Dossier Final

SOMMAIRE

1 **Présentation de l'équipe** **4**

2 **Identification des besoins** **6**

3 **La solution innovante : proposition de valeur et modèle économique** **8**

4 **Proof Of Concept (POC)** **10**
- Notre marque 11
- Charte Graphique 11
- Application Capilo 13

5 **Marché** **18**
- Etude de marché 19
- Concurrence 20
- Cible 22

6 **Organisation : management des ressources humaines** **25**

7 **Positionnement marketing de l'offre** **27**
- Diagnostic .....
- Objectif .....
- Insight .....
- Positionnement .....
- Promesse .....
- Preuves .....
- Message .....
- Baseline .....

8 **Stratégie de communication** **28**
- Social média 31
- Street marketing 39
- Evénements 46
- Recrutement coiffeurs 49
- Mesurabilité de la stratégie de lancement 51
- Rétroplanning 51

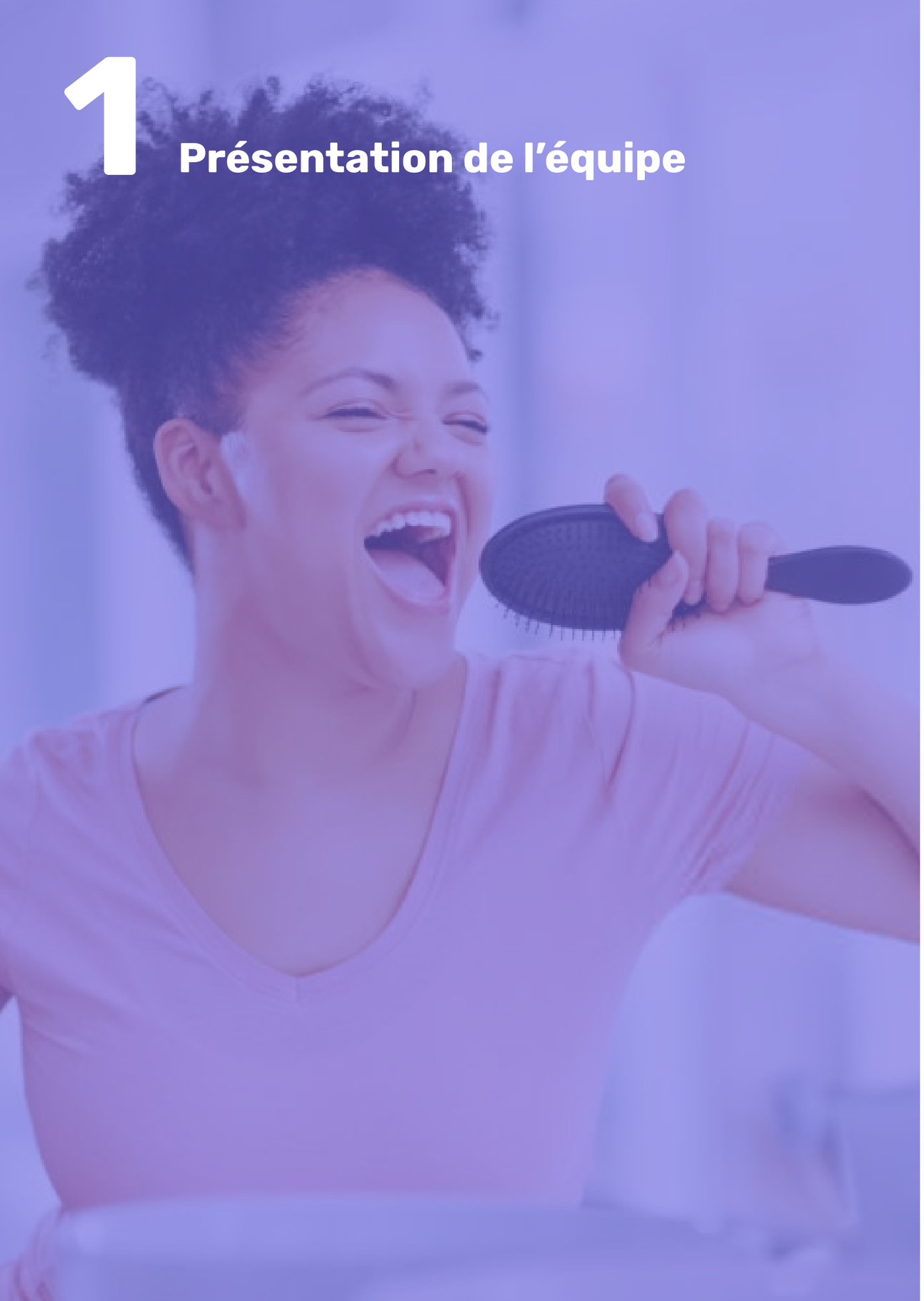
9 **Aspect juridique** **52**
- Projection à long terme 53
- Obligations 53
- Nom 54
- Base de données 54

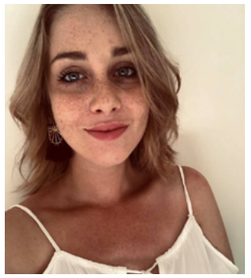
10 **Projection financiere** **56**

11 **Développement de l'activité** **60**

Annexes **62**

1 Présentation de l'équipe





Pascaline Duclos

Etudiante en 5ème année Marketing, management et communication du luxe à Sup de pub Paris. Pour arriver en 5ième année dans une école de publicité et communication j'ai obtenu un bac scientifique à Limoges, j'ai ensuite effectué un DUT Techniques de commercialisation à l'IUT du Limousin qui m'a permis de découvrir une réelle passion pour la communication et l'événementiel.
Durant ma seconde année de DUT j'ai pu voyager 3 mois au Mexique dans la région du Yucatan, une expérience qui m'a permise de m'ouvrir à une nouvelle culture mais également à une autre vision du travail et de l'entreprise puisque j'ai effectué 3 mois de stage dans un petit magazine de mode. Après cette expérience riche en découverte je me suis davantage spécialisée dans le domaine de la communication en intégrant Sup de Pub, à Bordeaux. J'ai pu alors approfondir mes connaissances théoriques mais aussi pratiques avec des stages diversifiés qui m'ont permis d'intégrer une association, puis un grand groupe bancaire et par la suite un groupe de presse. Toutes ces expériences m'ont conforté dans l'envie de continuer dans le domaine de la communication et de l'événementiel. Ces années d'études m'ont aussi permises de développer certaines valeurs telles que l'entraide, la solidarité, le respect, la bienveillance, l'empathie mais également l'efficacité, la polyvalence, l'envie de se dépasser et de réussir.

Axel Haigneré

Après mon IUT Technique de commercialisation, je me suis spécialisé pour ma troisième année dans la stratégie de communication, à l'école Sup de Pub. Par la suite, j'ai cherché à me spécialiser encore plus précisément. J'ai donc effectué ma quatrième année d'étude en option Marketing digital et E-commerce. C'est en ayant eu mes premiers cours d'UX Design que j'ai compris que j'avais trouvé ma voie. Je me suis donc spécialisé pour mon master 2 dans le design d'Expérience Utilisateur et le Design Thinking.
Niveau professionnel, j'ai pu, grâce à mes stages et années d'alternances, essayer différents types d'entreprises : petite entreprise, agence de communication puis entreprise internationale. Ces différentes expériences m'ont montré les différents mode de travail et les processus internes, variant d'une structure à l'autre.
J'essaye de devenir le plus performant possible dans mon domaine, d'accumuler un maximum de connaissances via mes formations et mes expériences professionnelles afin de réaliser mon objectif : devenir entrepreneur.

Clémentine Cahard

UX-UI designer en devenir. Je suis actuellement chargée de communication - graphiste chez SNCF Réseau en alternance et en M2 UX Management et Design Thinking à l'école Sup de Pub.
J'ai commencé mes études dans la stratégie de communication et le digital. Ayant une affinité avec le secteur de la créa, j'ai préféré poursuivre en M1 Digital Design et Multimédia. Je me suis par la suite dirigée vers un M2 UX afin d'en apprendre davantage sur l'utilisateur. Mon Master m'a ainsi permis de réaliser plusieurs projets (applications/sites web) pour répondre à des problématiques utilisateurs. Je suis passionnée par le design, l'expérience utilisateur et les innovations et m'intéresse à l'entreprenariat.
Après avoir été fille au pair en Espagne et serveuse en Angleterre durant mon année de césure en 2015/2016, je ne rêve que de voyages et d'aventures. J'entreprends par ailleurs de partir quelques temps en Australie dès l'obtention de mon diplôme afin de découvrir ce continent fascinant, sa culture sportive et apprendre l'anglais ; toujours à la recherche de nouvelles idées.

2 Identification des besoins

Trouver un coiffeur proche de moi et disponible immédiatement n'est pas une tâche facile.
Aujourd'hui, des applications de prises de rendez-vous se développent mais qu'en est-il de prendre rendez-vous dans l'heure sans attendre trop longtemps ? Aucune application ne me permet de connaître à l'avance le temps d'attente chez les coiffeurs autour de moi. De plus, si je souhaite modifier ma demande lorsque je suis arrivé.e chez le coiffeur je ne peux pas, je suis obligé.e de suivre ma commande car j'ai déjà réglé la prestation.
Nous sommes partis de ces résultats pour développer une application de prise de rendez-vous innovante et surtout répondant plus précisément aux demandes des consommateurs.

3

La solution innovante : proposition de valeur et modèle économique

Capilo est une application de mise en relation client - coiffeur. Elle permet aux utilisateurs de prendre un rendez-vous à l'instant T chez le coiffeur le plus proche mais aussi de programmer un rendez-vous ultérieurement. Nous offrons aux utilisateurs la possibilité de voir en temps réel l'attente dans les salons mais également d'avoir un devis de prestation pouvant être ajusté jusqu'au dernier moment, notamment après une discussion avec le coiffeur. Cela nous permet de nous différencier de la concurrence.

Pour proposer un modèle économique basé sur les commissions et un abonnement mensuel, nous proposons aux coiffeurs d'attirer une nouvelle clientèle qui aime prendre ses rendez-vous en ligne n'importe où et à n'importe quel moment. Une fidélisation des clients différente grâce à un historique des prestations déjà passées qui permet une prise en charge plus personnalisée. La sécurisation des données clients, l'acceptation des réservations 24h/24 et 7j/7 et un encaissement en ligne sécurisé sont les principaux atouts de notre application. Par ailleurs, si un client ne se présente pas, sa prestation non annulée ou non déplacée sera tout de même encaissée.

Le coeur de notre offre est basé sur la mise en relation coiffeur - client. En fin de compte, le client paie le prix de la prestation initiale mais avec la possibilité de la modifier ou d'ajouter un produit supplémentaire, permettant de gonfler le prix final. Ce prix modifiable est un avantage pour la société mais également pour le coiffeur qui peut vendre des prestations supplémentaires et/ou des produits du salon. A noter que nous offrons la possibilité aux utilisateurs d'ajouter des produits sur l'application, de les payer en même temps que sa prestation.

Enfin pour les différentes prestations que nous proposons aux coiffeurs et donc aux clients, nous mettons en place un système d'abonnement mensuel ainsi qu'un taux de commission sur les prestations réalisées par le coiffeur.

4 Proof Of Concept (POC)

NOTRE MARQUE

Mission :
Offrir la possibilité d'aller chez le coiffeur immédiatement, sans attendre

Vision :
Faciliter le rendez-vous chez le coiffeur

Personnalité :
Pratique, décalée, fun, humoristique

Valeurs :
- Être Customer centric,
- Faciliter la vie de nos utilisateurs

CHARTE GRAPHIQUE

Nous avons établi une charte graphique basée sur deux couleurs. La principale couleur utilisée est le violet. Une couleur douce et distinguée aux vertues paisibles et rassurantes. En effet, cette couleur a un effet apaisant sur les esprits et permet de calmer les excitations nerveuses à l'aide de la chromothérapie. Le violet est le symbole du rêve et de la méditation. Pour compléter cette couleur qui inspire confiance, nous avons choisi le orange comme couleur secondaire afin d'apporter des petites touches de couleur et réveiller l'application. Cette couleur symbolise la positivité, l'optimisme, la joie, la communication et la créativité. La couleur du logo est un dégradé des 3 violets. Nous ajoutons des couleurs pastels plus douces telles que le corail et le vert afin de contraster avec le reste de l'application et d'ajouter des petites notes de couleur.

#8B63E6
RVB : 139 99 230
CMJN : 40 57 0 10

#7265E3
RVB : 114 101 227
CMJN : 50 56 0 11

#6055CD
RVB : 96 85 205
CMJN : 53 59 0 20

#E0DDF5
RVB : 224 221 245
CMJN : 9 10 0 4

#F1975B
RVB : 241 151 91
CMJN : 0 37 62 5

#F77774
RVB : 247 119 116
CMJN : 0 68 45 0

#40C7BB
RVB : 64 199 187
CMJN : 64 0 34 0

Logo & baseline

Le logo Capilo a été créé de la façon suivante :
Capilo, de l'étymologie "Capil" fait référence au mot "capillaire" et la terminaison "o" contraste avec notre baseline plus féminine.
La typographie utilisée pour le logo est "Lobster Two", une typographie ronde en référence aux cheveux travaillés par le professionnel.
Nous utilisons "Rubik" comme typographie pour notre baseline, notre application et notre communication. Notre choix s'est porté sur une typographie ronde, légère et simple afin de faciliter la lisibilité.
Les ciseaux permettent aux individus de comprendre immédiatement le secteur d'activité de notre application et ainsi de faciliter notre identification auprès de nos cibles.

"Chignon, ça va ?", une baseline interrogative pour interpeller le passant, l'utilisateur ou encore les internautes. Cette phrase fait référence aux jeux de mots connus dans le domaine capillaire. En effet, beaucoup de coiffeurs sont réputés pour avoir des noms de salons originaux avec des jeux de mots principalement basés autour du mot "tif" ou "hair". Cette baseline reflète tout à fait le ton que nous souhaitons adopter pour communiquer sur Capilo. Un ton léger, humoristique, basé sur l'humeur et la proximité avec les utilisateurs. C'est pourquoi nous avons également pris le parti de tutoyer notre cible. De plus, nous prévoyons de jouer sur des jeux de mots pour générer un maximum de réactions.

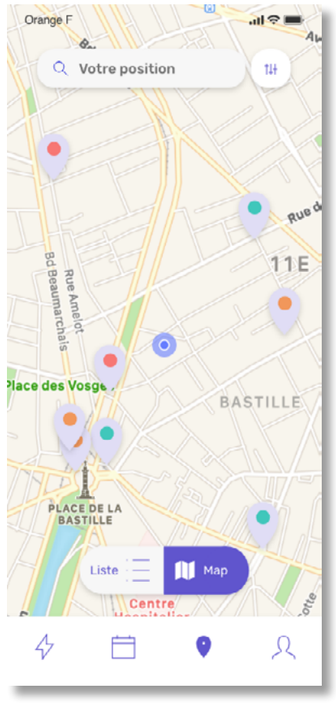
APPLICATION CAPILO

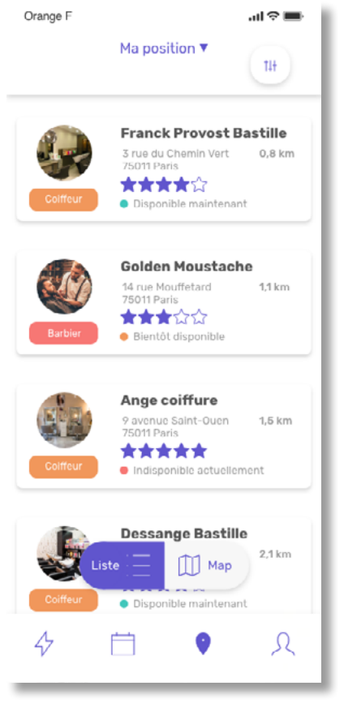
Lors du design de notre application, nous avions pour but de proposer une expérience simple, agréable et mémorable à nos utilisateurs.
Pour cela nous devions particulièrement répondre à plusieurs points :

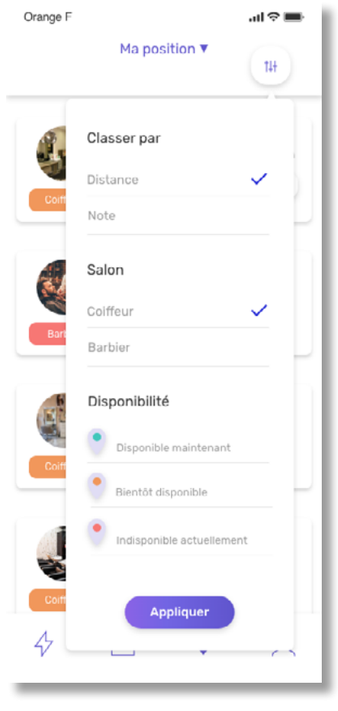
Nous souhaitons offrir à nos utilisateurs B to C :
- la possibilité de voir les coiffeurs disponibles immédiatement
- la possibilité de réserver une prestation instantanée en quelques clics
- la possibilité de réadapter le devis pendant la prestation selon les changements et ajouts vues avec le professionnel de la coiffure
- la possibilité de trouver des inspirations et conseils coiffures, de les enregistrer et de les retrouver facilement

Nous souhaitons offrir à nos utilisateurs B to B :
- La possibilité de réaliser des ventes de produits additionnelles

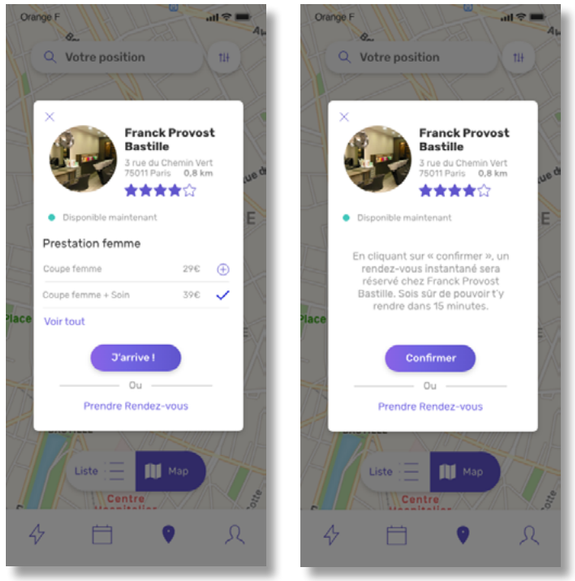
Sur notre Homepage, nous tenions à ce que l'utilisateur arrive directement sur une map, pour lui donner une vision immédiate des salons de coiffures ou barbiers proches de sa position. Nous lui donnons aussi la possibilité de les afficher sous forme de liste.
Que ce soit sur la liste des salons ou sur la map, il peut, s'il le souhaite, filtrer les résultats en fonction de plusieurs critères : distance, note, type de salon et disponibilité (le critère "distance ou note" n'étant pas disponible sur la Homepage Map).



