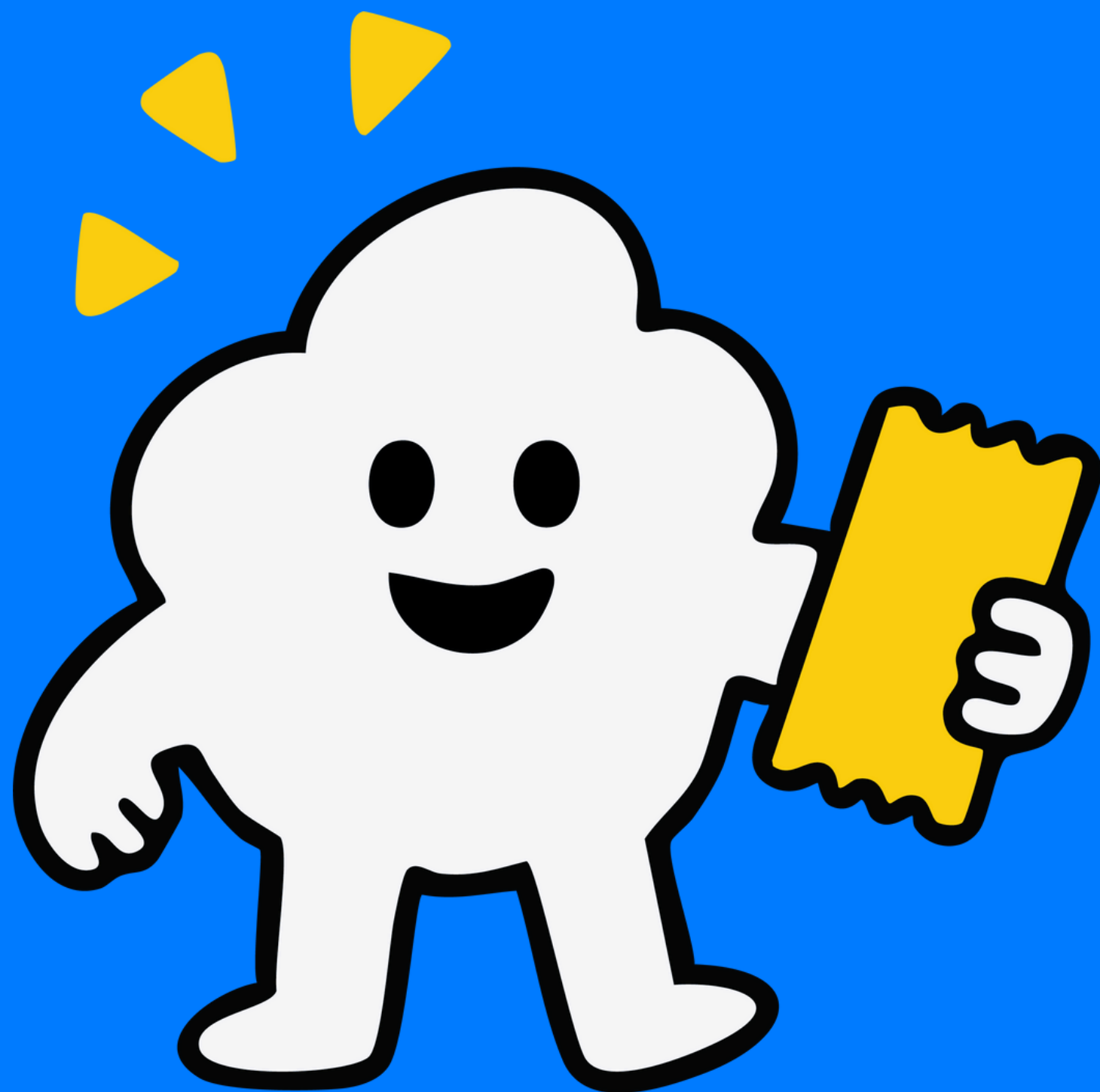


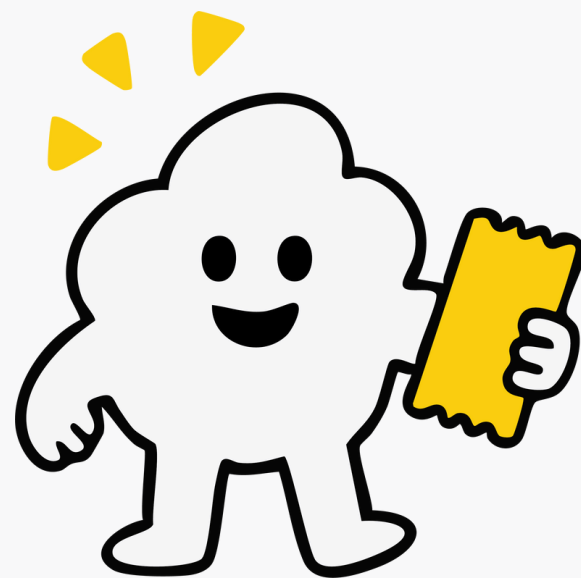
BONJOUR JURY



FLYNNX

UNE RÉALITÉ QU'ON NE PEUT PLUS IGNORER

+60 % des associations organisent un événement par mois,
mais plus de **70 %** gèrent encore tout manuellement.



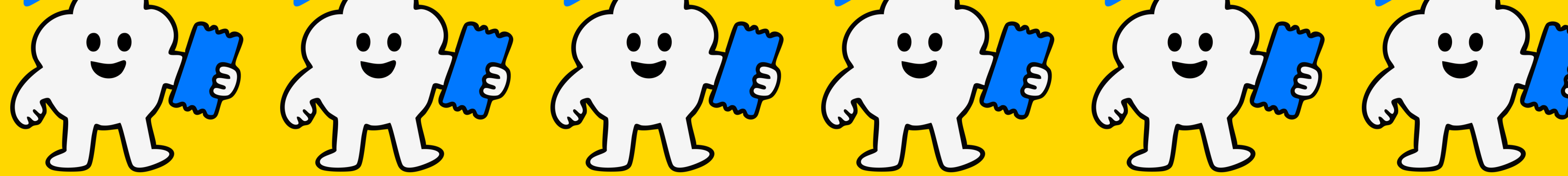
"ON PERD UN TEMPS FOU ET C'EST TOUJOURS LES
MÊMES QUI S'Y COLLENT."

FLYNX

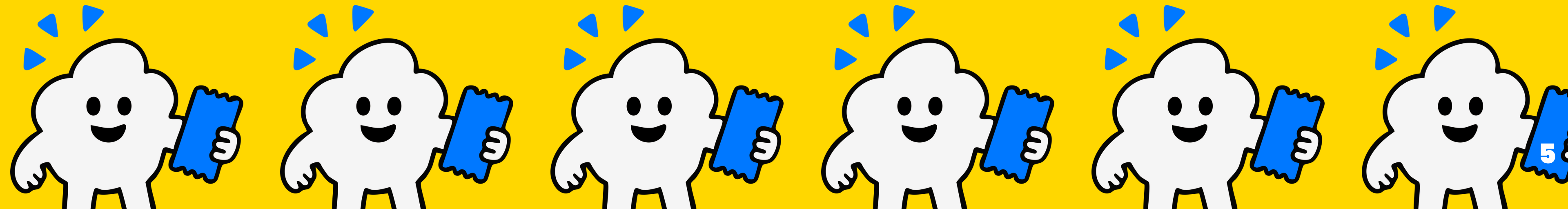
Solène Guittonneau

Chargée de Communication

**au sein du Secours populaire français,
Fédération de l'Essonne.**



CONSTAT



OPPORTUNITÉS

LES ASSOCIATIONS EN FRANCE

1.5M

D'ASSOCIATIONS ACTIVES EN
FRANCE

16M

DE BÉNÉVOLES ENGAGÉS
20% > 24 % EN 2 ANS

1/3

DE BÉNÉVOLES VIENNENT
PONCTUELLEMENT
(BESOINS D'OUTILS FLEXIBLES)

165K

D'ASSOCIATION GÉNÉRANT 1.85
MILLION D'EMPLOIS

OPPORTUNITÉS

ET SI ON POUVAIT TOUT FAIRE... DEPUIS UNE SEULE INTERFACE ET À UN PRIX ABORDABLE ET UN ACCOMPAGNEMENT HUMAIN ?

