

RIPA PLAN D’AFFAIRE ET ESTIMATION DES COUTS

BEN PUNGU

PASCAL MITEWU

FEVRIER 2021

Table des matières

Présentation de l'application RIPA.....	3
État de besoin et estimation budgétaire	5
Stratégie marketing	9
Phase d'installation ou d'implantation estimation des couts.	8
Resume des activites cles et processus de fonctionnement du projet ripa.....	12
Calcul de prévision des gains et retour sur investissement.....	13

Le document présente les phases de développement du projet “RIPA”, en grande partie, (qui en-soi c’est une application de paiement mobile) Dès sa conception, son développement jusqu’à sa mise en production.

Présentation de l’application RIPA

L’application de paiement mobile RIPA permet aux utilisateurs de faire des transferts de leurs monnaies électroniques (Airtel money, M-pesa, Orange Money) pour effectuer des transactions quotidiennes (paiement de denrées de premières nécessités, paiements de transports, frais scolaires, paiement de factures, transfert d’argent, achat dans les super marché, paiements dans des shops, paiements dans les restaurants et aussi dans d’autres formes de commerces existant) par une méthode simplifier et pratique utilisant une technologie simple pour ses usagés. Les utilisateurs n’auront pas besoin de créer des comptes supplémentaires sur la plateforme RIPA pour effectuer leurs transactions.

RIPA utilise un algorithme crypté qui communique directement avec le compte de l’utilisateur logé chez un opérateur de télécommunication pour demander une action sollicité par ce dernier (vérification du solde, transfert d’argent, retrait d’argent).

RIPA devient une passerelle entre l’utilisation et l’opération télécoms et un hébergeur pour les utilisateurs de compte mobile money. en outre RIPA agit comme un intégrateur de compte électronique de finances de ses utilisateurs, il intègre non seulement les comptes mobiles banking de ses derniers mais aussi les cartes bancaires (visa, master Card) de celui-ci.

RIPA est un service offert pour servir en premier la population congolaise par des applications suivantes :

- ➔ Une application mobile (Android et IOS) pour les utilisateurs simples
- ➔ Une application Web et adaptée sur tablette pour les marchands.

RIPA gère les transactions inter-réseaux des utilisateurs par une machine de transition qui se charge d’effectuer les conversions qui en gros jouera le rôle d’un échangeur de différentes devises. D’où la conception d’une application qui se chargera de communiquer avec la machine proprement dite.

Pour résumer du coté applicatif (logiciel), nous devons mettre sur pied 3 types d’application pour donner vie au service RIPA, qui sont :

- ➔ Applications mobiles (Android et IOS)
- ➔ Applications web et applications adaptées sur tablette pour les marchands
- ➔ Application de gestion des utilisateurs RIPA et de communication avec le serveur RIPA et celle de la machine.

En outre des services connexes peuvent être ajoutés notamment :

- ➔ Une A.P.I pour les développeurs payants avec une documentation sur un site web
- ➔ Un site de présentation de l'application

Le potentiel du projet étant conséquent vu les statistiques de l'ARTPC, le projet RIPA passera par les phases suivantes :

- ➔ Une phase d'installation ou d'implantation
- ➔ Une phase de développement de la solution
- ➔ Une phase de pré lancement
- ➔ Une phase de lancement et de pénétration du projet.

I Phase d'installation et d'implantation

Cette phase consiste principalement à l'installation des locaux de travail et l'obtention des prérequis (documents d'exploitation, approbation de la BCC, achat et installation des machines Gateway et la définition de l'équipe de travail). Le temps estimé pour cette phase est de **3 mois au maximum**.

II Phase de développement de la solution

Cette phase consiste au développement de la solution (conception, implémentation des solutions informatiques qui forment le service RIPA). En parallèle la définition des stratégies marketings se fera à ce niveau. **Le temps estimé pour cette phase est de 6 mois.**

III Phase de pré lancement

Après la phase de développement qui se soldera par une période de test, la phase de pré lancement constituera la période de préparation de la sortie officielle de la solution ; faudrait déjà être présent dans les principaux grands points de vente et ainsi que les grandes institutions (les universités de la place, les supermarchés, moyens de transports, les petits commerces, etc.). Le but étant d'avoir en possession un grands nombre de potentiels clients pour l'utilisation du service avant le lancement officiel. RIPA doit déjà avoir quelque abonnés qui se prépareront à la sortie officielle de l'application.

Le temps estimé pour cette phase est évalué à 4 mois.

IV Phase de lancement et pénétration du marché

Cette phase consiste à la vente du produit qui est le service RIPA et à la pénétration du marché dans la région du grand Katanga (Lubumbashi, Kolwezi, Likasi, Kasumbalesa).