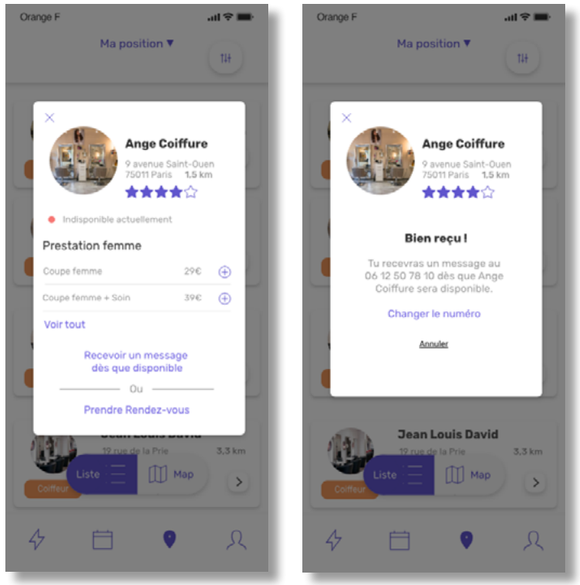


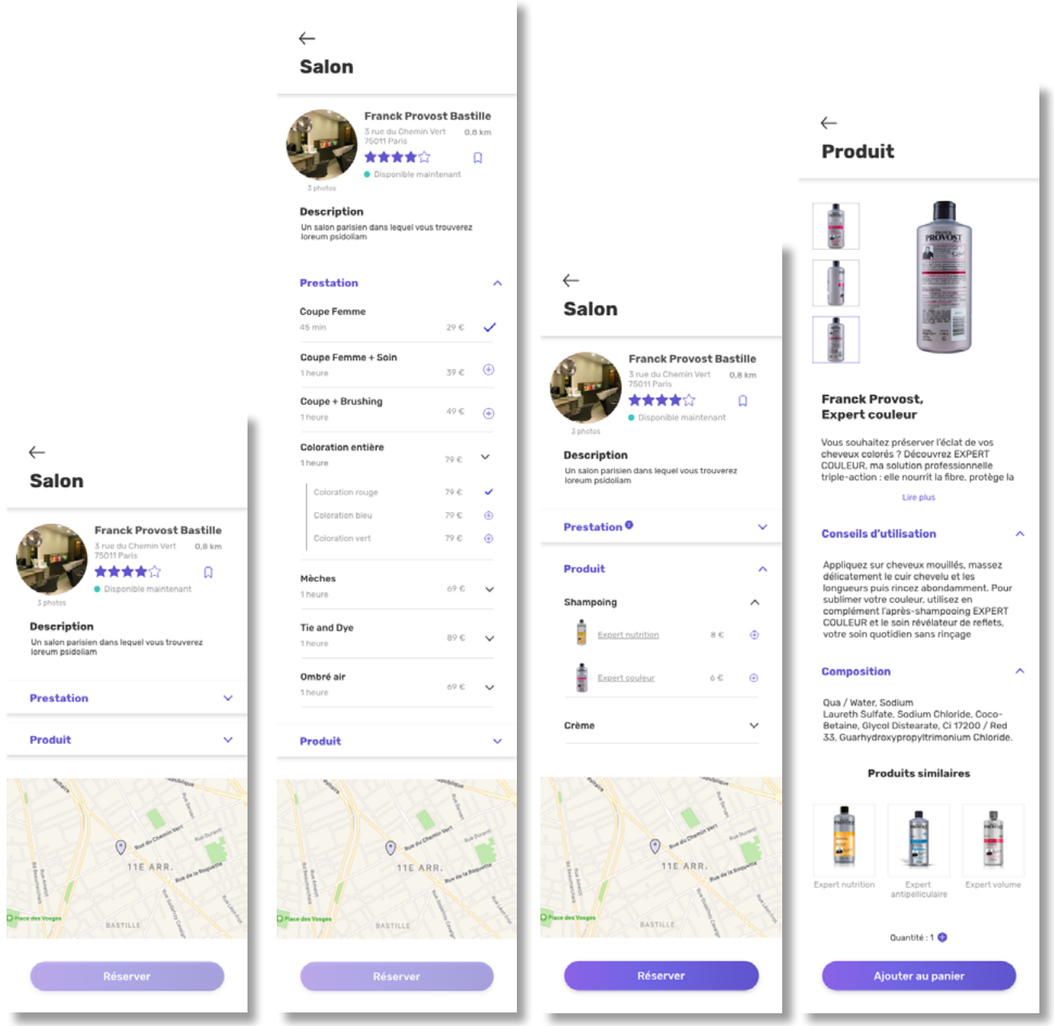


En cliquant sur un salon disponible, une pop-up apparaît et propose de sélectionner sa prestation et de la réserver si l'utilisateur confirme qu'il pourra se rendre au salon dans les 15 minutes.



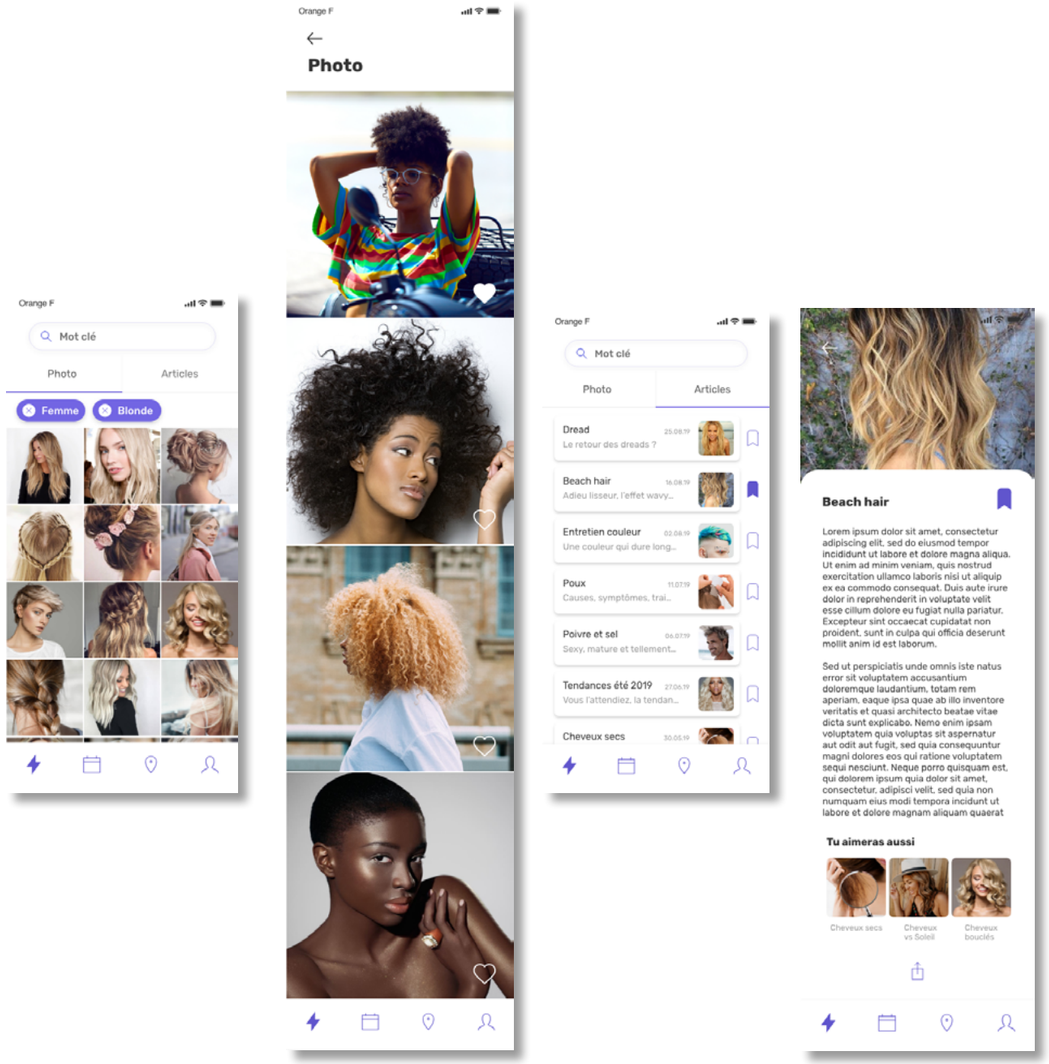
S'il clique sur un salon indisponible immédiatement, une pop-up lui propose d'être prévenu sur son téléphone dès que le salon sera de nouveau disponible.



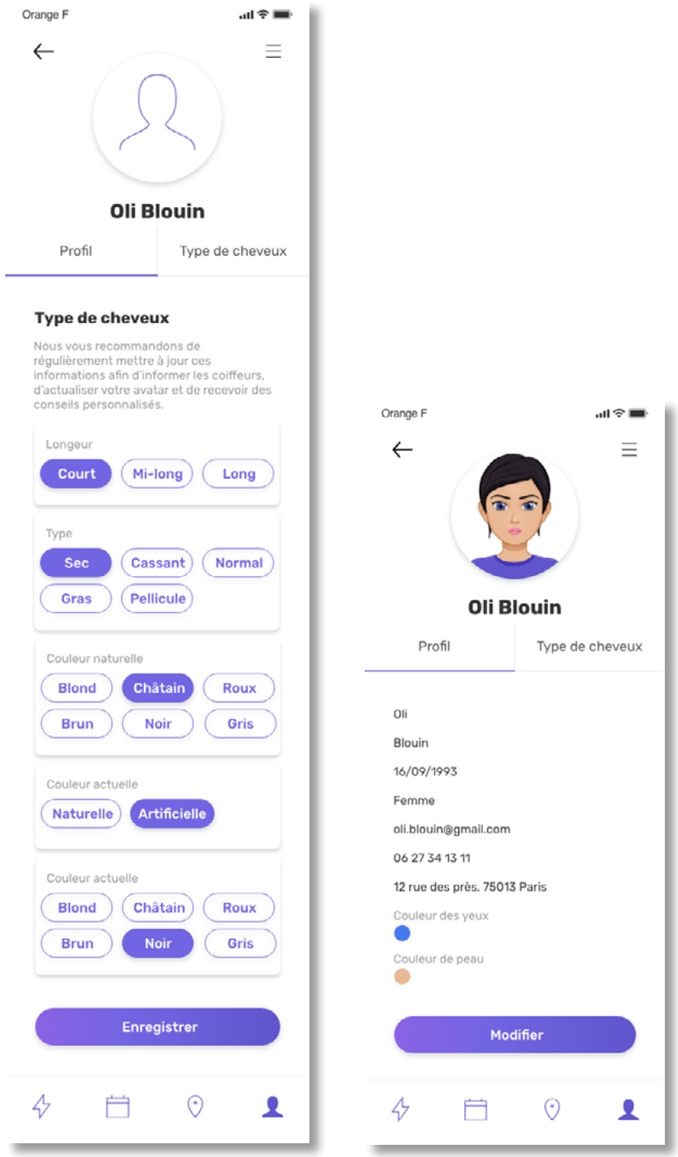


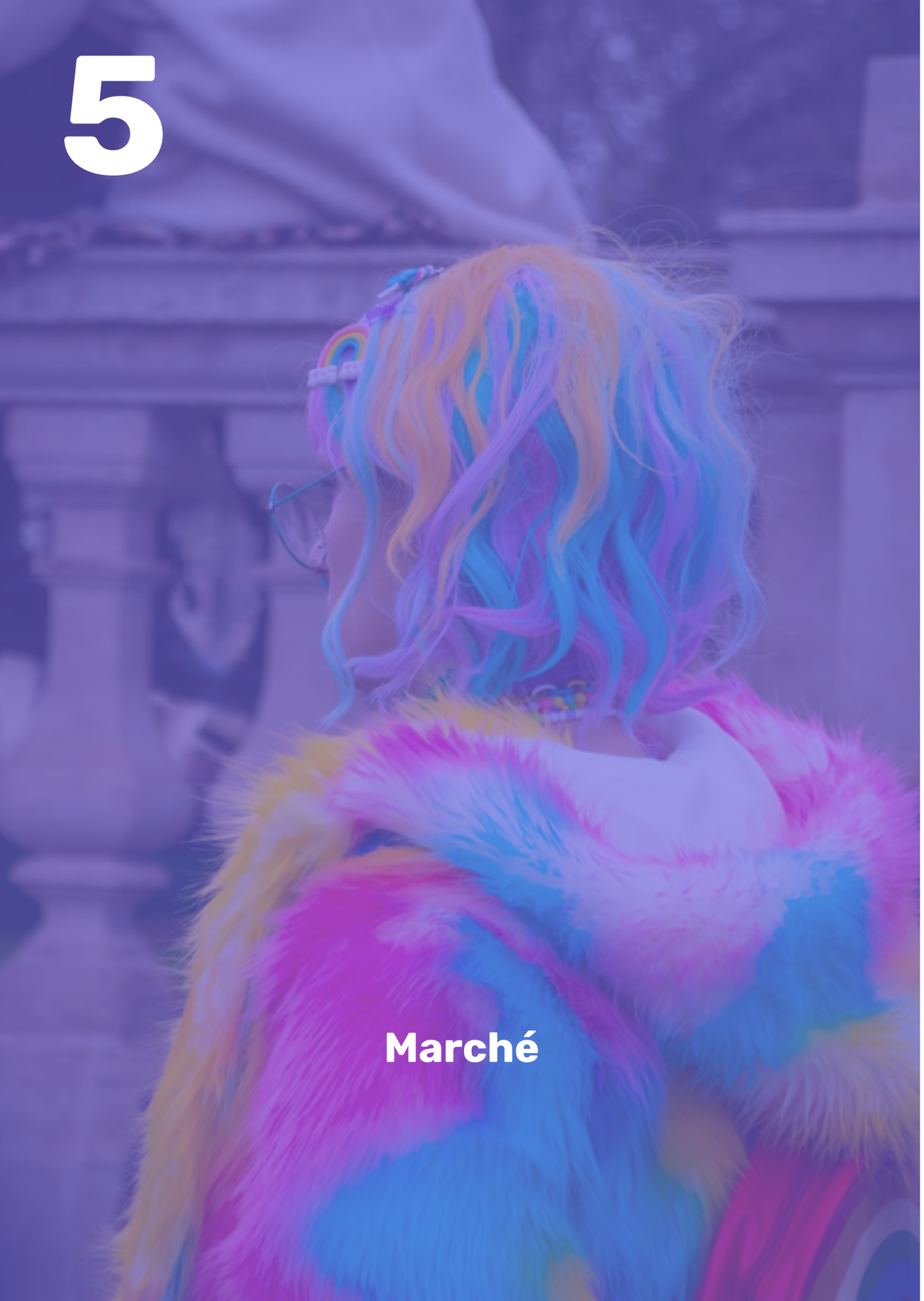
L'utilisateur a aussi la possibilité de visiter la fiche établissement du salon de coiffure, dans laquelle il trouve l'adresse du salon, la note qui lui est attribuée par ses clients, ses photos, sa description et sa localisation sur une map.
Il peut aussi voir toute les prestations et produits disponibles pour ensuite les sélectionner ou encore accéder aux pages des produits. Nous sommes la seule application de réservation en ligne dans le domaine de la coiffure qui propose au client d'acheter ses produits sur l'application. Ceci est un réel atout pour les coiffeurs qui font également leur chiffres grâce aux ventes additionnelles. Ils ont enfin la possibilité de mettre en avant leurs produits et accessoires.

Pour chercher des inspirations de coupes et coiffures, nous donnons à notre utilisateur la possibilité d'en trouver grâce à un feed de photos et une barre de recherche associée, ainsi qu'une liste d'articles que nous tiendrons à jour.
Il peut ajouter ses articles et photos à ses favoris et les retrouver facilement dans les parties « articles sauvegardés » et « photos sauvegardées » de son profil.



Pour finir, nous avons souhaité donner une dimension ludique à notre application en proposant à notre utilisateur la possibilité de créer un avatar en fonction de ses informations physiques et capillaires. Un avatar qui évoluera à chaque prestation effectuée avec notre application.





5

Marché

ÉTUDE DE MARCHÉ

Le marché de la coiffure, un secteur économique

Entre 2009 et 2013, le secteur de la coiffure était en hausse concernant le nombre de salons de coiffure en France.

En 2014, nous avons pu noter une baisse progressive. En effet la clientèle est devenue moins fidèle, plus volatile et n'avait pas peur de tester de nouveaux salons de coiffure.

En 2015, une stagnation, tant en volume qu'en valeur, des salons de coiffure a été observée.

On note une diminution du nombre de visite des femmes en salon (-16%) contrebalancée par la hausse des tarifs. Les salons compensaient les pertes par une hausse des prix.

Depuis 2016, une hausse de 26% de la population masculine apparaît dans les salons de coiffure.

D'après l'Union Nationale des Entreprises de Coiffure, le secteur enregistre en 2015 plus de six milliards d'euros de chiffre d'affaires. Ainsi, on peut noter qu'en France le secteur de la coiffure emploi environ 188 000 professionnels, soit plus de 80 000 salons. Ce secteur est donc l'un des plus important (le second) de l'artisanat français.

Les disparités du secteur de la coiffure

Les réseaux sous enseigne ont une politique de maillage réparti sur le territoire de façon uniforme, ce qui est un avantage face aux salons de coiffures indépendants.

Les coiffeurs indépendants ont une image vieillissante.

Les modes de consommation ont véritablement évolué avec une émergence des plateformes de réservation en ligne (LeCiseau, Treatwell ou encore Balinea). Ces plateformes permettent aux clients de consulter les plannings des salons, découvrir leurs prestations, réserver suivant les disponibilités et ceci, directement en ligne.

Cela engendre des disparités entre les coiffeurs ayant plus ou moins de facilités avec les outils digitaux.

Seuls les salons ayant une capacité d'adaptation assez grande peuvent s'aligner à cette nouvelle forme de concurrence.

Les salons sous enseigne ont une plus grande capacité d'investissement, ce qui leur permet d'offrir des services plus techniques et des espaces plus modernes que leurs concurrents. Grâce aux nouveaux espaces proposés (soins, détentes, esthétiques, etc..) les réseaux arrivent davantage à attirer la nouvelle clientèle ainsi qu'à la fidéliser.

Même si les salons indépendants sont majoritaires, les disparités les poussent à rejoindre au fur et à mesure les réseaux de salons sous enseigne.

Face à l'augmentation des coiffeurs à domicile, les organisations professionnelles du secteur de la coiffure veulent aujourd'hui que le taux de TVA soit aligné au même niveau pour tous. Cette demande est plus avantageuse pour les réseaux de salons sous enseigne.

Malgré les disparités évidentes, il faut noter qu'en tant que second secteur d'activité artisanale et plus de 28 000 personnes formées chaque année, la coiffure est un secteur ayant de beaux jours devant lui.

Evolution du secteur de la coiffure en 2017

Baisse de 0.9% du chiffre d'affaires

Le nombre de collaborateurs se stabilise : difficulté à trouver le bon profil pour remplacer ceux qui partent, ce qui pénalise aujourd'hui la profession.

L'évolution du fichier client

- Femme : 53% du fichier client avec un chiffre d'affaires de 71%
- Homme : 37% du fichier client et un chiffre d'affaires de 15%
- Juniors : 10% du fichier client et 4% du chiffre d'affaires

La vente de produits en salon

Jusqu'à présent, les produits de coiffure tels que les shampoings, après-shampoing, produits coiffants ou couleurs à faire soi-même n'étaient vendus qu'en grande surface.

Aujourd'hui s'ajoute la vente en ligne ce qui fait que les produits professionnels sont de moins en moins achetés en grande surface et en salon.

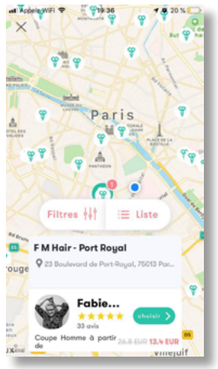
Recrutement, fidélisation et rythme de visite de la clientèle

En 2017, environ 1 nouveau client sur 3 a été fidélisé.

En moyenne en 2017, quatre visites annuelles sont réalisées pour les femmes et les hommes. Pour les visites féminines, 86% réalisent une coupe, 37% une couleur, 26% des mèches et 46% des soins.

CONCURRENCE

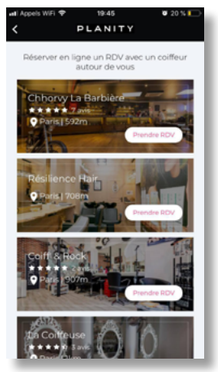
LeCiseau



Do
- Offres promotionnelles permanentes
- Spécialisé coiffeur
- Un menu de filtres simple
- Notes et commentaires sur les salons
- Possibilité de réserver dans la journée
- Connexion non requise au début du parcours
- Coiffeurs classés par distance de notre localisation

Don't
- Une charte graphique et un UI du site web (sur mobile et desktop) qui laisse à désirer
- L'appli référence par coiffeur et non pas par salon
- Impossible de se connecter avec Facebook
- Bug sur la map

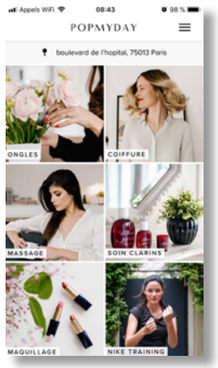
PLANITY



Do
- Peu de prestations différentes
- Possibilité de choisir un coiffeur au sein du salon de coiffure
- Scroll facile de la liste des coiffeurs / coiffeurs classés
par distance de notre localisation
- Un très bon site web : résultat au bout de quelques clics

Don't
- Un menu d'entrée à revoir
- Peu de coiffeurs
- Impossible de se connecter via Facebook
- Pas de menu filtres

Pop my day

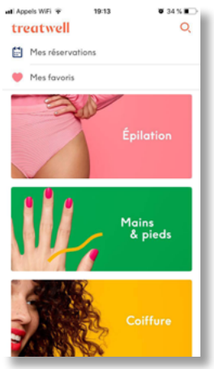


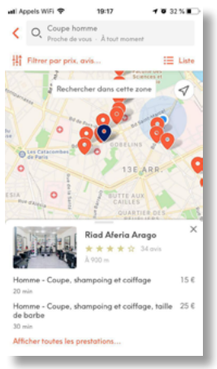
Pop my day est un service de coiffeur à domicile, la marque a ses propres coiffeurs.

