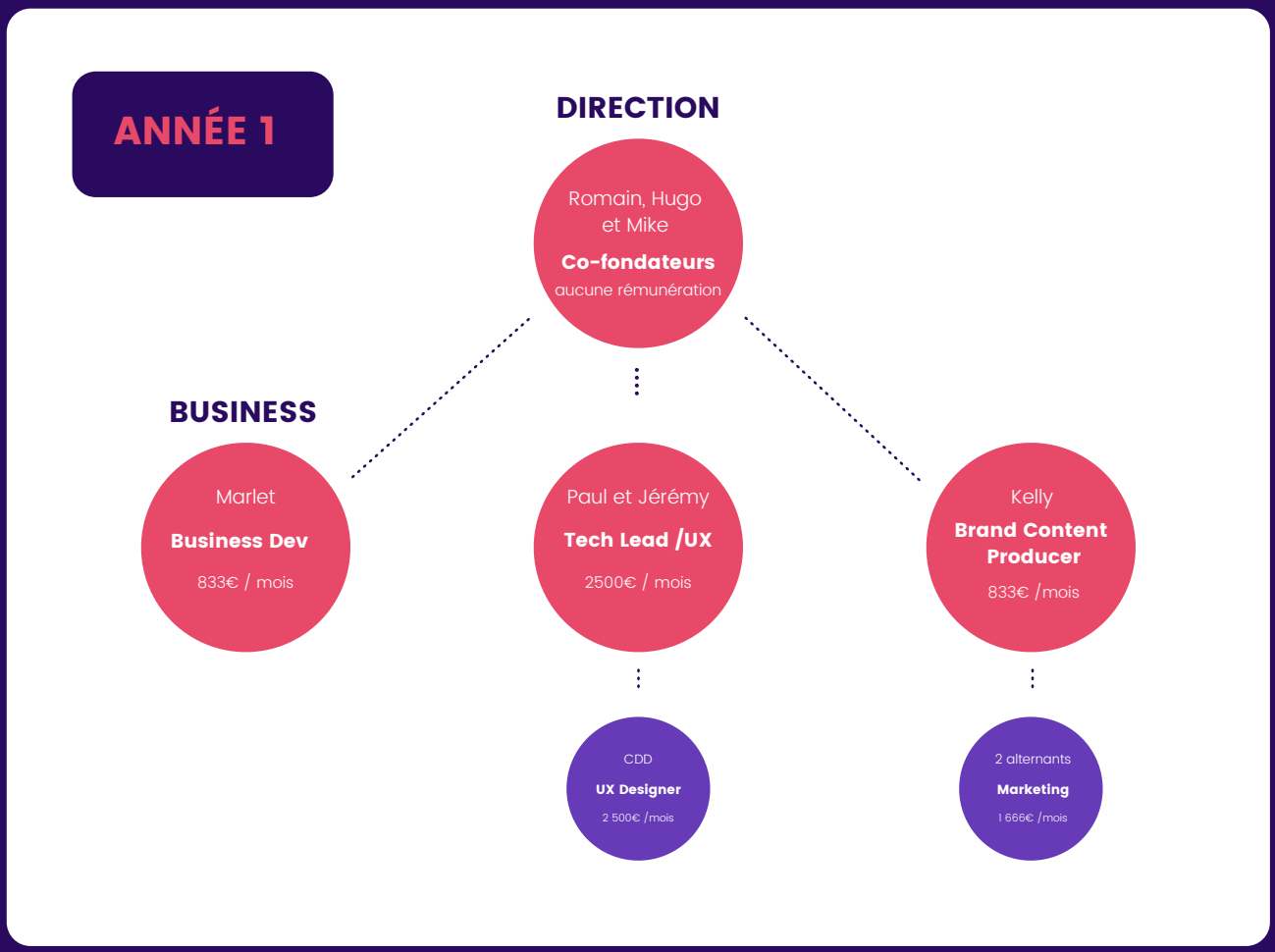
# OPÉRATION

## PLAN DE PERSONNEL

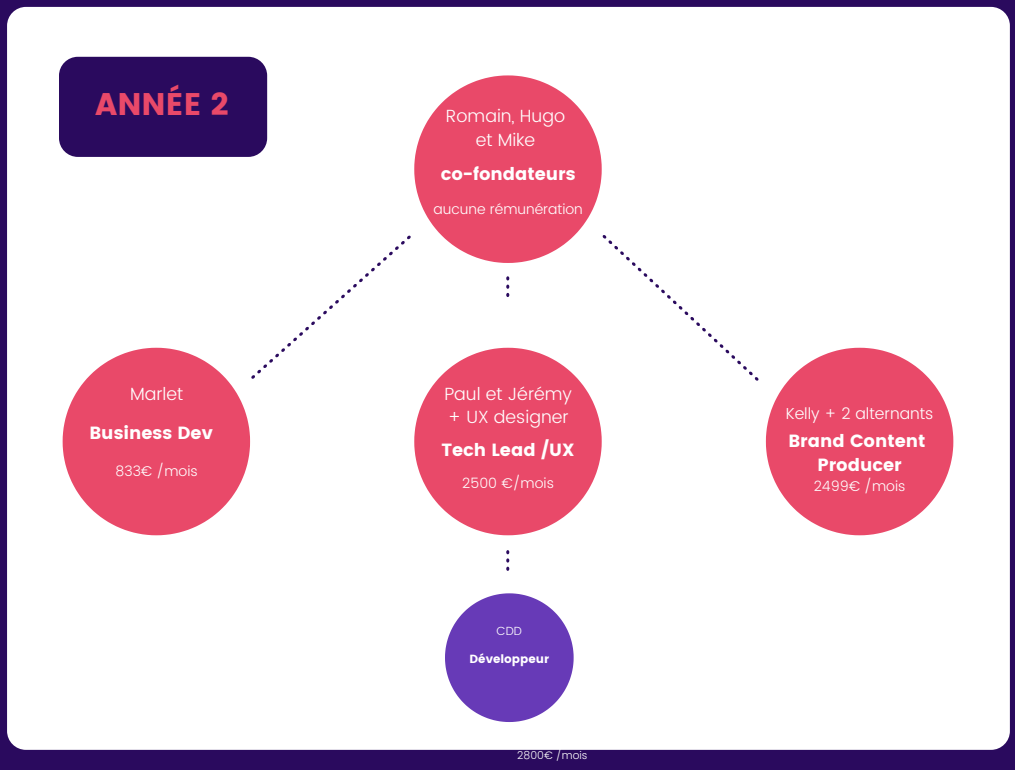
Notre plan de personnel établi sur 3 ans relève notre volonté de faire grandir l'équipe avec le recrutement d'un UX Designer qui nous permettra d'améliorer l'expérience client