

Annexe 1

Stratégie – Minu Aare

1 – Discuter avec des professionnels de la technologie et des avocats spécialisés dans le but de pouvoir **prouver la faisabilité technique et la légalité du projet.**

ETAPE VALIDE

2 - Obtenir des signatures **d'amis et famille** attestant de leurs « Curiosité concernant l'avis des multinationales, célébrités, et GMS (Carrefour, Auchan, etc..) à propos de Minu Aare.

ETAPE VALIDE (plus de 10 signatures pour le moment)

3 - Rencontrer des petits commerçants et e-commerçants

Objectif : Obtenir des preuves écrites de leurs « curiosité » concernant l'avis des célébrités, multinationales et GMS à propos de Minu Aare.

Effectivement, si les multinationales décident de soutenir l'émergence de Minu Aare, c'est que cela est rentable pour eux, donc logiquement si c'est rentable pour les grands, ça le sera autant pour les petits commerçants.

ETAPE EN COURS

Pourquoi les annonceurs devraient adorer Minu Aare ?

- Pouvoir cibler les prospects sur plusieurs critères comme la ville de résidence ou l'âge pour leur publicité, et ainsi optimiser leurs budgets communication avec un taux de vue garantie à 100 % (Voir l'[Annexe 5](#))

- Gain d'image de marque grâce au placement de pub sur une application qui débloque chaque année des centaines de millions d'euros pour des centaines d'associations et projets humanitaire en France et à travers le monde.

- Une nouvelle manière de communiquer grâce à la pub interactive avec les targets (des animations apparaîtront sur l'écran et l'utilisateur devra appuyer sur les targets pour que la vidéo publicitaire puisse continuer, voir [Annexe 3](#)).

- Prévision de rentabilité très intéressante grâce à la loterie qui boostera les ventes des produits/services.

- Comparé à du placement de publicité dans la rue, sur Groupon, Google, ou autre prestataires de services publicitaire, Minu Aare offre aux annonceurs la possibilité de communiquer avec un modèle gagnant-gagnant (gains de points de loterie-rentabilité) et développer leurs activités, leurs réseaux via une application humaniste.

Pourquoi les annonceurs devraient adorer Minu Aare ? (suite)

- Être présent sur une application validée par des centaines de célébrités.
- Pouvoir placer un stock de marchandise à vendre sur la région où l'annonceur aura réservé des utilisateurs, et ainsi optimiser la gestion du transport au sein de l'entreprise.
- Ce système de communication pourra également permettre au commerçant de proximité de se faire connaître avec un **investissement intelligent et solidaire**. Le placement de pub sur Minu Aare revient au final à donner 20 % de son investissement à des associations humanitaire/écologique, de manière garantie, via la Cagnotte à Partager de l'utilisateur.
- Pouvoir proposer soi-même des prix de loterie à l'équipe de Minu Aare pour ainsi réaliser des coups de comm' originaux. Par exemple : La pizzeria du coin qui met en jeu un bon pour 20 pizzas gratuite chez eux. La liste des prix de loterie étant classée par thème et consultable sur internet par tous, la pizzeria réalisera donc un jolie coup de comm' auprès des millions d'utilisateurs.

4 - Rencontrer des célébrités accessibles.

Vidéo qui présente les gains pour les célébrités : <https://vid.me/mq97>

Mon objectif sera d'obtenir d'eux une signature attestant de leurs « curiosité » concernant l'avis des multinationales, célébrités très influentes et GMS, à propos du projet.

Puis dans un second temps, une signature attestant de leurs « potentiel volonté » à prendre part dans le Pavillon des célébrités si :

- minimum 15 millions de personnes achète un avatar sur l'application (chiffre à déterminer en fonction des exigences des multinationales, célébrité importantes, GMS)
- les propriétaires de marque comme Pokémon, Harry Potter ou autres sont d'accord pour permettre l'achat d'avatar à effigie de leurs création.
- l'objectif des 0,50e par visionnage de pub est accepté par les petits et gros annonceurs
- les célébrités de la liste VIP d'environ 200 célébrités du premier mois (Annexe 4) soit d'accord à 90 % pour obtenir un avatar à leurs effigies dans le Pavillon des Célébrités
- Les GMS acceptent l'installation de bornes pour lier sa carte de fidélité du magasin à son compte QR personnel sur Minu Aare (pour ainsi permettre l'existence de la fonction loterie, voir annexe 2)
- Le design de l'application est très bien réalisé et que l'application fonctionne de manière fluide sur tout types de smartphones récents.
- ils sont enthousiastes en lisant la liste des prix proposés dans la loterie et que les chances de gagner sont élevées (voir l'Annexe 2)
- l'entreprise Minu Aare reverse au maximum son Chiffre d'Affaires pour la loterie
- un suivi personnel des projets humanitaires est réalisé sur plusieurs années pour prouver l'utilisation efficace des dons récolter auprès des utilisateurs (effectivement quand on donne 10 euros, difficile d'être légitime pour demander des preuves, mais sur des projets à 40 000 euros le minimum est de donner des preuves de bonne exécution.. voilà un moyen d'éviter le détournement).
- Ils peuvent proposer des projets humanitaires qui leurs tient à cœur

5 – Rencontrer des représentants de grandes multinationales et GMS. *Moment clef pour l'émergence de l'application*

La seule question que j'aurai à leurs poser sera :

- A partir de combien de millions d'utilisateurs seront-ils d'accord pour diffuser de la publicité sur Minu Aare, et tenter l'expérience pour voir si la rentabilité est au rendez-vous ?

