



**GET OUT !**

# Problèmes

De nombreux **petits organisateurs de soirée** peinent à promouvoir leurs événements.

Comment **se démarquer** dans ce marché hautement concurrentiel qu'est le monde de la nuit parisienne ?



Face au nombre important de soirées accessibles en région parisienne,

comment choisir où aller en étant sûre que l'ambiance sera à la hauteur de nos espérances ?

# Solution

**Get Out!** est une application gratuite ayant deux fonctions majeures.

- 1 Trouver la soirée qui me correspond le mieux
- 2 Promouvoir une soirée (petits organisateurs, collectif, entreprise privée, particulier...)

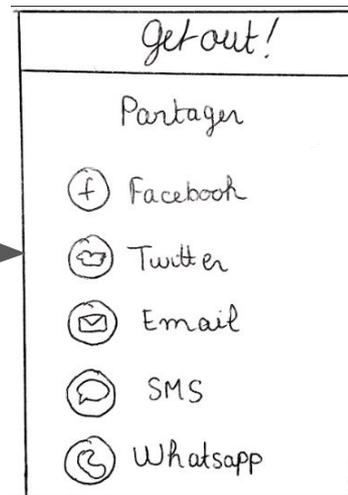
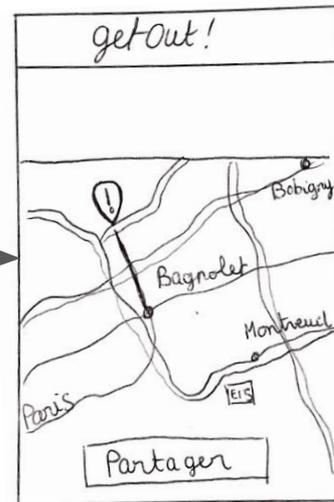
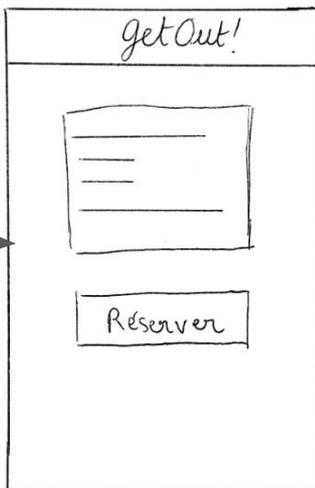
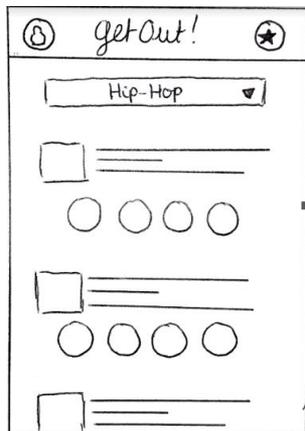
# **Value Proposition**

**GET OUT !**

*L'assurance de réussir sa soirée !*

# Le Produit

## Côté Utilisateur



**FILTRE /  
CONTENU RS**

**APERÇU**

**BILLETTERIE**

**ITINÉRAIRE**

**PARTAGE**

# Le Produit

Côté Organisateurs de soirée



# Segmentation de la cible

On distingue 3 segments d'utilisateurs.

## B2C

**1 Les fêtards** : Les jeunes qui aiment sortir la nuit ( étudiants / 18-25 ans / peu d'obligations)

**2 Les occasionnels** : Les jeunes qui aimeraient sortir la nuit mais qui ne le font pas encore  
(freins : Nouveau en ville, étrangers, personne pour les accompagner...)