Do
- Même identité visuelle sur desktop et sur l'app

Don't
- Beaucoup d'offres
- Geoloc ne fonctionne pas
- Pas de connexion avec Facebook
- Peu d'informations sur les coiffeurs
- Les coiffeurs ne sont pas notés / évalués
- Des pages mobiles avec beaucoup de texte
- Obligé de s'inscrire, et donc de donner son numéro de téléphone sans même savoir à quelle heure on pourra se faire coiffer

treatwell

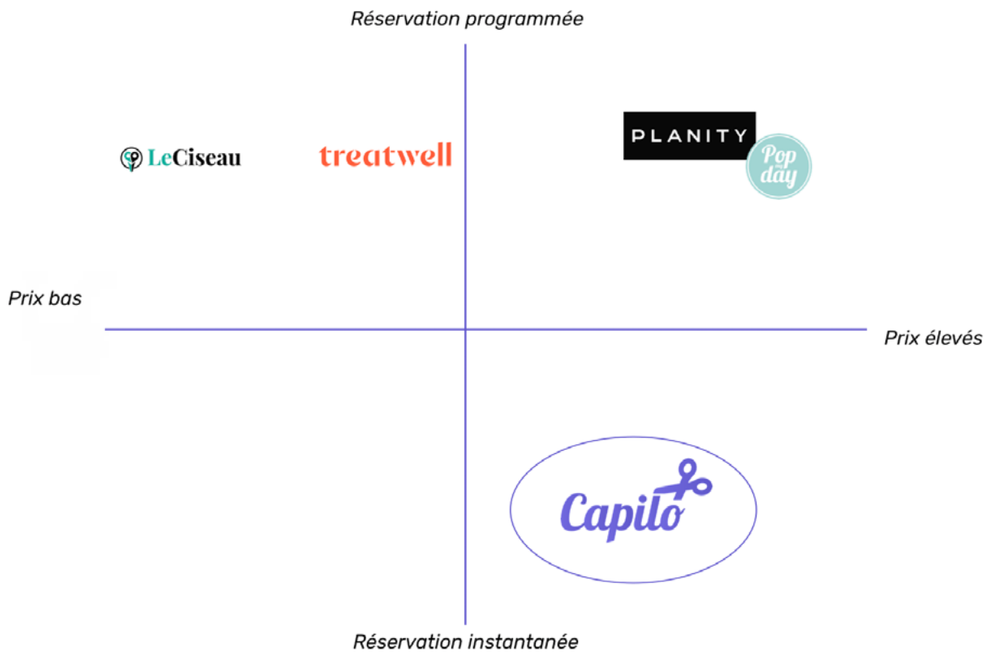




Do
- Notes et commentaires sur les salons
- Possibilité de réserver dans la journée
- Charte graphique et identité visuelle travaillée
- Connexion non requise au début du parcours
- Une map travaillée et lisible
- Coiffeurs classés par distance de notre localisation
- Un menu de filtres bien travaillé

Don't
- Trop de prestations différentes
- Peu de coiffeurs
- Parcours trop long sur desktop ; trop d'écrans avant d'arriver à l'achat
- Liste des coiffeurs trop détaillée, implique trop de scroll
- Demande numéro de téléphone sans expliquer pourquoi
- Site web pas assez responsive

MAPPING CONCURRENTIEL



Selon notre analyse, le coût des prestations en salon de coiffure est le principal axe de différenciation de nos concurrents. Aucun n'a cherché à se positionner sur la réservation instantanée. Même si pour certain, la possibilité de prendre rendez-vous pour le jour même existe, ce n'est que rarement le cas. Ce dont nous sommes certains, c'est qu'aucun d'entre eux ne propose de réservation dans les 15 minutes.

C'est donc sur ce créneau, la réservation instantanée, que nous avons décidé de positionner Capilo.

CIBLE

Cible B to C :

Coeur de cible

Les parisiens / parisiennes qui travaillent beaucoup et qui vont chez le coiffeur sans prendre rendez-vous

Cible principale

Les parisiens / parisienne actifs qui prennent rendez-vous au dernier moment et qui ne sont pas fidèles à un coiffeur

Cible secondaire

Les parisiens / parisiennes qui ont l'habitude de prendre rendez-vous chez le coiffeur

Cible B to B

Les coiffeurs indépendants

Coiffeurs et barbiers

Notre objectif est d'avoir parmi nos coiffeurs indépendants partenaires une grande diversité : salons haut de gamme, moyenne gamme, salons spécialisés coiffure afro, etc. Ainsi, nous pourrons toucher et satisfaire un plus grand nombre de clients.

Les réseaux sous enseignes

Coiffeurs et barbiers

Franck Provost, Jean Louis David…

PERSONAS

Thomas
34 ans
Habite le 11e arrondissement de Paris
Créatif dans une agence publicitaire
Passion : l'aventure et la photographie

Thomas commence sa journée de travail à 10h mais ne sait jamais quand il va terminer. Il a des horaires flexibles, plus ou moins denses suivant les périodes. Il aime rejoindre ses amis le soir après le travail pour aller se détendre et passe au moins 2h par jour sur les réseaux sociaux afin de connaître les dernières actualités et suivre ses amis.

Il ne prend que très rarement rendez-vous chez le coiffeur et attend souvent longtemps quand il arrive chez un spécialiste afin de réaliser une coupe et tailler sa barbe. Il aimerait trouver une application lui permettant de trouver facilement un coiffeur / barbier dès qu'il est disponible afin de ne pas perdre de temps et pouvoir faire tout ce que son emploi du temps lui impose.

Lucie
28 ans
Habite le 17e arrondissement de Paris
Chef de projet chez l'annonceur
Passion : la musique et la décoration

Lucie commence tous les jours à 9h30 et termine généralement aux environs de 18h30. Elle organise toujours ses fins de journée au dernier moment, entre sport, session shopping et sorties entre amies. Elle aime prendre soin d'elle et se faire plaisir afin de passer des moments de détente. Elle adore suivre les dernières tendances Instagram, les bons plans et se définit comme une digitale native, toujours pendue à son téléphone. Elle a toutes les applications lui permettant de se faciliter la vie, Uber, Uber Eat, Appli bancaire, Courses, etc…

Elle cherche aujourd'hui une application lui permettant de prendre rendez-vous au dernier moment chez le coiffeur avec une large proposition de coiffeur ayant des services plus ou moins haute gamme suivant ses envies.

6

Organisation : management des ressources humaines

Nous avons décidé de créer une Société par Actions Simplifiées. De ce fait, nous avons défini un président et deux directeurs adjoints. Le statut de SAS a été choisi car lorsque des investisseurs seront présents dans notre structure, nous pourrons garder le contrôle et le pouvoir de décision.

Même si nous avons une structure avec un président et deux directeurs adjoints, nous définissons dans les statuts que les prises de décision sont collectives. Ainsi, les trois co-fondateurs sont au même niveau de prise de décision pour le développement, la modification ou toute autre décision en lien avec l'entreprise.

Cela nous permet de créer un management participatif en adéquation avec nos valeurs qui seront expliquées ci-dessous. Notre objectif avec ce management est de développer la participation active de chacun, susciter des idées, des suggestions et en tenir compte. Les décisions et les plans s'élaborent en commun et l'équipe sera ainsi impliquée dans la prise de décision. Nous mettrons en place écoute, analyse et conseil, nous informerons sur ce qui est négociable et non négociable. Tout cela nous permettra de rompre le lien de subordination et chercher à équilibrer les intérêts généraux et particuliers.

Durant les trois premières années nous n'aurons pas de recrutement. Notre organigramme (voir annexe) ne se modifiera donc pas.

Nous nous sommes répartis les différents postes suivant les compétences de chacun :

PASCALINE DUCLOS

Cofondatrice - Présidente

Responsable droit & finance

Responsable événementiel et relations presses

Responsable Marketing

AXEL HAIGNERÉ

Cofondateur - Directeur adjoint

UX - UI designer

Responsable commercial

Responsable partenariats

CLÉMENTINE CAHARD

Cofondatrice - Directrice adjointe

UX - UI designer

Responsable de communication

Social media manager

Notre culture d'entreprise est basée sur les 5 grandes valeurs qui seront notre fil conducteur pour notre approche aussi bien salariale que clientèle.

Ces valeurs découlent des personnalités des trois fondateurs. Nous mettrons donc en avant l'éthique, l'écoute, la bienveillance, l'engagement social et la simplicité. Cette culture d'entreprise évoluera au fil des années, avec un recrutement de salariés au bout de la 3ème année.

7 Positionnement marketing de l'offre

Mix Marketing

Produit : application et site internet vitrine

Prix : 29e/ par mois + 15% de commission sur les prestations

Distribution : Apple Store / Google Play

Communication : nous souhaitions réaliser une communication colorée, décalée et humoristique

DIAGNOSTIC

Menaces :

Notoriété de Treatwell auprès du public parisien

Mauvaise connaissance du digital des coiffeurs

Tarifs réduits de la concurrence

Consommateurs volatils entre les différentes applications

Disparité entre les réseaux sous enseigne et les coiffeurs indépendants

Opportunités :

Marché de la coiffure en plein changement

Clientèle des coiffeurs changeante, de moins en moins fidèle

Homme prenant de plus en plus soins de leur coiffure et barbe

Marché des applications de coiffure en expansion

Application de prise de rendez-vous (ex : Doctoblib) en développement

Encore peu d'applications dédiées à la prise de rendez-vous coiffure / barbe

OBJECTIFS

Cognitif : Faire connaître l'application CAPILO

Affectif : Faire adhérer l'application comme l'application de référence pour la prise de rendez-vous en ligne, séduire la cible et développer les consommateurs

Conatif : Générer le désir et le besoin d'utilisation de CAPILO

Commercial : Développer les ventes sur l'application

INSIGHT

- " J'ai des difficultés à obtenir un rendez-vous chez le coiffeur pour le jour même "
- " Quand je vais chez le coiffeur sans prendre RDV, je ne sais pas combien de temps je vais attendre "

POSITIONNEMENT

Capilo, l'application qui te permet de consulter les coiffeurs disponibles instantanément autour de toi et de réserver une prestation immédiate.

Attractif : service nomade, avec un parcours utilisateur simple et rapide

Distinctif : le rendez-vous de dernière minute près de la position géographique du consommateur avec la possibilité de faire évoluer ses attentes au fur et à mesure du rendez-vous directement en ligne afin de faciliter le paiement

Crédible : produit qui correspond au mode de consommation de la cible avec une utilisation d'application connue grâce à d'autres applications appréciées (ex : doctolib) qui ont déjà fait leurs preuves.

Durable : la cible n'a pas de temps à perdre, elle cherche une solution rapide et efficace, sans mauvaise surprise afin d'y retourner rapidement.

PROMESSE

Capilo permet de trouver son rendez-vous coiffeur à n'importe quel moment, près de sa position et avec un temps d'attente réduit.

PREUVES

Capilo est une application qui permet dans toutes les situations et tous les instants de réserver une prestation en quelques clics. Le fait de pouvoir aussi bien réserver sur internet que sur l'application permet de ne pas être contraint et d'accompagner notre cible dans son mode de vie itinérant et rapide.

Sa large offre permet à tout public de se sentir à sa place, que ce soit pour la barbe, une couleur, un relooking ou des cheveux frisés. Le client trouvera le spécialiste qui lui convient aux alentours ou dans le périmètre choisi. De plus, notre consommateur pourra évaluer le temps d'attente chez le coiffeur désiré et donc modifier son emploi du temps et son rendez-vous suivant ses désirs et en toute connaissance de la situation.

La satisfaction ressentie après avoir réservé son rendez-vous rapidement, sans difficulté et selon ses envies et disponibilités, permet au client de ne pas se sentir stressé et de dépasser le simple geste de consommation.

Capilo offre une nouvelle expérience, plus proche du consommateur et de ses désirs.

MESSAGE

Capilo est l'application qui facilite la prise de rendez-vous afin que ce moment soit simplement un moment de détente.

BASELINE

"Chignon, ça va vous ?

8

Stratégie de communication

Nous concentrons notre stratégie en tout premier lieu sur du brand marketing. Il est primordial d'augmenter la notoriété de notre produit et de séduire notre cible. Nous allons donc nous focaliser sur le développement d'une image attractive, sérieuse mais également jeune et fun. Pour cela, nous utiliserons des médias connus et populaires grâce aux réseaux sociaux mais également via du street marketing, de l'affichage sauvage et une communication évènementielle.

Dans un premier temps, il est important que notre cible connaisse le produit et comprenne que l'on s'adresse à elle. Le but est de faire connaître la marque. Il s'agit de la phase de notoriété.

C'est pourquoi nous allons communiquer sur les réseaux sociaux via des posts photos mais également vidéos qui permettront à la cible de comprendre l'utilisation du produit. Ainsi, en montrant régulièrement le produit, il deviendra identifiable et mémorisable pour les consommateurs.

Afin de séduire les consommateurs, il est important d'établir un lien avec ces derniers. Nous allons donc leur proposer une expérience avec la marque grâce à des jeux. Le but est de faire participer les clients et prospects qui passeront du temps avec Capilo et seront donc plus aptes à l'utiliser. Ces jeux seront relayés via les réseaux sociaux, très utilisés par notre cible. Ces réseaux sociaux permettront de rendre virale notre campagne de communication et de faire interagir les internautes autour de la marque. Ceci est primordial car le premier levier de décision d'achat est la recommandation sociale.

La cible visée est à la recherche de rapidité, d'instantanéité et de visuel. C'est pourquoi nous avons opté pour de l'affichage sauvage, des campagnes street marketing ainsi que des événements de lancement. Les consommateurs pourront remarquer une marque se différenciant. C'est un bon moyen d'impacter les esprits et mettre en place une habitude de consommation. Cela rentre dans le cadre d'une stratégie de pérennité afin d'entretenir une relation de confiance durable.

Comme expliqué précédemment, nous utiliserons plusieurs canaux de communication avec une phase de lancement puis une pérennisation de notre notoriété. Ci-dessous le détail des différents axes de communication.

Nous avons décidé de créer un compte Instagram et une page Facebook pour la marque car ces réseaux sociaux nous semblent les plus adaptés aux personnes que nous souhaitons toucher et surtout car ce sont les deux principaux réseaux sociaux utilisés pour développer une marque et la faire connaître auprès des utilisateurs.

Instagram est le réseau social le plus utilisé par les jeunes. Quant à Facebook, il touche les populations plus vieillissantes mais reste un fondamental de la communication.

Nous ne souhaitons pas être présents sur Linkedin car peu de coiffeurs possèdent un compte, nous ne pourrons donc pas les atteindre. De plus, faire de la publicité sur ce réseau coûte très cher.

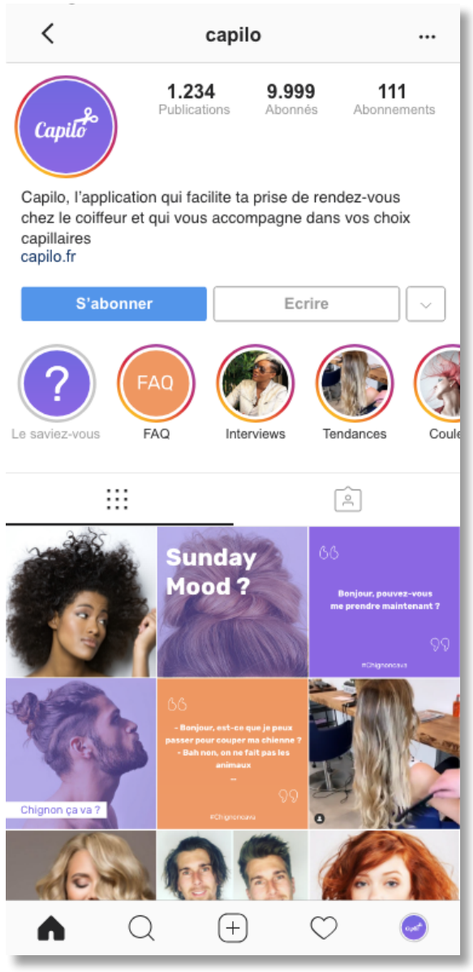
Concernant Twitter, nous ne voyons pas l'utilité de ce réseau social pour la communication de Capilo. Nous préférons nous concentrer sur Instagram et Facebook.

Nous souhaitons communiquer sur les réseaux sociaux dès le 1er Mars, soit un mois avant le lancement de l'application afin de teaser l'application, notre concept et acquérir une petite communauté au lancement de notre application.

Moodboard des publications

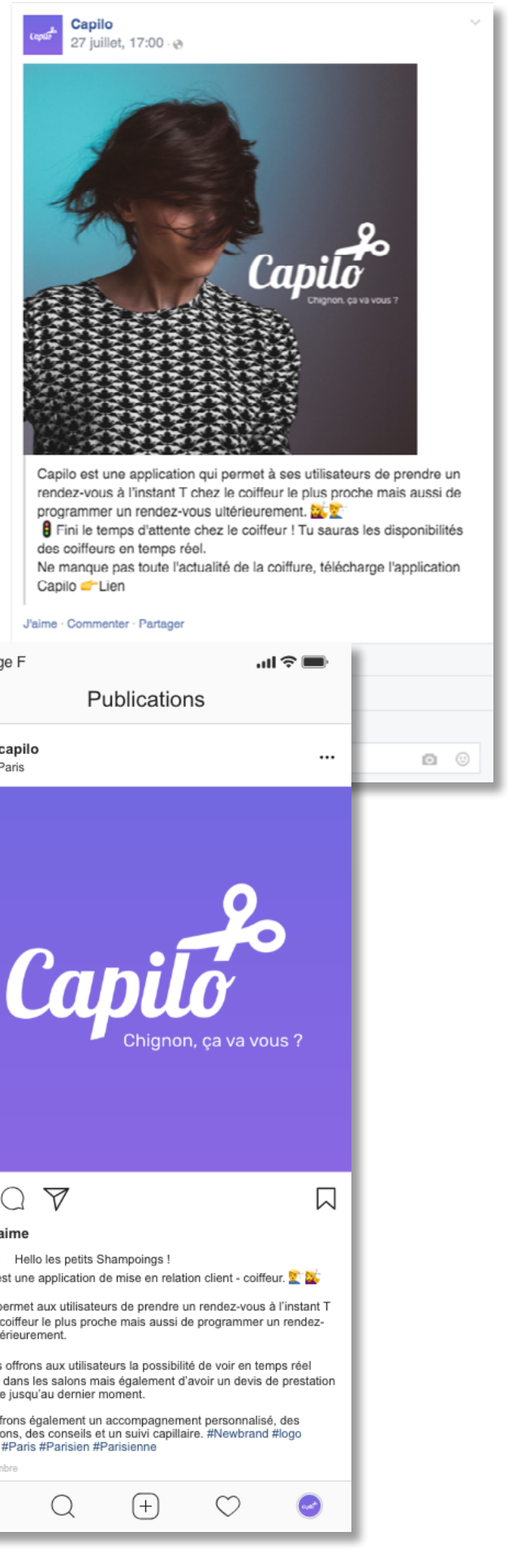
Ci-dessous, le fils d'actualité du compte Instagram Capilo. Vous pouvez apercevoir ici notre univers coloré, notre identité, le ton employé et les différents types de posts que nous souhaitons publier. Le contenu sera publié aux formats suivants : des photos, vidéos, Interviews avec des spécialistes, IGTV, Lives et des stories Instagram temporaires ainsi que permanentes.

Nous allons également sponsoriser des posts afin d'agrandir notre communauté.



Présentation Capilo/Team

En tant que jeune startup, nous trouvons nécessaire de présenter notre nouvelle entreprise, son logo et l'équipe. Cela ajoute une proximité entre l'internaute et notre marque. Nous souhaitons présenter notre équipe sur le même ton humoristique que les coiffeurs et leurs noms de salons de coiffure, avec des jeux de mots tels que « Axel-Hair » pour Axel.



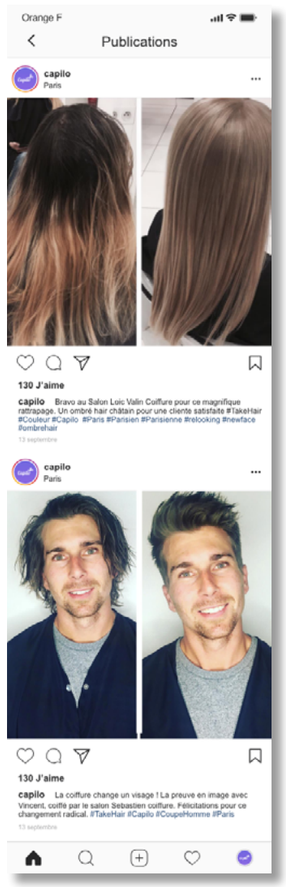
Valorisation du savoir-faire

Il est important pour nous de créer du lien entre les coiffeurs et les clients/potentiels clients. Nous souhaitons placer les coiffeurs et les clients au cœur de notre stratégie de communication, valoriser leur savoir-faire pour donner envie aux internautes de changer de coiffure et de prendre un rendez-vous sur l'application Capilo.