LES USAGES NUMÉRIQUES EN ASSOCIATION



+70 des associations
ont augmenté leur usage d'outils
numériques depuis 2020



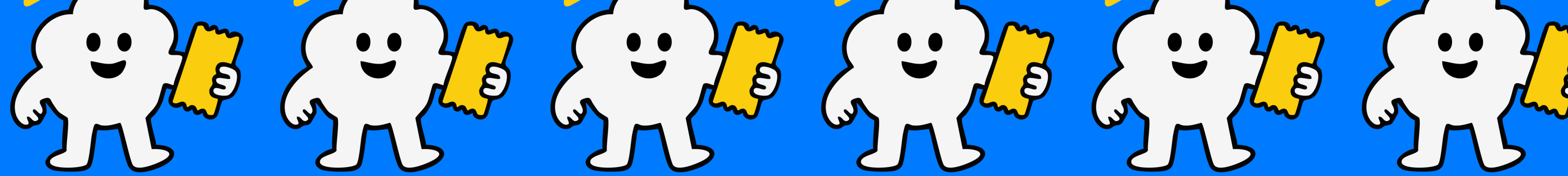
+77 des organisateurs adoptent les
formats hybrides



71% des associations
disposent d'un site web/blog



63% des associations estiment que le
numérique leur permet de gérer +
efficacement leurs activités



ON N'A PAS
DEVINÉ, ON A
OBSERVÉ



LE BESOIN CONFIRMÉ

106 réponses qualifiées

Constat majeur :

80,5% des organisations ont moins de 100€/mois de budget

28,6% n'utilisent que les réseaux sociaux

71,7% indiquent être sous-équipés

71,4% souhaitent un accompagnement en communication :

Gestion des réseaux sociaux : 60,4%

Création de contenus : 64,8%

Stratégie digitale : 53.6 %

Principaux défis identifiés :

Manque de visibilité

Manque de temps

Difficulté à toucher la bonne cible

Manque d'expertise

Besoins fonctionnels prioritaires :

Billetterie en ligne : 68,8%

Mails automatiques : 61%

Paiement sécurisé : 55,8%

Export Excel : 53,2%

LE BESOIN CONFIRMÉ

12 interviews qualifiées



**Solène, chargée de communication
au Secours Populaire**

“Mes priorités sont le formulaire d'inscription, page d'accueil, possibilité d'exporter les données”

“Ces outils sont très importants mais la maintenance et des tutos tout autant”



**Stéphanie, responsable
événementiel chez Dare Women**

“Ce qui me frustre c'est le manque de liste d'attente / pouvoir envoyer automatiquement des mails”

“C'est super important d'avoir son image personnalisée sur ses événements”



**Meigan, trésorière du BDE
de MyDigitalSchool Paris**

“Non aucuns outils, juste un groupe WhatsApp et un serveur Discord... nous ne sommes pas du tout organisés”

“On a besoin d'un contact avec pour nous conseiller”



LES 3 GRANDS PROBLÈMES DANS LA CRÉA D'ÉVENT

Contrainte Budgétaire

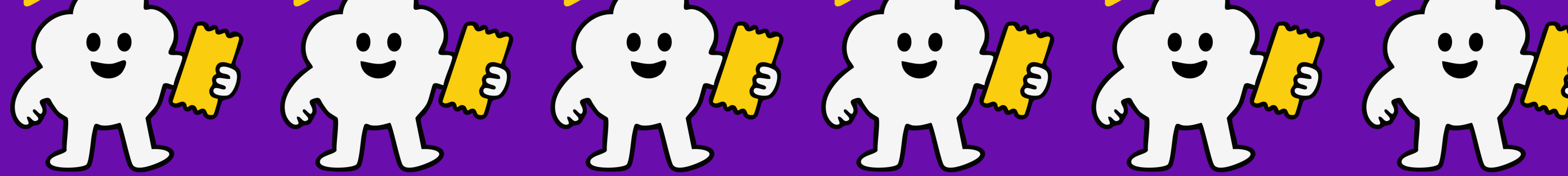
La contrainte budgétaire impose un modèle avec un essai gratuit et un **tarif abordable** mais révèle un marché délaissé par les acteurs existants.

Accompagnement

La forte demande d'accompagnement permet de concilier accessibilité de notre solution et la rentabilité via les services.

Marché associatif français

Le segment associatif constitue une part stratégique du marché, nécessitant des solutions accessibles et adaptées aux **contraintes opérationnelles des associations.**



NOTRE CIBLE





Cible principale

Organisateurs d'événements professionnels et associatifs
28-45 ans, urbains, CSP+, responsables com', marketing ou événementiel
Travaillent en ONG, associations, entreprises ou en freelance
Sensibles à l'éco-responsabilité et recherchent des solutions flexibles et sans branding imposé



Cible de coeur

Responsables événementiels en ONG et associations
30-50 ans, région parisienne et grandes villes
Budget limité, besoin de personnalisation et de transparence
Utilisent déjà des outils comme HelloAsso ou Eventbrite
mais veulent plus de flexibilité



Cible secondaire

Entreprises et agences événementielles
30-50 ans, PME, grandes entreprises, agences
Organisent des événements internes et clients
Cherchent des solutions sans branding imposé, conformes RGPD et intégrables à leurs outils

CAMILLE DURAND



PROFIL

Genre : Femme
Age : 35 ans
Catégorie : CSP +
Métier : Responsable communication dans une association

Lieu : Angers
Salaire : 38k/An

“

Camille travaille dans une association qui organise régulièrement des événements pour sensibiliser le public et lever des fonds. Elle jongle entre la communication, la logistique et la recherche de sponsors. Son défi principal est de trouver une plateforme facile à utiliser, qui ne mette pas en avant un branding commercial et qui permette de gérer facilement les inscriptions et la billetterie.

COMPORTEMENT D'ACHAT

Découvre de nouveaux outils via son réseau professionnel, LinkedIn et les recommandations d'autres associations

Compare les solutions sur des forums et groupes Facebook spécialisés

Priorise des outils simples et économiques

HABITUDE D'ACHAT

Cherche une plateforme intuitive, sans formation nécessaire

Utilise actuellement Eventbrite et HelloAsso mais trouve leur branding trop visible

Privilégie les solutions avec des tarifs réduits pour les associations

BESOINS / MOTIVATIONS

Organiser des événements sans branding imposé

Faciliter la gestion des inscriptions et paiements

Avoir un outil qui respecte les contraintes des ONG (budgets limités, conformité RGPD)

FRUSTRATIONS

Manque de flexibilité sur les plateformes existantes

Branding trop imposé sur les outils comme Eventbrite

Difficulté à trouver des solutions accessibles financièrement

PERSONNALITÉ

- Organisée,
- Engagée,
- Attentive
- Sociable
- Soucieuse de la transparence et de l'éthique

OUTILS DE COMMUNICATION



Préfère les échanges par message et appels

BRANDS



JULIE MARTEL



PROFIL

Genre : Femme
Age : 41 ans
Catégorie : CSP +
Métier : Responsable des événements internes dans une entreprise
Lieu : Marseille
Salaire : 45k/An

“

Julie est en charge des événements internes (séminaires, conférences, team buildings) dans une entreprise de taille moyenne. Elle doit gérer plusieurs événements par an tout en respectant un budget serré et des directives strictes de l'entreprise. Elle cherche une solution facile à prendre en main, qui s'intègre avec les outils qu'elle utilise déjà et qui assure une bonne gestion des inscriptions et des accès.