## B2B

**1 Les organisateurs** : Les créateurs d'évènements nocturne (Collectifs, associations, entreprise privé..)

**2 Les prestataires** : billetterie , vidéoprojecteur , sono

# Le Produit

## Segments

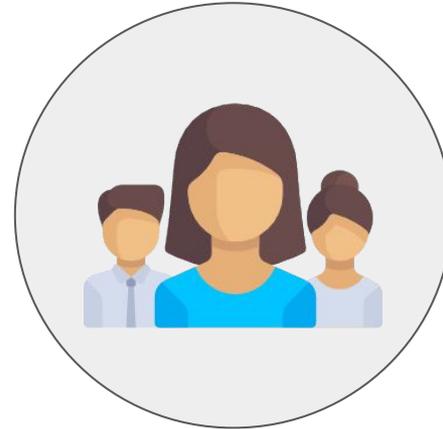
Segment 1



**B2B :**

Organisateur de  
soirées / événements  
nocturnes

Segment 2



**B2C :**

Etudiants, jeunes  
adultes, Fêtards 18-25  
ans

## **B2C**

### **ÉVA : La teufeuse**

**ÂGE :** 21 ans

**MÉTIER :** Etudiante en Droit

**SON NIVEAU DE VIE :** Moyen

**DOMICILE :** Paris 11

#### **BIO :**

ÉVA est étudiante qui sort environ tous les weekends pour décompresser. Malgré une vie étudiante assez prenante, Eva est une jeune femme très sociable qui aime le monde de la nuit.

#### **Motivations :**

Planifier ses weekends.

Elle est à la recherche de “bons plans” (jeux concours)

#### **Besoins :**

Jauger l'atmosphère d'une soiré.

#### **Frustrations :**

Se rendre dans une soirée qui n'a pas d'ambiance  
Budget limité

**Réseaux sociaux :**



#### **Personnalité :**

- Sociable
- Extravertie
- Connectée



*“J'en ai assez de galérer pour trouver une bonne soirée ”*

## **B2C**

### **LUCAS : Le nouveau parisien**

ÂGE : 26 ans

MÉTIER : Informaticien

SON NIVEAU DE VIE : Moyen

DOMICILE : Paris 14

### **BIO :**

Lucas vient d'emménager à Paris. Il ne sort pas beaucoup car il ne sais pas où aller et n'a pas de cercle social en ville. Il a besoin de repérer des endroits qui lui plaise, avec une communauté qui lui ressemble.

### **Motivations :**

Rencontrer du beau monde

Trouver un endroit qui lui plait vraiment

### **Besoin**

Avoir une liste organisé des soirées à Paris.

Avoir un aperçu des soirées qui l'intéresse.

Interagir avec d'autres personnes

### **Frustration**

Il se sent seul

Réseaux sociaux :   

### **Personnalité :**

- Introverti
- Curieux
- 

***“Je viens d'emménager à Paris et je souhaite faire de nouvelles rencontres”***



## **B2B**

### **Sébastien : Le promoteur**

ÂGE : 35 ans

MÉTIER : Organisateur de soirées  
hip hop

SON NIVEAU DE VIE : CSP +

DOMICILE : Sevran

#### **BIO :**

Il a créé son collectif il y a 2 ans, sans vraiment réussir à se faire connaître. Aujourd'hui **StreetStyle** a besoin de nos services pour promouvoir ses événements.

#### **Motivations :**

Que ses événements aient plus de visibilité  
Économiser de l'argent sur (matériel/services..)

#### **Besoin**

Être mis en contact avec des influenceurs  
Être mis en avant sur nos plateformes  
(appli-site internet)  
Bénéficier des Push Notification

#### **Frustration**

Trop de concurrence dans le marché  
Difficile de fidéliser la clientèle.  
Risque de ne pas rentabiliser ses événements

Réseaux sociaux :   