sur nos plateformes. Ce recrutement sera accompagné de deux alternants en marketing qui auront pour but de développer notre stratégie de communication.

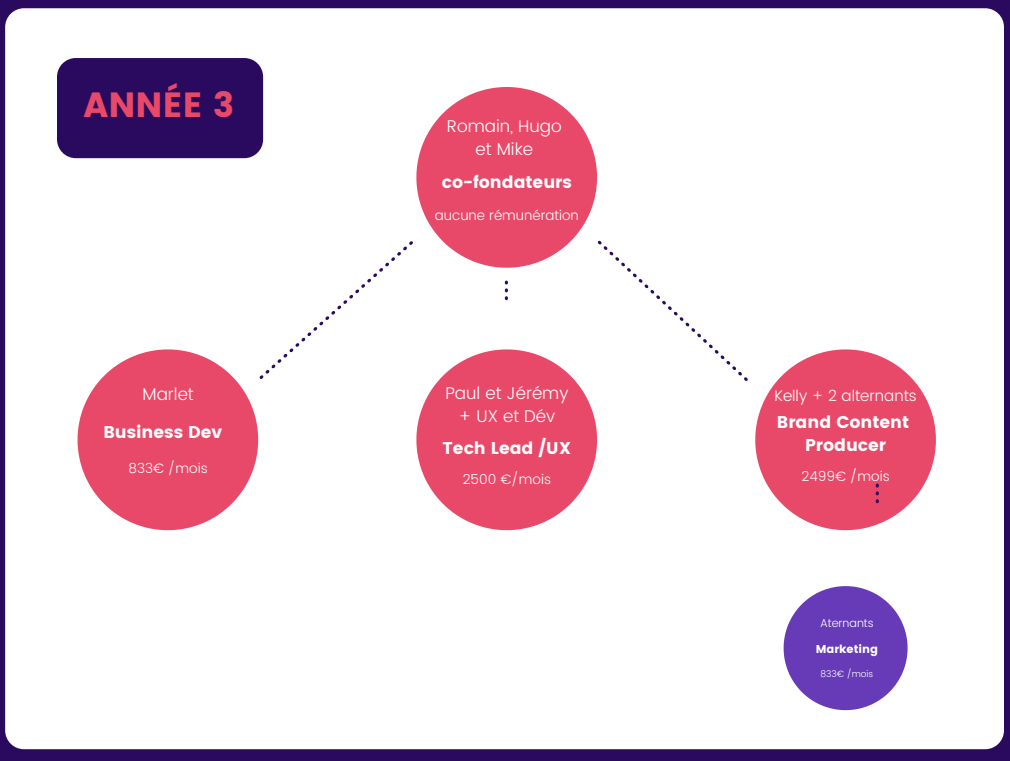
La seconde année, un développeur rejoindra nos rangs afin de permettre à nos outils de se développer.

