



2024 - 2025

SAE

**Démarche de
création d'entreprise**

**Loïs BEAUVILLE
Bassirou DIALLO
Saïf GOLLAUP
Loris GONZALEZ**

Sommaire

L'équipe Dealicious	3
Inspiration et Vision	4
Étude de marché	5-9
Stratégie Marketing	10
Planning	11
Budget	12-13
Mesurer les progrès	14
Conclusion	15
Annexes	16-27

L'équipe



Saif Golaup

Responsable technique



Loïs Beauville

Responsable acquisition



Bassirou Diallo

Community manager



Loris Gonzalez

Chargé de prospection

Inspiration et Vision

L'idée du projet est née en septembre 2024, lors de l'anniversaire de Saif.

Fidèle utilisateur de l'application Dealabs, il a constaté l'absence d'une catégorie dédiée aux offres d'anniversaire, alors que de nombreuses marques offrent des avantages exclusifs à leurs clients justement pour cette occasion.

Il en parla avec Bassirou et ensemble, ils voulurent construire une application qui répertorierait justement ce type d'offres.

Ce n'est que plus tard que Loïs et Loris ont rejoint l'aventure, afin d'obtenir un groupe plus complet en termes de compétences, grâce à l'expérience de chacun.



Notre solution est un forum d'avantages exclusifs, conçu pour simplifier l'accès aux offres d'anniversaire, et optimiser l'engagement entre les marques et leurs clients.

Étude de Marché

Notre entreprise, dont le nom est “Dealicious”, est une activité basée sur un site web et une web app. C’est un forum informatique, c’est-à-dire un site d’échange, sur internet. C’est une plateforme communautaire où les utilisateurs peuvent découvrir, partager et bénéficier d’offres spéciales proposées par des entreprises, pour les anniversaires. L’objectif est de centraliser toutes les promotions d’anniversaire disponibles (cadeaux, remises, services gratuits) et de les rendre accessibles facilement.

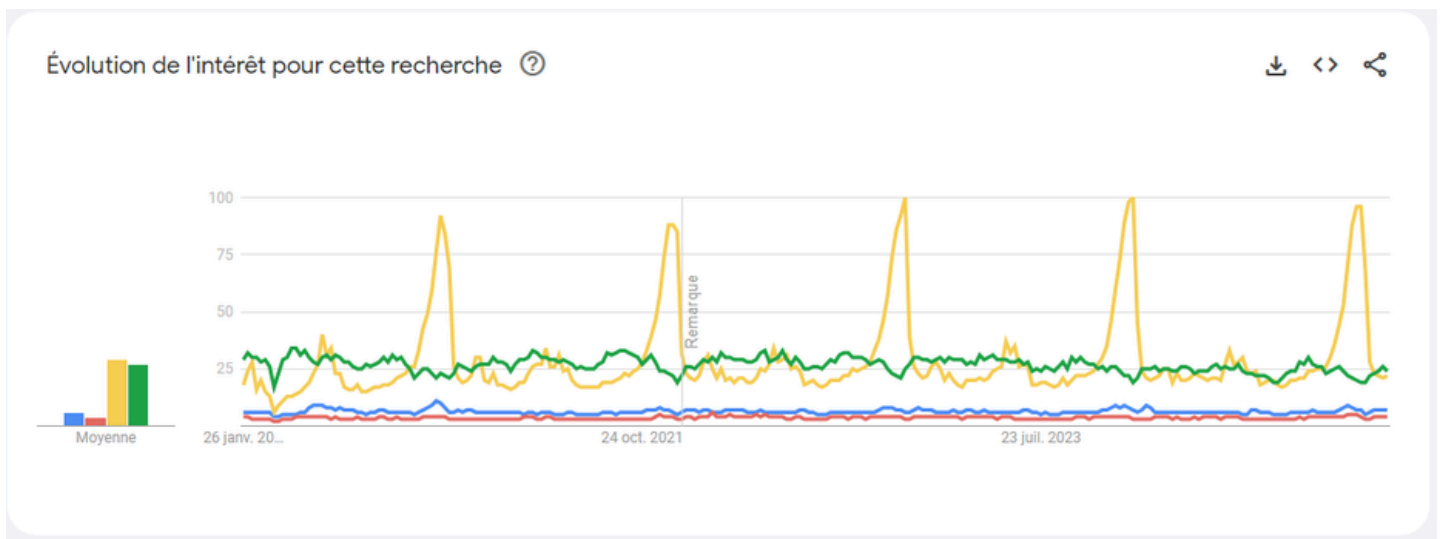
Analyse de la demande

Ce marché est difficile à analyser. Nous n’arrivons pas à trouver de chiffres précis ou de nom précis de marché. Pour y remédier, nous nous sommes appuyés sur plusieurs marchés connexes : **Marché des bons plans et réductions, de l’e-commerce et du cashback**, ainsi que les **communautés et forums de consommateurs**.