COMPORTEMENT D'ACHAT

Découvre de nouvelles solutions via des webinaires et des événements professionnels

Se fie aux recommandations d'autres entreprises du même secteur

A besoin de justifier ses choix auprès de la direction et du service achat

HABITUDE D'ACHAT

Favorise les plateformes qui offrent une facturation simplifiée

Utilise souvent des solutions comme Eventbrite mais trouve qu'elles ne sont pas adaptées aux besoins des entreprises

Privilégie des solutions sécurisées et conformes aux exigences internes (RGPD, RGAA)

BESOINS / MOTIVATIONS

Optimiser la gestion des événements internes.

Assurer une expérience fluide pour les participants

Avoir une plateforme personnalisable qui respecte l'image de l'entreprise.

FRUSTRATIONS

Peu de solutions adaptées aux événements internes

Manque d'intégration avec les outils internes

Les outils imposent des restrictions sur la personnalisation

PERSONNALITÉ

- Rigoureuse,
- Organisée,
- Axée sur la conformité et l'efficacité.

OUTILS DE COMMUNICATION



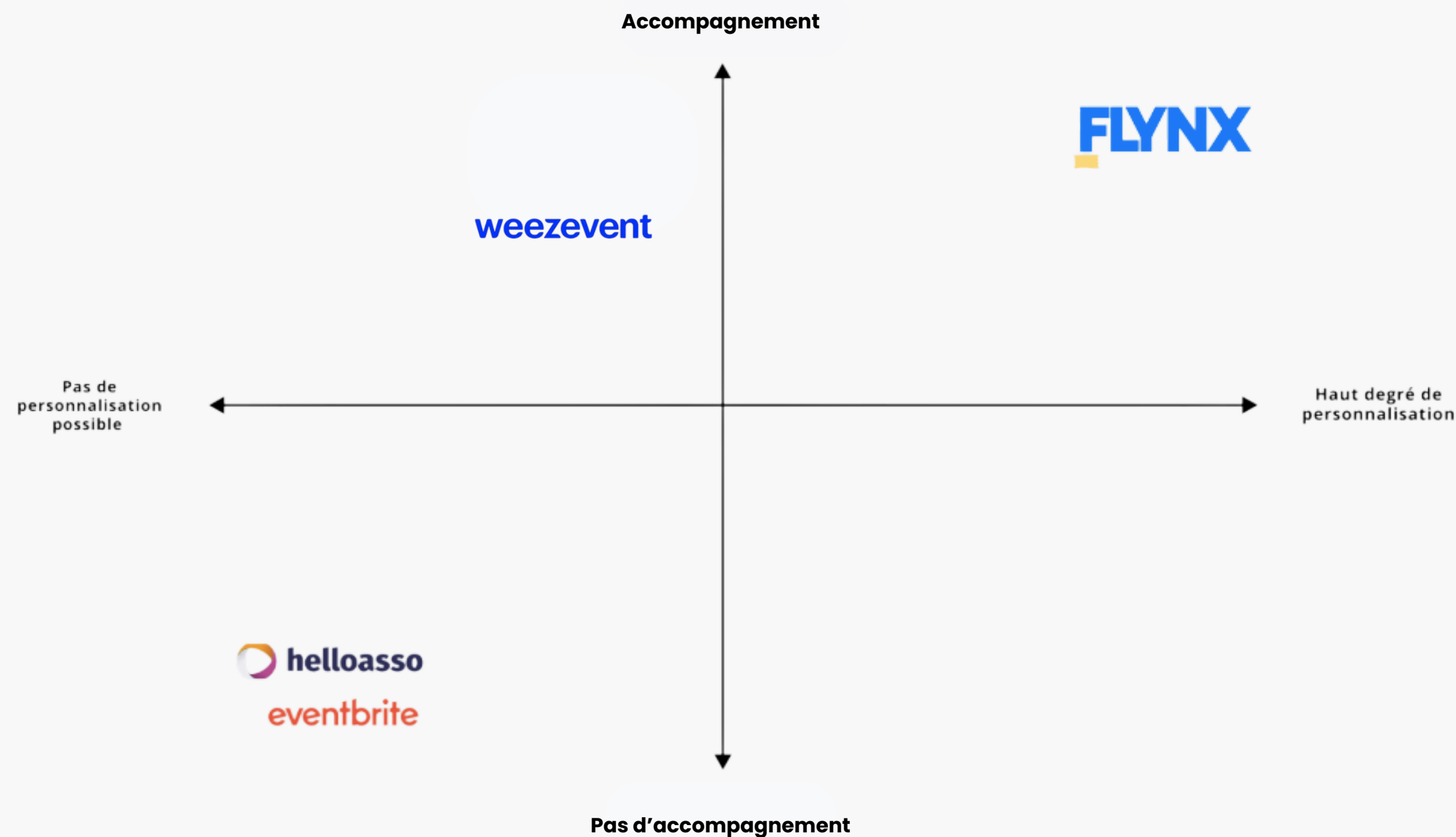
Préfère les échanges par mail et les démonstrations en visio

BRANDS



Positionnement

Flynx est une solution complète de gestion d'événements pour les ONG et associations de la billetterie à la logistique matérielle, intuitive et sans branding imposé.



Proposition de valeur

“Organisez et promouvez vos événements avec une plateforme entièrement personnalisable et un accompagnement dédié, sans marque imposée.”

- Autonomie & flexibilité
- Visibilité & professionnalisation
- Accompagnement sur-mesure

AUDIT CONCURRENTS

HELLOASSO

EVENTBRITE

WEEZEVENT

AUDIT UX

Forces	Faiblesses	Forces	Faiblesses	Forces	Faiblesses
Cohérence	Personnalisation	Erreurs signalées	Interactions	Cohérence	Retour d'informations
Contenu	Interactions	Responsive	Contenu	Contenu	Personnalisation
Accessibilité		Accessibilité	Cohérence	Ergonomie	
Responsive				Responsive	

MARKETING

Gratuit
Contribution volontaire

Tarification à la commission
standard 3.5% + 0.49€
professionnel 5.5% + 0.99€

Tarification à l'événement
standard : 90€ / jour
premium : 345€ / semaine
fonctionnalité à la demande