Enfin la troisième année, un nouvel alternant viendra renforcer les rangs de l'équipe marketing qui sera déjà formée.



# OPÉRATION




TOTAL : 12 employés à l'année N+3

# 06 PLAN FINANCIER

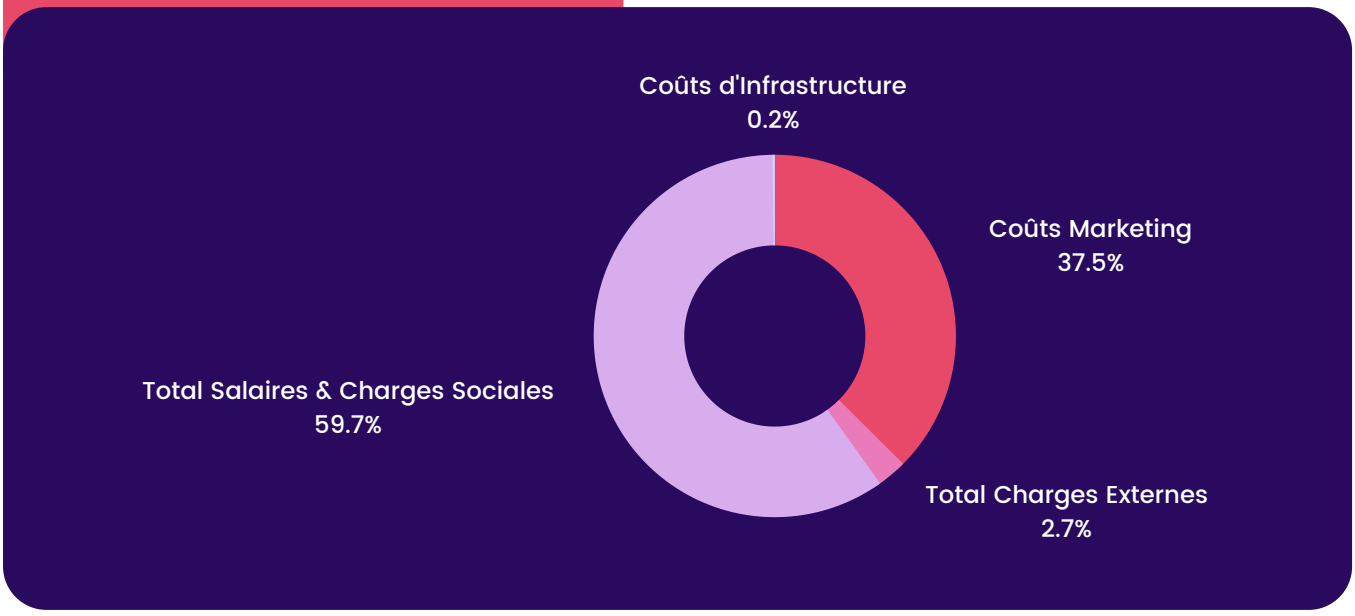
# PLAN FINANCIER

## Première Année

**Dépenses totales :** 119 242 €
Sortvoices et Asking Franklin confondus)

- **Coûts d'infrastructures :** 102 € (9€/mois)
- **Dépenses marketing :** 18 456 € (1 538€/mois)
- **Frais de fonctionnement et autres coûts externes :** 1 307 € (environ 112€/mois)
- **Salaires :** 99 377€ (8 281€/mois)
  Recrutement de 2 alternants et un UX Designer