#### **Personnalité :**

- Extraverti
- Curieux
- entreprenant



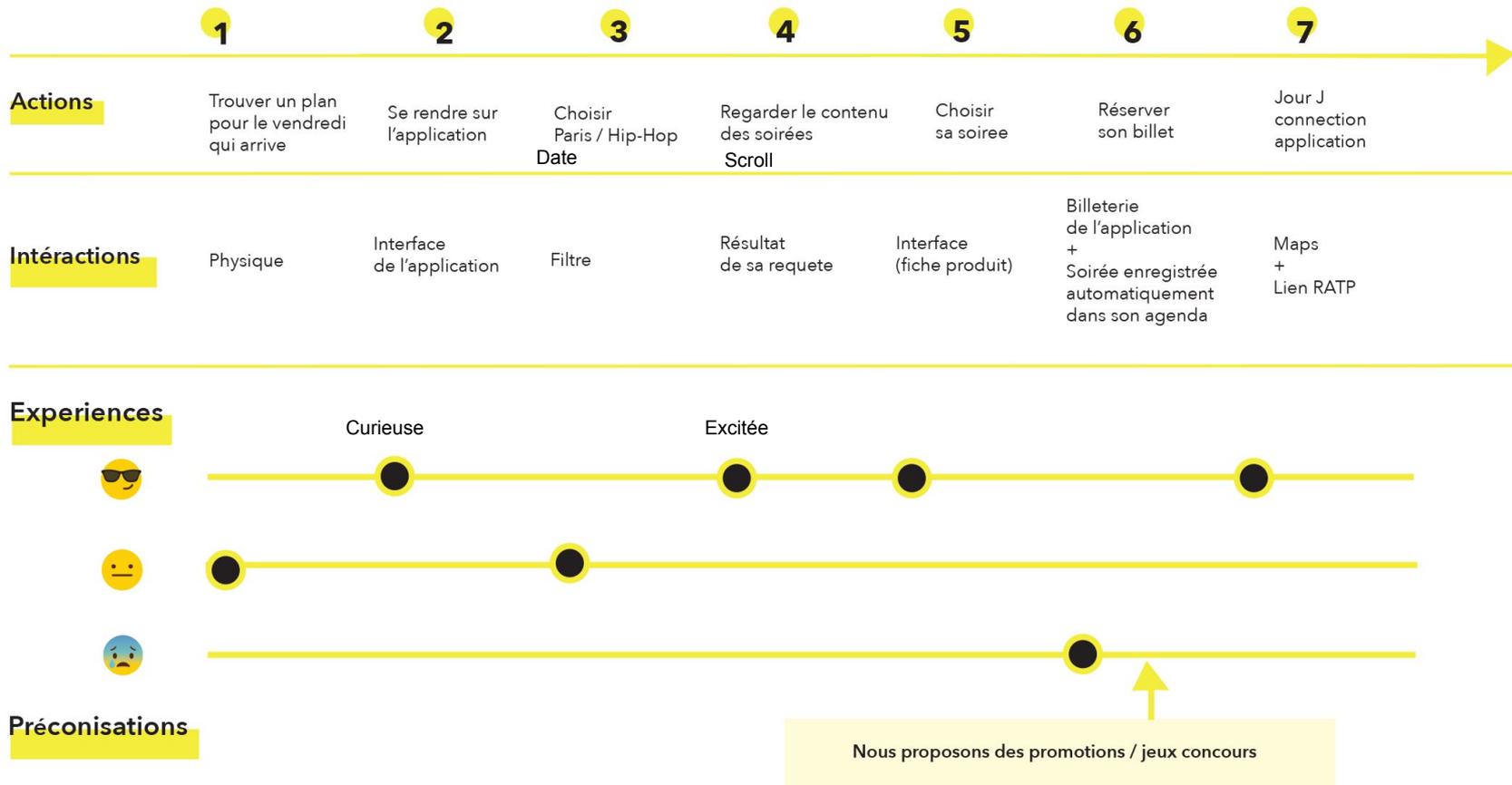
***“Je cherche une plateforme simple et efficace pour promouvoir mes événements”***

# CUSTOMER JOURNEY

## Les étapes

ÉVA : La teufeuse

“ Ses amis lui demandent de trouver un plan pour vendredi ”



## B2B

### Alice : La débutante

ÂGE : 25 ans

MÉTIER : étudiante en école de commerce

SON NIVEAU DE VIE : CSP +

DOMICILE : Montreuil

### BIO :

Alice vient de créer son collectif avec quelques amis. Pour sa première soirée, Alice a besoin du soutien d'un partenaire fort pour lui apporter de la visibilité et des avantages commerciaux.