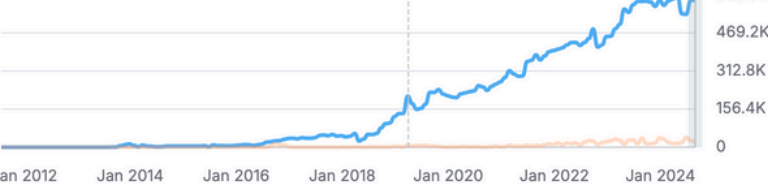
Trafic organique 112 936/mois

☒ Trafic organique ☒ Trafic payant ☐ Notes



Organic Traffic 603,545/month

☒ Organic Traffic ☒ Paid Traffic ☐ Notes



Organic Traffic 116,789/month

☒ Organic Traffic ☒ Paid Traffic ☐ Notes



PRICING

Offre standard

- ✓ Pages événements personnalisées
- ✓ Formulaire d'inscription
- ✓ Formulaire bénévole personnalisé
- ✓ Accès au back office
- ✓ Billetterie intégrée
- ✓ Paiement sécurisé
- ✓ Email confirmation automatique
- ✗ Emailing avancé
- ✗ Statistiques et tableaux de bord
- ✗ Gestion multi-utilisateurs

59,90€/mois

Souscrire

Offre premium

- ✓ Pages événements personnalisées
- ✓ Formulaire d'inscription
- ✓ Formulaire bénévole personnalisé
- ✓ Accès au back office
- ✓ Billetterie intégrée
- ✓ Paiement sécurisé
- ✓ Email confirmation automatique
- ✓ Emailing avancé
- ✓ Statistiques et tableaux de bord
- ✓ Gestion multi-utilisateurs

+ 2h d'accompagnement personnalisé

119,90€/mois

Souscrire

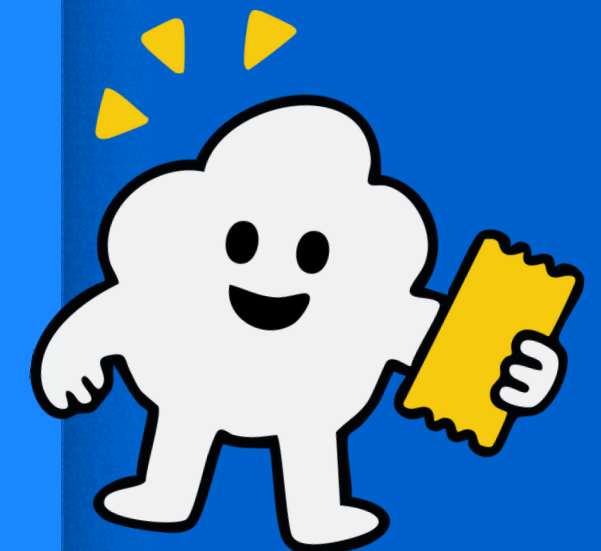


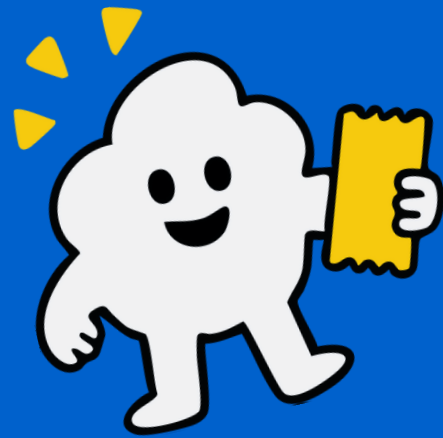
Pack assistance (option)

- ✓ Création visuelle (logo, flyer, affiche, contenus RS)
À partir de 20€/livrables
- ✓ Conseils en marketing et communication
À partir de 20€/livrables