Nous avons aussi tiré parti **d’outils informatiques** pour analyser l’intérêt pour ce marché : Google Trends, Google Forms, Ubersuggest, Semrush...

Premièrement, nous sommes partis des mots-clés en rapport avec notre projet (réduction”, “bon plan”, “promo”, “promotion”, “anniversaire”, “cadeaux”) pour analyser leur intérêt sur Google Trends sur les 12 derniers mois, et les 5 dernières années

Graphique de l'intérêt relatif pour les mots-clés promotion, réduction, cadeau, et anniversaire.



Nous pouvons voir que le terme “cadeau” (jaune) croît fortement en décembre, à cause de Noël. L’intérêt pour les autres termes sont stables, et celui qui intéresse le plus, après le jaune, est le vert, à savoir le terme “anniversaire”.

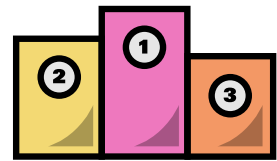
Toute l’année, des gens fêtent leur anniversaire, ce qui crée un engagement continu, et des prospects à conquérir chaque jour.

Pour récolter davantage de données, nous avons créé et soumis un **sondage** à des étudiants du CFA Descartes (qui représente une de nos personas marketing, à savoir les étudiants). Nous les avons interrogés sur leurs habitudes de consommation, sur leur attrait pour notre idée de web app, ainsi que sur leurs expériences passées par rapport à ce type d’offres.

Il en est ressorti que 96% utiliseraient probablement ou très probablement un site comme Dealicious (voir Annexe p23). Parmi les sondés, 80% seraient prêts à créer un compte sur notre site. 96% d’entre eux seraient prêts à partager des informations personnelles avec nous, dont la moitié seulement “sous certaines conditions”.

56% des sondés souhaiteraient découvrir des offres et cadeaux qu'ils ne connaissaient pas, et 36% souhaitent simplement voir tous types d'offres. Ainsi, nous allons devoir nous concentrer sur l'agrégation du maximum d'offres possibles, et d'entretenir une veille des offres, pour pousser les utilisateurs à revenir.

Analyse de l'offre et concurrence



Le principal acteur du marché est Dealabs, qui génère un trafic de 1 600 000 utilisateurs par mois. Selon HypeAuditor, le compte X de Dealabs a connu une croissance fulgurante, passant de 150 000 abonnés en janvier 2023 à 725 000 en janvier 2025. Leur portée est énorme, et l'engagement modéré, grâce à une équipe de communication performante et une communauté solide. En 2020, Dealabs a affiché un chiffre d'affaires de 6,5 millions d'euros, dont 70% provenait de l'affiliation.

Parmi les autres concurrents moins directs, nous trouvons les réseaux sociaux, des plateformes similaires à Dealabs comme Radins.com, Anti-crise, Offres à saisir, du couponing (Coupons network), ou encore le cashback avec iGraal et autres codes de réduction.

Analyse Stratégique & Positionnement

La création d'un site de bons plans pour anniversaires se montre prometteuse dans l'environnement actuel (voir PESTEL en annexe), avec de fortes perspectives économiques et technologiques. Cependant, il est très important de respecter les règles de protection des données personnelles, et d'anticiper d'éventuelles évolutions législatives pour se conformer aux normes.

Éléments différenciants du projet

Contrairement à des plateformes comme Dealabs qui répertorient des offres globales, notre solution se concentre exclusivement sur les bons plans d'anniversaire. Cette spécialisation permet de répondre à un besoin précis et de cibler une période clé de consommation : le jour de l'anniversaire. En outre, cela différencie clairement notre projet de la concurrence, qui n'exploite que très peu ce secteur spécifique.

La faiblesse de cette spécialisation, c'est le risque que chaque personne n'utilise l'application qu'un jour ou une semaine par an. Notre plateforme reposant sur des valeurs de convivialité, d'entraide et de partage, nous avons mis en place un "espace proches" dans lequel les utilisateurs peuvent renseigner la date de leurs parents, leurs enfants, amis, conjoint, etc...

Modèle 100 % en ligne : La plateforme fonctionne exclusivement sur Internet, ce qui permet de réduire considérablement les coûts fixes (notamment liés aux locaux physiques) tout en assurant une accessibilité nationale.