### Motivations :

Avoir un bon lancement pour son collectif

### Besoin

Obtenir de la visibilité

Bénéficiaire de réduction auprès de fournisseurs

Bénéficiaire d'un service de billetterie

### Frustration

génère de l'ambiance

continuer à faire vivre son évènement

Réseaux sociaux :



### Personnalité :

Ambitieuse

Déterminé

Passionné

*“J'aimerais que ma première soirée soit réussie. C'est un facteur déterminant pour la survie de mon collectif”*



# Le Produit

## Principales fonctionnalités (MosCow)

### MUST HAVE

MO

- Listing des soirées / Rechercher et filtrer les soirées
- Voir la soirée via les storys et hashtags Instagram / Twitter

### SHOULD HAVE

S

- Billetterie (affiliation)
- Playlist du DJ (ex: lien vers son SoundCloud)
- Nom de la musique lorsqu'elle passe pendant la soirée

### COULD HAVE

CO

- Fil de discussion pour chaque événement

### WON'T HAVE

W

- Commander les boissons via l'application grâce à un QR code

# Le Produit

Notre offre B2B: Pour les organisateurs

## Gratuit

- Mise en avant de l'évènement sur nos canaux de promotion: RS - Application - Site Internet
- Récupération de l'Hashtag et de la localisation de l'évènement grâce à un API

## Premium

- Vente de Push Notification personnalisés en fonction des profils et de leur localisation



- Mise en avant des événements grâce à nos réseau d'influenceurs :  
Jeux concours



# Le Produit

## Hypothèses

Comment gérer les annulations de soirées

> **Interview**

Les organisateurs utilisent-t-ils le cash de la billetterie pour financer leur événement ou réalisent-ils un emprunt

> **Recherche**

Y'aurait il y a des personne intéressées par fil d'actualité / propre à une soirée

> **Interview / Sondage / Prototype**

# Le Marché



En France

**6 500**

établissements de nuit



~ **2 milliards d'€**

de chiffre d'affaires



à Paris

**360** événements sont  
organisés chaque nuit dont

**100** concerts

“ L’Ile-de-France est le terrain d’une **nouvelle génération de fêtards**. En club, dans les parcs ou bien dans des endroits insolites comme les **usines désaffectées**, les soirées se développent et l’**offre musicale** s’est largement diversifiée ”

# Le Marché

**59%** des étudiants vont en soirées



**Parmi les 18-24 ans**

**36%** sortent **1** fois par semaine

**39%** **2** à **3** fois par semaine



**50%** des français voudraient sortir d'avantage

**Plus de 35%** n'ont pas suffisamment de proches pour les accompagner dans leurs sorties

# Diagramme d'alignement

Trouver une soirée	Se rendre à la soirée	Pendant la soirée	Après la soirée
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Connaître les futures soirées</li> <li>• Classer les soirée par critère (type de musique / lieu / distance ...etc)</li> <li>• Obtenir un descriptif de chaque soirées (DJ / artistes / prix des conso /organiseurs / lieu)</li> <li>• Connaître l'ambiance de la soirée ou des précédente soirée dans le lieu / par le collectif / avec cette artiste ....</li> <li>• Acheter une entrée en prévente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Connaître l'adresse de la soirée</li> <li>• Avoir ma prévente à disposition</li> <li>• Connaître l'itinéraire pour me rendre à ma soirée</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Connaître la musique joué par le DJ ou l'artiste ..etc</li> <li>• Pouvoir commander un verre sans faire la queue au bar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Garder une trace du déroulement de la soirée</li> <li>• Retrouver une soirée du même style (ou pas !)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Afficher la liste des soirées d'une date précise</li> <li>• Filtrer les soirées par : Style de musique / Type de Lieu / Distance / Organisateur / Prix</li> <li>• Page explicative de chaque soirée</li> <li>• Redirection vers la billetterie partenaire (digitick ou autre)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mise a disposition de l'adresse sur la page explicative de l'évènement.</li> <li>• Redirection vers google maps / Uber / transilien ...etc</li> <li>• Rubrique «mes soirées» contenant toutes mes préventes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nom des musique donner en temps réel sur l'appli</li> <li>• Commande via l'application</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mise à disposition de la timeline de la soirée</li> <li>• Suggestion personnalisé de soirée du même genre / organiser par les même personnes / avec les même artistes ...</li> </ul>

