



Easyllabus

Ecoute, apprends, réussis.

—

Business Plan

DESCRIPTION PROJET :

Proposition de valeur :

Easyllabus propose des podcasts audios basés sur les meilleures notes de cours, résumés et synthèses du supérieur.

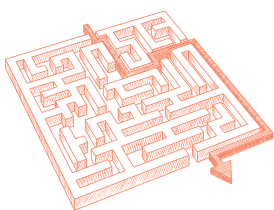
Principes fondateurs :



Rétention d'informations : Plusieurs études ont démontré que l'on retient 10% de ce qu'on lit alors que l'on retient 20% à 30% de ce qu'on entend. Easyllabus pourrait donc doubler voire tripler la capacité d'assimilation des étudiants



Transportabilité : Que l'étudiant soit dans les transports en commun, à la bibliothèque ou en train de faire la vaisselle, il pourra écouter ses cours partout et tout le temps. C'est une particularité fortement mise en avant par nos utilisateurs.



Vulgarisation : Nos podcasts sont basés sur des documents condensés et allant à l'essentiel autrement dit, ce que l'étudiant recherche. C'est d'ailleurs un principe que nous garderons pour les nouveaux podcasts que nous voulons proposer à l'avenir.

PROBLÈMES NON RÉSOLUS :



Taux d'échec élevé
dans le supérieur



Retard digital dans
l'enseignement



Confirmation avec
Covid

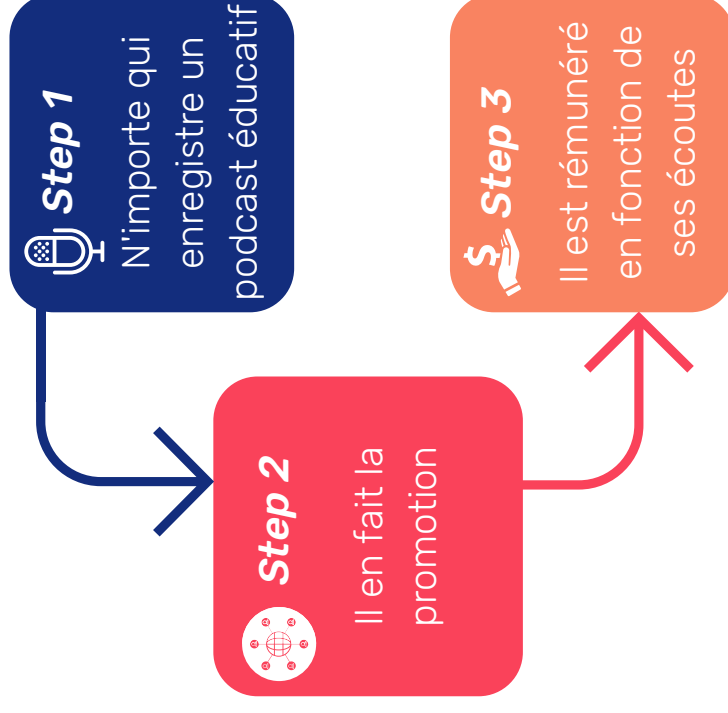
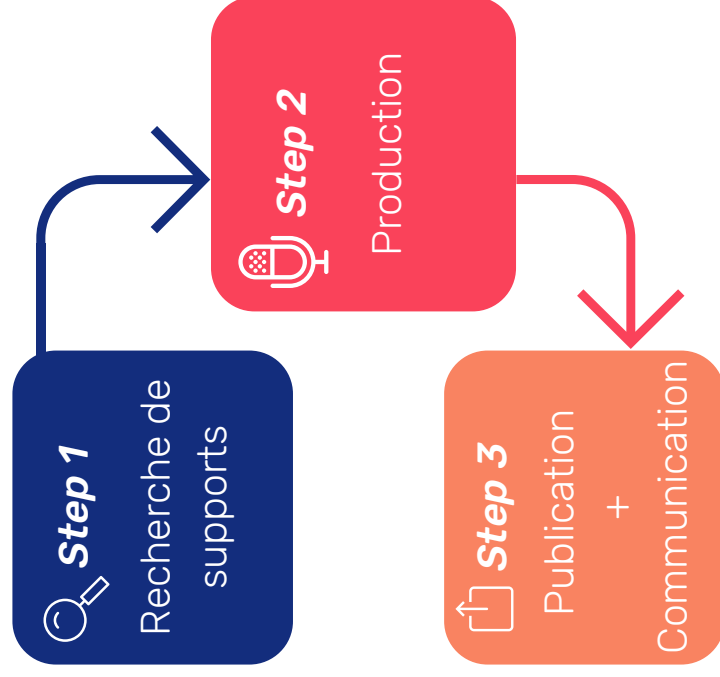


Pas de moyens
d'apprentissage adaptés
à toutes les mémoires

PROCESS :

PODCASTS PRODUITS PAR EASYLLABUS

PODCASTS NATIFS



"Devenir le Youtube des podcasts audio académiques, pas l'équivalent d'un Youtuber qui fait des podcasts"

GÉNÈSE DU PROJET ET MILESTONES:



Juin
2016

Tout commença en Erasmus à Bologne. J'avais des centaines de pages à étudier. Je me dis que si j'avais ces pages en formats audio, j'assimilerais la matière peut-être plus rapidement et en plus grande quantité.