Scalabilité et couverture nationale : Tous les utilisateurs, peu importe leur localisation, bénéficient des mêmes offres, favorisant ainsi une croissance rapide et organique. Cependant, certaines offres sont disponibles uniquement localement, d'où la nécessité de collecter la localisation des utilisateurs.

Un marché peu exploité : Le secteur des bons plans pour anniversaires reste peu structuré à grande échelle, offrant une opportunité unique de se positionner comme un acteur majeur.

Partenariats stratégiques : Collaboration avec des marques spécialisées (cadeaux, loisirs, événements, restaurants) pour :

1. Renforcer la crédibilité de la plateforme.
2. Proposer des offres exclusives non disponibles ailleurs.
3. Créer des synergies avec des entreprises adaptées aux événements d'anniversaire.

Optimisation mobile : La plateforme est conçue en priorité pour le mobile, afin de capter l'attention des jeunes générations, qui utilisent majoritairement leurs smartphones pour découvrir et réserver des expériences.

Engagement des utilisateurs :

- Newsletter automatisée : Envoi automatique d'offres personnalisées basées sur :
 - La date d'anniversaire de l'utilisateur et de ses proches.
 - Les tendances actuelles et préférences individuelles.
 - Un objectif de fidélisation et d'engagement sur le long terme.

Stratégie Marketing

Stratégie Marketing pour la Plateforme de Bons Plans Anniversaire

1. Objectifs

- Accroître la notoriété et générer du trafic.
- Attirer et fidéliser les utilisateurs avec une expérience engageante.
- Monétiser via l’affiliation, la publicité et les abonnements premium.

2. Produit – Une Plateforme Optimisée

- Site web et appli mobile intuitifs.
- Système communautaire : avis et partage des bons plans.
- Offres personnalisées et notifications pour maximiser l’engagement.
- Espace dédié aux marques pour promouvoir leurs offres.

3. Monétisation – Modèle Gratuit et Rentable

- Gratuit pour les utilisateurs.
- Revenus via l’affiliation, la publicité et la vente de données anonymisées.
- Abonnement premium pour offres exclusives et alertes anticipées.

4. Distribution – Présence Multicanale

- Accessible via site web et application mobile.
- Forte présence sur les réseaux sociaux et groupes communautaires.
- SEO et campagnes publicitaires pour maximiser la visibilité.

5. Acquisition & Promotion

- Collaboration avec influenceurs “bons plans”.
- SEO/SEA pour un référencement optimisé.
- Programme de parrainage et marketing viral.
- Contenu engageant sur les réseaux et blog.

Planning

Mois	Objectifs principaux	actions clés	résultat attendu
08/24	Validation du concept et structuration	<ul style="list-style-type: none"> - Finalisation du business plan - Création d'un prototype de la plateforme - Dépôt du nom de domaine et premières démarches administratives 	<ul style="list-style-type: none"> - Prototype fonctionnel - Business plan finalisé - Nom de domaine réservé
09/24	Développement technique et tests	<ul style="list-style-type: none"> - Développement du site et de la web app - Tests UX/UI avec un premier groupe d'utilisateurs - Création de contenu initial (listes d'offres, partenaires potentiels) 	<ul style="list-style-type: none"> - Version alpha de la plateforme - Retour utilisateur pour itérations - Contenu de base disponible
10/24	Acquisition des premiers utilisateurs et partenariats	<ul style="list-style-type: none"> - Stratégie d'acquisition via réseaux sociaux - Contact avec les premières marques partenaires - Campagne de communication (teasers, influenceurs, pré-inscriptions) 	<ul style="list-style-type: none"> - Premiers utilisateurs inscrits - Marques partenaires engagées - Communauté active sur les réseaux
11/24	Lancement bêta et itération	<ul style="list-style-type: none"> - Lancement de la version bêta avec un groupe restreint - Collecte de feedback et ajustements - Campagne d'emailing et SEO 	<ul style="list-style-type: none"> - Ajustements basés sur le feedback - Amélioration de l'expérience utilisateur - Augmentation du trafic et engagement
12/24	Préparation du lancement officiel	<ul style="list-style-type: none"> - Finalisation de la version stable - Stratégie marketing renforcée (influenceurs, publicités ciblées) - Tests finaux et correction des bugs 	<ul style="list-style-type: none"> - Plateforme stable et prête au lancement - Engagement fort des utilisateurs - Liste de marques partenaires élargie
01/25	Lancement officiel et suivi	<ul style="list-style-type: none"> - Campagnes publicitaires massives - Suivi des KPIs et ajustements stratégiques 	<ul style="list-style-type: none"> - Forte croissance des utilisateurs - Premières sources de revenus activées - Stratégie d'évolution et d'expansion définie