En mettant en avant le travail du coiffeur, ses produits, ses différentes techniques de travail, les professionnels, les résultats, les témoignages clients, coiffeurs et experts, nous espérons gagner la confiance des internautes et nous placer comme des spécialistes de la coiffure.

Nous posterons des photos avant/après des clients pour un effet "wahou" et ainsi prouver aux internautes qu'ils peuvent faire confiance aux coiffeurs répertoriés sur notre application. C'est aussi l'occasion de féliciter nos coiffeurs partenaires et les mettre en avant. Nous allons inciter les internautes et les salons de coiffures à nous envoyer des photos avant/après la prestation, qui permettront dans un second temps de renforcer nos liens avec nos coiffeurs partenaires et nos utilisateurs.

Par la suite, nous mettrons en place des interviews avec des spécialistes dans le but de développer un sujet précis et répondre aux interrogations des internautes. Cela pourra se présenter sous la forme d'une vidéo, d'une IGTV ou d'un Live. Les conseils coiffeurs pourront également être sous forme de verbatims.

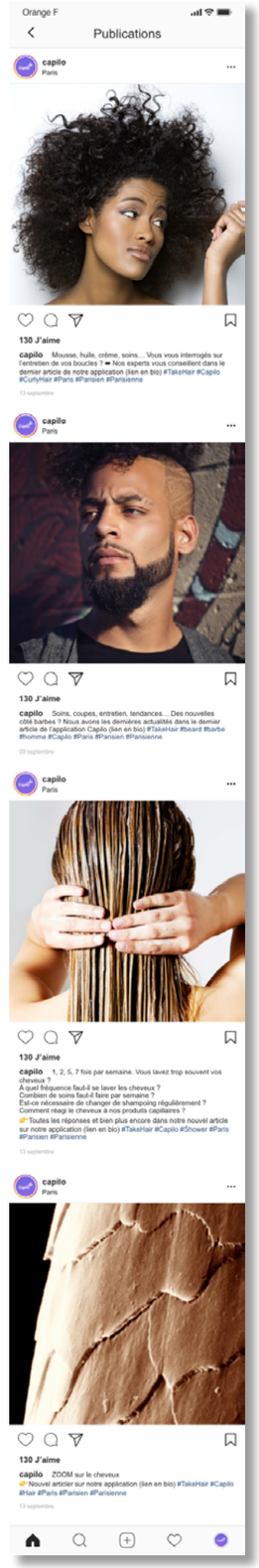


Informations

Notre objectif est de devenir le leader dans le domaine de l'information coiffure sur les réseaux sociaux. Nous souhaitons donner à nos followers des conseils beauté/coiffure afin de les inciter à penser naturellement à notre marque pour prendre rendez-vous chez le coiffeur/barbier.

Nous allons relayer sur les réseaux sociaux les articles présents sur notre application. Cela permettra également de pousser les internautes au téléchargement.

Nous allons créer un rituel de post "Le saviez-vous ?" tous les lundi à 9h sur Facebook et en story Instagram pour tenir informer nos followers et les fidéliser à travers des chiffres et des informations capillaires. Ces stories seront classées dans une story permanente "Le saviez-vous" sur Instagram.



Humour & Humeur

L'humour et l'humeur sont les éléments essentiels de notre identité.

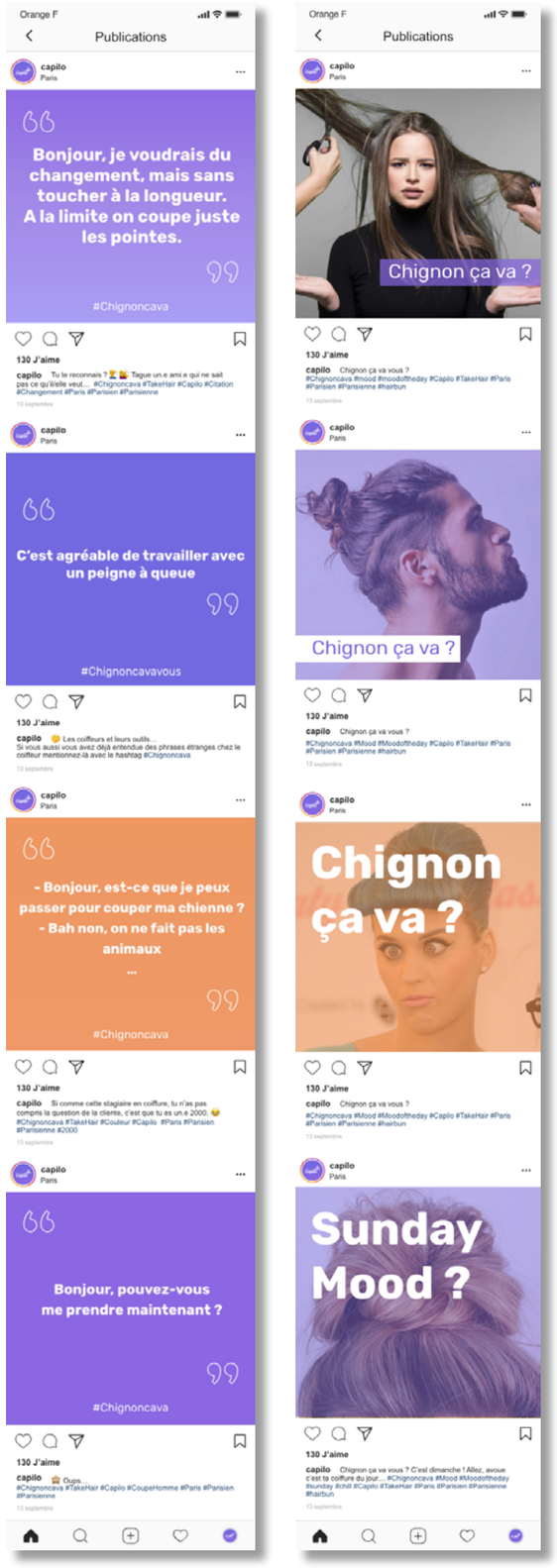
Nous souhaitons mettre de bonne humeur nos abonnés.

Pour se faire, nous avons pensé à écrire toutes les phrases « reloues » des clients chez le coiffeur.

Par exemple : "je veux du changement mais je ne veux ni couper ni faire une couleur", «Pas trop court, juste les pointes.» Vous vous reconnaissez certainement en lisant ces phrases… Cela parle à tout le monde et suscitera de l'interaction, des tags, des commentaires et peut-être même de la nostalgie chez les personnes.

Nous pouvons également publier une discussion ou une citation entendue chez le coiffeur telle que « La raie au milieu ? ». Nous allons mettre en place un hashtag #ChignonCaVa pour inviter nos internautes à notifier les phrases drôles entendues ou dites chez le coiffeur. Nous publierons les meilleures.

Pour ajouter de l'humeur dans le fils d'actualité des internautes, nous souhaitons réaliser des posts humoristiques et dynamiques avec des jeux de mots tels que : "mettre de bon poil" et "chignon, ça va ?" par exemple.

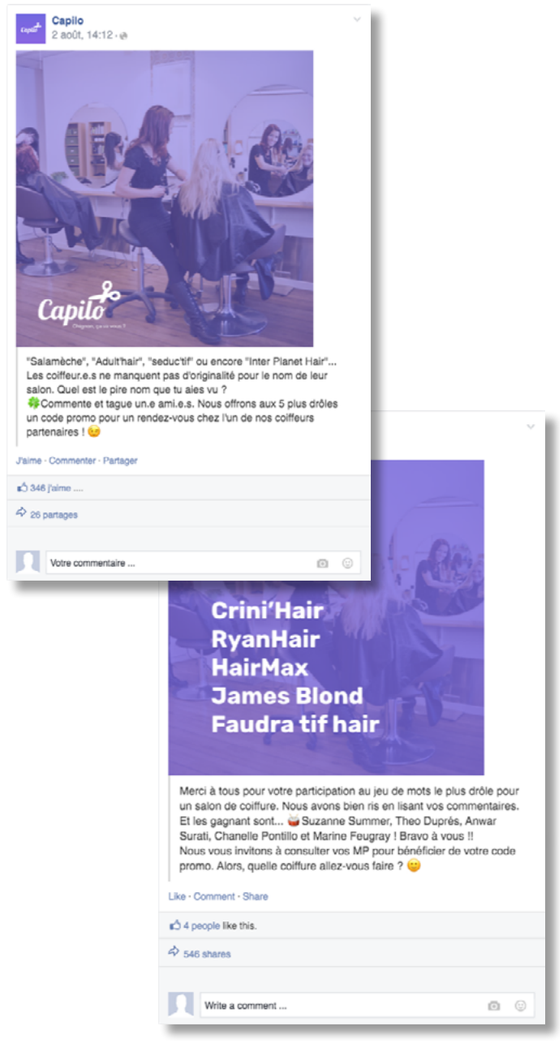


Création d'engagement

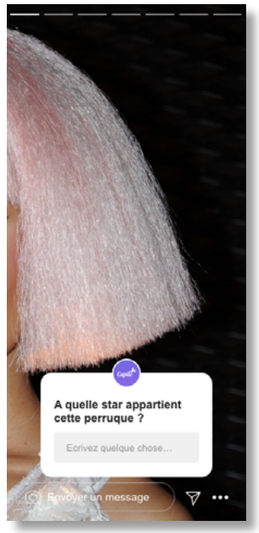
Nous avons également pour objectif de fédérer et créer une communauté autour de la coiffure. Nous souhaitons générer de l'engagement. C'est pourquoi nous avons prévu différents posts sur les réseaux sociaux qui font appels à la participation des internautes. Nous leur demandons leur avis, nous leur posons des questions, nous les invitons à taguer leurs amis, nous réalisons des sondages en story Instagram et nous organisons des jeux concours sur les deux réseaux sociaux. Cela nous permet également de gagner en visibilité et de rendre notre compte vivant.

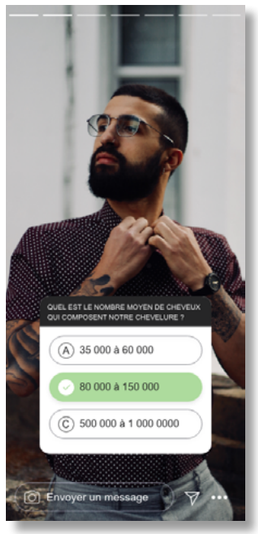
Pour gagner en notoriété, inciter les personnes à nous suivre sur les réseaux sociaux et à taguer leurs amis, nous allons mettre en place des jeux concours permettant de gagner des codes promotionnels pour la réservation d'une prestation dans nos salons partenaires.

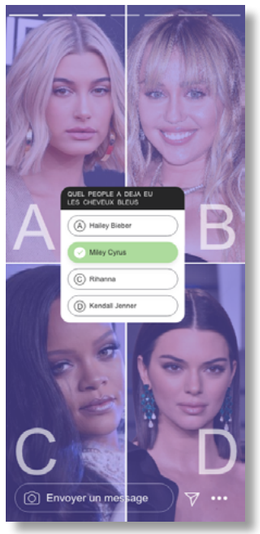
Les coiffeurs sont réputés pour avoir des noms de salons de coiffures créatifs. Ils utilisent souvent les jeux de mots tels que "Seduc'tif", "Faudra tif hair" ou encore "Adult'hair", etc. Ainsi, nous pouvons jouer sur cette tendance pour faire participer les internautes à un concours spécial jeux de mots en leur proposant d'inventer ou de trouver le meilleur nom de salon de coiffure (notamment avec les mots "tif" et "hair"). Nous sélectionnerons les meilleures réponses et proposerons aux gagnants des produits capillaires en partenariat avec un salon.

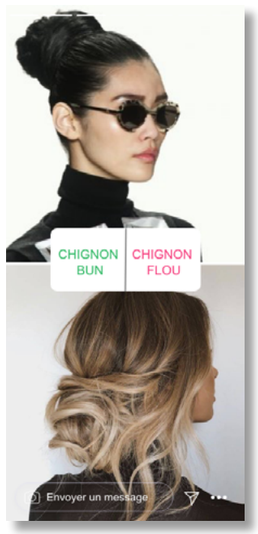


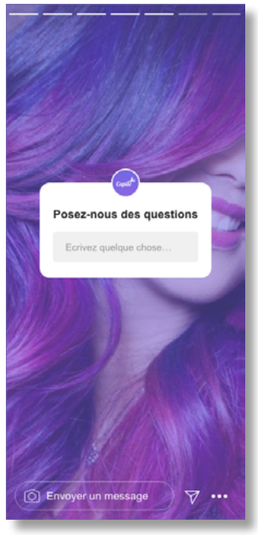
Les stories seront essentielles pour l'interaction avec notre communauté. Nous allons les classer en stories permanentes dans plusieurs rubriques pour que les utilisateurs puissent les retrouver facilement : Le saviez-vous ?, Tendances, Couleur, Coupe, Barbe, Interviews, FAQ, etc.

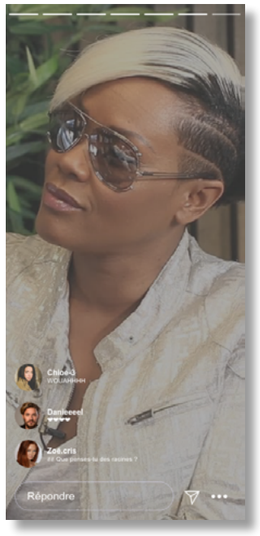












Le street marketing est un moyen de faire parler de nous, de gagner en notoriété et d'augmenter les téléchargements de l'application avec peu de moyens.

AFFICHAGE SAUVAGE

Dans un premier temps, nous envisageons de mettre en place un affichage sauvage dans les rues de Paris pour une durée de 1 mois à compter du 1er avril, dès le lancement de l'application afin de la faire connaître. Nous sommes bien conscients que nous pouvons avoir une amende de 400€ mais il y a souvent de simples rappels à l'ordre par la mairie donc cela reste de l'affichage à moindre coût.

Nous allons publier dans tous les arrondissements parisiens des affiches A4 et A3 colorées et énergisantes, mettant en avant notre baseline "Chignon, ça va ?" pour interpeller les passants de façon humoristique. Vous trouverez ci-dessous les 3 visuels que nous souhaitons afficher. Cette première action de street marketing permettra de faire connaître notre marque petit à petit.

DÉFILÉ CLANDESTIN

Dans un second temps, nous allons réaliser un défilé clandestin aux Jardins des Tuileries à Paris le samedi 13 juin 2020 . Un endroit convoité avec des passants qui prennent le temps de se promener ou de se poser. Il y a beaucoup de passage et d'espace pour défiler.

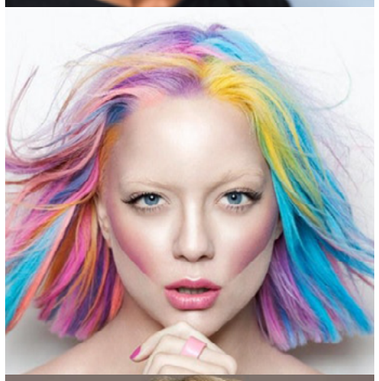
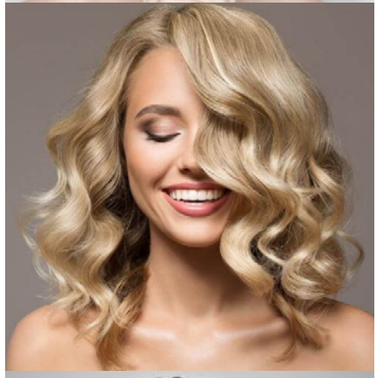
Cet opération marketing suscitera l'intrigue des passants et Capilo gagnera en notoriété.

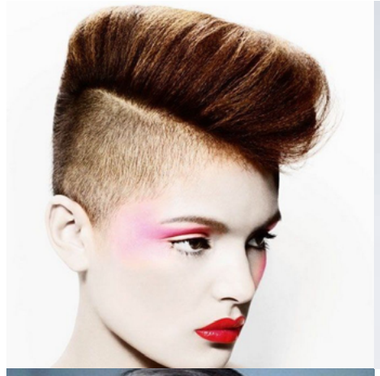
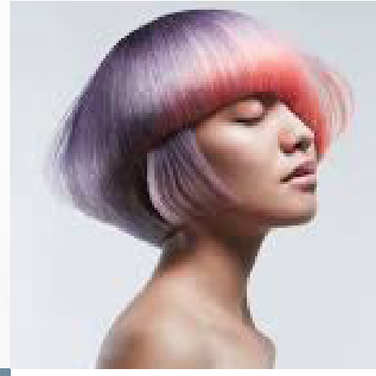
15 Modèles féminins et masculins de tous les styles (voir les photos ci-dessous), coiffés et maquillés de différentes façons, défileront dans ce jardin aux couleurs de Capilo. Nous allons mettre en place le hashtag #CapiloShow pour plus de visibilité. Tous les styles seront représentés pour montrer les valeurs de la marque et ainsi faire comprendre aux individus que l'application Capilo est pour tout le monde et que tout le monde trouvera un salon qui lui convient. Cela permet aussi d'interpeller les passants, de les rendre curieux et de les inspirer pour de prochaines coiffures.

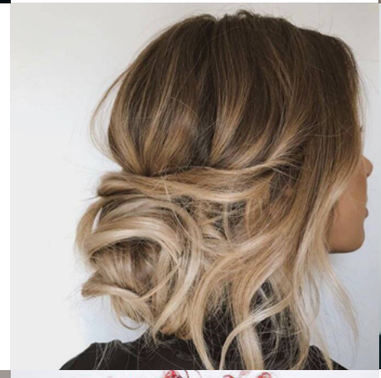
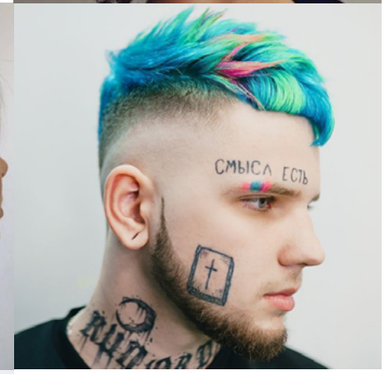
Nous voulons mettre en place un événement spectaculaire, offrir aux passants un show gratuit tout en les incitant à télécharger notre application. 7 autres modèles coiffés et maquillés également par nos coiffeurs distribueront des flyers aux passants afin de profiter de ce moment d'attention des individus pour leur donner plus d'informations. En effet, les passants seront davantage enclins à accepter un flyer et discuter avec nos bénévoles afin d'en savoir plus sur la marque. Nous avons bien entendu prévu de récompenser ces bénévoles avec des codes promos pour notre application et des goodies.

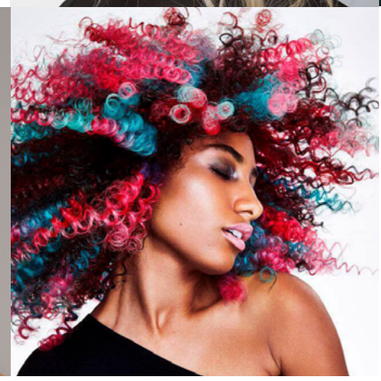
Tous les modèles seront vêtus d'un t-shirt blanc ou violet avec une inscription "Capilo" au recto et "#CapiloShow" au verso.

Cette action donnera de la visibilité à la marque. Cela fera parler, les plus curieux s'y intéresseront et surtout cela sera médiatisé et relayé sur les réseaux sociaux.