Je m'enregistre et réussis mes examens grâce à cela.



Septembre
2018

J'intègre le Startlab de l'ICHEC avec la ferme intention de déterminer si cette idée a du potentiel et surtout un marché.

J'effectue une étude de marché approfondie en interrogeant notamment plusieurs centaines de personnes (étudiants, professeurs, avocats, concurrents)

Je commence les tests.



Juin
2019

J'enregistre des podcasts pour plusieurs cours/ années / écoles différentes et les poste sur SoundCloud, Spotify et Apple Podcast. Le but étant de réellement déterminer si les étudiants sont intéressés par cette manière d'apprendre.

Résultat : 4.500 écoutes mensuelles, des centaines d'auditeurs réguliers et des dizaines de feedbacks positifs.



Janvier -
Mars 2020

Création de la société *Easyllabus* SRL

Fraîchement diplômé, je crée la société et lève 25.000 € dans la foulée grâce à la confiance du fond Digital Attraxion qui croit au projet. Le but est donc de valider la traction.

Bilan 3 mois après l'intensification de la production :



Juin
2020

- 45.000 écoutes mensuelles et + de 5000 auditeurs réguliers
- 400 podcasts produits dans 6 écoles / universités différentes
- 3 mois de suite dans le top 20 des podcasts éducatifs les plus écoutés sur Spotify en Belgique
- Des centaines de feedbacks positifs d'utilisateurs

LE MARCHÉ:

Selon l'ARES (Académie de Recherche et d'Enseignement Supérieur), l'enseignement supérieur en Fédération Wallonie-Bruxelles compte 210 000 étudiants.

En outre, d'après les derniers chiffres de la ministre flamande de l'Enseignement, Hilde Crevits (CD&V), 240 000 étudiants se seraient inscrits ou suivent un programme d'études supérieures.

En additionnant ces deux nombres on obtient un total de 450 000 étudiants du supérieur en Belgique.

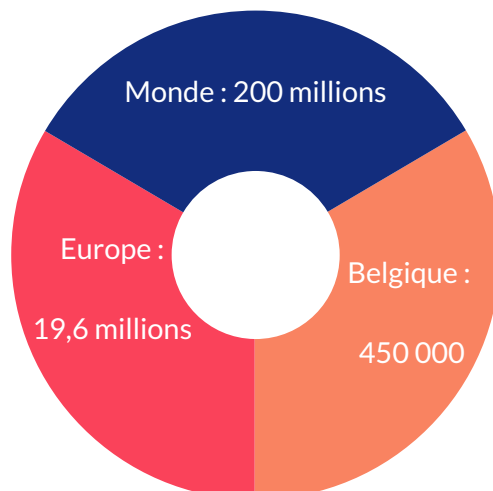
Internationalisation :

En effet, notre concept de podcasts est exportable partout dans le monde, il suffit de trouver des personnes capables de produire des podcasts dans la langue du pays ciblé. C'est d'ailleurs un de nos objectifs à moyen terme.

Au niveau européen, selon Eurostat et les derniers recensements en 2016, l'europe comptait 19,6 millions d'étudiants dans l'enseignement supérieur.

Au niveau mondial les estimations évaluent le nombre d'étudiants du supérieur à 200 millions

Le marché du podcast audio est en plein essor. A titre indicatif, Spotify vient de racheter deux plateformes de podcasts (Gimlet et Anchor) pour un montant de 450 millions de dollars.



MISSION, VISION ET OBJECTIFS :



Mission :

Maximiser les chances de réussites des étudiants en leurs proposant une manière alternative d'étude.

Vision:



Être la plateforme de podcasts audio éducatifs référence en Europe. Développer les podcasts natifs et l'automatisation.

Que n'importe quel étudiant puisse uploader un podcast dans lequel il explique un cours auquel il a assisté ou un point de matière spécifique.

Objectifs :



300K
écoutes par
mois



50K
utilisateurs
actifs



MIN. 75%
de taux de
monétisation

TÉMOIGNAGES ET UTILISATEURS :



Témoignages :



Ceci est un exemple parmi des centaines de feedbacks reçus par nos utilisateurs. Le concept de podcasts basés sur des synthèses à directement pris auprès des étudiants d'universités différentes. De plus, notre **coût d'acquisition** est quasiment nul car nous utilisons les groupes facebook étudiant pour toucher directement notre cible, le bouche-à-oreille faisant le reste du travail. Nous avons d'ailleurs créé un groupe Facebook pour centraliser au maximum notre communauté. Ce groupe compte à l'heure actuelle 2700 membres.