Budget

A. Budget

Développement & Salaires : Développement interne + salaires (4 pers., 6 mois) = 42 384 €

Coûts Techniques : Hébergement, domaine, SSL, API, outils = ≈290 €

Communication & Publicité : Publicités, relations presse, emailing & SMS = ≈8 500 €

Coûts Matériels : Logiciels et matériel = ≈3 180 €

Budget Global : ≈54 564 € – 54 654 €

(Voir Annexe 1 pour le détail)

B. Stratégies de Financement

Autofinancement : 5 000 € par personne → Total 20 000 €

(Avantage : indépendance ; Inconvénient : risque personnel)

Subventions & Aides : Possibilités via BPI France, prêt d'honneur, aides R&D, JEI/CIR/CII → Potentiel de 20 000 à 50 000 €

Prêts Bancaires/Prêt d'Honneur : 20 000 à 50 000 € sur 3 à 7 ans (avec apport d'environ 20 %)

Combinaison Idéale : Subventions (30–50 k€) + Autofinancement (20 k€) → Total ≈ 70 000 €

C. Modèle de Monétisation & Seuil de Rentabilité

Sources de Revenus :

Publicités & Partenariats (bannières AdSense, sponsorisées) :

1 500–5 000 €/mois

Affiliation (commissions sur ventes, ex. Sephora) :

1 000–3 000 €/mois

Abonnement Premium (Freemium, offres exclusives sans pub) :

1 500–3 000 €/mois

Vente de Leads & Data (insights utilisateurs) :

1 000–2 000 €/mois

Marketplace d'Offres d'Anniversaire (tarification pour mise en avant) : 1 000–2 000 €/mois

Seuil de Rentabilité :

Budget mensuel à couvrir : ~10 084 €

Objectif réaliste : Rentabilité dès 100 000 visiteurs uniques/mois, soutenus par 5 partenariats publicitaires et 200 abonnés premium

D. Stratégie d'Acquisition de Trafic

SEO & Contenu Evergreen :

Optimisation technique et rédactionnelle (mots-clés longue traîne, blog, backlinks)

Objectif : ~40 000 visiteurs/mois

Publicité Payante :

Campagnes ciblées via Google Ads, Facebook, Instagram, TikTok

Objectif : ~30 000 visiteurs/mois

Partenariats & Affiliation :

Collaborations avec influenceurs, blogueurs, sites spécialisés

Objectif : ~15 000 visiteurs/mois

Réseaux Sociaux & Contenu Viral :

Publications quotidiennes, concours, jeux sur Instagram, TikTok, Facebook

Objectif : ~10 000 visiteurs/mois

Actions Complémentaires :

- E-mailing et notifications push pour fidélisation
- Suivi des performances via Google Analytics

Mesurer les progrès

1. Acquisition & Trafic

- Nombre d'inscriptions : Combien d'utilisateurs s'inscrivent sur la plateforme.
- Taux de conversion : Pourcentage de visiteurs qui s'inscrivent ou interagissent avec une offre.
- Coût d'acquisition client (CAC) : Coût moyen pour obtenir un nouvel utilisateur via la publicité ou le marketing.
- Sources de trafic : Canaux d'acquisition les plus performants (SEO, réseaux sociaux, publicités...).

2. Engagement & Rétention

- Taux d'utilisation mobile : Pourcentage d'utilisateurs accédant via smartphone (puisque c'est un axe clé du projet).
- Taux de partage d'offres : Nombre d'offres partagées par les utilisateurs (réseaux sociaux, bouche-à-oreille).
- Taux de clics sur les offres : Indicateur du niveau d'intérêt des utilisateurs.
- Taux de rétention : Pourcentage d'utilisateurs qui reviennent utiliser la plateforme après une première visite.
- Interactions par utilisateur : Nombre moyen d'actions effectuées (clics, partages, réservations...).

3. Partenariats & Offres

- Nombre de partenariats conclus : Suivi de la croissance du réseau de partenaires (restaurants, événements, loisirs).
- Taux de conversion des offres partenaires : Pourcentage d'utilisateurs utilisant une offre spécifique.
- Valeur des offres exclusives : Attractivité des promotions obtenues grâce aux partenariats.

