

SOLUTION: **Mobile Marketing Platform (PUBSHARE)**

NOUVEAU PRODUIT [X] MODIFICATION [] REVUE ANNUELLE []	DATE D'APPROBATION [01/12/2018]	DATE PROCHAINE REVUE [19/08/19]	DATE DERNIERE APPROBATION [N/A]
---	---	---------------------------------------	---------------------------------------

OBJECTIF DU PRODUIT : Facilite la transmission des contenus multimédia sur le mobile et avec suivi de performance des campagnes marketing multimédia

MARCHE CIBLE :

Le produit est destiné à aux entreprises de notre marché cible dans les segments d'activité qui suivent :

- Grande Distribution
- Finance et Assurances
- Communication Electronique
- Transport et Tourisme

CARACTERISTIQUES DU PRODUIT :

Le SMS enrichi fonctionne uniquement en mode push et contient les éléments suivants :

- L'annonce : c'est le message accrocheur qui suscitera l'envi de cliquer sur le lien pour regarder le spot publicitaire
- Lien du spot publicitaire : C'est le lien qui permettra aux mobinautes d'accéder à la publicité de l'entreprise

Cette plateforme supporte les fonctionnalités ci-après :

- Génération des codes de récompenses d'une campagne en fonction des besoins de l'annonceur avec possibilité d'envoyer le code seulement lorsque le mobinaute à visualiser l'annonce.
- Décompte du nombre de caractère du message au fur et à mesure qu'on saisisse permettant ainsi de contrôler le crédit SMS
- Suivi des statistique de performance par campagne (nombre de vue, nombre de click, nombre de récompense attribué, taux de récompense utilisé) sur une période donnée et par campagne
- Page d'atterrissage : C'est la page qui permet à chaque annonceur (entreprise) de mieux d'écrire son activité et de présenter les éléments de sa charte graphique aux mobinautes.

La création d'une campagne ne nécessite pas les compétences techniques et se fait en quelques clics.

Caractéristiques des fichiers :

La plateforme supporte trois types de fichier qui sont :

- Images
- Vidéo
- Audio

Extensions des fichiers supportées : mp3, mp4, m4a, wma, 3g2, 3gp, flv, avi, mov, mpg, vob, wmv, mkv, jpg, jpeg, gif, ico

Taille maximale d'un fichier : 10 Mo pour les images/vidéo/audio et 1 Mo pour le logo

PARCOURS CLIENTS:

Définition des acteurs



- Finance: Facture le produit au partenaire
- Compte admin: C'est le compte géré par la direction technique qui permet de créer les partenaires
- Partenaire: C'est le client de LMT
- Mobinaute: c'est le client du partenaire
- Commercial: Assure le contact avec les clients et réalise les demos au cas échéant

Parcours client

- **Prise de contact:** Le commercial entre en relation avec le partenaire ou alors le partenaire entre en contact par tout autres points de contact (site web, 8060, Email, réseaux sociaux).
- **Devis:** En fonction des besoins du client, le commercial propose au client un devis estimatif de la campagne avec les KPI de mesure du ROI
- **Souscription:** En fonction des négociations obtenues avec le partenaire, le commercial initie le processus de creation de compte décrit ci-contre

PROCESSUS DE CREATION DE COMPTE

La création d'un compte client se fait par la technique sur la base des documents fournis par le commercial. Ces documents varient selon que le client soit une personne morale ou une personne physique :

Personne morale

- Registre de commerce ;
- Patente
- Carte de contribuable ;
- CNI du gérant ;
- Plan de localisation de l'entreprise.
- Formulaire de souscription, bon de commande ou contrat ;
- Reçu de paiement (bordereau de versement dans le compte LMT, chèque ou virement)
- Prix de vente
- Option de tarification avec les éléments de tarification qui scie avec l'option choisie. Voir rubrique Tarification ci-dessous

Personne physique

- CNI ;
- Plan de localisation ;
- Formulaire de souscription aux produits ;
- Reçu de paiement (bordereau de versement dans le compte LMT, chèque ou virement).
- Prix de vente
- Option de tarification avec les éléments de tarification qui scie avec l'option choisie. Voir rubrique Tarification ci-dessous

Une fois la documentation complète, le commercial recueille les différentes signatures (chef d'agence ou responsable commerciale, comptabilité, technique), et transfère le dossier physique (par mail pour les commerciaux hors de Yaoundé) à la technique pour création du compte.