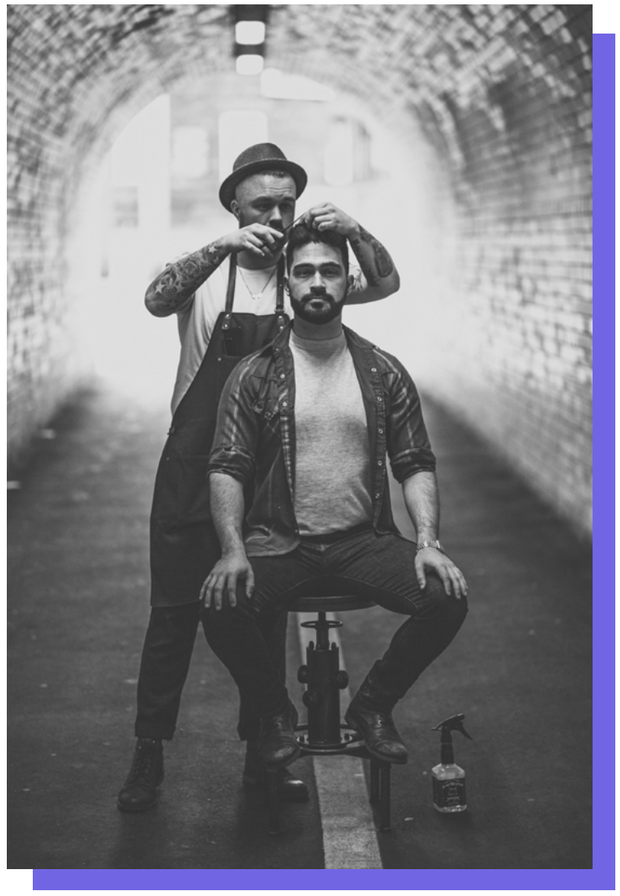


STUNT COIFFEURS DANS LES RUES PARISIENNES

Stunt coiffeurs dans les rues parisiennes :

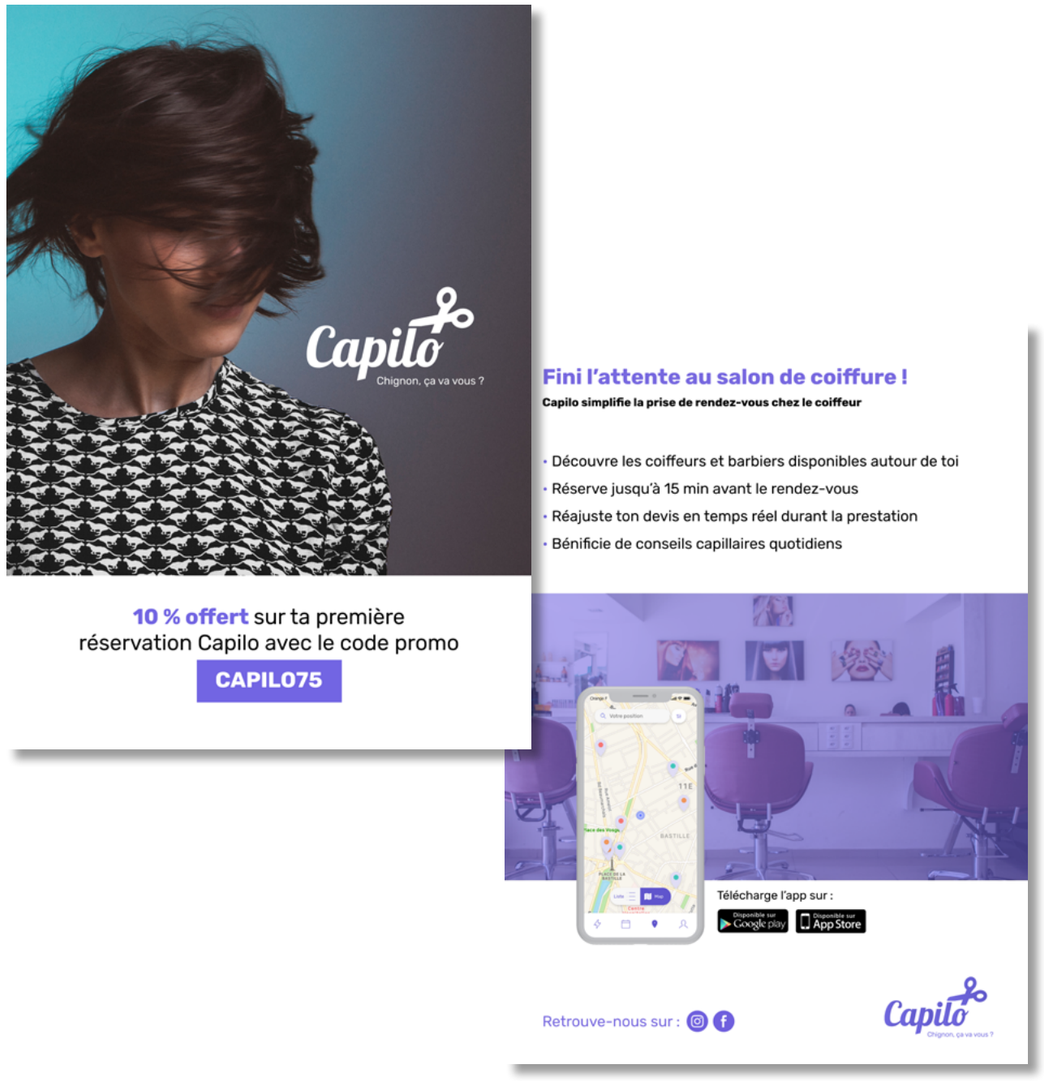
Nous allons sélectionner 4 coiffeurs partenaires volontaires pour cette expérience. Ils coifferont (chignons, coupes rapides, coupes franges/pointes et barbes) les passants qui le désirent dans la rue. Cette opération aura lieu dans 4 endroits stratégiques de Paris, à savoir la rue de Rivoli, le Jardin des Tuileries, le Champ de Mars et la place de la République, le samedi 22 août 2020 en après-midi.

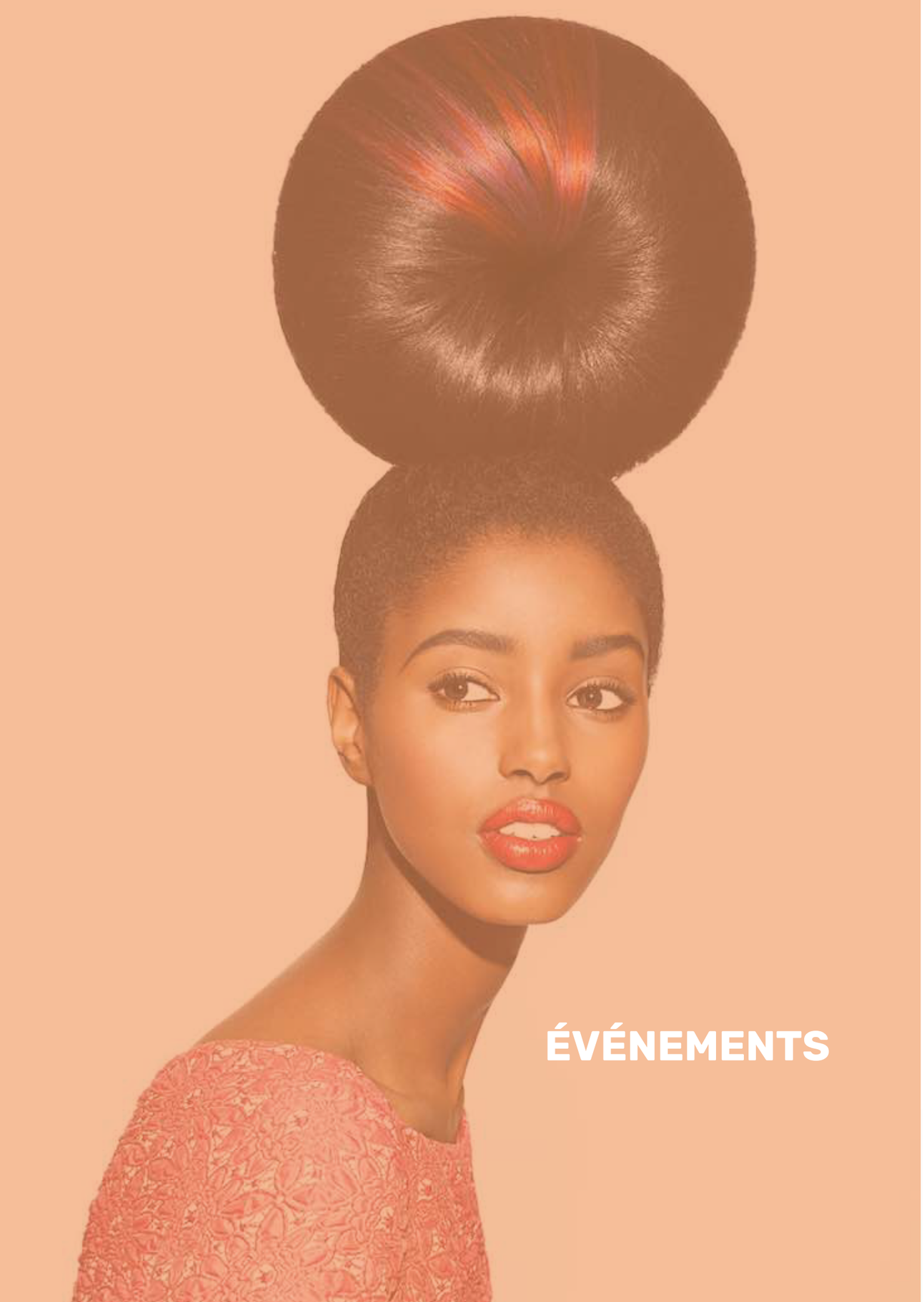
Cette action sera indirectement médiatisée et relayée sur les réseaux sociaux par les passants. Nous ferons également un récapitulatif “best of vidéo” de cet évènement pour le relayer sur les réseaux sociaux après l’événement. Des hôtes/hôtesses en profiteront pour distribuer des flyers après la prestation afin d’inciter les individus à télécharger notre application.



DISTRIBUTION DE FLYERS

Nous souhaitons distribuer des flyers avec des codes promotionnels sur la première prestation pour inciter les passants à télécharger notre application lors du lancement de celle-ci. Un jour par semaine pendant les 3 premières semaines d’avril, nous distribuerons des flyers dans Paris aux sorties de métros et sur les grandes places pour le lancement de l’application. Les hôtes / hôtesses de styles différents (hipster, punk, rock, chic, vintage, sensuel, etc.) vêtus aux couleurs de notre marque distribueront des flyers avec une coiffure et un maquillage atypique. Des hôtes et hôtesses distribueront le flyer ci-dessous sur toutes les opérations de street marketing vues précédemment car ce sont des moments où on attire l’attention et où on est écoutés.





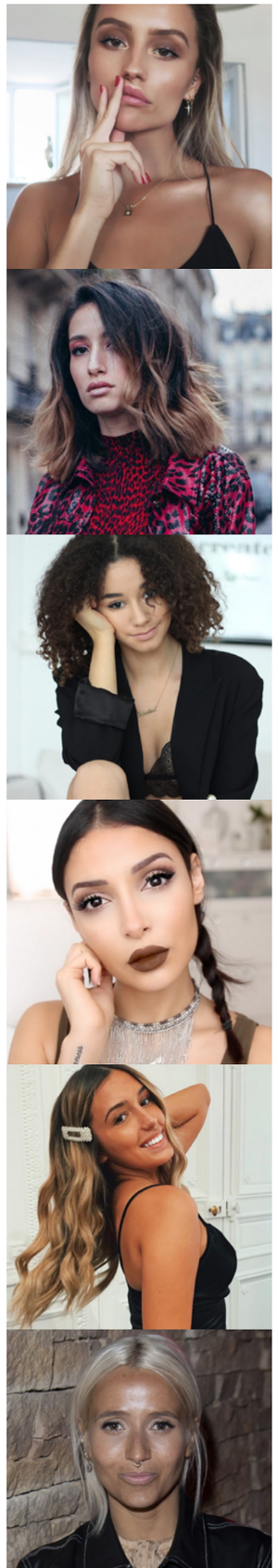
ÉVÉNEMENTS

SOIRÉES DE LANCEMENT

Premièrement, nous allons réaliser un événement de lancement en lien avec les salons des coiffeurs présents sur notre application et des influenceurs. Cet événement sera constitué de 4 soirées regroupant chacune 10 influenceurs. Elles auront lieu les 9, 16, 23 et 30 avril.

Pour cet événement, nous allons cibler des micros et nanos influenceurs (influenceurs avec une communauté jusqu'à 100 000 personnes, souvent engagés envers leur communauté et également volontaires pour des soirées d'influences). De plus, ils sont disponibles et moins chers. Pour le lancement d'une start-up, nous pouvons créer une base de communauté assez engagée grâce à des influenceurs de petites tailles. Nous avons sélectionné 40 influenceurs pour ces soirées de lancement, avec 10 influenceurs par soirée, tels que Chloé Bleinc, Alexandra Guérain, Léna Mahfouf, Sanaa El Mahalli, Mayadorable, Camille Callen, Johann (sparkdise), Paola Locatelli, Shera. Nous avons sélectionné des femmes mais également des hommes car nous proposons des coiffeurs ainsi que des barbiers sur l'application.

Nous organiserons ces soirées de lancement chez 4 coiffeurs partenaires, Jordy Brechkoff, Madame Je jalouse, Zazen et Herbert Bauer. Cela permettra aux influenceurs de faire connaître les salons présents sur notre application. Nous proposerons lors de ces soirées des coiffures type tresses et chignons, ainsi que des diagnostics et des conseils pour les invités. Un cocktail dinatoire sera mis en place lors de ces 4 soirées de lancement afin de pouvoir présenter l'application et son utilisation aux influenceurs. Notre but étant qu'ils en parlent sur leurs réseaux sociaux.



JOURNÉE ET SOIRÉE D'ANNIVERSAIRE - 1 AN DE CAPILO

Journée et soirée d'anniversaire - 1 an de Capilo

Deuxièmement, pour fêter les 1 an de l'application, nous organiserons une journée et une soirée anniversaire le 8 avril 2021.

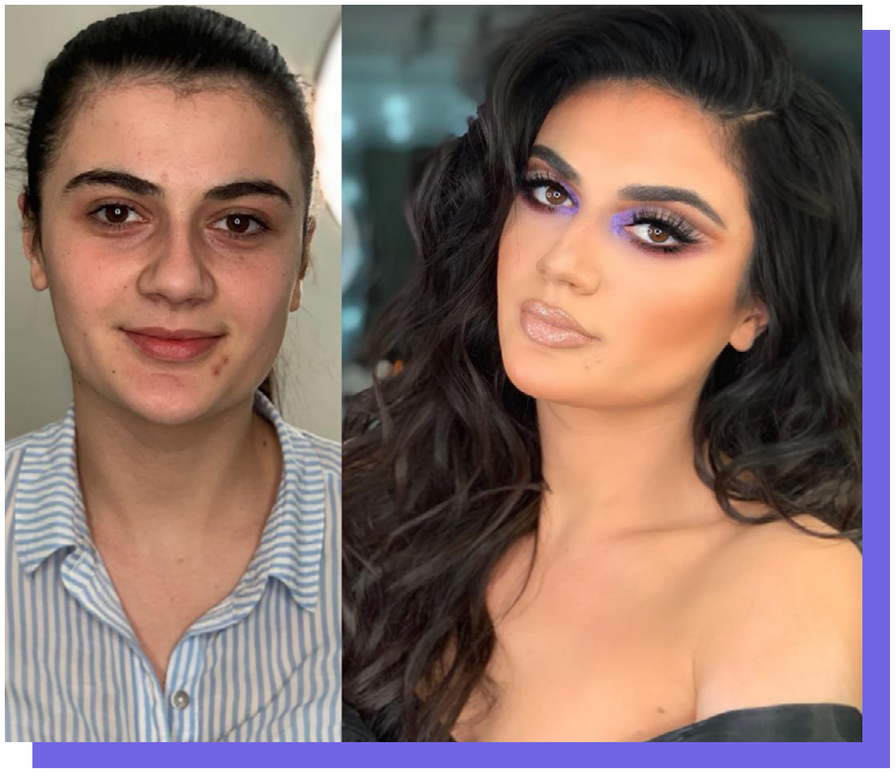
Nous souhaiterions remercier nos clients pour nos 1 an en organisant un jeu concours sur les réseaux sociaux afin de faire gagner un relooking d'une journée pour deux personnes. Durant cette journée, les gagnant.e.s auront un relooking vestimentaire, via un partenaire mode, puis un moment détente et relooking coiffure et make up chez un coiffeur de l'application. Cela nous permettra de valoriser les coiffeurs mais également notre clientèle.

En continuité de cette journée d'anniversaire, nous révèlerons le avant / après de ces relooking lors de notre soirée d'anniversaire (avec les autorisations de ces derniers).

Nous allons inviter pour cet événement une trentaine d'influenceurs Parisiens, nos coiffeurs partenaires mais également nos clients les plus fidèles.

Pendant la soirée anniversaire nous aurons à disposition de tous les invités un photocall, un espace coiffure avec découverte des salons, conseils, coiffures rapides et rencontre avec les coiffeurs. Nous aurons également un stand Capillo afin de renseigner ceux qui souhaitent avoir plus de renseignements sur l'application. Nous organiserons également un show coiffure avec 4 de nos coiffeurs partenaires, ils réaliseront, devant l'assemblée, des coiffures spectaculaires et techniques de coiffage rapide.

Pour cette soirée, nous mettrons à disposition un cocktail dinatoire, permettant de discuter avec tout le monde dans un esprit convivial. Nous voulons que cette soirée soit signe d'échange et de partage.



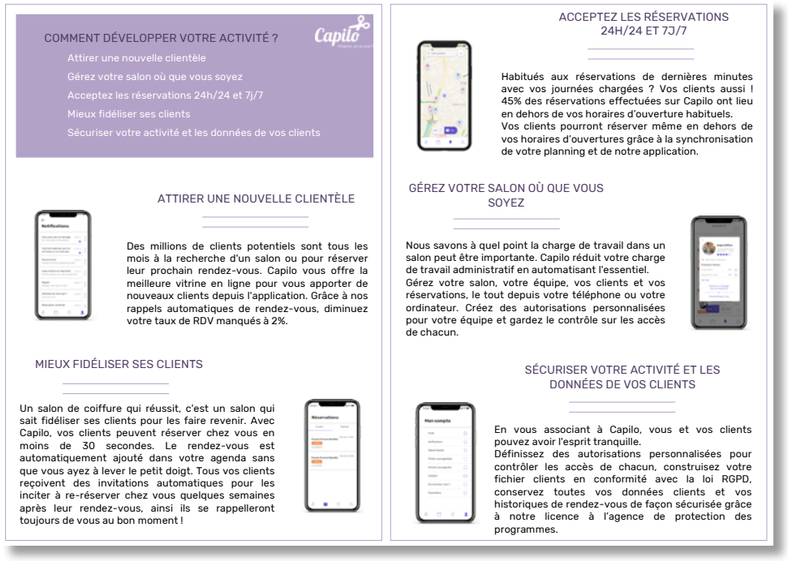
RECRUTEMENT COIFFEURS

Afin de pouvoir recruter des coiffeurs, nous allons dans un premier temps prendre rendez-vous avec les managers de salon via du démarchage téléphonique. A la suite de ce démarchage téléphonique, nous nous rendrons dans les salons avec des plaquettes commerciales pour montrer les avantages de l'application mais également pour laisser aux coiffeurs une marque de notre passage.

Afin de se faire connaître des coiffeurs, nous allons participer et prospecter sur le salon du Mondial de la Coiffure à Paris. Un salon renommé où beaucoup d'acteurs du secteur d'activité sont présents. Nous allons pouvoir y retrouver des coiffeurs indépendants, des groupes de salons, mais également la presse spécialisée qui peut être pour nous un bon moyen de nous faire connaître auprès des coiffeurs mais également du grand public.

Nous participerons aussi à d'autres salons ou événements spécialisés tels que le hair star day, le Cosmet'agora et le COSMETIC 360 pour démarcher des coiffeurs. Nous distribuerons notre plaquette commerciale dans ces salons.

Durant ces salons nous pourrons également toucher la presse spécialisée qui pourra relayer notre application via des articles (online et offline) et ainsi toucher le grand public également.



COMMENT DÉVELOPPER VOTRE ACTIVITÉ ?

Capilo

- Attirer une nouvelle clientèle
- Gérez votre salon où que vous soyez
- Acceptez les réservations 24h/24 et 7j/7
- Mieux fidéliser ses clients
- Sécuriser votre activité et les données de vos clients

ATTIRER UNE NOUVELLE CLIENTÈLE

Des millions de clients potentiels sont tous les mois à la recherche d'un salon ou pour réserver leur prochain rendez-vous. Capilo vous offre la meilleure vitrine en ligne pour vous apporter de nouveaux clients depuis l'application. Grâce à nos rappels automatiques de rendez-vous, diminuez votre taux de RDV manqués à 2%.

MIEUX FIDÉLISER SES CLIENTS

Un salon de coiffure qui réussit, c'est un salon qui sait fidéliser ses clients pour les faire revenir. Avec Capilo, vos clients peuvent réserver chez vous en moins de 30 secondes. Le rendez-vous est automatiquement ajouté dans votre agenda sans que vous ayez à lever le petit doigt. Tous vos clients reçoivent des invitations automatiques pour les inciter à re-réserver chez vous quelques semaines après leur rendez-vous, ainsi ils se rappelleront toujours de vous au bon moment !

ACCEPTEZ LES RÉSERVATIONS 24H/24 ET 7J/7

Habitués aux réservations de dernières minutes avec vos journées chargées ? Vos clients aussi ! 45% des réservations effectuées sur Capilo ont lieu en dehors de vos horaires d'ouverture habituels. Vos clients pourront réserver même en dehors de vos horaires d'ouvertures grâce à la synchronisation de votre planning et de notre application.