Cette phase s'étant sur une période estimé sur 6 mois. L'objectif étant de faire consommer la solution et d'atteindre un montant de 1000 transactions par heures au minimum pour la région du grand Katanga.

État de besoin et estimation budgétaire

1 Équipe de travail :

Pour arriver au bout du projet RIPA une équipe conséquente (ayant les compétences nécessaires) doit être mise sur pied d'où pour la structure suivante est suggérer.

- ° **Équipe décisionnelle** (équipe exécutive) : constitué des porteurs du projet.
- ° **Direction des ressources humaines** : son principal rôle étant de gérer le personnel et de régularisé avec les impôts de l'entreprise face à l'état congolaise.
- ° **Un responsable de finance** : son principal rôle étant les finances de la compagnie, les flux d'entrée et de sortie, établir des prévisions de hausse et de baisse de finance et aussi de filtrer les dépenses de la compagnie.
- ° **Équipe de développement informatique** : c'est l'équipe qui développera les solutions informatiques de la compagnie, elle sera constitué de :
 - a Un Développeur mobile qui concevra les applications mobiles de la solution RIPA
 - b Un Développeur web qui concevra les applications de gestion de la compagnie
 - c Designer application informatique qui s'occupera du design des applications développées
- ° **Équipe marketing** : elle se chargera principalement d'établir, de faire asseoir et d'appliquer les stratégies marketings de pénétration et de la vente du produit.

Elle est constitué de :

- a Responsable marketing : qui sera chargé d'appliquer et de prévoir les différentes stratégies marketings de la pénétration du marché.
- b Responsable marketing adjoint : pour seconder le responsable du département. son principal rôle est de seconder le responsable du département dans l'exercice de ses fonctions. L'objectif étant de bien faire asseoir et de bien appliquer les stratégies marketings adoptées. Il sera aussi en charge de la diffusion des supports visuel du service RIPA sur les réseaux sociaux ainsi que de faire le suivi.
- c Graphique designer : qui s'occupera de concevoir des supports visuels pour le marketing, des impressions et des supports d'impressions. Il sera aussi responsable de la publicité en ligne sur les réseaux sociaux et aussi s'assurer du suivi des publicités en ligne.

Profils recherchés :

- 1 Ressource humaines : personne ayant faite ou ayant de l'expérience dans le domaine. En plus ayant de forte connaissance dans les affaires administratives avec l'état congolais, ayant des capacités à travailler sous stress, multitâches, productif et capable de travailler en équipe.
- 2 Responsables des finances : personne ayant faite ou ayant de l'expérience dans le domaine. A l'écoute, capable de faire des prévisions financières, filtrer le flux monétaires relatifs à la compagnie, multitâches, capable de travailler sous stress et de travailler en équipe.
- 3 Responsable marketing : ayant de l'expérience dans le domaine, ayant une grande capacité de création, capable de lancer un produit sur le marché d'une ville de manière parallèle. Très à l'écoute, forte capacité de vendre, multitâches, proactif, capable de travailler sous stress, forte capacité de travailler en équipe.
- 4 Responsable marketing adjoint : ayant de l'expérience dans le domaine, ayant une grande capacité de création, capable de lancer un produit sur le marché d'une ville de manière parallèle. Très à l'écoute, forte capacité de vendre, multitâches, proactif, capable de travailler sous stress, forte capacité de travailler en équipe.
- 5 Graphique designer : Capables de concevoir des visuels graphique attrayant, capable de faire des montages vidéo, des spots publicitaires. A l'écoute, créatif, avoir un bon sens de l'abstraction, multitâche, capable de travailler sous stress et en équipe.

Équipe de développement :

- 1 Développeur mobile : ayant fait ou ayant de l'expérience dans le domaine. Maîtrisant les technologies de développement cross plateforme (Cordova plus précisément). Rapide, modulaire, capable de travailler sous stress, ayant une forte capacité de travailler en équipe. Maîtrisant le java script, html5, css3 et les algorithmes de cryptages et ayant une grande capacité d'abstraction.
- 2 Développeur web : ayant fait ou ayant de l'expérience dans le domaine. Maîtrisant le langage PHP et le framework codegniter 3, maîtrisant les algorithmes de cryptage, capable de travailler rapidement, modulaire, grande capacité d'abstraction, capacité de travailler sous stress et en équipe.
- 3 Designer d'application mobile et web : sachant maîtriser le design mobile cross plateforme hybride, html5, css3 et jquery. Ayant du goût pour le beau, faire preuve de créativité, rapide, capable de travailler sous stress et en équipe.

Phase d'installation et estimation des couts.