# Le Marché Benchmark



The screenshot shows the homepage of 'Sortir à Paris'. At the top, there is a search bar with the text 'Rechercher sur le site' and a magnifying glass icon. To the right of the search bar are social media icons for Facebook, Twitter, Google+, Instagram, Pinterest, and SoundCloud. Below the search bar is a 'Recevez nos bons plans' section with an email input field and an 'OK' button. The main navigation bar includes categories: FOOD & DRINK, CULTURE, LOISIRS, SOIRÉES & BARS, FAMILLE, BONS PLANS, and NEWS. Below this, there are sub-categories: NUITS PARISIENNES and BARS. The main content area features several articles, including 'RÉVEILLON DU NOUVEL AN 2019 À PARIS, LES SOIRÉES' with a photo of a party, 'TOP 10 NUITS PARISIENNES' with a list of numbers 1-7, and 'TOUT LE LUXE PARIS COMMUNIQUEZ sur Sortir à Paris' with a photo of a person on a rooftop pool. A 'MON AGENDA SUR-MESURE' button is visible on the left side.

NOS DERNIERS ARTICLES



AGENDA

Événements : 🔍 📍 📅 👤 **RECHERCHER** 🔍

🕒 Quand ?

**AUJOURD'HUI** **DEMAIN** **CE WEEK-END** **LE WEEK-END PROCHAIN**

Du vendredi 21 décembre 2018

Au vendredi 21 décembre 2018

🔍 Quoi ?

Recherche

**EXPOSITION** **MUSÉE** **RESTAURANT** **BAR** **SALON DE THÉ** **FAMILLE**

**SPECTACLE** **SORTIR** **SOIRÉE** **BON PLAN**

📍 Où ?

Limiter la zone de recherche

Près de moi

📅 Combien ?

# Le Marché Benchmark

*Too Sweet*

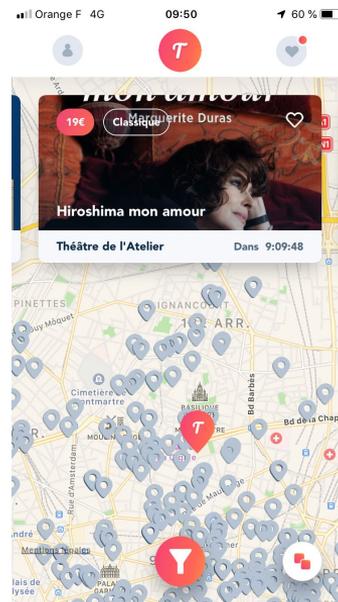
LA, MAINTENANT, TOUT D' SUITE.



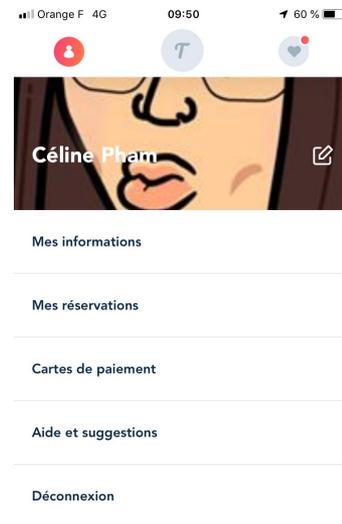
Page d'accueil comme sur  
Tinder, swipe à gauche si  
l'événement ne nous intéresse  
pas, swipe à droite pour ajouter  
aux favoris



Filtre : Bons plans, spectacles,  
apéro, etc..