GÉREZ VOTRE SALON OÙ QUE VOUS SOYEZ

Nous savons à quel point la charge de travail dans un salon peut être importante. Capilo réduit votre charge de travail administratif en automatisant l'essentiel. Gérez votre salon, votre équipe, vos clients et vos réservations, le tout depuis votre téléphone ou votre ordinateur. Créez des autorisations personnalisées pour votre équipe et gardez le contrôle sur les accès de chacun.

SÉCURISER VOTRE ACTIVITÉ ET LES DONNÉES DE VOS CLIENTS

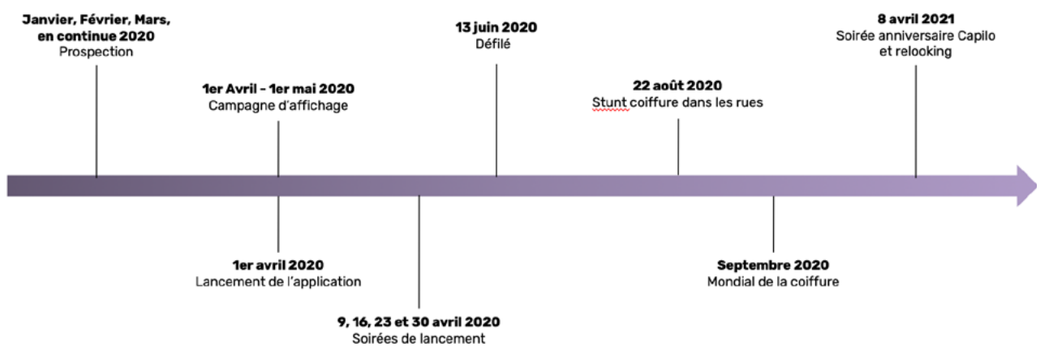
En vous associant à Capilo, vous et vos clients pouvez avoir l'esprit tranquille. Définissez des autorisations personnalisées pour contrôler les accès de chacun, construisez votre fichier clients en conformité avec la loi RGPD, conservez toutes vos données clients et vos historiques de rendez-vous de façon sécurisée grâce à notre licence à l'agence de protection des programmes.

MESURABILITE DE LA STRATEGIE DE LANCEMENT

Afin de connaître l'efficacité de la stratégie de lancement nous aurons comme indicateurs :

- Le taux de téléchargement
- Le nombre de visiteurs
- Le nombre de prises de rendez-vous
- Le panier moyen
- Le taux d'interaction avec les consommateurs

RETROPLANNING



9

Aspect juridique

Nous avons choisi d'être une SAS car l'entreprise peut être créée avec peu de capitaux, le montant du capital social est fixé librement par les associés. De plus, la responsabilité des associé.e.s est limitée au montant de leur apport.

Nous avons également choisi la SAS car nous aurons besoin rapidement d'investisseurs extérieurs afin de se développer. L'investisseur sera majoritaire au niveau du capital mais avec cette structure nous pourrons garder la gestion de l'entreprise et le pouvoir de décision. Enfin, même si nous devons avoir un président, nous pouvons avoir deux directeurs généraux ayant les mêmes pouvoirs de décision.

Le capital et à sa constitution :

Capital : 9 000 euros avec un apport de 3 000 euros pour chaque actionnaire

Love Money : 15 000 euros

Crowfunding : 7 000 euros

La love Money sera un apport en compte courant d'associés, comme un prêt à taux zéro pour la société.

Le Crowfunding sera proposé avec comme contrepartie soit une possibilité de venir à la soirée de lancement, la rencontre avec un coiffeur, l'immersion une journée dans un salon, un cours sur les réseaux sociaux ou pour finir une coiffure offerte.

Le siège social de notre entreprise sera une boîte postale située au 10 AVENUE DE LAUMIÈRE 75019 à Paris. Cela nous permettra de déménager sans avoir à payer de frais de changement d'adresse sur la société. De plus, n'ayant pas de locaux dans un premier temps, cela permettra de regrouper les courriers à un seul endroit à disposition de toute l'équipe.

L'objet social de l'entreprise sera : Mise en relation coiffeurs et clients pour une prise de rendez-vous facilitée via une application ; Mise à disposition des clients du temps d'attente chez les coiffeurs en temps réels ; Réalisation de devis ; Services de paiement simplifié.

PROJECTION À LONG TERME

Dans les premières années nous partageons les données personnelles élémentaires (nom, prénom, téléphone, e-mail et autres données essentielles aux coiffeurs) de nos clients seulement avec les coiffeurs car pour le reste des données, nous devons être sûrs d'avoir une sécurité optimale pour effectuer ces transferts de données. Nous attendrons donc la 5ème année pour les partager à des marques de produits de coiffure ou sociétés un lien avec notre activité.

Afin d'être transparents avec nos clients, nous préciserons dans nos conditions d'utilisations que nous partagerons les données de prises de rendez-vous avec les coiffeurs concernés. Nous leurs demanderons une validation pour recevoir les newsletters des partenaires ainsi que les newsletter de la marque.

Dès que nous partagerons une nouvelle donnée avec les coiffeurs, nous redemanderons aux clients l'autorisation de partager celle-ci et nos conditions d'utilisations seront alors mises à jour.

OBLIGATIONS

Nos obligations envers les coiffeurs

Création d'un site web pour les coiffeurs afin de leurs permettre de mettre à jour le temps d'attente en temps réel et d'actualiser le devis client.

Réalisation de fiches salons de qualité, toutes similaires.

Pas de mise en avant payante, référencement salon fait en fonction de la distance du client.

En cas de déficit du moyen de paiement ou non présentation du client, nous nous engageons à rembourser le coiffeur ayant ou devant effectuer une prestation grâce à l'article L121-20-12 du code de la consommation "Lorsqu'un service est totalement exécuté avant la fin du délais de rétractation (14 jours) alors il n'y a aucun remboursement possible. Un service peut être considéré comme exécuté si vous avez effectué une simple réservation."

Les obligations des coiffeurs envers la société

Si le coiffeur ne paie pas son abonnement, nous mettons sa fiche salon de côté jusqu'à ce qu'il paie. Cela s'appelle une "inexécution contractuelle", c'est à dire qu'il y a toujours une mise en relation pour éviter de mettre un terme au contrat et nous plaçons le coiffeur face à ses responsabilités.

Le coiffeur doit être assuré.

Obligations envers les clients

Si le client rencontre un problème avec l'application, nous mettons en place un système d'engagement. Les clients devront nous prévenir en cas de problème afin de leur permettre de prendre rendez-vous comme souhaité.

Si le client n'est pas satisfait de la prestation, nous compenserons cela avec des gestes commerciaux. Afin d'éviter les d'abus, nous limiterons les gestes commerciaux à 2 par an et par personne, suivant les demandes effectuées.

Obligation des clients envers nous

Le client devra annuler son rendez-vous minimum 48h avant ce dernier. Dans le cas contraire, il devra régler la somme de la prestation réservée à laquelle il ne s'est pas présentée. Si le client souhaite déplacer son rendez-vous, il pourra le faire jusqu'à 24h avant le rendez-vous.

NOM

Le nom de la société sera CAP, nom non utilisé par une autre société sur le site INPI dans le même domaine d'activité.

Le nom de l'application mobile sera Capilo.

BASE DE DONNÉES

Nous protégerons la base de données via l'APP qui permet de protéger nos bases de données via une entité extérieure. La première année, nous aurons les droits d'adhésion et la cotisation à payer, soit 996 €, puis les années suivantes seulement la cotisation, soit 672€.

Nous utiliserons les données bancaires de nos clients puisque ceux-ci effectueront les paiements via l'application. De ce fait, nous allons nous mettre en lien avec la CIC afin d'avoir une sécurité sur le paiement et sur les transferts de données bancaires (soit environ 10 € par mois).

Concernant la protection des données, nous protégerons tout d'abord les données des coiffeurs puis celles des clients. Nous devons protéger nos deux bases de données car nous demandons aux clients comme aux coiffeurs des informations telles que le RIB ou les données bancaires qui sont des données sensibles mais indispensables au fonctionnement de l'application et au reversement des sommes dues aux coiffeurs.

Nous permettrons aux clients de modifier leurs données et nos accès à celle-ci afin de respecter les droits de nos clients.

De plus, les parents pourront inscrire leurs enfants mineurs, mais lorsque l'enfant deviendra majeur il deviendra également propriétaire de sa fiche client et ses parents n'auront plus la possibilité de réaliser des modifications.

Enfin, nous mettrons à disposition les mentions légales ainsi que les conditions générales d'utilisations à l'inscription sur notre application mais également via un onglet de l'application pour être certains que les clients puissent modifier l'utilisation et la disponibilité de leurs données personnelles. Voir annexe.

Liste de données personnelles demandées aux coiffeurs et leur utilisation

Données personnelles demandées	Utilisation
Nom du salon	Fiche salon et fiche client de la société
Nom du responsable	Fiche client de la société
Indépendant ou chaîne	Fiche client de la société
Assurance	Fiche client de la société
Ville	Fiche salon et fiche client de la société
Numéro de téléphone	Fiche salon et fiche client de la société
Email	Fiche salon et fiche client de la société
RIB	Fiche client de la société

Données personnelles demandées	Utilisation
Nom	Fiche client salon et société
Prénom	
Date de naissance	
Ville	
Email	
Numéro de téléphone	
Sexe	Fiche client salon
Type de cheveux	Fiche client salon et orientation recherche
Barbe	
Couleur de cheveux	
Longeur de cheveux	
Possibilité de connexion à Facebook	Facilité à la connexion

10

Projection financière

Notre projet est un service de mise en relation des coiffeurs et clients qui a pour but la réalisation d'une prestation. L'application Capilo est là pour permettre aux clients de trouver le coiffeur adapté à leur demande, aux horaires et à la localisation souhaitée, et proposant des prestations et produits en adéquation avec leurs attentes.

Nous vendons notre service aux coiffeurs car c'est aux professionnels que nous permettons de remplir les heures creuses et trouver de nouveaux clients. De plus, la réservation en ligne est un avantage pour eux car ils n'ont plus besoin de répondre au téléphone durant leurs prestations et donc les professionnels peuvent se concentrer pleinement sur leur client.

Notre service est vendu sous forme d'un abonnement mensuel à 29 euros TTC ainsi qu'une commission de 15% par mois sur les prestations réalisées. Notre mode de facturation sera en deux parties. Tout d'abord, le prélèvement mensuel de l'abonnement en début de mois. Dans un second temps, nous reverserons aux coiffeurs le total des prestations réalisées en prélevant les 15% de commission dues. Cette seconde partie sera reversée avec un décalage de 1 mois afin d'effectuer un seul versement intégral par mois, et par la même occasion nous assurer une trésorerie pour notre stabilité financière.

Concernant les dépenses, nous aurons dans un premier temps la phase de lancement avec les investissements et le fonctionnement pour le lancement, puis dans un second temps les dépenses mensuelles suite au lancement de la société.

Lors de notre phase de lancement, nous aurons les frais de création de l'entreprise, de notre application et du site vitrine ainsi que les frais de communication de lancement. Les investissements sont donc estimés à un total de 18 700 euros. Le budget de lancement est composé de l'hébergement du site, des honoraires de comptabilité, des services bancaires, des déplacements, des abonnements téléphoniques et internet, de l'assurance responsabilité civile, des fournitures, du référencement, Facebook ads, des salons et des fournitures pour un total de 7 373 euros.

Pour les dépenses mensuelles après le lancement de notre société, nous avons estimé un total des charges compris entre 2 500 euros et 5 500 euros par mois pour un total de 42 138 euros.

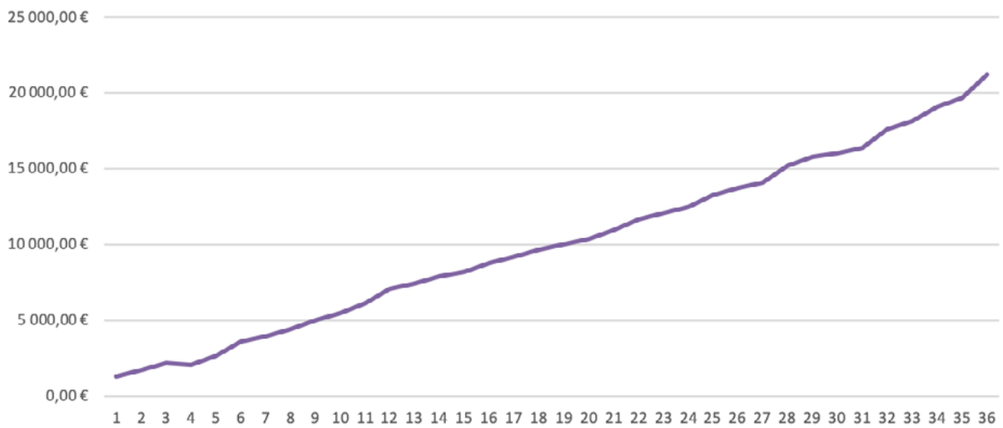
Afin de pouvoir répondre à notre besoin financier pour le démarrage de notre activité ainsi que pour la première année, nous avons mis en place un plan de financement comprenant un capital de 9 000 euros, de la love money à hauteur de 15 000 euros et une campagne de crowfunding couvrant un besoin de 7 000 euros. Ce plan de financement nous permet de récolter 31 000 euros, ce qui couvre notre besoin financier initial qui est de 29 813 euros.

Plan de financement

Concernant notre croissance d'activité, nous avons décidé de lancer notre application avec 40 coiffeurs représentés sur notre application. Nous souhaitons enrichir notre offre coiffeur d'environ 7 coiffeurs par mois afin d'arriver à 300 coiffeurs référencés au bout de la troisième année. Côté client, nous nous basons sur 50 clients le premier mois puis une évolution d'environ 26 clients supplémentaires tous les mois ce qui nous permettra d'avoir 1000 clients le 36ème mois.

Cette augmentation de coiffeur et de clients engendre une évolution du chiffre d'affaire constante. Cela nous permettra de passer d'une marge brute au premier mois de 1 300 euros à 21 210 euros au bout de 36 mois.

Croissance de l'activité sur 3 ans



Nos charges d'exploitation comprennent les frais liés aux ressources humaines, à la logistique et au fonctionnement de l'entreprise.

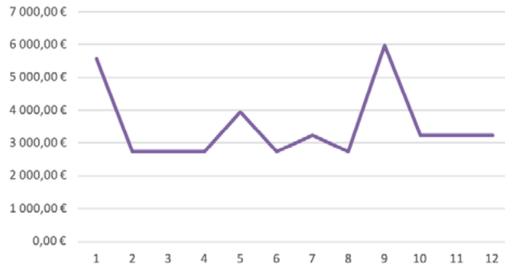
Pour les ressources humaines nous avons décidé de nous verser des salaires à partir de la moitié de la seconde année de fonctionnement de l'entreprise afin de pouvoir assurer une sécurité financière à l'entreprise lors de la première année.

Pour la logistique, nous avons pris en compte les locaux, l'assurance des locaux ainsi que l'hébergement du site et les licences. Nous avons décidé de prendre un local à partir du 9ème mois d'existence pour un montant de 500 euros par mois avec une assurance habitation de 290 euros par an. Le montant de l'hébergement de site et les licences sont à 105 euros par mois.

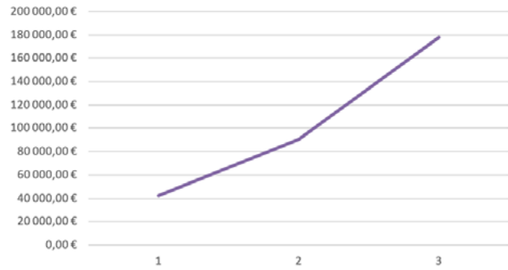
Les frais de logistique comprennent les honoraires de comptabilité, les services bancaires, la protection de base de données, les déplacements, les abonnements téléphoniques, l'assurance responsabilité civile, les fournitures, l'accès à Internet, le référencement payant, les salons professionnels, les frais de prospection et les Facebook ads. Tous ces éléments entraînent des frais de logistique entre 2 000 et 3 000 euros par mois.

En détails, sur la première année nous pouvons voir que nous avons certains pics à plus de 5 000 euros par mois. Ces pics représentent les dépenses que nous réalisons une fois dans l'année telles que la protection des bases de données. Sur les trois premières années, nous pouvons observer que nos charges augmentent en raison des salaires que nous nous versons.

Evolution des charges d'exploitation sur 1 an



Evolution des charges d'exploitation sur les 3 premières années



Concernant les bénéfices que nous engendrons, nous pouvons voir en détails sur la première année que nous dégageons un bénéfice à partir du 6ème mois. Une baisse se fait ressentir au 9ème mois, ceci étant dû à des charges d'exploitations plus importante sur ce mois. Mais nous pouvons observer sur les deux premières années une hausse de notre bénéfice qui atteint 20 000 euros à la fin de la seconde année. A la fin de notre troisième année, notre bénéfice redescend à 11 000 euros, ceci étant lié au fait que nos salaires seront versés durant toute l'année contrairement à l'année 2.

Evolution des bénéfices sur la première année

Bénéfices sur les 3 premières années

11 Développement de l'activité

Pour démarrer, nous avons décidé de réaliser une application coiffeur assez simple avec un planning de prise de rendez-vous, la possibilité de modifier la prestation et une fiche client par prestation réalisée.

Par la suite, entre la première et la cinquième année, nous souhaitons développer le côté coiffeur qui nous permettra de fidéliser et recruter au fur et à mesure du développement de l'application Capilo. Ainsi, nous améliorerons le planning de prise de rendez-vous et les fiches clients et nous mettrons également en place la gestion du stock. L'objectif étant qu'à terme, le coiffeur n'utilise plus que notre application pour le quotidien de son salon.

Nous proposerons en parallèle aux coiffeurs des formations autour de la communication, du marketing et des réseaux sociaux afin de permettre à tous les coiffeurs, même les indépendants, d'être au même niveau et pouvoir communiquer et utiliser les réseaux efficacement.

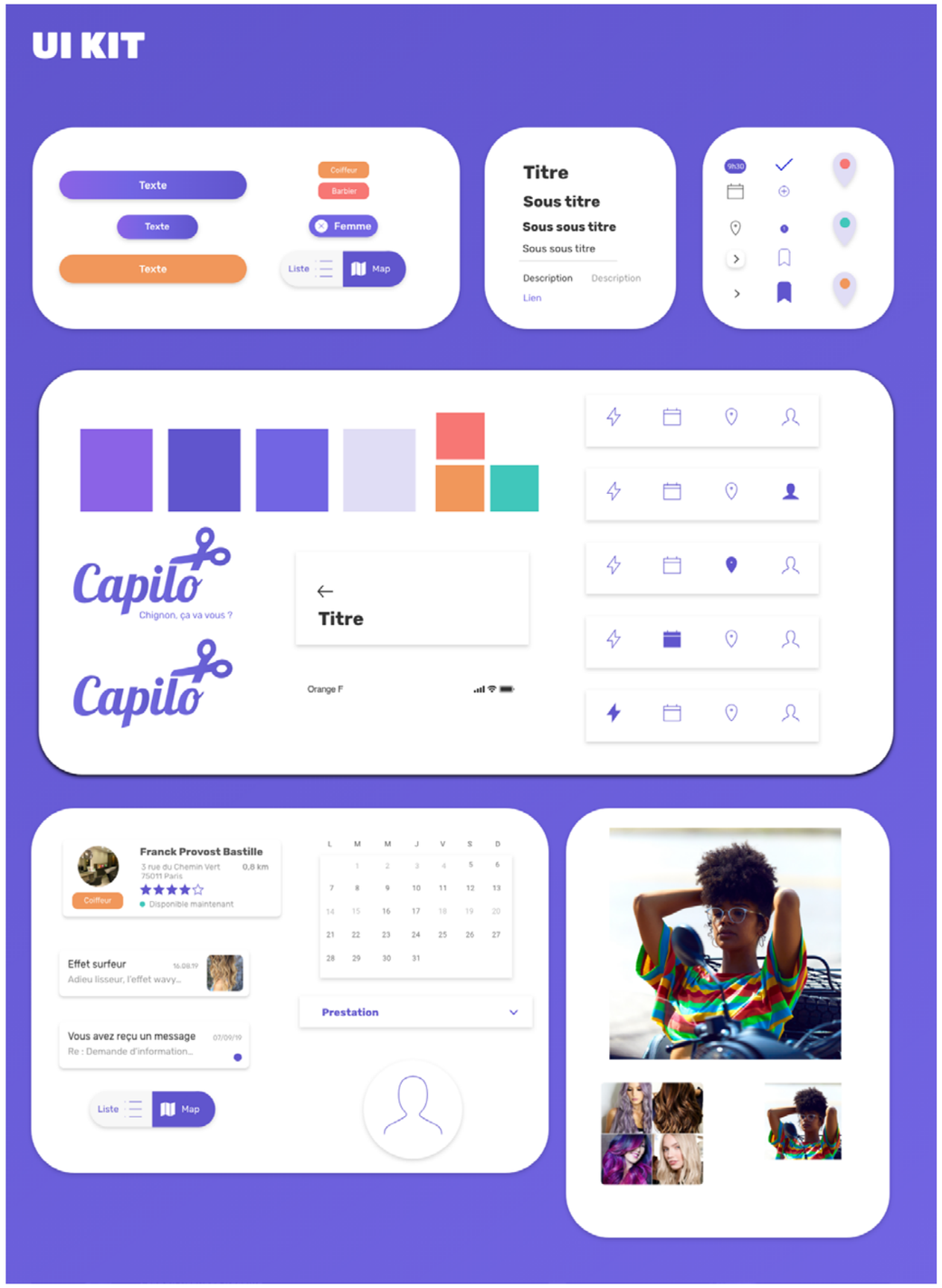
Pour finir, nous souhaitons étendre notre application à des services de bien-être avec massages, onglerie et esthétique. Ce dernier point est notre projet à n+5 avec la création d'une nouvelle application en lien avec Capilo, mais plus orientée bien-être.

