

Messagerie musicale

Annonce V56430 mise à jour le 06/07/2020

Description générale

Fiche d'identité de la société

Forme juridique	Autre actif
Localisation du siège	Hauts de Seine

Résumé général de l'activité

Toutes les messageries se ressemblent. L'essentiel de leur trafic (85%) porte sur l'envoi de SMS formatés au détriment de l'émotion, de l'expression. Aucune innovation en matière de langage ces 10 dernières années.

Plus fort que les mots, le nouveau format de cette application change la manière de communiquer dans toutes les langues.

Les mots sont tout simplement remplacés par un court extrait de chanson pour partager un sentiment, une émotion, une envie ou une situation, grâce à une base de données musicales et capable de transcrire n'importe quel message que vous souhaiteriez faire passer auprès de votre entourage.

Éléments chiffrés

Éléments chiffrés concernant la cession

Indications concernant les éléments chiffrés

L'ensemble des développements est réalisé et financé par l'actuel actionnariat permettant en théorie de démarrer sa mise en exploitation. En revanche, il est nécessaire de développer des options ou fonctionnalités supplémentaires et de finaliser la mise en place du team, nécessitant des fonds.

Positionnement concurrence

Positionnement par rapport au marché

L'ambition de cette application est de devenir un acteur majeur dans l'univers de la messagerie en repoussant les barrières du texto ce qui la positionne "One step ahead" par rapport aux autres messageries fondées exclusivement sur l'échange de texto.

Concurrence

Sous un format / langage différent.

Points forts

Primo entrant : mixe deux écosystèmes, messagerie et musique.

Innovant : Nouveau langage, cartographie de l'émotion.

Statuts : exception, courte citation.

Ludique et facile : fonctionnalités interactives, un utilisateur devient prescripteur.

Business model : achats intégrés, feel data, studio intégré.

Marque et design : nom mémorisable, multiples déclinaisons.

Une base de données déjà fournie de 27000 morceaux musicaux.

Points faibles

Des options et applications complémentaires à développer nécessitant des fonds supplémentaires (ex : Un avatar).

Infos sur la cession

L'utilisation des fonds doit servir à :

Pour 18%, l'acquisition de la viralité, la communication et le growth hacking,
Pour 52%, finaliser le développement de nouvelles fonctionnalités, serveurs et sécurité,
16% le management team et legal,
8% compléter la base de données notamment sur 3 langues, français, espagnol et anglais, Quality control,
6% Analyse des data.

Profil recherché

Personne physique ou morale ou fonds d'investissement

Complément

Une forte ouverture au monde de la musique et percevoir ce que pourrait être le monde de la messagerie de demain qui ne serait plus du texte, mais de la musique en guise de communication.