4. Performance & Monétisation

- Taux de réservation via la plateforme : Nombre de réservations effectuées directement depuis l'interface.
- Revenu moyen par utilisateur (ARPU) : Gains générés par chaque utilisateur inscrit.
- Taux d'ouverture de la newsletter : Indicateur clé de l'efficacité de la newsletter automatisée.
- Retour sur investissement (ROI) des campagnes marketing : Rentabilité des actions publicitaires et des promotions.

Conclusion

Ce projet nous a permis de créer un projet entrepreneurial digital qui nous correspondait. Nous avons dû penser à chaque étape du projet, de la conception jusqu'à la finalisation. Nous avons fait face à plusieurs défis, comme la cohésion d'équipe, la création d'un business model solide reposant sur des chiffres théoriques proches de la réalité, en se projetant grâce à de longues recherches.

Nous avons vu, au cours de ce projet, l'importance dans l'entrepreneuriat de savoir travailler en équipe, et de bien s'entourer. Chaque membre du groupe a pu apporter son propre savoir et ses propres compétences pour faire avancer le groupe dans la bonne direction. Nous pensons que c'est l'une des clés d'un projet entrepreneurial.

Annexes

PESTEL

Politique

- Dans la plupart des pays développés, la stabilité politique est forte, avec des législations qui soutiennent l'innovation technologique et le commerce en ligne.
- Des tensions politiques pourraient affecter les réglementations de la vie privée en ligne, la fiscalité numérique ou encore la protection des consommateurs. La mise en place de lois plus strictes pour les plateformes numériques pourrait influencer ce secteur.
- Dans de nombreux pays, le régime est démocratique, avec des politiques qui soutiennent l'entrepreneuriat et le développement de nouvelles plateformes numériques.
- Certains pays imposent des taxes spécifiques aux transactions numériques et services en ligne. La fiscalité pourrait influencer les coûts d'exploitation, notamment en fonction de l'emplacement de l'entreprise et des clients.

Économique

- La conjoncture varie d'un pays à l'autre, mais de nombreux marchés sont favorables aux plateformes de e-commerce et aux services de bons plans en ligne, avec une demande croissante pour des solutions économiques.
- Le taux de chômage influence le pouvoir d'achat et pourrait affecter la demande pour des offres d'anniversaire. Dans une conjoncture difficile, les gens pourraient être davantage enclins à chercher des bons plans.
- Une part croissante du revenu des ménages est souvent dédiée aux loisirs et aux expériences. Le concept de bons plans pour anniversaires s'adresse bien aux segments soucieux de réduire leurs dépenses.
- La tendance est à l'augmentation de la consommation numérique, et les utilisateurs tendent à rechercher de plus en plus de services pratiques et économiques, ce qui est favorable pour un site de bons plans.

Social

- La célébration des anniversaires est une pratique universelle, ce qui représente un avantage pour une plateforme internationale. La culture des cadeaux, de la fête et des économies est très présente, en particulier chez les jeunes générations.
- Le niveau d'éducation élevé des utilisateurs du web favorise la recherche de bons plans et de sites spécialisés. Le public cible peut être vaste, incluant des jeunes adultes et des familles.
- Les jeunes générations, qui utilisent massivement Internet, sont une cible idéale. Les familles et les parents, qui recherchent des bons plans pour célébrer les anniversaires des enfants, pourraient aussi être intéressés.
- Le e-commerce et l'achat de bons plans en ligne sont en forte croissance. Les consommateurs sont aussi sensibles aux prix et cherchent des services adaptés à leurs besoins spécifiques.

Technologique

- La réalité augmentée (pour des expériences personnalisées), l'intelligence artificielle (pour recommander des offres adaptées) et les applications mobiles pourraient améliorer l'expérience client.
- Les nouvelles technologies sont fréquentes dans le secteur digital. Pour se différencier, il pourrait être intéressant d'utiliser des technologies d'automatisation pour personnaliser les offres.
- L'e-commerce, le marketing digital et les technologies mobiles sont directement concernés. Les innovations dans ces secteurs permettent d'offrir une expérience utilisateur plus riche et une gestion optimisée des bons plans.

Écologique

- Les consommateurs sont de plus en plus sensibles aux questions environnementales. Un site de bons plans pour anniversaires pourrait inclure des offres écoresponsables (cadeaux durables, événements éthiques, etc.).
- Encourager les partenariats avec des marques qui utilisent des matériaux recyclés ou des offres respectueuses de l'environnement pourrait attirer des clients soucieux de leur empreinte écologique.
- La promotion de cadeaux et de célébrations durables (réduction des déchets, emballages recyclables, etc.) serait bien accueillie, en particulier auprès des consommateurs conscients de l'impact environnemental.