## Résumé des dépenses




## Explications

Afin de pouvoir obtenir une visibilité suffisante, le budget marketing de la 1ère année est **particulièrement important**. Il doit permettre de **générer du trafic et un ROI rapidement**. Une stratégie SEO en parallèle est **primordiale** afin de ne pas dépendre uniquement de ce canal d'acquisition.
Le **suivi des campagnes** sera très important afin d'optimiser au besoin, les landing pages ou les publicités.

## Première Année

**Recettes totales :** 23 906 €

### Franklin

- **Starter :** 12 095 €
- **Premium :** 9 353 €
- **Pro :** 2 394 €

### Asking Franklin

- **Lite :** 16 €
- **Pro :** 48 €

### Sources de Trafic

## Explications

La formule **Lite** d'Asking Franklin va permettre de générer rapidement du revenu sur la 1ère année et de diminuer de façon conséquente les utilisateurs gratuits. Concernant SortVoices, ces premiers clients seront très importants à suivre puisqu'il pourront potentiellement devenir des abonnés fidèles.

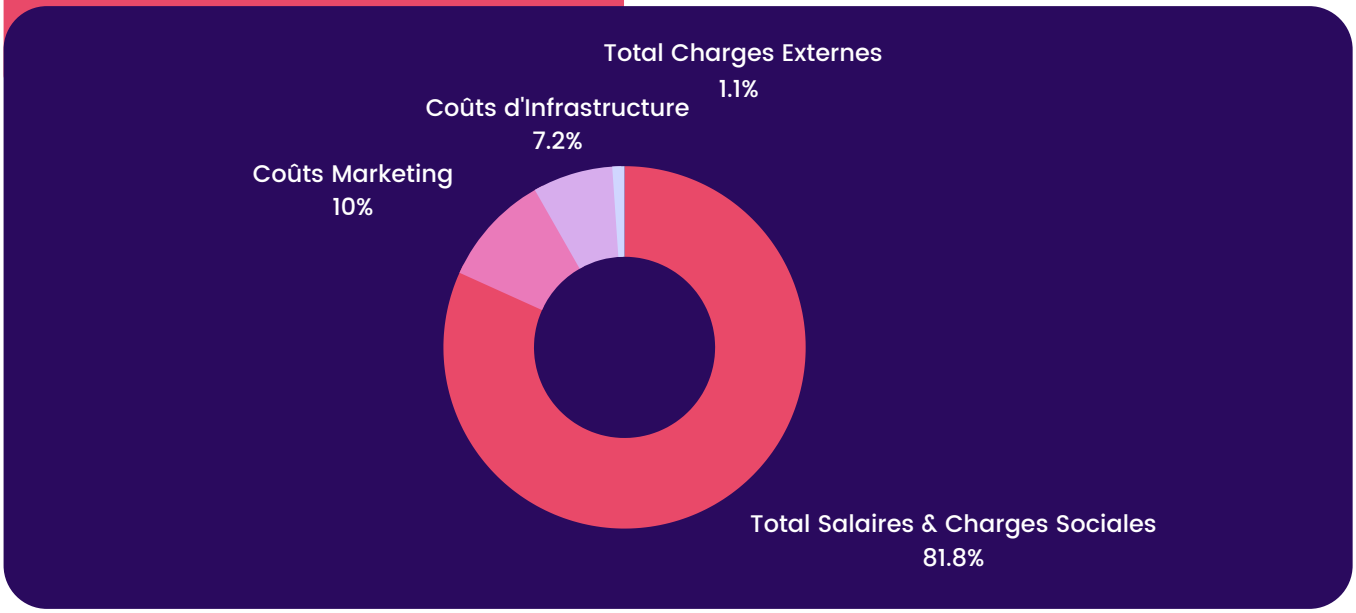
Au terme de cette première année, une levée de fonds ou un financement 250 000€ devra être effectué afin de payer les charges marketing et salariales que représentent cette 1ère année tout en assurant un revenu de sécurité en cas d'imprévus. Un taux d'intérêt sera à prévoir sur les bénéfices suivants.