Mon avis est que ce chiffre s'élèvera sûrement vers les 15 millions.

S'ils me confirment ce chiffre, ou s'ils me demandent 30 millions d'utilisateurs, cela est parfait pour la suite de la stratégie

Et dans le cas contraire, ils devront justifier leurs choix pour ce refus, ce qui me permettrait d'observer si la barrière est infranchissable ou non.

7- Recherche de subventions de l'État ou de soutien morale

Rdv le 06 Avril 2017 avec Initiative95 et prochainement peut-être avec un représentant du CGI (Commissariat Général à L'Investissement) au sein des services du Premier Ministre.

6 - Recherche d'un business angel qui a déjà de l'expérience sur le secteur du numérique avec préférence.

Mon souhait est de trouver un associé de confiance, ouvert d'esprit qui saurait s'entourer des bons avocats, fiscaliste, spécialiste de la technologie, spécialiste de la communication, etc..

7 - Création de l'appli avec une agence de développeurs et les fonds du Business Angel.

L'agence parisienne « Geronimo » m'a proposé un devis à 3 500€ pour établir un cahier des charges etc.. pour ainsi pouvoir établir un devis sérieux sur la création de l'application.

8 - Elaboration des prix de loterie proposé dans l'année avec les célébrités.

Il s'agira de leurs proposer quelques idée de prix (ex : Proposer à Pogba d'accepter de mettre en jeu une partie de Golf contre lui) et discuter/valider leurs idées de prix.

9 - Lancement de la campagne d'informations auprès de la France entière, annonceurs et utilisateurs via les célébrités et médias.

10- Annoncer la date officielle du lancement de la Phase Test.

L'application sera téléchargeable uniquement en France et gratuitement.

Tout le monde pourra tester une version Démo/Test.

Sur cette version Démo/Test, l'utilisateur pourra tester les 4 fonctionnalités c'est-à-dire :

- visionner des pubs factices et gagner des euros factices
- effectuer des dons factices
- regarder des vidéo tutoriels pour la loterie qui explique comment obtenir des points
- regarder les posts des célébrités et pouvoir les partager sur les réseaux sociaux, mettre des commentaires et des « j'aime ». Pouvoir partager 1 post par jour et commenter les posts de ces amis ou autres utilisateurs et des « j'aime »

Les français auront 4 mois pour pré-commander leurs avatars à 10 € valable 1 an.

Cette somme sera prélevée seulement si un minimum de 15 millions d'avatars sont pré-commandés (chiffre à déterminer avec les multinationales, etc..).

Les utilisateurs et les annonceurs pourront observer les ventes des avatars en live sur le site internet de Minu Aare.

Tous les utilisateurs qui ont pré-commandés leurs avatars pourront voir leurs agenda de pub se remplir car les annonceurs pourront réserver de l'espace publicitaire pendant cette phase Test.

Les annonceurs auront intérêts à acheter rapidement de l'espace publicitaire car 1 utilisateur peut recevoir uniquement 1 pub par jour et que les annonceurs sont très nombreux vu que les e-commerçants sont également les bienvenues pour acheter de l'espace publicitaire.

11 - Une fois les 4 mois d'attente terminée, c'est la fin de la phase Test.

Les GMS vont donc observer à ce moment-là si les 15 millions de personnes attendus sont bien au rendez-vous.

Si oui, ils installeront des bornes pour que les utilisateurs puissent lier leurs codes QR à leurs cartes de fidélité du magasin. Ceci permettra à tous les annonceurs présents chez Carrefour, Auchan, E.Leclerc, etc. de pouvoir promettre aux prospects des points contre l'achat de leurs produits/services.

12 – Gestion de l'application :

- Réaliser les tirages aux sorts
- Assurer le rôle d'intermédiaire entre les donateurs et les associations/projets humanitaires
- Surveiller la bonne utilisation des fonds récoltés via les dons des utilisateurs
- Gérer le Service Après-Vente
- Modérer et Surveiller le réseau social
- Accompagner les annonceurs dans la création de leurs pubs interactive (avec les targets, Annexe 3)
- Gérer la masse salariale de Minu Aare
- Assurer une relation privilégié avec les Célébrités etc..