Légal

- La législation sur la protection des données est cruciale pour un site web. En Europe, par exemple, le RGPD impose des règles strictes pour la collecte de données personnelles. Les lois sur la publicité et la transparence des promotions doivent aussi être respectées.
- Les lois de protection des consommateurs en ligne pourraient se durcir, et les entreprises doivent être prêtes à se conformer aux nouvelles réglementations sur la vie privée, la transparence des prix, et la sécurité des paiements en ligne.
- Les pouvoirs publics peuvent soutenir indirectement ce type de plateforme via des incitations fiscales pour les startups ou des programmes de soutien aux entreprises technologiques.
- Des associations de protection des consommateurs peuvent influencer le marché, en exigeant davantage de transparence et de qualité. Collaborer avec des associations de commerçants et des groupes professionnels du secteur des événements peut aussi faciliter l'accès à de meilleures offres.

SWOT

FORCES

- Offre proposée trop peu exploitée par les autres plateformes (ex Dealabs : au 7 nov, 3 zoos et 1 offre Buffalo Grill seulement parmi les centaines de posts)
- Pas de locaux à payer (online 100%)
- Offres à échelle nationale
- Valeurs de la réalisation d'économie, de partage, de convivialité, d'entraide, de fête (anniversaire)

FAIBLESSES

- UNE seule visite par an pour chaque utilisateur (sauf si on incite à utiliser l'application pour partager les offres à ses amis le jour de leur anniversaire, soit 6 utilisations/an par utilisateur (pour 5 amis))
- Dealabs trop connu, besoin de s'en démarquer pour attirer
- Difficulté à trouver des données claires sur le marché, puisque c'est assez peu exploité

- Possibilités de partenariat
- Problèmes économiques actuels, donc plus d'intérêt par la population pour les offres promotionnelles

OPPORTUNITÉS

- Législation sur la data à respecter

MENACES



"Digital mum"

DESCRIPTION

Nom : Angela Lopez
Sexe : Femme
Habitation : Lens (Haut-de-France)
Âge : 35 ans, enfants de 8 et 10 ans
Métier : Infirmière

Je fais très attention au prix des produits que j'achète, et je suis très sensible aux réductions dont je peux bénéficier. Pour faire plaisir à mes enfants, je consacre une grande partie de mon budget pour eux et leur offre d'importants cadeaux pour Noël et leurs anniversaires.

FRUSTRATIONS

- Ne pas pouvoir offrir tout ce qu'elle voudrait à ses enfants
- Ne pas avoir suffisamment de moyens pour la combler elle-même autant que ses enfants

MOTIVATIONS

- Cherche des bons plans et à économiser de l'argent
- Aime se faire plaisir mais est soucieuse du prix
- Satisfaction de ses enfants avant tout

COMMUNICATION

- Réseaux sociaux, marketing de contenu : principalement Facebook (réseau utilisé par 76% des millennials, *Statista*)
- Emailing à l'approche de son anniversaire, ainsi que de ses enfants et proches



"Étudiant"

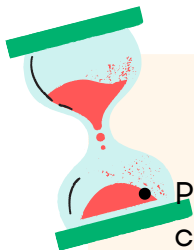
DESCRIPTION

Nom : Kévin Durand
Sexe : Homme
Habitation : Alentours de Paris
Âge : 20 ans
Occupation : Étudiant

Je suis en études supérieures sur Paris, dans la couronne de Paris. Je travaille le week-end pour subvenir à mes besoins. Je cherche à faire des économies sur tous types d'achats. J'utilise les réseaux sociaux pour se divertir et communiquer avec ses proches.



FRUSTRATIONS



- Pas pouvoir faire de cadeaux à ses proches
- Ne peut pas s'offrir ce qu'il veut, y compris aux dates importantes

MOTIVATIONS

- Cherche des bons plans et à économiser de l'argent
- Extrêmement soucieux de faire des économies pour pouvoir terminer le mois

COMMUNICATION

- Réseaux sociaux (Tik Tok, Instagram), marketing de contenu, avec un compte personnel d'entreprise ainsi que des partenariats avec des influenceurs bon plan comme FatouMalina ou AmelBonPlan)
- Emailing à l'approche des dates d'anniversaire d'eux ou leur proche