Côté client, nous souhaitons améliorer au fur et à mesure l'expérience utilisateur de l'application. Nous leur proposerons au bout de la cinquième année notre nouvelle application bien-être avec un système de fidélité en lien avec Capilo pour les inciter à s'inscrire et utiliser cette nouvelle application.

Pour finir, nous souhaitons développer notre application sur le marché national en développant tout d'abord notre application dans des grandes agglomérations telles que Bordeaux, Lyon, Marseille puis au fur et à mesure atteindre la totalité du territoire français.

ANNEXE

Annexe 1 : UI KIT



Fini l'attente au salon de coiffure !

Capilo simplifie la prise de rendez-vous chez le coiffeur

- Découvre les coiffeurs et barbiers disponibles autour de toi
- Réserve jusqu'à 15 min avant le rendez-vous
- Réajuste ton devis en temps réel durant la prestation
- Bénificie de conseils capillaires quotidiens

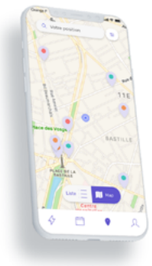
Retrouve-nous sur : Disponible sur Google play Disponible sur App Store

Capilo

Fini l'attente au salon de coiffure !

Capilo simplifie la prise de rendez-vous chez le coiffeur

- Découvre les coiffeurs et barbiers disponibles autour de toi
- Réserve jusqu'à 15 min avant le rendez-vous
- Réajuste ton devis en temps réel durant la prestation
- Bénificie de conseils capillaires quotidiens



Retrouve-nous sur : Disponible sur Google play Disponible sur App Store

Capilo

Fini l'attente au salon de coiffure !

Capilo simplifie la prise de rendez-vous chez le coiffeur

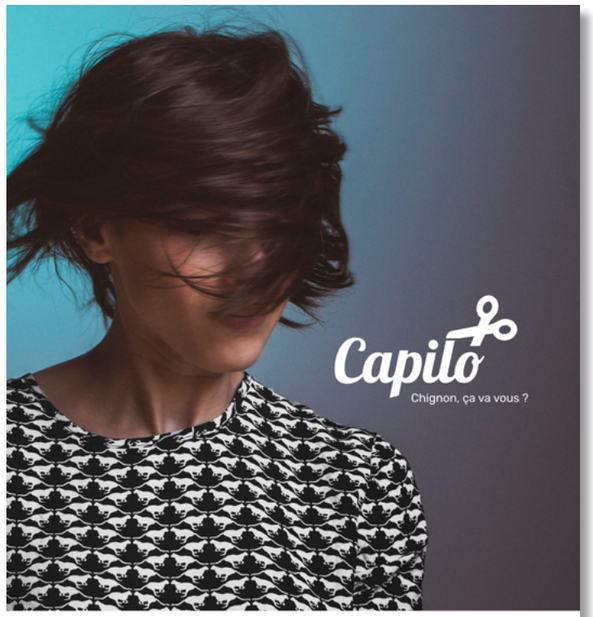
- Découvre les coiffeurs et barbiers disponibles autour de toi
- Réserve jusqu'à 15 min avant le rendez-vous
- Réajuste ton devis en temps réel durant la prestation
- Bénificie de conseils capillaires quotidiens

Retrouve-nous sur :

Disponible sur Google play | Disponible sur App Store

Capilo

Annexe 3 : Flyer A5



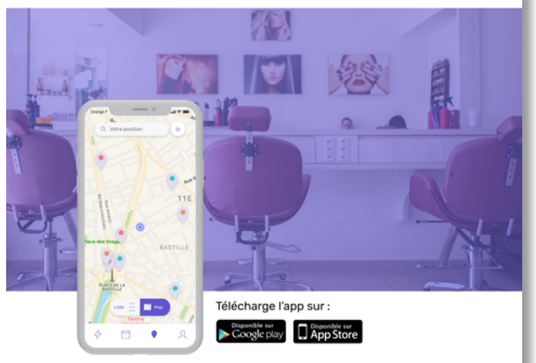
10 % offert sur ta première réservation Capilo avec le code promo

CAPILO75

Fini l'attente au salon de coiffure !

Capilo simplifie la prise de rendez-vous chez le coiffeur

- Découvre les coiffeurs et barbiers disponibles autour de toi
- Réserve jusqu'à 15 min avant le rendez-vous
- Réajuste ton devis en temps réel durant la prestation
- Bénificie de conseils capillaires quotidiens



Télécharge l'app sur :

Disponible sur Google play | Disponible sur App Store

Retrouve-nous sur :

Capilo

Annexe 5 : Plaquette Commerciale

COMMENT DÉVELOPPER VOTRE ACTIVITÉ ?

- Attirer une nouvelle clientèle
- Gérez votre salon où que vous soyez
- Acceptez les réservations 24h/24 et 7j/7
- Mieux fidéliser ses clients
- Sécuriser votre activité et les données de vos clients

ATTIRER UNE NOUVELLE CLIENTÈLE

Des millions de clients potentiels sont tous les mois à la recherche d'un salon ou pour réserver leur prochain rendez-vous. Capilo vous offre la meilleure vitrine en ligne pour vous apporter de nouveaux clients depuis l'application. Grâce à nos rappels automatiques de rendez-vous, diminuez votre taux de RDV manqués à 2%.

MIEUX FIDÉLISER SES CLIENTS

Un salon de coiffure qui réussit, c'est un salon qui sait fidéliser ses clients pour les faire revenir. Avec Capilo, vos clients peuvent réserver chez vous en moins de 30 secondes. Le rendez-vous est automatiquement ajouté dans votre agenda sans que vous ayez à lever le petit doigt. Tous vos clients reçoivent des invitations automatiques pour les inciter à re-réserver chez vous quelques semaines après leur rendez-vous, ainsi ils se rappelleront toujours de vous au bon moment !

ACCEPTEZ LES RÉSERVATIONS 24H/24 ET 7J/7

Habitués aux réservations de dernières minutes avec vos journées chargées ? Vos clients aussi ! 45% des réservations effectuées sur Capilo ont lieu en dehors de vos horaires d'ouverture habituels.
Vos clients pourront réserver même en dehors de vos horaires d'ouvertures grâce à la synchronisation de votre planning et de notre application.

GÉREZ VOTRE SALON OÙ QUE VOUS SOYEZ

Nous savons à quel point la charge de travail dans un salon peut être importante. Capilo réduit votre charge de travail administratif en automatisant l'essentiel.
Gérez votre salon, votre équipe, vos clients et vos réservations, le tout depuis votre téléphone ou votre ordinateur. Créez des autorisations personnalisées pour votre équipe et gardez le contrôle sur les accès de chacun.

SÉCURISER VOTRE ACTIVITÉ ET LES DONNÉES DE VOS CLIENTS

En vous associant à Capilo, vous et vos clients pouvez avoir l'esprit tranquille.
Définissez des autorisations personnalisées pour contrôler les accès de chacun, construisez votre fichier clients en conformité avec la loi RGPD, conservez toutes vos données clients et vos historiques de rendez-vous de façon sécurisée grâce à notre licence à l'agence de protection des programmes.

Annexe 5 : Organigramme

Annexe 6 : Conditions générales d'utilisation en résumé

Ceci est un résumé de nos Conditions Générales de Réservation. Il ne doit pas remplacer la lecture de la version complète ci-dessous. Les termes commençant par une majuscule utilisés dans ce résumé sont définis dans les Conditions Générales de Réservation.

Les Services que vous pouvez acheter ou réserver par l'intermédiaire de Capilo sont vendus par nos Partenaires et non par nous. Nous sommes responsables uniquement de l'organisation et de la conclusion de votre Commande et nous sommes désignés par nos Partenaires pour agir en qualité d'agent commercial à cet effet.

Si vous payez des Services chez l'un de nos Partenaires par l'intermédiaire de notre Application ou d'un Widget de réservation, nous pouvons percevoir votre règlement pour le compte du Partenaire concerné en qualité d'agent commercial. Dans ce cas, la réception par nos soins de votre règlement éteindra votre dette à l'égard du Partenaire pour les Services.

Le contrat relatif aux Services est conclu directement entre vous et le Partenaire concerné. Nous ne sommes pas responsables des Services que vous recevez de la part de nos Partenaires. Toutefois, n'hésitez pas à nous informer si vous rencontrez un problème ou si le Service que vous recevez dans un salon ne répond pas à vos attentes et nous ferons de notre mieux pour vous aider.

Vérifiez bien tous les détails et les restrictions relatifs à un Service avant de procéder à la Commande.

Assurez-vous de communiquer au Partenaire toute information médicale ou autre information relative à une allergie / à votre santé avant votre rendez-vous.

Capilo se réserve le droit de désactiver le compte d'un Client Capilo dans le cas d'une violation des présentes Conditions Générales de Réservation et/ou dans l'hypothèse où le Client agirait d'une manière inappropriée, abusive ou inacceptable vis-à-vis de notre Service Client ou des employés d'un Partenaire, que ce soit par téléphone ou email, ou en personne dans les locaux du Partenaire.

Si vous voulez modifier ou annuler une Réservation Datée (et à condition que le report ou l'annulation (selon le cas) ne soit pas interdit par les présentes Conditions Générales de Réservation), vous pouvez en faire la demande, selon le cas :

- en utilisant votre compte Capilo sur l'Application (si disponible) ;
- en suivant le lien dans votre email de Confirmation de Commande ;
- directement avec le Partenaire (pour les Réservations Datées).

Les règles d'annulation varient selon que vous avez procédé à l'achat d'une Réservation Datée (y comprisune Réservation Widget) :

- Vous pouvez annuler une Réservation Datée sous réserve que le rendez-vous ne soit pas prévu dans les prochaines 72 heures, 48 heures ou 24 heures selon ce qui aura été déterminé par le Partenaire). Dans ce cas, nous pouvons procéder à un remboursement intégral. En revanche, si le rendez-vous est prévu dans les prochaines 72 heures, 48 heures ou 24 heures selon ce qui aura été déterminé par le Partenaire, vous n'aurez pas droit à un remboursement mais vous pourrez reporter votre prestation.
- Si nous avons besoin de nous entretenir ou de vous contacter avec vous concernant une Réservation Datée, alors Capilo ou le Partenaire pourront vous contacter par téléphone, email, SMS, WhatsApp, ou tout autre moyen de communication instantanée.
- Si vous souhaitez nous contacter, nous vous prions de bien vouloir prendre contact avec notre équipe et nous serons ravis de vous aider :

Email : service.client@capilo.fr

Adresse postale : 10 avenue de laumière, 75019, Paris, France

Tel : 01 73 45 65 07

Annexe 7 : Mentions légales de l'application

Editeur

L'application accessible à avec Android et IOS (ci-après : l' « application ») est produit et édité par la société Capilo, Société par Actions Simplifiée au capital social de 9 000 euros immatriculée au RCS de Paris sous le n° 801 590 543 dont le siège social est situé 10 avenue de laumière, 75019, Paris, France.

Téléphone : 01 73 45 65 07

N° TVA intracommunautaire : FR48 801 590 543

Adresse électronique : legal@capilo.fr

Ci-après désigné l'« Editeur »,

Hébergeur

Le Site est hébergé par la société GANDI SAS, au capital social de 800 000€ dont le siège social est situé 63-65 boulevard Massena à Paris (75013) FRANCE, inscrite au Registre du Commerce et des Sociétés de Paris sous le n° 423 093 459.

Téléphone : +33.(0) 1 70 37 76 61

Adresse électronique: direction@gandi.net

Ci-après désigné l'« Hébergeur »,

Directeur de la publication

Madame Pascaline Duclos, Présidente de Capilo

Déclaration simplifiée CNIL :

Conformément à la loi informatique et liberté n°7817 du 6 janvier 1978, l'application a fait l'objet d'une déclaration auprès de la CNIL sous le numéro 1885456

Droit d'auteur

Toutes les données inclues sur l'application (textes, photos, illustrations, animations, bases de données) sont la propriété exclusive de l'Editeur. Tous droits de l'auteur des œuvres réservés. Sauf autorisation expresse, la reproduction, ainsi que toute utilisation des œuvres autre que pour une consultation individuelle et privée sont interdites.

Annexe 8 : Extrait statut SAS

Les soussignés :

- Mme DUCLOS Pascaline née le 03 juillet 1995 à Rouen demeurant à Paris de nationalité Française
- Mme CAHARD Clémentine née le 11 juillet 1995 à Mont Saint-Aignan demeurant à Paris de nationalité Française
- Mr HAIGNERE Axel né le 27 septembre 1996 à Créteil demeurant à Paris de nationalité Française

ont établi les statuts d'une société par actions simplifiée (SAS) devant exister entre eux.

Article un : Forme

Les associés désignés dans les présents statuts ont créé une société par actions simplifiée existant entre eux et les personnes qui deviendraient actionnaires de ladite SAS. Cette SAS est régie par les dispositions légales et réglementaires en vigueur et par les présents statuts.

Article deux : Objet

L'objet social de la société est le suivant : Mise en relation coiffeurs et clients pour une prise de rendez-vous facilitée via une application ; Mise à disposition des clients du temps d'attente chez les coiffeurs en temps réels ; Réalisation de devis ; Services de paiement simplifié. Ainsi que toutes opérations commerciales, financières ou juridiques se rattachant à l'objet indiqué ci-dessus (ou à un objet connexe, complémentaire ou similaire) et visant à favoriser l'activité de la société.

Article trois : Dénomination

L'entreprise a pour dénomination CAP.

Article quatre : Siège social

Le siège social de la société est établi à l'adresse suivante : 10 AVENUE DE LAUMIÈRE 75019 à Paris. Il pourra être transféré en un autre lieu sur décision de l'assemblée des actionnaires.

Article cinq : Durée

La société est créée pour une durée 99 années à partir de son immatriculation au RCS. Elle pourra cependant être prorogée ou dissoute par anticipation sur décision des actionnaires réunis en assemblée générale extraordinaire.

Article six : Apports

- Madame DUCLOS Pascaline apporte une somme en numéraire de 3 000 €
- Madame CAHARD Clémentine apporte une somme en numéraire de 3 000 €
- Monsieur HAIGNERE Axel apporte une somme en numéraire de 3 000 €

Tous les apports ont été versés sur un compte ouvert au nom de la société en formation à la banque CIC, 125 Avenue Jean Jaurès, 75019 Paris.

Article sept : Capital social

Le capital s'élève à 9 000 €. Il est constitué de 3 [trois]actions ayant chacune une valeur nominale de 3 000 euros. Il est réparti de la manière suivante :

- Pascaline Duclos détient 1 action.
- Clémentine Cahard détient 1 action.
- Axel Haignere détient 1 action.

Toutes les actions sont entièrement libérées.

Article huit : Caractéristiques et modalités de cession des actions [...]

Annexe 9 : Pacte d'associés

Entre les soussignés

Mme DUCLOS Pascaline

née le 03 juillet 1995 à Rouen

demeurant à Paris de nationalité Française

Mme CAHARD Clémentine

née le 11 juillet 1995 à Mont Saint-Aignan

demeurant à Paris de nationalité Française

Mr HAIGNERE Axel

Né le 27 septembre 1996 à Créteil

demeurant à Paris de nationalité Française

Il est préalablement rappelé que :

- les soussignés ont constitué entre eux une société par action simplifiée dénommée CAP
- le capital de cette société est, au jour des présentes, réparti comme suit :
  - Pascaline DUCLOS à hauteur de 3 000 €
  - Clémentine CAHARD à hauteur de 3 000 €
  - Axel HAIGNERE à hauteur de 3 000 €
- les présentes ont pour objet de définir les modalités de détention et de gestion de leur participation dans cette Société,
- les soussignés ont, en conséquence, arrêté ce qui suit, étant expressément entendu que toutes les dispositions objet des présentes forment un tout indissociable et qu'elles ne pourront, en aucun cas, faire l'objet d'une exécution partielle, de l'un quelconque des soussignés.

Les dispositions des présentes sont de rigueur, aucune d'entre elles ne peut être réputée de style ; chacune est une condition déterminante du consentement des signataires sans laquelle ils n'auraient pas contracté en conséquence les présentes ne pourront faire l'objet d'une exécution partielle par l'une ou l'autre des parties.

Il est convenu ce qui suit

PREMIÈRE PARTIE

Dispositions relatives au capital social

ARTICLE 1 : DROIT DE PREEMPTION RECIPROQUE

ARTICLE 2 : CLAUSE DE SORTIE CONJOINTE

ARTICLE 3 : VALEUR DES PARTS

DEUXIÈME PARTIE

Dispositions relatives aux conditions d'exercice professionnel

ARTICLE 4 : ORGANISATION DE LA GÉRANCE

ARTICLE 5 : ASSURANCES CROISÉES

TROISIÈME PARTIE

Dispositions diverses

ARTICLE 6 : TRANSMISSION DU PACTE

ARTICLE 7 : CONCILIATION

ARTICLE 8 : NOTIFICATIONS

ARTICLE 9 : FRAIS

ARTICLE 10 : ELECTION DE DOMICILE

ARTICLE 11 : DECLARATION SUR L'HONNEUR

ARTICLE 12: DUREE - MODIFICATION

Annexe 10 : Financement

VENTES DE PRODUITS

	Produit A
Prix de vente TTC	29,00 €
Tx TVA	20,00%
Prix Vente HT	23,20 €
Marge Brute HT	23,20 €

INVESTISSEMENT

	Année 1
Frais de création d'entreprise	
Avocat pr les statuts	1 000,00
Immatriculation / publication	200,00
Cumul frais constitution	1 200,00
Communication de lancement (Tt ce qui est fait la 1ère fois)	
Comm on et offline	
Prod Buzz On-line film viral	-
Créa campagne affichage	2 500,00
eRP	-
Liens spon	100,00
Soirée de lancement	
Location salle	-
Equipement	300,00
Invitations	100,00
Traiteur	1 000,00
Hotesses	500,00
Cumul Visibilité	4 500,00
Outil de production	
Site vitrine	3 000,00
Application + mise à jour	10 000,00
Cumul Outil de production	13 000,00
Total investissement	18 700,00
Durée de vie estimée 3 ans	
Dotation de l'exercice	6 233,33

BUDGET FONCTIONNEMENT LANCEMENT

	Phase Lancement
Production	
Echantillon	
MVP	
Première production	
Total Production	
Ressources humaines	
Salaires nets	0,00 €
Charges salariales et patronales	0,00 €
Total ressources humaines	**0,00 €**
Logistique	
Locaux, accueil et prestations (Loyer et charges)	0,00 €
Hébergement site + licenses	105,00 €
Équipements : crédit-bail & locations	0,00 €
Total Logistique	**105,00 €**
Fonctionnement	
Honoraires comptabilité	420,00 €
Services bancaires	100,00 €
Voyages & déplacements	450,00 €
Abonnements portables	120,00 €
Assurance Responsabilité Civile	18,00 €
Fournitures	100,00 €
Box internet	60,00 €
Référencement payant	1 000,00 €
Facebook ads	4 000,00 €
Salons	1 000,00 €
Campagne RP	0,00 €
Communication lancement	
Frais de prospection	0,00 €
Total Fonctionnement	**7 268,00 €**
TOTAL BUDGET LANCEMENT = BESOIN TRESORERIE	**7 373,00 €**

PLAN DE FINANCEMENT

	Année 1
Besoins financiers	29 813,00
CAPEX	22 440,00
Total investissement	18 700,00
TVA sur investissement *	3 740,00
Besoin de trésorerie activité courante	7 373,00
Budget Fonctionnement Lancement	7 373,00
Besoin trésorerie maximum	3 694,00
Financements	31 000,00
Capital de la société	9 000,00
Love Money	15 000,00
Crowdfunding	7 000,00
Aides	
Investisseur externe	