À partir de 20€

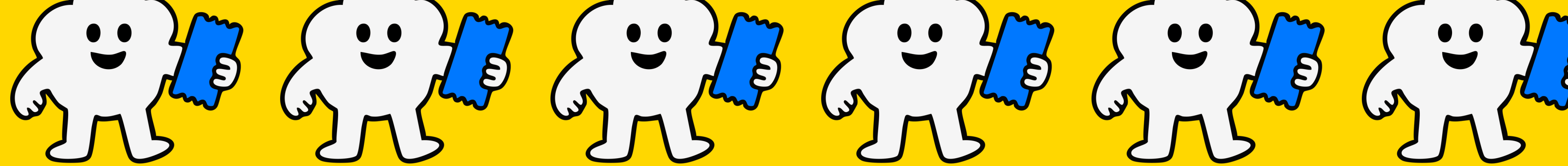
Souscrire



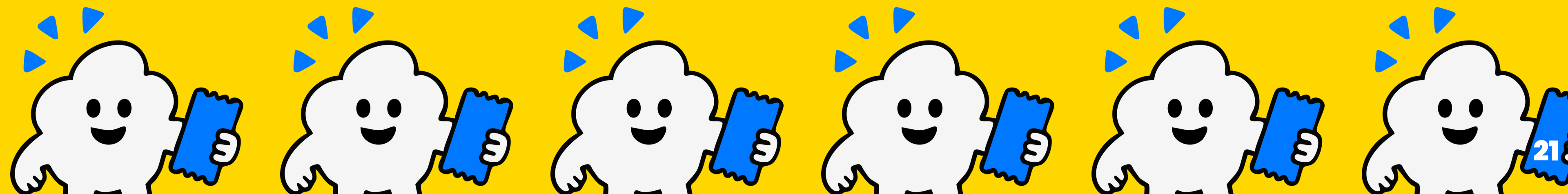


PROMESSE

FLYNX, LA PLATEFORME QUI
DONNE DE L'AIR AUX
ORGANISATEURS



FLYNX, UNE MARQUE QUI VIT



LA TEAM FLYNX

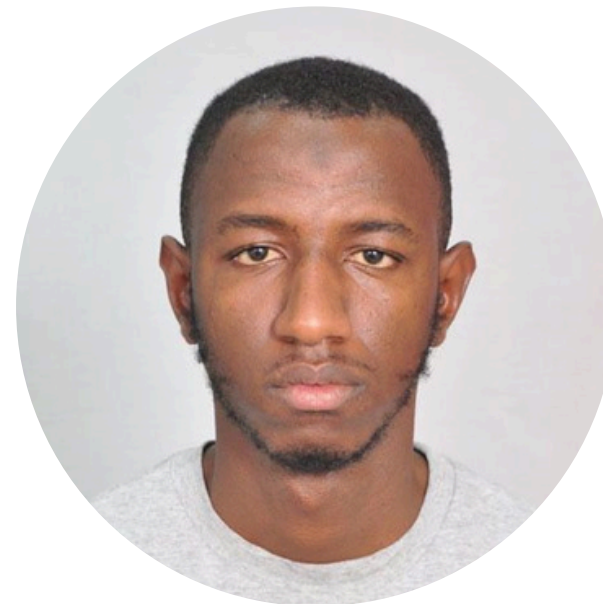
**DOMERGUE
JONATHAN**

CEO & DEVELOPPEUR



**SOW
MAMADOU**

DEVELOPPEUR



**PICART
CLAIRE**

WEB DESIGN



LA TEAM FLYNX

**LACOSTE
LUCAS**

*COMMUNICATION &
MARKETING*



**PARCÉ
LUCIE**

*MARKETING &
COMMUNICATION*



**DEMOULIN
HUGO**

GRAPHISTE



NOS MÉTHODES DE TRAVAIL

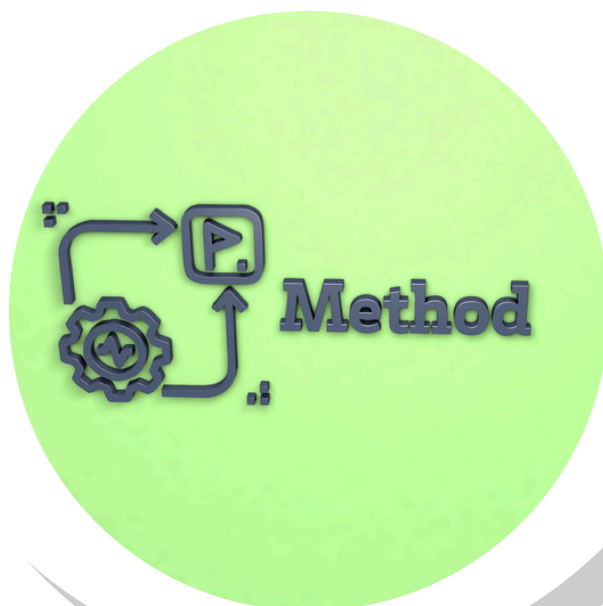
PÔLE MARKET

POMODORO
KANBAN



PÔLE CRÉA

CASCADE

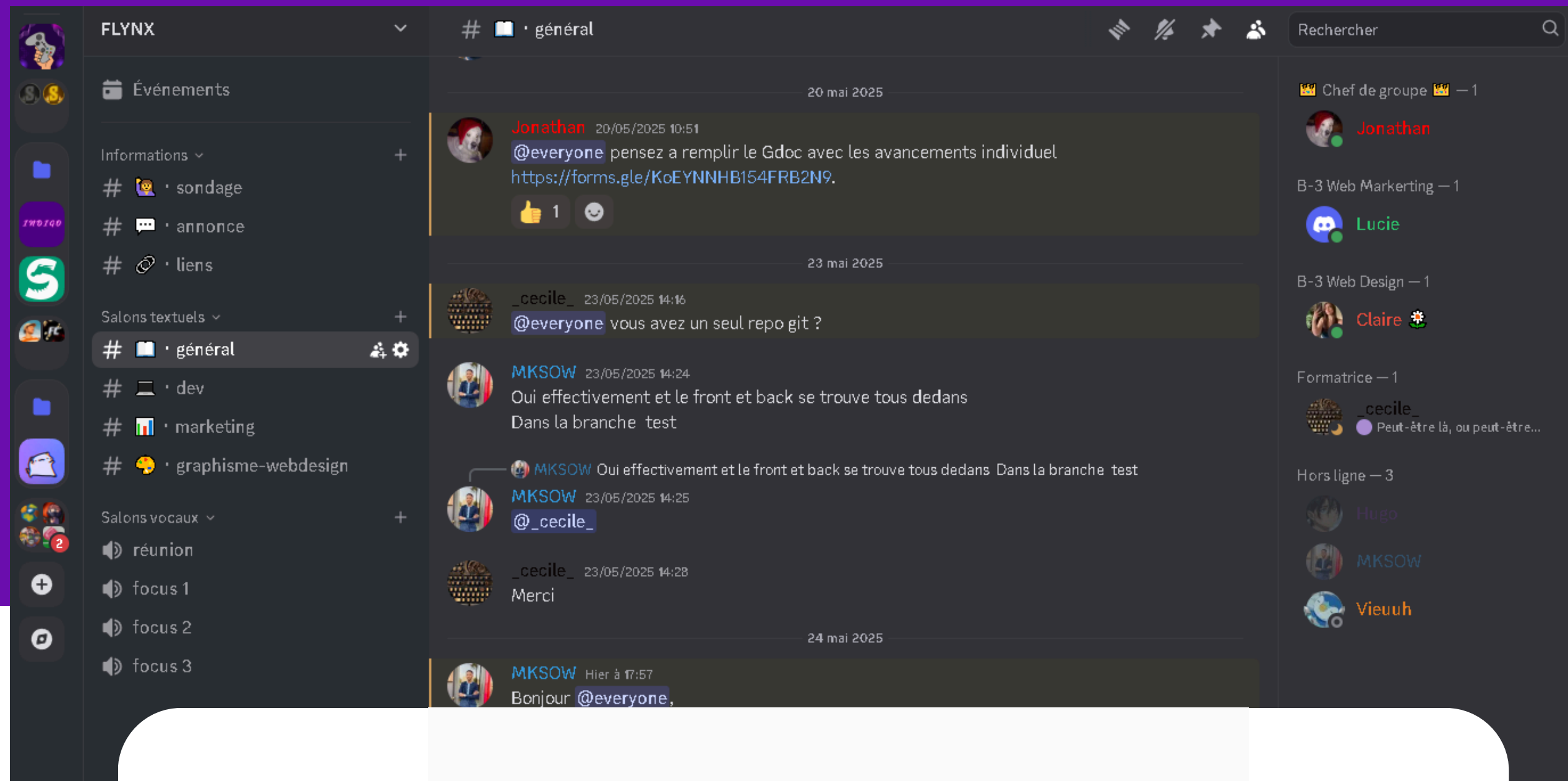


PÔLE DÉV

SCRUM

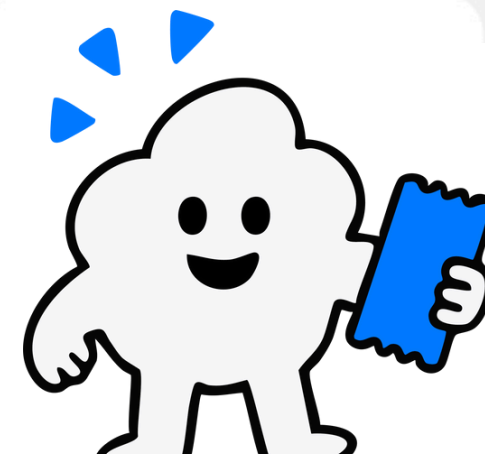
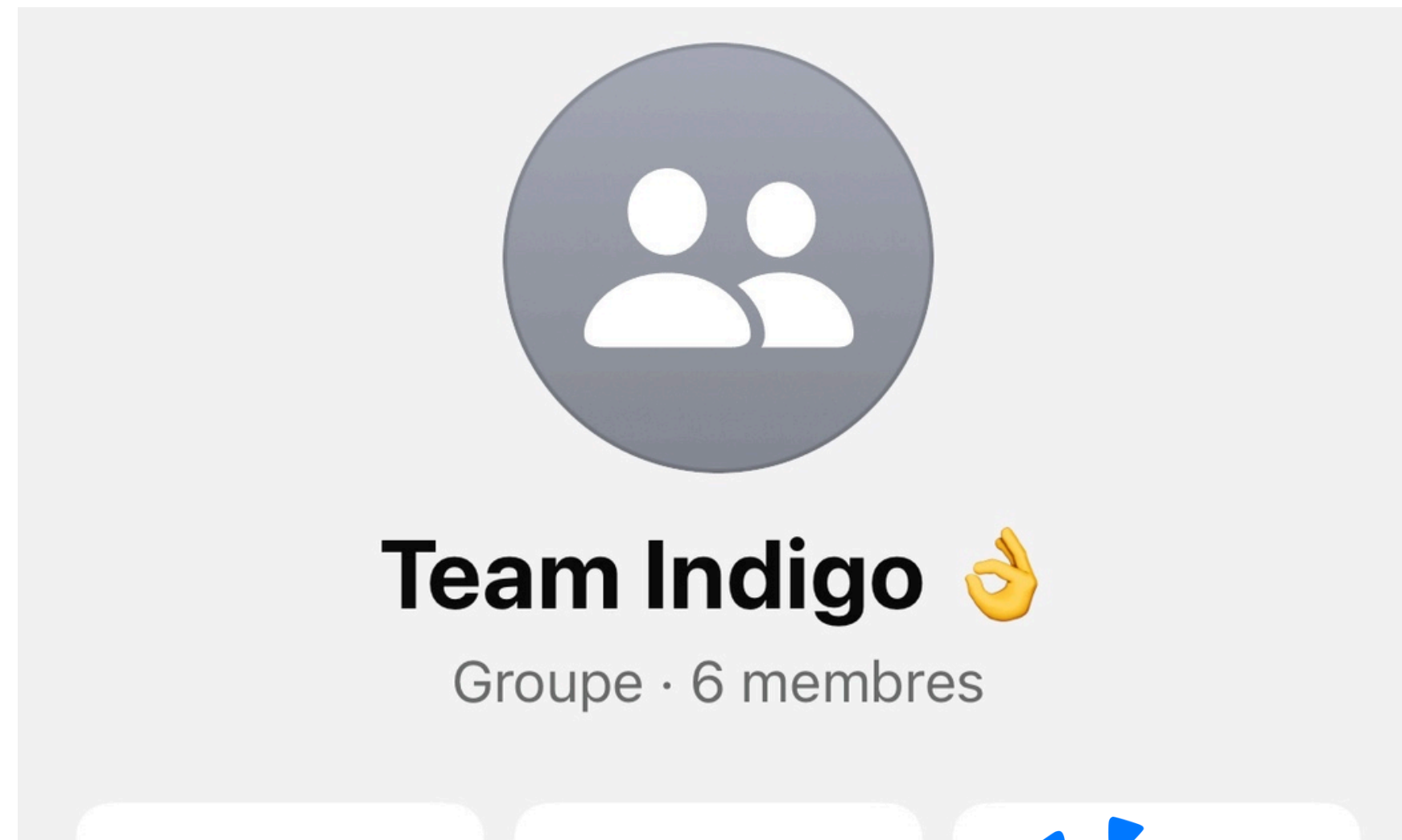
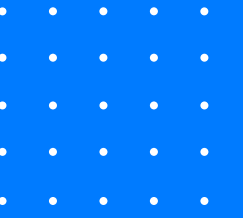