**Voir le résultat
de notre sondage**



Annexes - Budget

Scénario 1 – Bonne performance

Encaissements	Mois 1	Mois 2	Mois 3	Mois 4	Mois 5	Mois 6	Total sur 6 mois
Financement							
• Apport personnel	20 000€	0€	0€	0€	0€	0€	20 000€
• Prêt d'honneur	50 000€	0€	0€	0€	0€	0€	50 000€
Revenus d'exploitation							
• Publicités & Partenariats	2 500€	2 500€	2 500€	2 500€	2 500€	2 500€	15 000€
• Affiliation	3 500€	3 500€	3 500€	3 500€	3 500€	3 500€	21 000€
• Abonnements Premium	800€	800€	800€	800€	800€	800€	4 800€
Total Revenus d'exploitation	6 800€	6 800€	6 800€	6 800€	6 800€	6 800€	40 800€
Total Encaissements (Financement + Exploitation)	20 000 + 50 000 + 6 800 = 76 800€	6 800€	6 800€	6 800€	6 800€	6 800€	110 800€

Période	Mois 1	Mois 2	Mois 3	Mois 4	Mois 5	Mois 6
Encaissements cumulés	76 800€	76 800€ + 6 800€ = 83 600€	83 600€ + 6 800€ = 90 400€	90 400€ + 6 800€ = 97 200€	97 200€ + 6 800€ = 104 000€	104 000€ + 6 800€ = 110 800€
Décaissements cumulés	12 427€	12 427€ + 9 427€ = 21 854€	21 854€ + 9 427€ = 31 281€	31 281€ + 9 427€ = 40 708€	40 708€ + 9 427€ = 50 135€	50 135€ + 9 427€ = 59 562€
Trésorerie (solde)	76 800 - 12 427 = 64 373€	83 600 - 21 854 = 61 746€	90 400 - 31 281 = 59 119€	97 200 - 40 708 = 56 492€	104 000 - 50 135 = 53 865€	110 800 - 59 562 = 51 238€

Période	Mois 1	Mois 2	Mois 3	Mois 4	Mois 5	Mois 6
Encaissements cumulés	76 800€	76 800€ + 6 800€ = 83 600€	83 600€ + 6 800€ = 90 400€	90 400€ + 6 800€ = 97 200€	97 200€ + 6 800€ = 104 000€	104 000€ + 6 800€ = 110 800€
Décaissements cumulés	12 427€	12 427€ + 9 427€ = 21 854€	21 854€ + 9 427€ = 31 281€	31 281€ + 9 427€ = 40 708€	40 708€ + 9 427€ = 50 135€	50 135€ + 9 427€ = 59 562€
Trésorerie (solde)	76 800 - 12 427 = 64 373€	83 600 - 21 854 = 61 746€	90 400 - 31 281 = 59 119€	97 200 - 40 708 = 56 492€	104 000 - 50 135 = 53 865€	110 800 - 59 562 = 51 238€

Annexes - Budget

Scénario 2 - Performance moyenne

Encaissements	Mois 1	Mois 2	Mois 3	Mois 4	Mois 5	Mois 6	Total sur 6 mois
Financement							
• Apport personnel	20 000€	0€	0€	0€	0€	0€	20 000€
• Prêt d'honneur	50 000€	0€	0€	0€	0€	0€	50 000€
Revenus d'exploitation							
• Publicités & Partenariats	1 500€	1 500€	1 500€	1 500€	1 500€	1 500€	9 000€
• Affiliation	1 800€	1 800€	1 800€	1 800€	1 800€	1 800€	10 800€
• Abonnements Premium	700€	700€	700€	700€	700€	700€	4 200€
Total Revenus d'exploitation	4 000€	4 000€	4 000€	4 000€	4 000€	4 000€	24 000€
Total Encaissements	20 000 + 50 000 + 4 000 = 74 000€	4 000€	4 000€	4 000€	4 000€	4 000€	94 000€

Décaissements	Mois 1	Mois 2	Mois 3	Mois 4	Mois 5	Mois 6	Total sur 6 mois
Salaires	7 064€	7 064€	7 064€	7 064€	7 064€	7 064€	42 384€
Coûts techniques & hébergement	83€	83€	83€	83€	83€	83€	500€
Communication & publicité	1 417€	1 417€	1 417€	1 417€	1 417€	1 417€	8 500€
Coûts matériels	3 030€	30€	30€	30€	30€	30€	3 180€
Remboursement prêt d'honneur	833€	833€	833€	833€	833€	833€	5 000€
Total Décaissements	12 427€	9 427€	9 427€	9 427€	9 427€	9 427€	59 562€