## Deuxième Année

**Dépenses totales :** 217 538 €
Sortvoices et Asking Franklin confondus)

- **Coûts d'infrastructures :** 15 372 € (1 281€/mois)
- **Dépenses marketing :** 24 456 € (1 394€/mois)
- **Frais de fonctionnement et autres coûts externes :** 2 232€ (environ 188€/mois)
- **Salaires :** 175 478€ (14 623€/mois)
  Recrutement de 2 alternants et un UX Designer

### Résumé des dépenses




## Explications

Les dépenses marketing ont été réduites sur cette deuxième année. Le but étant de se tourner vers du trafic organique.

L'embauche d'un deuxième UX Designer va permettre d'augmenter les taux de transformations sur les landing pages mais également la simplicité d'utilisation de la solution. Dans cette logique, le recrutement d'un développeur rajoutera également une charge salariale importante.

## Deuxième Année

**Recettes totales :** 210 096 €

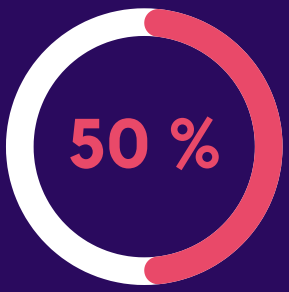
### Franklin

- **Starter :** 81 479 €
- **Premium :** 89 550 €
- **Pro :** 29 925 €

### Asking Franklin

- **Lite :** 5 685 €
- **Pro :** 3 457 €

### POINT SUR CA




CA généré grâce à l'acquisition de nouveaux clients.

## Explications

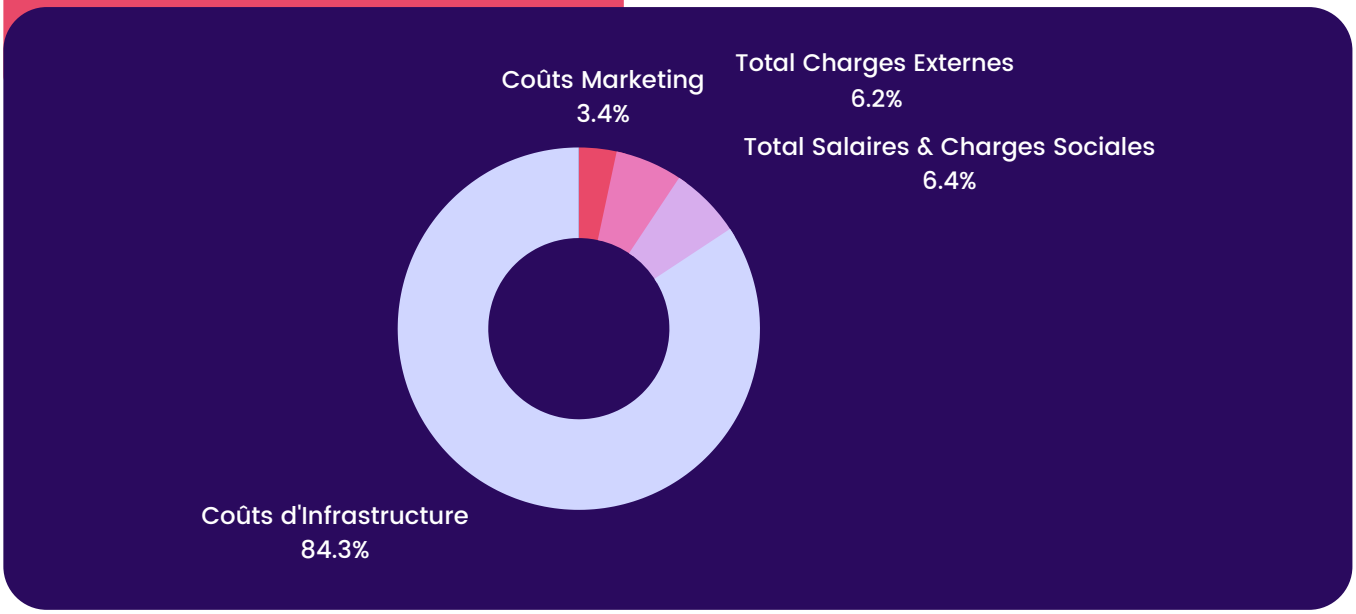
Les revenus ont augmentés de façon considérable par rapport à la première année grâce notamment aux ventes réalisées la première année (qui représentent 50% du CA de la deuxième).
D'où l'importance de bien suivre ces premiers clients afin d'avoir le meilleur taux de rétention possible.