NOS OUTILS DE TRAVAIL

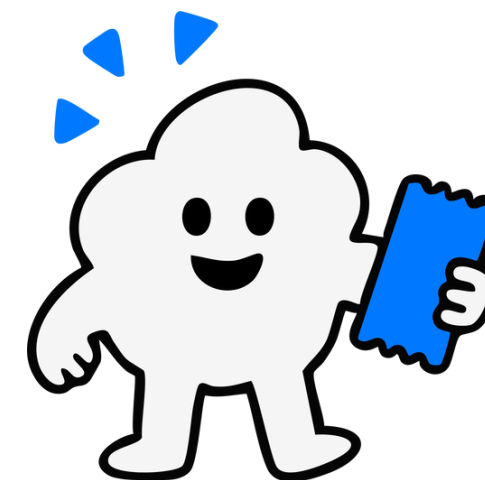
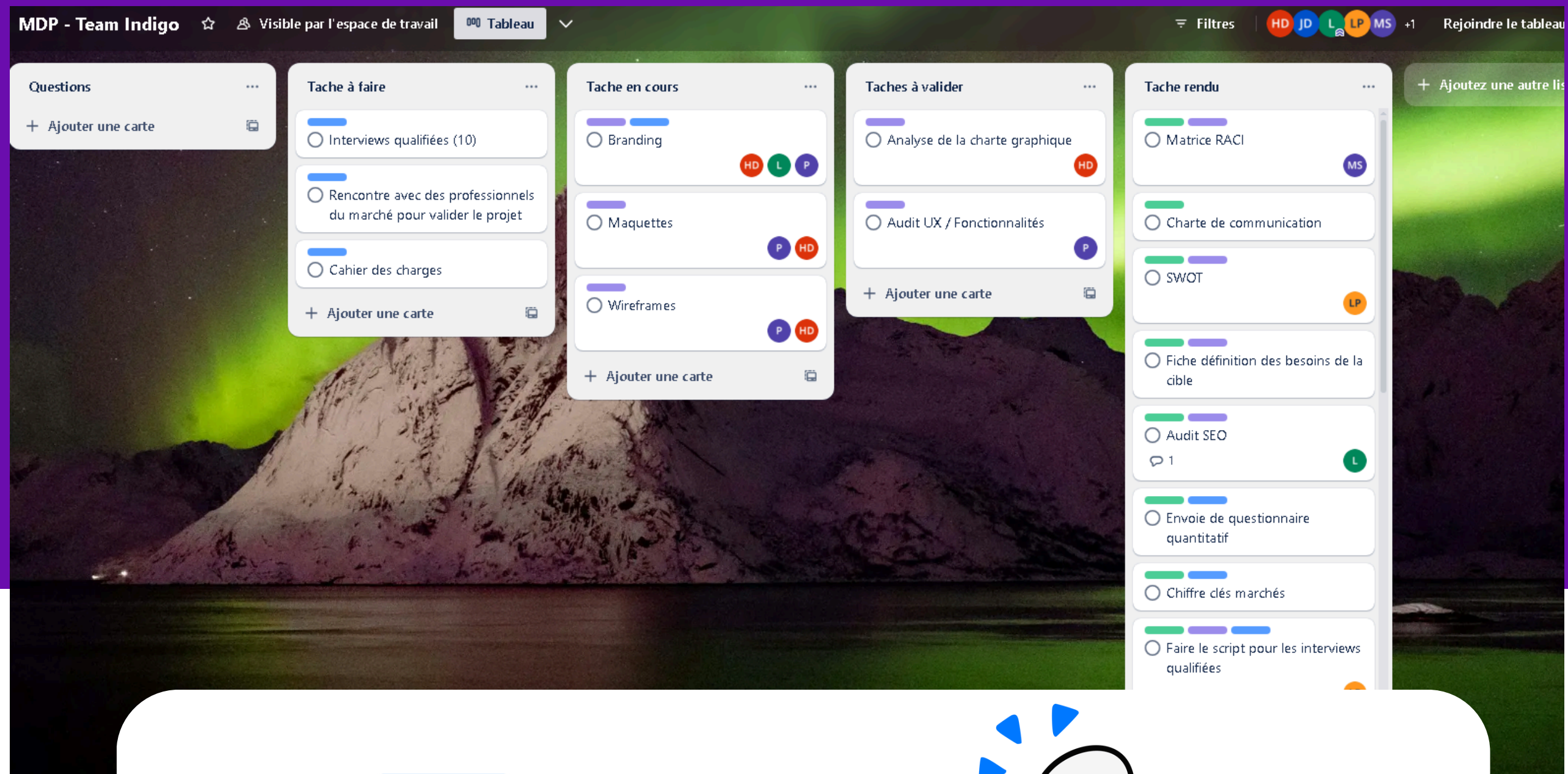