Une fois le compte créé, la technique envoie au commercial les paramètres du compte pour transmission au client utilisateur.

FORMATION

Le commercial est chargé de former le partenaire à l'utilisation de la plateforme et à l'exploitation des statistiques

TARIFICATION

Le commercial et le partenaire se mettent d'accord sur la forme du partenariat suivant l'une des options ci-après :



- Le partenaire supporte entièrement les frais de sa campagne de mobile marketing
- LMT supporte les frais de la campagne et se fait payer sur les pourcentages des ventes. NB ce mode de partenariat est valable si et seulement si le partenaire vise à récompenser ses clients avec une réduction

Option 1 : Le partenaire supporte entièrement les frais de la campagne. Le commercial doit demander au partenaire les éléments ci-après :

- Période d'hébergement du spot publicitaire (image, vidéo, audio)
- Nombre d'audience à adresser (diffusion de l'annonce)
- Récompense au cas échéant

Option 2 : LMT supporte les frais de la campagne et se fait payer sur les pourcentages de ventes. Le commercial doit vérifier les prérequis suivants :

- La plateforme de Marketing mobile doit être interconnectée par API à sa plateforme de vente (CRM ou autre)
- Le partenaire a prévu les taux de réduction basés sur le modèle de coupon (code de réduction) à communiquer à chaque client qui souhaiterait bénéficier de la réduction

GRILLE TARIFAIRE

- Option 1 : Le partenaire supporte sa campagne

Audience Ciblée	0 - 10 000	10 001 - 50 000	50 001 - 100 000	100 001 - 500 000	Plus de 500 000
Coût Audience (FCFA)	21	19	17	15	12.5
Durée D'exposition	2 mois		3 mois		4 mois

- Option 2 : LMT prendra un pourcentage sur les ventes. Une étude doit préalable être évalué afin de proposer au partenaire un pourcentage qui sera profitable que la grille ci-dessus.

REPORTING

Le commercial doit assister le partenaire dans l'exploitation des rapports et si possible l'aider à analyser le ROI de ses campagnes.

- **EXCEPTIONS** : DG Valide les exceptions

REVUE DE CONTRAT :

Dans le cadre des contrats renouvelable, le commercial doit s'assurer de la reconduction dudit contrat 3 mois avant la fin de son échéance

PROCESSUS DE PAIEMENT ET RECOUVREMENT

Le paiement se fera en cash (versement dans le compte), par chèque ou virement en faveur de LMT GROUP 30 jours après livraison de la solution si bon de commande, 90 jours si contrat.

En cas d'impayés, le commercial se charge du recouvrement.

Un premier courrier de relance sera envoyé au client par le commercial 7 jours après le délai de paiement qui lui était imparti, sans réaction du client après deux semaines, un autre courrier de rappel lui sera encore envoyé avec accusé de réception du premier courrier en PJ. Si toujours pas de réaction du client après deux semaines, le dossier sera confié au service juridique pour suite.

Un état mensuel d'impayés sera fourni à la direction générale et au chef du département commercial et marketing par la comptabilité.

Les dossiers litigieux seront confiés au service juridique en interne ou en externe.

APPROBATION:

SALES MANAGER :

TREASURY:

PRODUCT MANAGER:

OPS/TECH:

LEGAL:

DEPUTY GENERAL MANAGER

CHIEF EXECUTIVE:

