

Charte de Cadrage Stratégique ECU — Phase 1

Statut : brouillon de travail à valider en Comité de lancement (Direction + Product + Commercial + Communication).

Champs marqués [À COMPLÉTER] : éléments qui nécessitent une décision ou une donnée chiffrée de votre part avant validation finale.

1. Vision produit

Énoncé de vision (à affiner ensemble)

"Permettre à chaque personne au Bénin de reprendre le contrôle de ses finances quotidiennes (cash, mobile money, épargne informelle) grâce à un accompagnement simple et concret, pas juste un outil de suivi passif."

- **Problème résolu** : la majorité des habitants gèrent leur argent de façon éclatée (cash, Mobile Money, tontine) sans vision d'ensemble ni accompagnement pour progresser.
- **Différenciation** : contrairement à un simple "expense tracker", l'app conseille activement (contenus, aide à la décision, alertes intelligentes) et colle aux usages réels locaux (mobile money, tontine).
- **Ambition à 12-18 mois [À COMPLÉTER]** : ex. devenir l'application de référence pour la gestion financière personnelle au Bénin, avec X utilisateurs actifs.

2. Marché cible

Marché prioritaire

- **Pays de lancement** : Bénin.
- **Opérateurs mobile money à couvrir en priorité** : MTN MoMo, Moov Money, Celtiis Cash (à confirmer/compléter si d'autres acteurs sont pertinents) [À COMPLÉTER].
- **Devise** : Franc CFA (XOF).

Segments d'utilisateurs prioritaires (basés sur des personas)

Persona	Priorité de ciblage au lancement	Justification
Amina (novice)	Haute	Volume potentiel le plus large, correspond au besoin de pédagogie financière encore peu adressé au Bénin

Persona	Priorité de ciblage au lancement	Justification
Kevin (régulier)	Haute	Cible naturelle du freemium — déjà sensibilisé à la gestion de budget, plus rapide à convertir en payant
Sarah (avertie)	Moyenne	Segment plus restreint mais à forte valeur (conversion premium plus probable) — pas prioritaire au lancement (V4-V5 dans le plan de releases)

Taille de marché / opportunité [À COMPLÉTER]

- Estimation du nombre d'utilisateurs de mobile money au Bénin, taux de bancarisation, taux de pénétration smartphone (données à documenter pour argumenter le potentiel auprès de la Direction/investisseurs éventuels).

3. Modèle économique — Freemium

Structure envisagée (à valider avec Commercial)

Niveau	Contenu	Prix
Gratuit	Comptes illimités, saisie manuelle, budget de base, épargne libre, contenus éducatifs de base	0 FCFA
Premium	[À COMPLÉTER — à définir avec Commercial]. Pistes à évaluer : rapports avancés/export, patrimoine & crédits, coach financier personnalisé (US-EDU-04/05/06), suppression de publicité si applicable	[À COMPLÉTER] FCFA/mois ou /an

Questions à trancher avec le Référent Commercial avant validation

- Le palier premium est-il **mensuel**, **annuel**, ou **à vie** (paiement unique) ? Le paiement unique est souvent mieux accepté dans un contexte où la carte bancaire est peu répandue.
- Le moyen de paiement de l'abonnement premium lui-même : mobile money (USSD/API), carte, ou les deux ?
- Existe-t-il un potentiel de **partenariat B2B2C** avec un opérateur mobile money béninois (MTN, Moov) pour une distribution ou une intégration future ? Cette option n'est pas retenue pour le lancement V1 mais peut être une piste à documenter pour la revue trimestrielle.

Priorité : Should définir la grille tarifaire précise **avant la fin de la Phase 2 (Discovery)**, car elle influence certains choix UX (ex. comment présenter les fonctionnalités premium sans frustrer l'utilisateur gratuit).

4. Contraintes du projet

Contraintes d'équipe

- Équipe déjà en place : Dev/Infra, Communication, Commercial, Direction : cadrage réalisé **avant le démarrage du développement**, ce qui est la situation idéale pour appliquer le process décrit précédemment sans dette de cadrage à rattraper.

Contraintes de délai

- [À COMPLÉTER] — aucune deadline claire n'a encore été fixée. Recommandation : fixer un objectif de **lancement bêta fermée à 3-4 mois** (fin V1 MVP selon le plan de releases), pour rester dans une logique de mise sur le marché rapide sans sacrifier la qualité. À valider en Comité de lancement.

Contraintes budgétaires

- [À COMPLÉTER] — montant du budget disponible (développement, infra/hébergement, marketing de lancement). Ce chiffre conditionne la taille de l'équipe dev mobilisable par sprint et donc la vélocité réelle du plan de releases V1-V6.

Contraintes réglementaires / conformité

- La V1 utilise une **saisie manuelle uniquement** (pas de connexion directe aux comptes bancaires/mobile money), ce qui limite fortement l'exposition réglementaire par rapport à un agrégateur bancaire classique.
- Néanmoins, l'application **stocke des données financières personnelles** (montants, soldes, habitudes de dépense) : à vérifier la conformité avec les règles de protection des données personnelles en vigueur au Bénin, notamment sur l'hébergement des données et le consentement utilisateur.
- Si un partenariat mobile money ou bancaire est envisagé plus tard, prévoir un point de conformité spécifique à ce moment-là (pas bloquant pour la V1).

Contraintes techniques (remontées à anticiper avec Dev/Infra)

- Connectivité et coût de la data : prévoir un **mode d'usage low-data** (app légère, peu d'images/vidéos lourdes, contenus éducatifs optimisés).
- Support multi-devices : prioriser Android en premier lieu (parc majoritaire en Afrique de l'Ouest), iOS en secondaire [À CONFIRMER avec Dev].

- Hébergement : évaluer un hébergement avec latence correcte pour l'Afrique de l'Ouest (ex. data center régional ou CDN adapté) [À COMPLÉTER avec Infra].

5. Objectifs & KPIs (North Star + KPIs secondaires)

Puisque plusieurs dimensions comptent, voici une structure en **North Star Metric** (l'indicateur qui résume le mieux la valeur délivrée) + **KPIs secondaires** (qui l'alimentent et se suivent en parallèle).

North Star Metric proposée

Nombre d'utilisateurs actifs hebdomadaires ayant saisi au moins 3 transactions dans la semaine.
(Ce choix reflète à la fois l'adoption ET l'engagement réel : un simple téléchargement ne suffit pas, ce qui compte est l'usage régulier qui prouve que l'app s'intègre dans les habitudes quotidiennes.)

KPIs secondaires à suivre en parallèle

KPI	Ce qu'il mesure	Objectif indicatif à 6 mois [À COMPLÉTER]
Téléchargements / créations de compte	Acquisition	ex. X installations
Taux de complétion de l'onboarding	Friction à l'entrée	> 70 %
Rétention à J7 / J30	Fidélisation	ex. > 30 % à J30
Taux de conversion vers premium	Modèle économique	ex. 3-5 % des utilisateurs actifs
Partenariats mobile money/banques en discussion	Potentiel de distribution	ex. 1-2 discussions engagées

Recommandation : ne pas figer de chiffres cibles définitifs avant d'avoir au moins un premier mois de données réelles post-lancement bêta, fixez des objectifs directionnels pour l'instant, à affiner en Phase 5 (boucle d'amélioration continue).

6. Jalons macro (calendrier indicatif)

Jalon	Contenu	Échéance indicative [À AJUSTER]
Fin Phase 1 — Cadrage	Cette charte validée en Comité de lancement	
Fin Phase 2 — Discovery	Maquettes validées, backlog V1 priorisé, architecture technique définie	
Fin V1 (MVP)	Version bêta fermée testable (30-100 utilisateurs)	
Lancement public V1	Ouverture au Bénin en rolling release	
V2 (Épargne/Budget)	Disponible	
V3 (Éducation/Accompagnement)	Disponible — moment clé pour mesurer l'impact sur la rétention	
Revue stratégique trimestrielle #1	Bilan KPIs, décision roadmap V4+	

7. Décisions à valider (checklist)

- Vision produit validée par la Direction
- Grille tarifaire premium définie avec le Référent Commercial
- Budget global du projet confirmé
- Deadline V1/bêta confirmée
- Point de conformité données personnelles Bénin vérifié (juridique)
- Choix Android-first confirmé avec Dev/Infra
- North Star Metric et KPIs secondaires validés par toute l'équipe