Discord

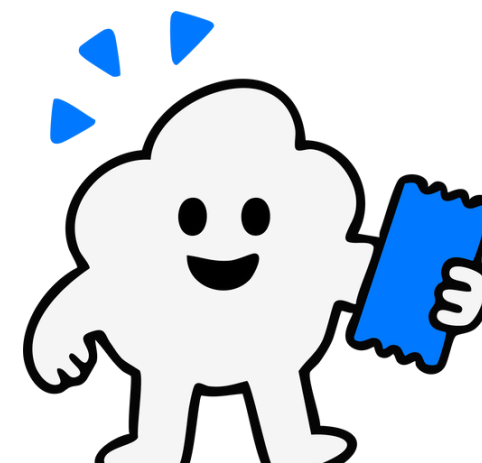
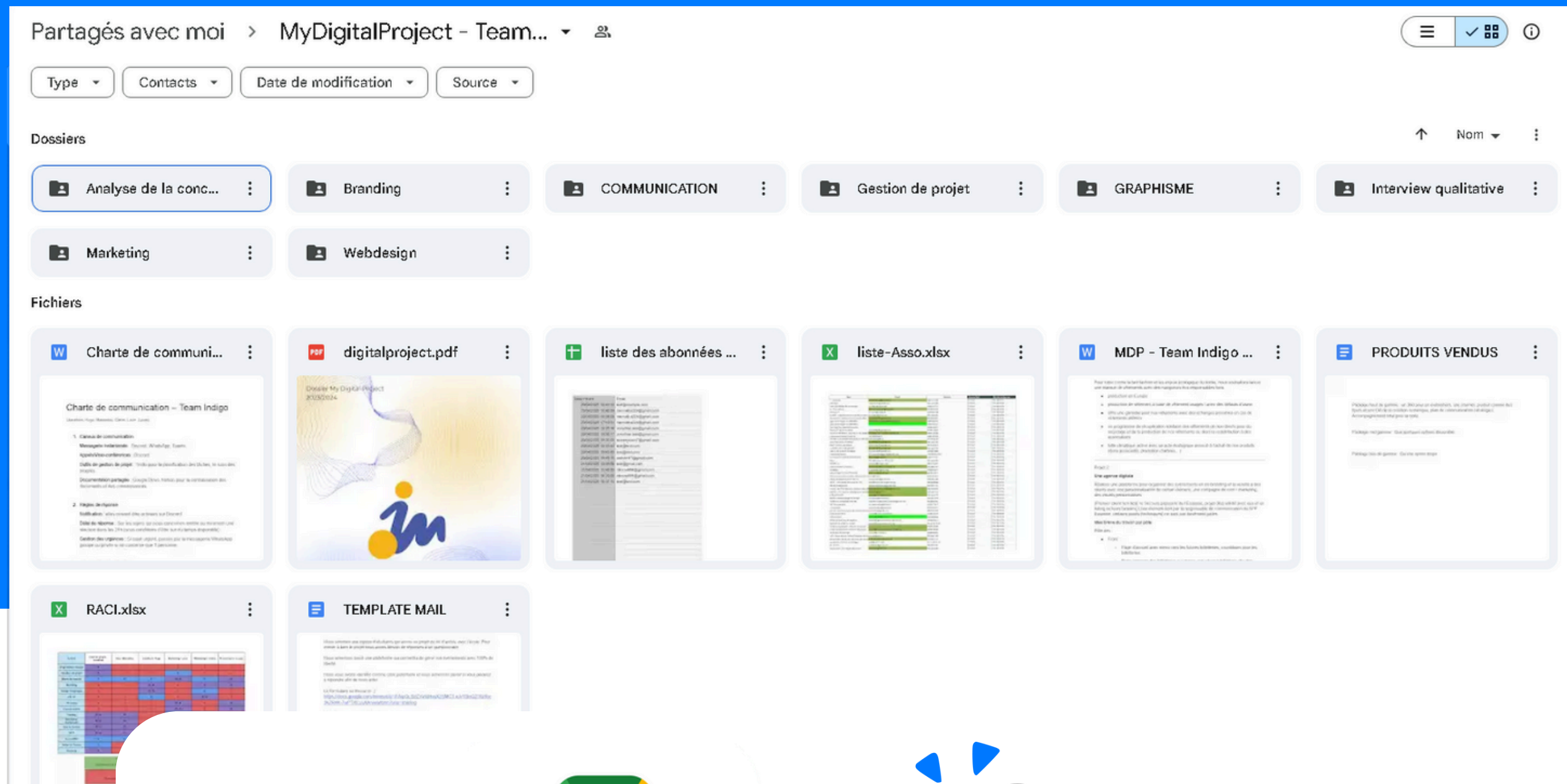
NOS OUTILS DE TRAVAIL



NOS OUTILS DE TRAVAIL



NOS OUTILS DE TRAVAIL





FLYNX



COMMENCEMENT

 FLYNIX

 FLYNIX

 FLYNIX

 FLYNIX

LOGO

FLYNX



FLYNX

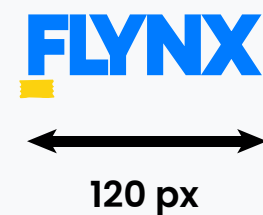


Ce logo peut être traité en bleu, noir ou blanc.
S'il est traité en bleu il doit absolument avoir la représentation
du ticket, en-dessous du F, en jaune.

INTERDICTION



Le logo comporte une zone de protection afin de lui assurer une respiration visuelle raisonnable. Cette zone se calcule sur la hauteur du « Ticket » sous le F de FLYNX.



Taille minimale

RESPONSIVE LOGO



Ce logo peut être traité en bleu, noir ou blanc.
S'il est traité en bleu il doit absolument avoir la représentation
du ticket, en-dessous du F, en jaune.



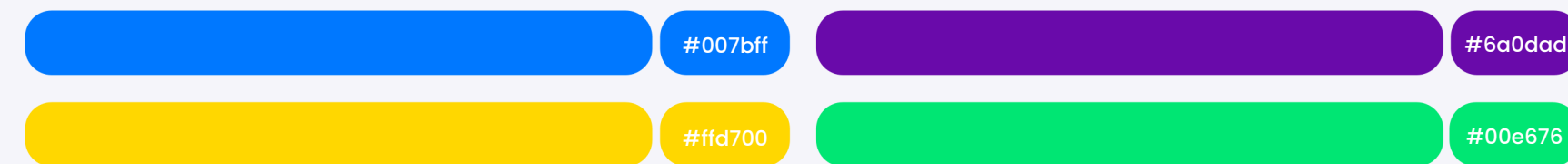
Le logo comporte une zone de protection
afin de lui assurer une respiration visuelle raisonnable.
Cette zone se calcule sur la hauteur du « Ticket » sous le F de FLYNX.