TEAM :



Cariat Antoine
-
Fondateur

- EPHEC (École pratique des hautes études commerciales)
Bachelier en commerce extérieur
- ICHEC (Institut catholique des hautes études commerciales)
Master en sciences commerciales

Profil :

Passionné d'entrepreneuriat, jeune diplômé, je connais les comportements d'études actuels. Je suis bien décidé à révolutionner la façon d'apprendre des étudiants. Easyllabus est la solution qui m'aurait fait gagner un temps énorme quand j'étais étudiant et mon but est donc de permettre aux étudiants actuels de performer aux examens.

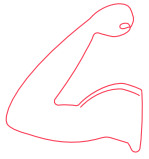


Team
Easyllabus

Team de 12 réciteurs recrutés pour leurs **capacités à faire vivre un texte**. Ils sont responsables de l'ensemble de la production à l'heure actuelle.

Le but est d'agrandir drastiquement cette équipe afin d'augmenter notre capacité de production. Nous misons sur la performance de l'humain par rapport aux logiciels. Nous sommes persuadés que rien ne remplacera l'intonation, et le talent oratoire d'un humain.

SWOT :



Strenghts :

Notre plus grande force est sans conteste notre **connaissance du marché** et de nos **utilisateurs**. Nous connaissons les besoins spécifiques des étudiants et mettons un point d'honneur à la recherche de feedbacks. C'est probablement ce qui ferait la différence entre Easyllabus et un entrant potentiel. Cette connaissance du marché est l'un de nos avantages comparatifs principal. Une autre force non négligeable est notre **coût d'acquisition** extrêmement faible grâce à la proximité que l'on a créé avec nos utilisateurs via les groupes Facebook étudiants. Pour finir, l'accessibilité à nos podcasts est probablement une de nos plus grande force également. En 3 clics sur leurs smartphones, les étudiants peuvent écouter leurs cours et apprendre



Weaknesses :

Notre plus grosse faiblesse à l'heure actuelle est probablement nos **coûts de production**. En effet, produire un cours en podcasts nous coûte en moyenne 250 euros. Ces coûts sont dus aux heures prestées par nos réciteurs pour produire les podcasts. De plus, nous passons par la Smart (<https://smartbe.be>) pour régulariser nos travailleurs le plus facilement possible. La Smart travaille elle même avec sa propre agence d'intérim ce qui fait grimper les frais sur chaque contrat. Nous avons décidé de passer par cet organisme dans un premier temps pour faciliter la lourdeur administrative liée à l'embauche de travailleurs. A l'avenir nous diminuerons notre tarif horaire pour les travailleurs et nous nous affranchirons de la Smart. De plus, nous comptons rapidement, comme dit précédemment, lancer les podcasts natifs qui diminueront drastiquement les coûts de production (rémunération à l'écoute et non à l'heure) et permettra de rendre notre business modèle beaucoup plus scalable.

SWOT (SUITE) :



Opportunities :

Bien que nous n'ayons pas attendu cette malheureuse période de coronavirus pour nous lancer, elle aura eu le mérite de mettre en lumière les limites et le retard du système éducatif actuel.

En effet, extrêmement peu de moyens digitaux permettent à l'heure actuelle à l'étudiant de continuer à apprendre et assimiler de la matière hors des locaux de son école. C'est une opportunité pour nous de leurs faire découvrir Easyllabus.

De plus le podcast est en plein essor à l'heure actuelle. Les habitudes des jeunes en termes de consommation de contenus ont changé. Le fait de pouvoir apprendre où ils le veulent et quand ils le veulent correspond parfaitement à la tendance actuelle des jeunes à détester les moments de "*non distraction*".



Threats :

Notre image de marque n'étant pas encore assez ancrée dans l'esprit des étudiants, l'arrivée d'un gros groupe tel que Spotify ou Amazon sur le marché des podcasts audio éducatifs pourrait poser problème. En effet, leurs moyens et image de marque sont démesurés par rapport à la startup que nous sommes.

BUSINESS MODEL :



Actuellement

Publicité

⚠ Volumétrie



CPM (Coût par mille)

Dans le domaine du podcast, on raisonne en terme de CPM (coût par mille), autrement dit combien est-ce qu'un annonceur paierait pour diffuser un spot publicitaire qui sera écouté 1000 fois. A l'heure actuelle, très peu de plateformes permettent de monétiser les podcasts. Si elles le font le CPM varie entre 8 et 12 euros.

Dans l'optique de nous affranchir de ces plateformes et d'augmenter notre CPM en négociant directement avec les annonceurs, nous avons décidé de collaborer avec une startup française, Audion, qui permet de choisir nos annonceurs, de négocier nos tarifs et diffuser facilement le spot à travers tous nos podcasts.

Nous avons, grâce à cette méthode fait grimper notre CPM à 45 € et sommes convaincu de pouvoir le doubler avec une audience plus importante.



Court terme

Abonnement



Features
supplémentaires + ads
free

L'objectif à court terme est d'instaurer un système Freemium semblable à celui de Spotify. Autrement dit, les auditeurs qui souhaiteraient écouter leurs podcasts sans publicité ainsi que bénéficier de certaines features en plus, paieraient un abonnement mensuel.