CROISSANCE D'ACTIVITÉ

Site - Plateforme - Appli

Volumes ventes			Mois 1	Mois 2	Mois 3	Mois 4	Mois 5	Mois 6	Mois 7	Mois 8	Mois 9	Mois 10	Mois 11	Mois 12	Total année 1
CLIENTS	Visiteurs payants	effectif	50	100	150	125	170	225	240	300	360	400	450	500	
	Panier moyen HT	Justifier	50,00 €	50,00 €	50,00 €	55,00 €	55,00 €	65,00 €	65,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €	65,00 €	
	Tx commission	%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	
	Ventes	€ HT	2 500,00 €	5 000,00 €	7 500,00 €	6 875,00 €	9 350,00 €	14 625,00 €	16 900,00 €	18 000,00 €	21 000,00 €	24 000,00 €	27 000,00 €	32 500,00 €	185 250,00 €
COIFFEUR	Nbr d'abonnement	Mensuel	40	42	45	45	55	60	60	75	80	80	90	95	
	Prix de l'abonnement par mois		23,20 €	23,20 €	23,20 €	23,20 €	23,20 €	23,20 €	23,20 €	23,20 €	23,20 €	23,20 €	23,20 €	23,20 €	
	Total Abonnement HT	Mensuel	928,00 €	974,40 €	1 044,00 €	1 044,00 €	1 276,00 €	1 392,00 €	1 392,00 €	1 740,00 €	1 856,00 €	1 856,00 €	2 088,00 €	2 204,00 €	17 794,40 €
Ce que l'on reverse au coiffeur	**Coûts liés (liens payants) HT**		2 125,00 €	4 250,00 €	6 375,00 €	5 843,75 €	7 947,50 €	12 431,25 €	14 365,00 €	15 300,00 €	17 850,00 €	20 400,00 €	22 950,00 €	27 625,00 €	157 462,50 €
FRAIS DE COMMISSION SERVICE BANCAIRE			0,15%	0,15%	0,15%	0,15%	0,15%	0,15%	0,15%	0,15%	0,15%	0,15%	0,15%	0,15%	
	Marge HT		**1 303,00 €**	**1 724,40 €**	**2 169,00 €**	**2 075,25 €**	**2 678,50 €**	**3 585,75 €**	**3 927,00 €**	**4 440,00 €**	**5 006,00 €**	**5 456,00 €**	**6 138,00 €**	**7 079,00 €**	**45 581,90 €**

Volumes ventes			Mois 13	Mois 14	Mois 15	Mois 16	Mois 17	Mois 18	Mois 19	Mois 20	Mois 21	Mois 22	Mois 23	Mois 24	Total année 2
CLIENTS	Visiteurs payants	effectif	500	520	550	580	600	625	645	670	700	710	725	750	
	Panier moyen HT	Justifier	70,00 €	70,00 €	70,00 €	70,00 €	70,00 €	70,00 €	70,00 €	70,00 €	70,00 €	75,00 €	75,00 €	75,00 €	
	Tx commission	%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	
	Ventes	€ HT	35 000,00 €	36 400,00 €	38 500,00 €	40 600,00 €	42 000,00 €	43 750,00 €	45 150,00 €	46 900,00 €	49 000,00 €	53 250,00 €	54 375,00 €	56 250,00 €	541 175,00 €
COIFFEUR	Nbr d'abonnement	Mensuel	95,00	105	105	115	125	135	140	145	155	160	170	175	
	Prix de l'abonnement par mois		23,20 €	23,20 €	23,20 €	23,20 €	23,20 €	23,20 €	23,20 €	23,20 €	23,20 €	23,20 €	23,20 €	23,20 €	
	Total Abonnement HT	Mensuel	2 204,00 €	2 436,00 €	2 436,00 €	2 668,00 €	2 900,00 €	3 132,00 €	3 248,00 €	3 364,00 €	3 596,00 €	3 712,00 €	3 944,00 €	4 060,00 €	37 700,00 €
Ce que l'on reverse au coiffeur	**Coûts liés (liens payants) HT**		29 750,00 €	30 940,00 €	32 725,00 €	34 510,00 €	35 700,00 €	37 187,50 €	38 377,50 €	39 865,00 €	41 650,00 €	45 262,50 €	46 218,75 €	47 812,50 €	459 998,75 €
FRAIS DE COMMISSION SERVICE BANCAIRE			0,15%	0,15%	0,15%	0,15%	0,15%	0,15%	0,15%	0,15%	0,15%	0,15%	0,15%	0,15%	
	Marge HT		**7 454,00 €**	**7 896,00 €**	**8 211,00 €**	**8 758,00 €**	**9 200,00 €**	**9 694,50 €**	**10 020,50 €**	**10 399,00 €**	**10 946,00 €**	**11 699,50 €**	**12 100,25 €**	**12 497,50 €**	**118 876,25 €**

Volumes ventes			Mois 25	Mois 26	Mois 27	Mois 28	Mois 29	Mois 30	Mois 31	Mois 32	Mois 33	Mois 34	Mois 35	Mois 36	Total année 3
CLIENTS	Visiteurs payants	effectif	800	820	830	850	880	890	900	920	940	950	970	1000	
	Panier moyen HT	Justifier	75,00 €	75,00 €	75,00 €	80,00 €	80,00 €	80,00 €	80,00 €	85,00 €	85,00 €	90,00 €	90,00 €	95,00 €	
	Tx commission	%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	
	Ventes	€ HT	60 000,00 €	61 500,00 €	62 250,00 €	68 000,00 €	70 400,00 €	72 000,00 €	72 900,00 €	78 200,00 €	79 900,00 €	85 500,00 €	87 300,00 €	95 000,00 €	891 250,00 €
COIFFEUR	Nbr d'abonnement	Mensuel	185	195	205	215	225	230	240	255	265	270	285	300	
	Prix de l'abonnement par mois		23,20 €	23,20 €	23,20 €	23,20 €	23,20 €	23,20 €	23,20 €	23,20 €	23,20 €	23,20 €	23,20 €	23,20 €	
	Total Abonnement HT	Mensuel	4 292,00 €	4 524,00 €	4 756,00 €	4 988,00 €	5 220,00 €	5 336,00 €	5 568,00 €	5 916,00 €	6 148,00 €	6 264,00 €	6 612,00 €	6 960,00 €	66 594,00 €
Ce que l'on reverse au coiffeur	**Coûts liés (liens payants) HT**		51 000,00 €	52 275,00 €	52 912,50 €	57 800,00 €	59 840,00 €	60 520,00 €	61 200,00 €	66 470,00 €	67 915,00 €	72 675,00 €	74 205,00 €	80 750,00 €	757 562,50 €
FRAIS DE COMMISSION SERVICE BANCAIRE			0,15%	0,15%	0,15%	0,15%	0,15%	0,15%	0,15%	0,15%	0,15%	0,15%	0,15%	0,15%	
	Marge HT		**13 292,00 €**	**13 749,00 €**	**14 093,50 €**	**15 188,00 €**	**15 780,00 €**	**16 076,00 €**	**16 368,00 €**	**17 646,00 €**	**18 133,00 €**	**19 089,00 €**	**19 707,00 €**	**21 210,00 €**	**200 271,50 €**

COMPTE DE RÉSULTAT

	Mois 1	Mois 2	Mois 3	Mois 4	Mois 5	Mois 6	Mois 7	Mois 8	Mois 9	Mois 10	Mois 11	Mois 12	Total année 1	Année 2	Année 3
Revenus :															
+ Ventes	2 500,00 €	5 000,00 €	7 500,00 €	6 875,00 €	9 350,00 €	14 625,00 €	16 900,00 €	18 000,00 €	21 000,00 €	24 000,00 €	27 000,00 €	32 500,00 €	185 250,00 €	541 175,00 €	891 250,00 €
+ Abonnements	928,00 €	974,40 €	1 044,00 €	1 044,00 €	1 276,00 €	1 392,00 €	1 392,00 €	1 740,00 €	1 856,00 €	1 856,00 €	2 088,00 €	2 204,00 €	17 794,40 €	37 700,00 €	66 584,00 €
- Coûts liés (redevances coiffeurs)	2 125,00 €	4 250,00 €	6 375,00 €	5 843,75 €	7 947,50 €	12 431,25 €	14 365,00 €	15 300,00 €	17 850,00 €	20 400,00 €	22 950,00 €	27 625,00 €	157 462,50 €	459 998,75 €	757 562,50 €
Total MB (CA - coûts directs) ou abonnts et autres revenus	**1 303,00 €**	**1 724,40 €**	**2 169,00 €**	**2 075,25 €**	**2 678,50 €**	**3 585,75 €**	**3 927,00 €**	**4 440,00 €**	**5 006,00 €**	**5 456,00 €**	**6 138,00 €**	**7 079,00 €**	**45 581,90 €**	**118 876,25 €**	**200 271,50 €**
Ressources humaines															
Salaires nets	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	36 036,00 €	72 072,00 €
Charges salariales et patronales	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	10 296,00 €	61 776,00 €
Total ressources humaines	**0,00 €**	**0,00 €**	**0,00 €**	**0,00 €**	**0,00 €**	**0,00 €**	**0,00 €**	**0,00 €**	**0,00 €**	**0,00 €**	**0,00 €**	**0,00 €**	**0,00 €**	**46 332,00 €**	**133 848,00 €**
Logistique															
Locaux, accueil et prestations (Loyer et charges)	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	500,00 €	500,00 €	500,00 €	500,00 €	2 000,00 €	7 200,00 €	7 200,00 €
Assurance Locaux	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	290,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	290,00 €	290,00 €	290,00 €
Hébergement site + licences	105,00 €	105,00 €	105,00 €	105,00 €	105,00 €	105,00 €	105,00 €	105,00 €	105,00 €	105,00 €	105,00 €	105,00 €	1 260,00 €	1 260,00 €	1 260,00 €
Total Logistique	**105,00 €**	**105,00 €**	**105,00 €**	**105,00 €**	**105,00 €**	**105,00 €**	**105,00 €**	**105,00 €**	**895,00 €**	**605,00 €**	**605,00 €**	**605,00 €**	**3 550,00 €**	**8 750,00 €**	**8 750,00 €**
Fonctionnement															
Honoraires comptabilité	210,00 €	210,00 €	210,00 €	210,00 €	210,00 €	210,00 €	210,00 €	210,00 €	210,00 €	210,00 €	210,00 €	210,00 €	2 520,00 €	2 520,00 €	2 520,00 €
Services bancaires	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	600,00 €		
Protection base de données	830,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	830,00 €	560,00 €	560,00 €
Voyages & déplacements	225,00 €	225,00 €	225,00 €	225,00 €	225,00 €	225,00 €	225,00 €	225,00 €	225,00 €	225,00 €	225,00 €	225,00 €	2 700,00 €	2 700,00 €	2 700,00 €
Abonnements portables	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €	720,00 €	720,00 €	720,00 €
Assurance Responsabilité Civile	9,00 €	9,00 €	9,00 €	9,00 €	9,00 €	9,00 €	9,00 €	9,00 €	9,00 €	9,00 €	9,00 €	9,00 €	108,00 €	108,00 €	108,00 €
Fournitures	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	2 500,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	3 050,00 €	2 500,00 €	2 500,00 €
Internet et box	30,00 €	30,00 €	30,00 €	30,00 €	30,00 €	30,00 €	30,00 €	30,00 €	30,00 €	30,00 €	30,00 €	30,00 €	360,00 €	360,00 €	360,00 €
Référencement payant	500,00 €	500,00 €	500,00 €	500,00 €	500,00 €	500,00 €	500,00 €	500,00 €	500,00 €	500,00 €	500,00 €	500,00 €	6 000,00 €	6 000,00 €	6 000,00 €
Facebook ads	2 500,00 €	1 500,00 €	1 500,00 €	1 500,00 €	1 500,00 €	1 500,00 €	1 500,00 €	1 500,00 €	1 500,00 €	1 500,00 €	1 500,00 €	1 500,00 €	19 000,00 €	19 000,00 €	19 000,00 €
Salons	1 000,00 €				1 200,00 €										
Frais de prospection (impression plaquette commerciale)	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	500,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	500,00 €	1 000,00 €	1 000,00 €
Total Fonctionnement	**5 464,00 €**	**2 634,00 €**	**2 634,00 €**	**2 634,00 €**	**3 834,00 €**	**2 634,00 €**	**3 134,00 €**	**2 634,00 €**	**5 084,00 €**	**2 634,00 €**	**2 634,00 €**	**2 634,00 €**	**38 588,00 €**	**35 468,00 €**	**35 468,00 €**
Total charges exploitation	**5 569,00 €**	**2 739,00 €**	**2 739,00 €**	**2 739,00 €**	**3 939,00 €**	**2 739,00 €**	**3 239,00 €**	**2 739,00 €**	**5 979,00 €**	**3 239,00 €**	**3 239,00 €**	**3 239,00 €**	**42 138,00 €**	**90 550,00 €**	**178 066,00 €**
EBITDA	**-4 266,00 €**	**-1 014,60 €**	**-570,00 €**	**-663,75 €**	**-1 260,50 €**	**846,75 €**	**688,00 €**	**1 701,00 €**	**-973,00 €**	**2 217,00 €**	**2 899,00 €**	**3 840,00 €**	**3 443,90 €**	**28 326,25 €**	**22 205,50 €**
Dotation aux amortissements	519,44 €	519,44 €	519,44 €	519,44 €	519,44 €	519,44 €	519,44 €	519,44 €	519,44 €	519,44 €	519,44 €	519,44 €	6 233,33 €	8 233,33 €	10 233,33 €
EBIT	**-4 785,44 €**	**-1 534,04 €**	**-1 089,44 €**	**-1 183,19 €**	**-1 779,94 €**	**327,31 €**	**168,56 €**	**1 181,56 €**	**-1 492,44 €**	**1 697,56 €**	**2 379,56 €**	**3 320,56 €**	**-2 789,43 €**	**20 092,92 €**	**11 972,17 €**

Synthèse compte résultat

	Année 1	Année 2	Année 3
Marge Brute	45 581,90	118 876,25	200 271,50
Ressources humaines	-	46 332,00	133 848,00
Logistique	3 550,00	8 750,00	8 750,00
Fonctionnement	38 588,00	35 468,00	35 468,00
Total charges exploitation	42 138,00	90 550,00	178 066,00
EBITDA	3 443,90	28 326,25	22 205,50
Dotation amortissements (angiet investissement)	6 233,33	8 233,33	10 233,33
EBIT	(2 789,43)	20 092,92	11 972,17

TRÉSORERIE PRÉVISIONNELLE

	Mois 1	Mois 2	Mois 3	Mois 4	Mois 5	Mois 6	Mois 7	Mois 8	Mois 9	Mois 10	Mois 11	Mois 12	Total année 1
Revenus :													-
+ Ventes	2 500,00 €	5 000,00 €	7 500,00 €	6 875,00 €	9 350,00 €	14 625,00 €	16 900,00 €	18 000,00 €	21 000,00 €	24 000,00 €	27 000,00 €	32 500,00 €	185 250,00 €
+ Abonnements	928,00 €	974,40 €	1 044,00 €	1 044,00 €	1 276,00 €	1 392,00 €	1 392,00 €	1 740,00 €	1 856,00 €	1 856,00 €	2 088,00 €	2 204,00 €	17 794,40 €
- Coûts liés (redevances coiffeurs)	0,00 €	2 125,00 €	4 250,00 €	6 375,00 €	5 843,75 €	7 947,50 €	12 431,25 €	14 365,00 €	15 300,00 €	17 850,00 €	20 400,00 €	22 950,00 €	129 837,50 €
Total MB (CA - coûts directs) ou abonnts et autres revenus	**3 428,00 €**	**3 849,40 €**	**4 294,00 €**	**1 544,00 €**	**4 782,25 €**	**8 069,50 €**	**5 860,75 €**	**5 375,00 €**	**7 556,00 €**	**8 006,00 €**	**8 688,00 €**	**11 754,00 €**	**73 206,90 €**
Ressources humaines													
Salaires nets	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Charges salariales et patronales	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Total ressources humaines	**0,00 €**	**0,00 €**	**0,00 €**	**0,00 €**	**0,00 €**	**0,00 €**	**0,00 €**	**0,00 €**	**0,00 €**	**0,00 €**	**0,00 €**	**0,00 €**	**0,00 €**
Logistique													
Locaux, accueil et prestations (Loyer et charges)	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	500,00 €	500,00 €	500,00 €	500,00 €	2 000,00 €
Assurance locaux	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	290,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	290,00 €
Hébergement site + licences	105,00 €	105,00 €	105,00 €	105,00 €	105,00 €	105,00 €	105,00 €	105,00 €	105,00 €	105,00 €	105,00 €	105,00 €	1 260,00 €
Total Logistique	**105,00 €**	**105,00 €**	**105,00 €**	**105,00 €**	**105,00 €**	**105,00 €**	**105,00 €**	**105,00 €**	**895,00 €**	**605,00 €**	**605,00 €**	**605,00 €**	**3 550,00 €**
Fonctionnement													
Honoraires comptabilité	210,00 €	210,00 €	210,00 €	210,00 €	210,00 €	210,00 €	210,00 €	210,00 €	210,00 €	210,00 €	210,00 €	210,00 €	2 520,00 €
Services bancaires	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	600,00 €
Protection base de données	830,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	830,00 €
Voyages & déplacements	225,00 €	225,00 €	225,00 €	225,00 €	225,00 €	225,00 €	225,00 €	225,00 €	225,00 €	225,00 €	225,00 €	225,00 €	2 700,00 €
Abonnements portables	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €	720,00 €
Assurance Responsabilité Civile	9,00 €	9,00 €	9,00 €	9,00 €	9,00 €	9,00 €	9,00 €	9,00 €	9,00 €	9,00 €	9,00 €	9,00 €	3 420,00 €
Fournitures	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	2 500,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	3 050,00 €
Internet et box	30,00 €	30,00 €	30,00 €	30,00 €	30,00 €	30,00 €	30,00 €	30,00 €	30,00 €	30,00 €	30,00 €	30,00 €	360,00 €
Référencement payant	500,00 €	500,00 €	500,00 €	500,00 €	500,00 €	500,00 €	500,00 €	500,00 €	500,00 €	500,00 €	500,00 €	500,00 €	6 000,00 €
Facebook ads	2 500,00 €	1 500,00 €	1 500,00 €	1 500,00 €	1 500,00 €	1 500,00 €	1 500,00 €	1 500,00 €	1 500,00 €	1 500,00 €	1 500,00 €	1 500,00 €	19 000,00 €
Salons	1 000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	1 200,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	2 200,00 €
Frais de prospection (impression plaquette commerciale)	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	500,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	500,00 €
Total Fonctionnement	5 674,00 €	2 844,00 €	2 844,00 €	2 844,00 €	4 044,00 €	2 844,00 €	3 344,00 €	2 844,00 €	6 874,00 €	3 844,00 €	3 844,00 €	3 844,00 €	45 688,00 €
Total décaissements charges hors RH en € HT	5 899,00	3 069,00	3 069,00	3 069,00	4 269,00	3 069,00	3 569,00	3 069,00	7 099,00	4 069,00	4 069,00	4 069,00	48 388,00
TVA déductible	1 179,80	613,80	613,80	613,80	853,80	613,80	713,80	613,80	1 419,80	813,80	813,80	813,80	9 677,60
Total décaissements charges hors RH en € TTC	**7 078,80**	**3 682,80**	**3 682,80**	**3 682,80**	**5 122,80**	**3 682,80**	**4 282,80**	**3 682,80**	**8 518,80**	**4 882,80**	**4 882,80**	**4 882,80**	**58 065,60**
Net TVA exigible (ts les 3 mois)				(6 147,40)			(2 081,40)			(2 747,40)			(10 976,20)
Excédent (+)/besoin de trésorerie (-)	(3 755,80)	61,60	506,20	3 903,60	(445,55)	4 281,70	3 554,35	1 587,20	(1 857,80)	5 265,60	3 200,20	6 266,20	22 567,50
Cumul trésorerie (+ excédent, - besoin)	**(3 755,80)**	**(3 694,20)**	**(3 188,00)**	**715,60**	**270,05**	**4 551,75**	**8 106,10**	**9 693,30**	**7 835,50**	**13 101,10**	**16 301,30**	**22 567,50**	

CONTACTS

Pascaline DUCLOS
Présidente
duclos.pascaline@gmail.com

Axel HAIGNERE
Directeur adjoint
axel.haignere@gmail.com

Clémentine CAHARD
Directrice adjointe
cahard.clementine@gmail.com

Capilo

Chignon, ça va vous ?