État de besoin :

- ➔ Au préalable nous devons avoir les documents de la compagnie fin prêt et disponible.
- ➔ Frais de Licence d'exploitation BCC
- ➔ La garantie locative des locaux estimée
- ➔ Achat et installation de 3 machines
- ➔ Installation électrique avec panneau solaire
- ➔ Moyen de déplacement 2 véhicules à disposition du bureau (1 Toyota IST et 1 Toyota Noah) achat plus obtention de document pour les deux véhicules
- ➔ Fournitures et matériels de bureau (4 Mac OS desktop avec un minimum de 8GB de RAM et un HDD minimum de 500GB) OS CATALINA, pour développeurs.
- ➔ Ordinateur pour l'équipe administrative (HR, Finances, Secrétariat, Responsable marketing, Adjoint responsable marketing et pour les CEO) laptop MAC avec une RAM de 8GB, HDD de 500GB et avec OS CATALINA.
- ➔ Ordinateur pour le graphique designer Mac OS desktop avec RAM de 8GB au minimum et HDD de 500GB OS CATALINA.
- ➔ Hébergement dédié USA pour 2 ans.
- ➔ Téléphone de développement : 2 iPhones et 2 Android.
- ➔ Achat de différentes cartes SIM pour faire fonctionner la machine.
- ➔ Installation de pare-feu de sécurité.
- ➔ Budget d'allocation pour les transferts inter-réseau dans les SIM.
- ➔ Budget d'allocation pour le compte bancaire de ravitaillement.

Matériel de bureau :

- ➔ HR : table, chaise, outils bureautiques.
- ➔ Bureau CEO : tables, chaises, outils bureautiques.
- ➔ Finance : table, chaise, outils bureautiques.
- ➔ Bureau de développement : bureau open space avec mini cloison sur table (grande table, chaises et outils bureautiques).
- ➔ Bureau marketing : mini bureau open space avec mini cloison (chaises, outils bureautique).
- ➔ Salle de réunion : table de réunion, chaises, tableau, rétro projecteur, écran.
- ➔ Shipping DHL pour le matériel informatique (outils de fonctionnement informatiques sont payés à l'extérieure du pays, les renseignements ont été pris au Canada)

Stratégie marketing

La stratégie marketing suggérée est subdivisée en phase s'étendant sur toute la période du projet RIPA. Son objectif principale étant d'avoir un maximum d'utilisateur afin d'atteindre les prévisions de la section prévue sur la rentabilité. Elle est prévue d'être exécutée parallèlement sur les grandes villes du grand Katanga (Lubumbashi, Likasi, Kolwezi, Kasumbalesa).

I Phase du projet RIPA

En dehors de la phase d'implantation estimée à 3 mois, le service RIPA passera par 3 autres grandes phases qui sont :

- a **La phase de développement d'une durée de 6 mois**, la stratégie marketing utilisée à cette phase est principalement faite sur les réseaux sociaux. Des affiches publicitaires et vidéos seront faites par notre équipe de designer et elles seront postées sur les réseaux sociaux afin d'attirer l'attention des futurs utilisateurs sur la conception d'un service utile qui leur sera offert. En outre, l'autre objectif suivi étant celui d'avoir un maximum d'abonnés sur les réseaux sociaux afin de les utiliser pour la phase de pré lancement. A la fin de cette phase sera entamé les démarches pour avoir en notre possession les plus gros clients dans les grands points de vente des villes ciblées.
- b **Phase de pré lancement estimée à 4 mois**, la stratégie marketing utilisée consistera à initier les utilisateurs des villes ciblées à avoir l'application pour le jour de lancement. Notons que l'application sera déjà pleinement fonctionnelle et prête pour l'utilisation entre particulier en attendant le jour du lancement officiel pour être disponible dans les grands points de vente (supermarchés, universités, écoles, hôtels, stations de service, restaurants, boulangeries, etc.) Pour atteindre cet objectif les moyens utilisés seront :
 - ➔ Les influenceurs (comédiens) réputés du grand Katanga, faisant la publicité du service RIPA sur leurs réseaux sociaux ainsi que celle de la compagnie.
 - ➔ Des publicités de pré lancement dans quelques chaînes de télévision tout comme dans les radios du grand Katanga.
 - ➔ Faire des descentes sur terrain sur les grands points de consommation (université, stations de service, école, boulangerie, supermarché, église, transport, etc.)

Pendant ce temps l'équipe commerciale se chargera de faire en sorte que l'application RIPA marchand soit dans les plus grands points de vente pour le jour du lancement.

- c **Phase de lancement et de pénétration du marché, cette phase consistera à faire connaître l'application pour une durée de 7 mois** avec comme objectif principal d'avoir plus d'utilisateurs et d'augmenter les points de vente. Les utilisateurs ayant déjà l'application lors de la phase de pré lancement pourront s'en servir dans les grands points de vente acquis durant la même phase (pré lancement). Pour atteindre cet objectif, les moyens utilisés seront :
 - ➔ Les influenceurs (comédiens) réputés du grand Katanga faisant la publicité sur les réseaux sociaux ainsi qu'aux chaînes de télévision et radio.
 - ➔ Des spots publicitaires passant aux chaînes de télévisions et aux radios de façon assez permanente.