## Troisième Année

**Dépenses totales :** 442 083 €
Sortvoices et Asking Franklin confondus)

- **Coûts d'infrastructures :** 15 372 € (1 281€/mois)
- **Dépenses marketing :** 15 456 € (944€/mois)
- **Frais de fonctionnement et autres coûts externes :** 27 607 € (environ 2 434€/mois)
- **Salaires :** 388 461€ (32 372€/mois)
  Recrutement d'un alternant et revenus pour les fondateurs/associés.

### Résumé des dépenses




## Explications

Le point mort a été atteint 3 mois après la fin de l'année 2.

Les dépenses marketing ont été considérablement réduites en comparaison avec la première année. La fidélisation des clients ainsi que les stratégies SEO mises en place étant les principaux générateurs de revenus.

Les fondateurs pourront également profiter des revenus générés afin de se rémunérer.

## Troisième Année

**Recettes totales :** 708 241 €

### Franklin

- **Starter :** 252 228 €
- **Premium :** 277 192 €
- **Pro :** 175 258 €

### Asking Franklin

- **Lite :** 22 658 €
- **Pro :** 22 990 €

## Explications

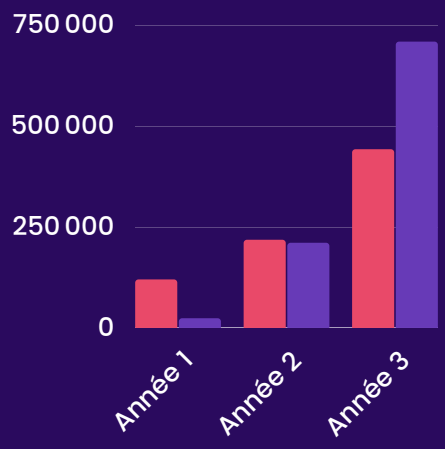
Cette 3ème année se termine avec un chiffre d'affaires qui, on le pense, atteint son rythme de croisière sur le territoire national.

Grâce à une campagne marketing soutenue, une bonne stratégie de SEO ayant fait remonté SortVoices devant ses concurrents l'entreprise s'installe de façon pérenne dans le paysage des outils de Social Listening.

Afin d'accroître davantage son activité, l'entreprise devrait opter pour un déploiement à l'international tout en étant plus avantageuse que les solutions concurrentes.