Période	Mois 1	Mois 2	Mois 3	Mois 4	Mois 5	Mois 6
Encaissements cumulés	74 000€	74 000€ + 4 000€ = 78 000€	78 000€ + 4 000€ = 82 000€	82 000€ + 4 000€ = 86 000€	86 000€ + 4 000€ = 90 000€	90 000€ + 4 000€ = 94 000€
Décaissements cumulés	12 427€	12 427€ + 9 427€ = 21 854€	21 854€ + 9 427€ = 31 281€	31 281€ + 9 427€ = 40 708€	40 708€ + 9 427€ = 50 135€	50 135€ + 9 427€ = 59 562€
Trésorerie (solde)	74 000 - 12 427 = 61 573€	78 000 - 21 854 = 56 146€	82 000 - 31 281 = 50 719€	86 000 - 40 708 = 45 292€	90 000 - 50 135 = 39 865€	94 000 - 59 562 = 34 438€

Annexes - Budget

Scénario 3 – Mauvaise performance

Encaissements	Mois 1	Mois 2	Mois 3	Mois 4	Mois 5	Mois 6	Total sur 6 mois
Financement							
• Apport personnel	20 000€	0€	0€	0€	0€	0€	20 000€
• Prêt d'honneur	50 000€	0€	0€	0€	0€	0€	50 000€
Revenus d'exploitation							
• Publicités & Partenariats	300€	300€	300€	300€	300€	300€	1 800€
• Affiliation	400€	400€	400€	400€	400€	400€	2 400€
• Abonnements Premium	300€	300€	300€	300€	300€	300€	1 800€
Total Revenus d'exploitation	1 000€	1 000€	1 000€	1 000€	1 000€	1 000€	6 000€
Total Encaissements	20 000 + 50 000 + 1 000 = 71 000€	1 000€	1 000€	1 000€	1 000€	1 000€	76 000€

Décaissements	Mois 1	Mois 2	Mois 3	Mois 4	Mois 5	Mois 6	Total sur 6 mois
Salaires	7 064€	7 064€	7 064€	7 064€	7 064€	7 064€	42 384€
Coûts techniques & hébergement	83€	83€	83€	83€	83€	83€	500€
Communication & publicité	1 417€	1 417€	1 417€	1 417€	1 417€	1 417€	8 500€
Coûts matériels	3 030€	30€	30€	30€	30€	30€	3 180€
Remboursement prêt d'honneur	833€	833€	833€	833€	833€	833€	5 000€
Total Décaissements	12 427€	9 427€	9 427€	9 427€	9 427€	9 427€	59 562€

Période	Mois 1	Mois 2	Mois 3	Mois 4	Mois 5	Mois 6
Encaissements cumulés	71 000€	71 000€ + 1 000€ = 72 000€	72 000€ + 1 000€ = 73 000€	73 000€ + 1 000€ = 74 000€	74 000€ + 1 000€ = 75 000€	75 000€ + 1 000€ = 76 000€
Décaissements cumulés	12 427€	12 427€ + 9 427€ = 21 854€	21 854€ + 9 427€ = 31 281€	31 281€ + 9 427€ = 40 708€	40 708€ + 9 427€ = 50 135€	50 135€ + 9 427€ = 59 562€
Trésorerie (solde)	71 000 - 12 427 = 58 573€	72 000 - 21 854 = 50 146€	73 000 - 31 281 = 41 719€	74 000 - 40 708 = 33 292€	75 000 - 50 135 = 24 865€	76 000 - 59 562 = 16 438€

Sitographie

- <https://fr.semrush.com/website/dealabs.com/overview/>
- <https://fr.statista.com/infographie/26076/part-utilisateurs-reseaux-sociaux-en-france-selon-generations-tranches-ages/>
- <https://www.tiktok.com/@fatoumalina>, <https://www.tiktok.com/@amelbonplan>, <https://www.tiktok.com/@picassiete>
- <https://region-aura.latribune.fr/strategie/marketing-communication/2022-11-25/crise-du-pouvoir-d-achat-dealabs-s-attend-a-un-black-friday-aussi-attractif-que-l-an-dernier-941952.html#:~:text=réalise%20plus%20de%2020%25>
- <https://www.qss.org/dealabs-economies-grace-partage-bons-plans/#:~:text=La%20majorité%20de%20ce%20montant%2C%20soit%2070%20%25%2C>
- <https://trends.google.fr/trends/explore?date=today%205-y&geo=FR&q=promotion,réduction,cadeau,anniversaire&hl=fr> (et autres fonctionnalités Trends)
- <https://www.storegrowers.com/google-ads-benchmarks/>
- <https://app.neilpatel.com/fr/ubersuggest/overview/?ai-keyword=anniversaire&keyword=anniversaire&lang=fr&loclid=2250&mode=keyword>