- ➔ Affiches publicitaires sur des panneaux publicitaires dans des coins stratégiques du grand Katanga.
- ➔ Faire des descentes sur terrain sur les grands points de consommations (université, stations de service, école, boulangerie, supermarché, église, transport, etc.).
- d Phase d'après lancement, qui consistera à avoir comme objectif principal de fidéliser les clients et d'en avoir au maximum sur toute l'étendue de la RDC, en faisant recours aux mêmes formes de stratégies utilisées pendant la phase de lancement mais avec une fréquence un peu plus importante (panneaux publicitaires, télévisions, radios, réseaux sociaux, influenceurs du grand Katanga).

Il est à noter que ces stratégies s'appliqueront pour les grandes villes du grand Katanga, à savoir :

- ➔ Lubumbashi
- ➔ Kolwezi
- ➔ Likasi
- ➔ Kasumbalesa

Et elles se feront de manière semi-parallèle et le but étant d'avoir un nombre estimé à 1000 transactions par heure.

<u>Partenaires clés</u> <ul style="list-style-type: none">• Maisons de télécommunications• Banques	<u>Activités clés</u> <ul style="list-style-type: none">• Développement du système informatique du services mobile banking• Analyse, conception et optimisation du système informatique• Service client• Marketing de pénétration du marché	<u>Offre</u> <ul style="list-style-type: none">• Service de mobile banking• Moyen de paiement mobile	<u>Relations Clients</u> <ul style="list-style-type: none">• Réseaux Sociaux : groupe de contact WhatsApp, Facebook• Assistance Téléphonique 6 jours / 7, 10h/24 par numéro vert	<u>Clients</u> <ul style="list-style-type: none">• Les étudiants• Les travailleurs• Pour un début toute personne possédant un smart-phone et susceptible d'utiliser le service• Petits, moyens & grand business
	<u>Ressources clés</u> <ul style="list-style-type: none">• L'électricité• Ordinateurs• Serveurs• Internet• Imprimantes• Téléphones (smart-phone)• Forfaits télécoms• Véhicules		<u>Canaux</u> <ul style="list-style-type: none">• Flyers• Réseaux sociaux• Site et Une application Android• Spot publicitaire• panneaux publicitaires• Influenceurs Comédiens locaux• descente sur terrain avec marketeurs sur des points stratégiques	
<u>Coût</u> <ul style="list-style-type: none">• Loyers, Taxes, Salaires et soins médicaux des employés• Coût d'installation du Gateway USSD• La maintenance des machines maintenance des véhicules, bureautiques			<u>Revenus</u> <ul style="list-style-type: none">• Facturation sur le service mobile banking rendu en prélevant une commission calculée sur les transactions	

RESUME DES ACTIVITES CLES ET PROCESSUS DE FONCTIONNEMENT DU PROJET RIPA

CALCUL DE PRÉVISION DES GAINS ET RETOUR SUR INVESTISSEMENT

Avec un gain de 100 FC et 0,1 USD par transfert pour 1000 transfert par heure on a :

$$100 \times 1000 = 100.000 \text{ FC}$$

$$0,1 \times 1000 = 100 \text{ USD}$$

Pour 24h de fonctionnement on a :

$$100.000 \times 24 = 2.400.000 \text{ FC}$$

$$100 \times 24 = 2400 \text{ USD}$$

$$\text{Soit : } 2400 + 2.400.000 / 2000 (\text{taux de conversion en dollars}) = 2400 + 1200 = 3600 \text{ USD / Jour}$$

$$\text{Pour un mois : } 3600 \times 30 = 108.000 \text{ USD / mois,}$$

$$\text{Les charges fixes étant évaluer à } 21.220 \text{ USD: } 108\,000 - 21\,220 = 86\,780 \$$$

$$\text{Le total investissement (sans inclure les frais marketings) étant de } 270\,364 \$ (\text{Coût d'installation}) \\ + 339\,520 \$ (\text{Coût de fonctionnement pour 16 mois de travail}) = 609\,884 \$$$

Avec 86 780 \$ de revenu par mois nous avons $609\,884 \$ / 86\,780 \$ = 7$ mois pour avoir retour sur investissement.

« L'objectif étant de fournir et d'atteindre 3600 USD comme gain de transfert par jour. »

Il est a noté que ces calculs sont pour le minimum qui doit être obtenu par mois. Mais il reste que la courbe les transactions réelles peut aller vers le haut surtout vu les derniers statistiques de l'ARTPC sur les revenus sur la monnaie électronique le premier trimestre de l'année 2020.