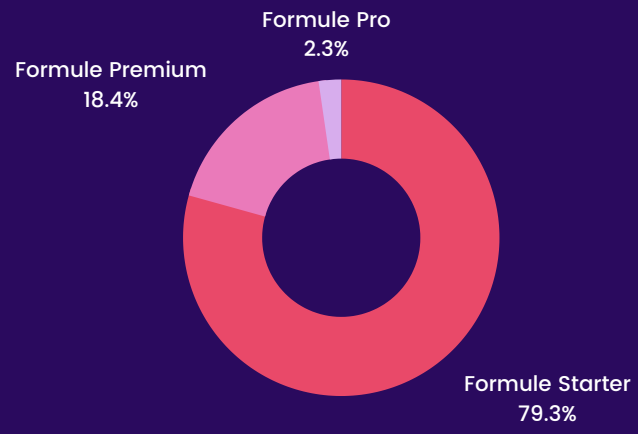
## Quelques chiffres

### Charges x Chiffre d'affaires

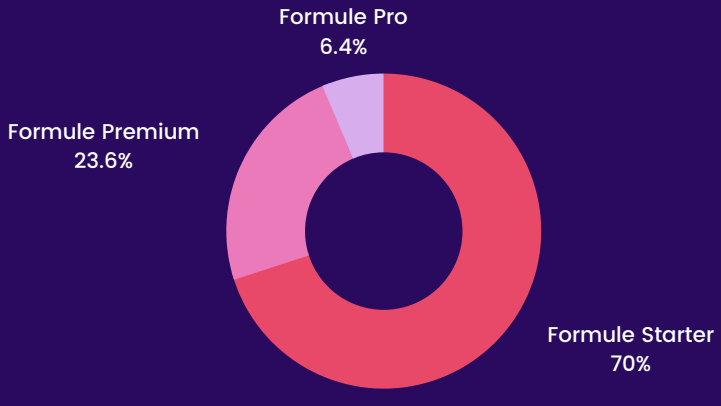



Évolution des charges (en rose) comparé au chiffre d'affaires

### Franklin - Formules x Année 1



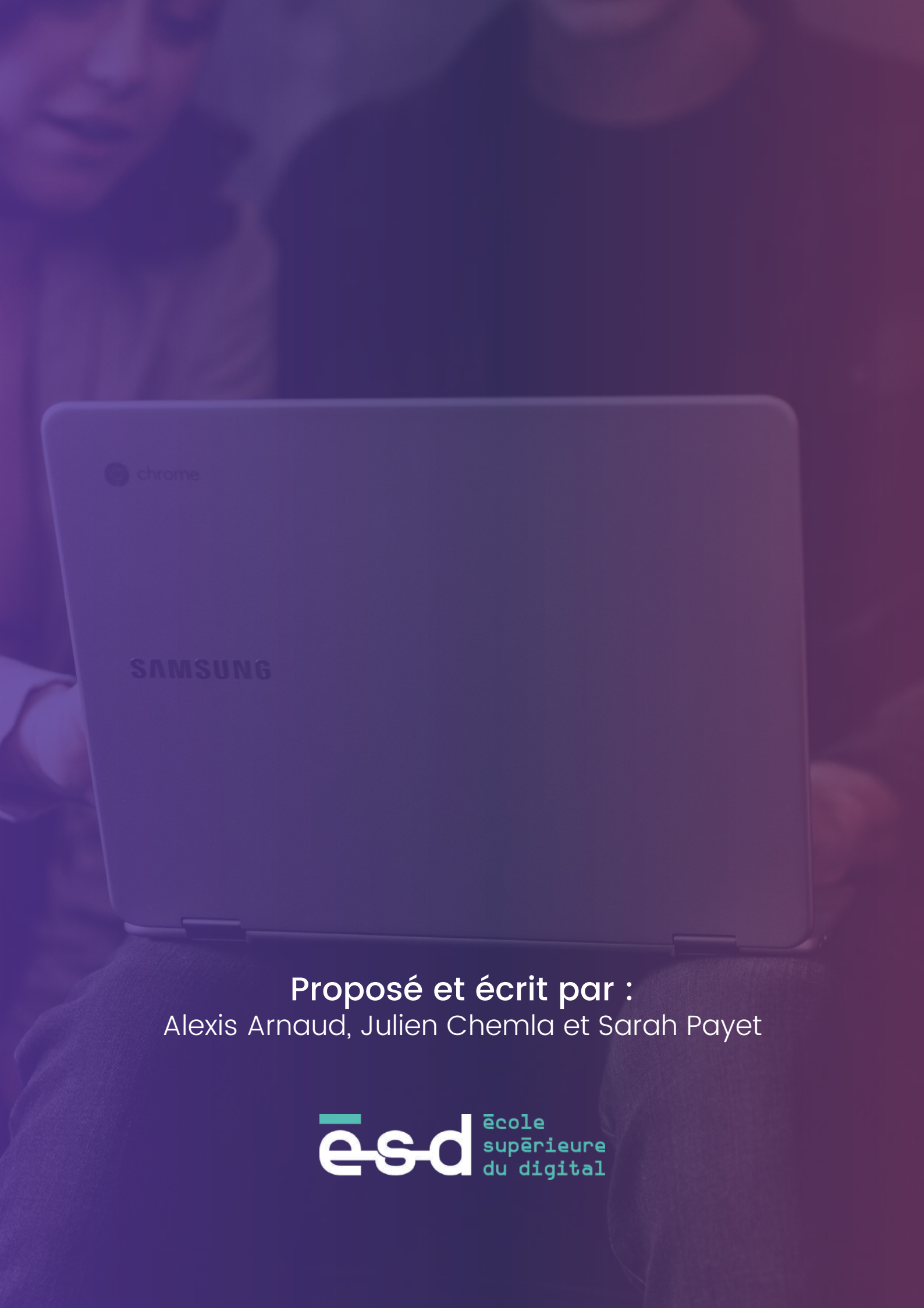