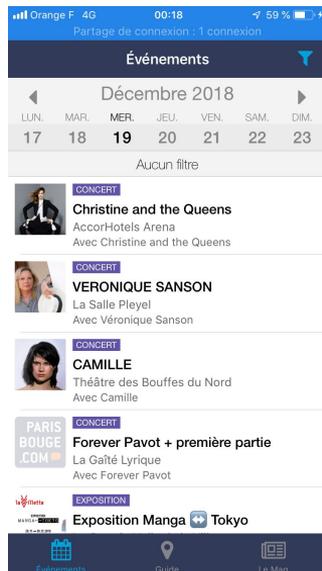
Trouver sa soirée à l'aide de la  
géolocalisation



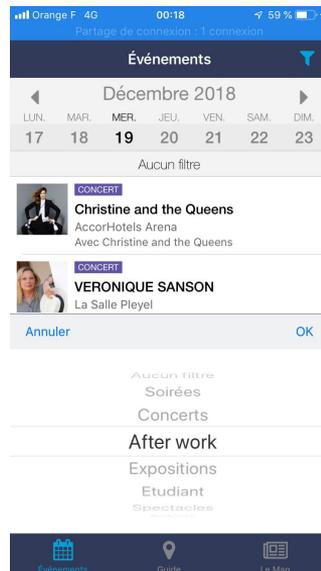
Espace personnel  
Possibilité de réserver quelques  
événements -> renvoi direct sur  
la page billetterie

*Too Sweet*

# Le Marché Benchmark



Page d'accueil où on a tous les événements de la journée

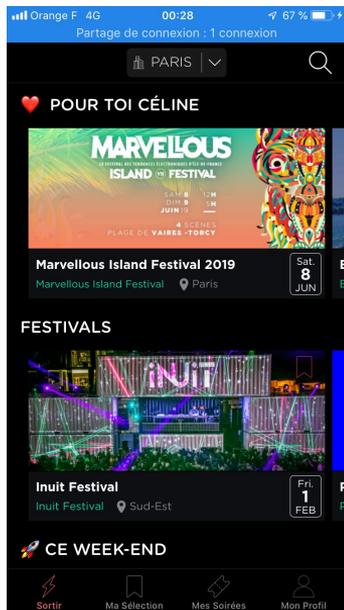


Possibilité de filtrer les événements seulement par catégorie

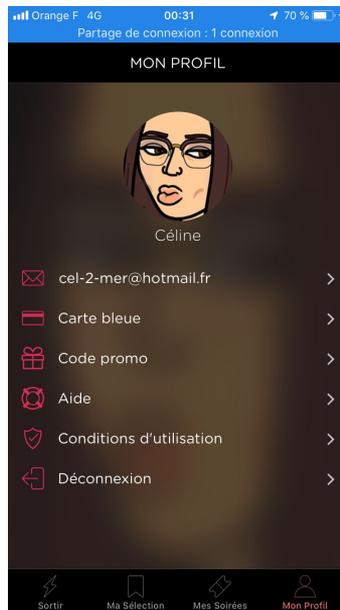


Rechercher les événements par géolocalisation

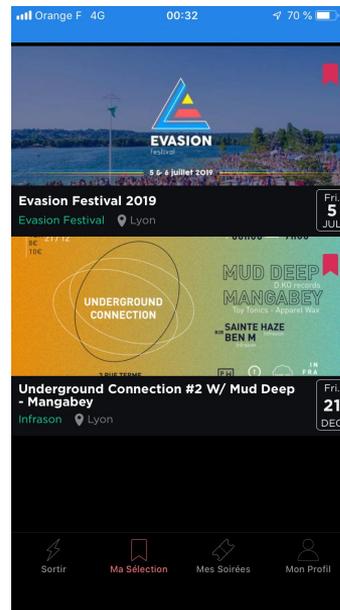
# Le Marché Benchmark



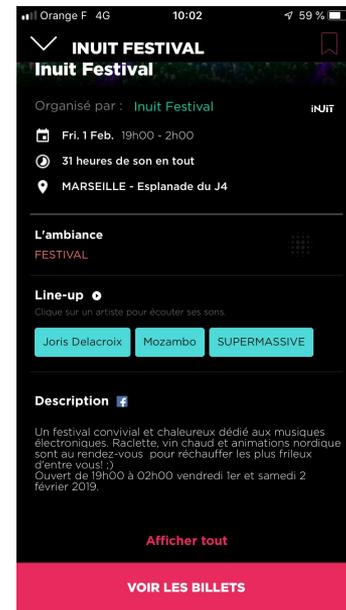
Accueil



Espace personnel  
Onglet code promo



Ma Sélection



Possibilité d'acheter  
les billets  
directement via  
l'application

# Le Marché

## Benchmark

	Filterer les soirées / Listing	Billetterie	Fil de discussion	Espace personnel	Mes favoris	Offres / réductions	Review / espace commentaire
	✓			✓			✓
	✓			✓	✓	✓	
	✓						
		✓		✓	✓	✓	

## The Business Model Canvas

Designed for:

GET OUT!

Designed by:

On: dd/mm/yyyy

Iteration # 1

<p><b>Key Partners</b> <small>Quels sont les partenaires de l'entreprise (logistique, fabrication, distribution, R&amp;D, etc.)</small></p> <p><b>Equipe projet + Promoteurs de soirées</b></p> <p><b>Les billetteries en ligne</b></p> <p><b>Influenceurs</b></p> <p><b>Facebook instagram Twitter</b></p>	<p><b>Key Activities</b> <small>Quelles activités devez vous réaliser au quotidien pour faire vivre votre entreprise (R&amp;D, marketing, force de vente, etc.)</small></p> <p><b>Communication sur les events</b></p> <p><b>Vente de billet via les billetterie partenaire</b></p>	<p><b>2</b></p> <p><b>Value Propositions</b> <small>quelles sont les propositions de valeurs pour chaque segment</small></p> <p><b>B2B :</b> Vivre l'ambiance de la soirée avant d'y être</p> <p><b>B2C :</b> <b>Démarquez vous de vos concurrents grâce à nos offre de communication s premium</b></p>	<p><b>Customer Relationships</b> <small>quels sont les moyens et modalités de relations que vous avez avec vos clients (blog, RS, événementiel, etc.)</small></p> <p><b>Réseaux sociaux</b> Présence sur les événements (Pourquoi pas un blog ?)</p>	<p><b>1</b></p> <p><b>Customer Segments</b> <small>quels sont les différents segments de clientèle.</small></p> <p><b>B2C :</b> Etudiants, jeunes adultes, Fêtards 18-25 ans</p> <p><b>B2B :</b> Organisateur de soirées / événements nocturnes</p>
<p><b>Cost Structure</b> <small>Quels sont les structures de coût du projet (structuré entrepreneuriale : masse salariale, bureau, matériel, licence) marketing/com, fabrication, achat produits, etc.</small></p> <p><b>Coût principaux :</b> Développement de l'appli / Locaux / community manager. La billetterie ne nous coûte rien car géré par d'autre prestataire.</p>		<p><b>Revenue Streams</b> <small>Quels sont les flux de revenu vente produit, abonnement, affiliation, valorisation de la BDD, etc.</small></p> <p>Commission sur la billetterie Vente de prestation publicitaire</p>		



**Get out.**

**GET  
OUT!**