### Franklin - Formules x Année 3



# Merci pour votre lecture

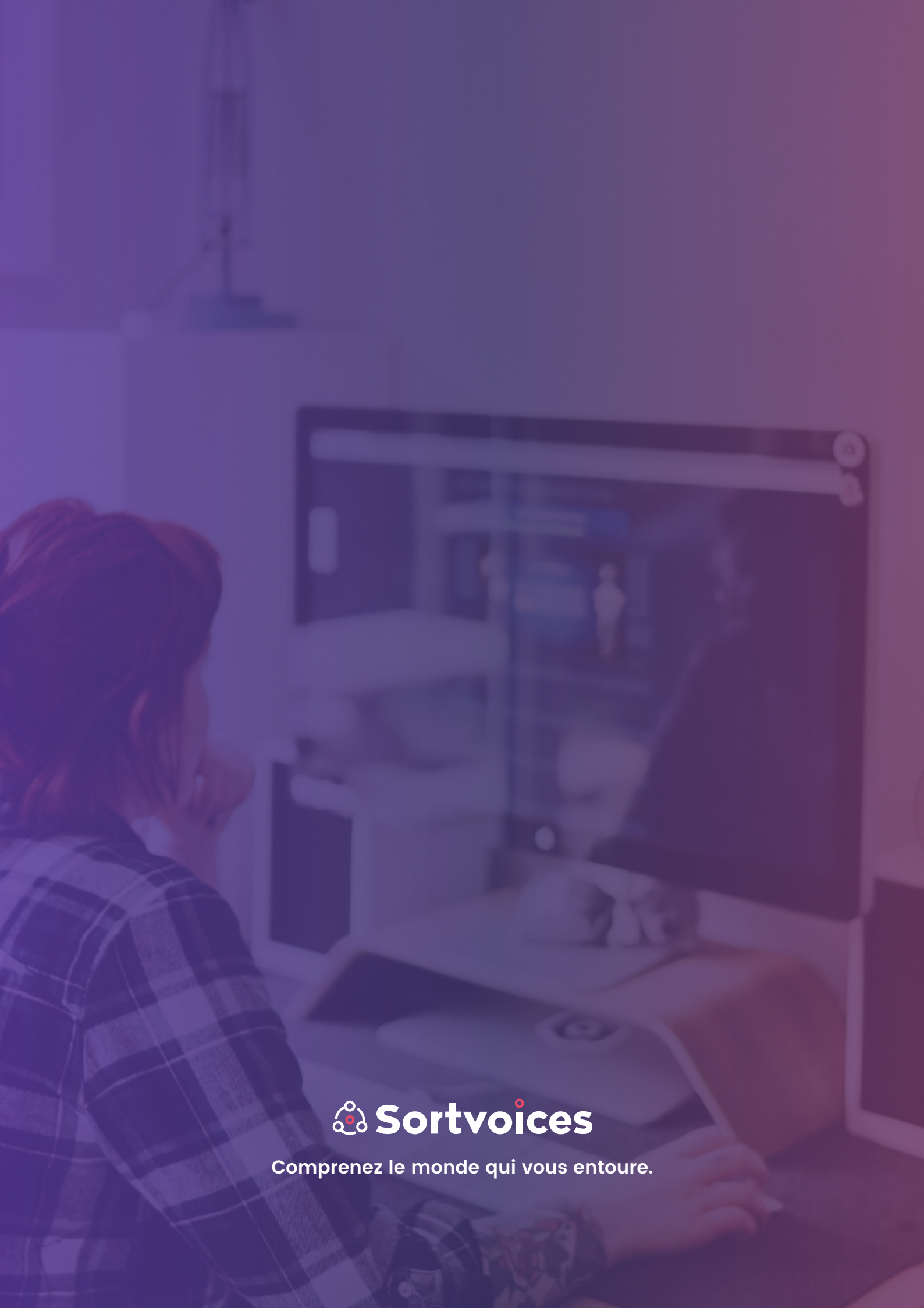
Sortvoices

Solution d'écoute et d'analyse du web et des médias sociaux




**Proposé et écrit par :**
Alexis Arnaud, Julien Chemla et Sarah Payet

école supérieure du digital



Sortvoices

Comprenez le monde qui vous entoure.