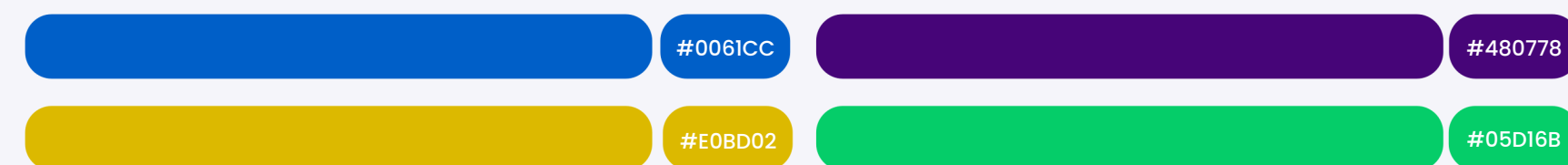
Taille minimale

PALETTE DE COULEUR

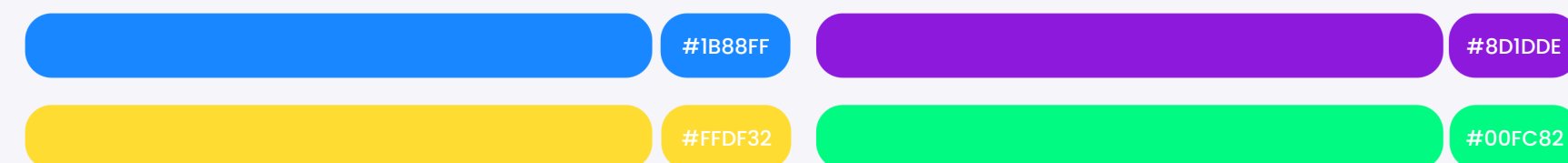
GAMME PRINCIPALE



GAMME FONCÉE



GAMME CLAIRE



GAMME NEUTRE



ACCESSIBILITÉ

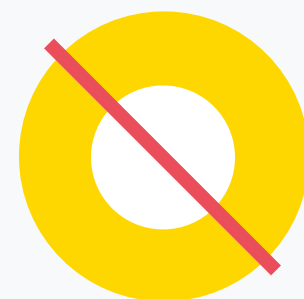
GAMME PRINCIPALE



AA18



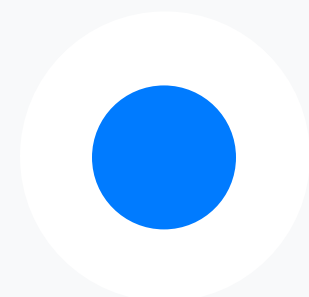
AAA



DNP



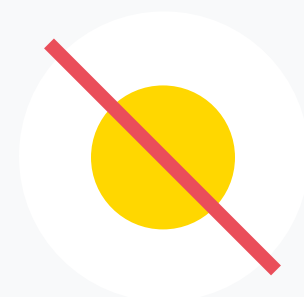
DNP



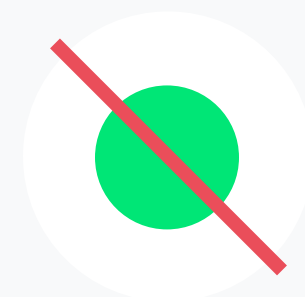
AA18



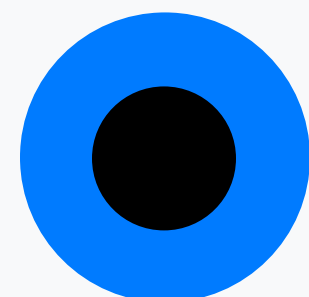
AAA



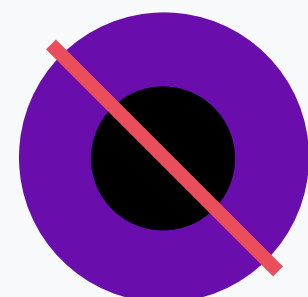
DNP



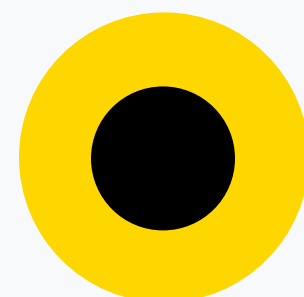
DNP



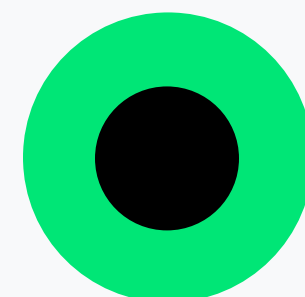
AA



DNP



AAA

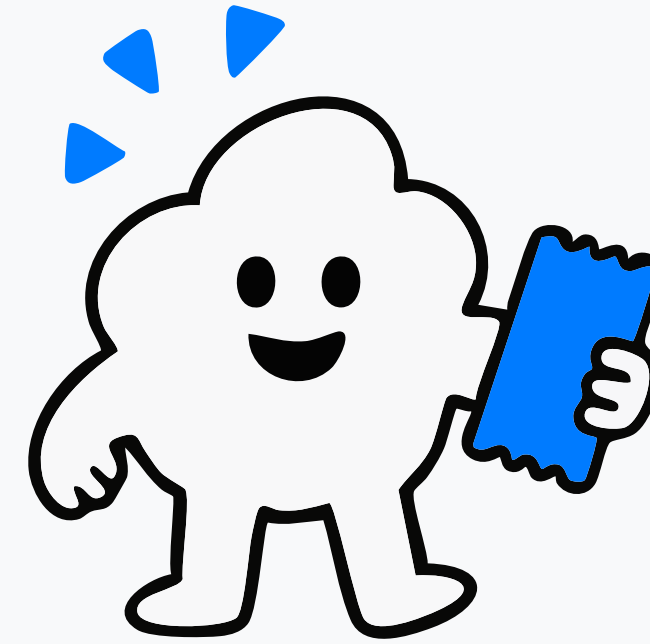
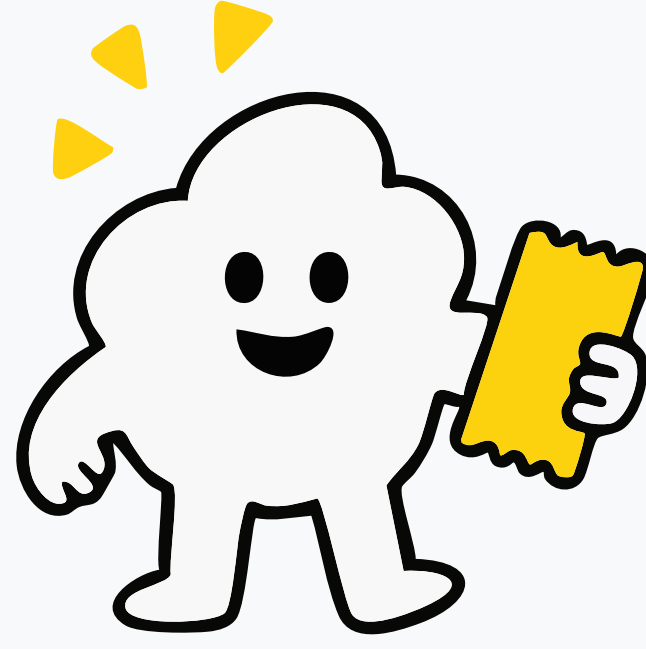
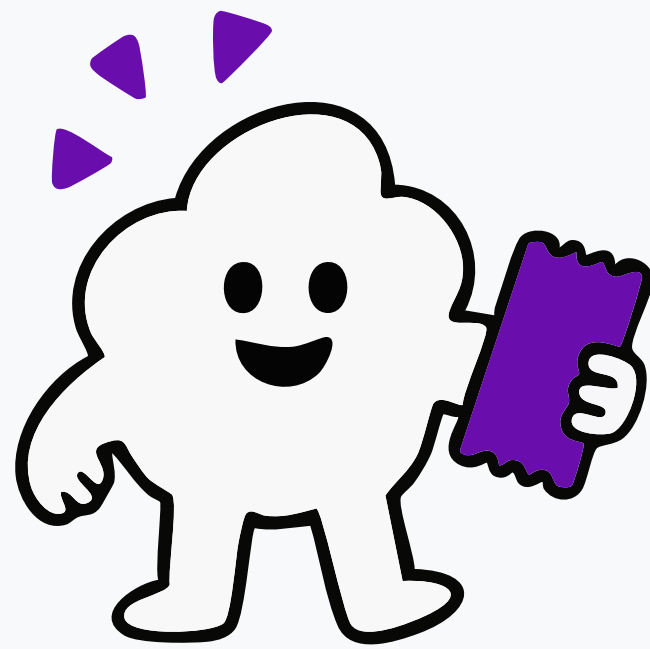


AAA

VISUELS



MASCOTTES



TYPOGRAPHIE

Typographie principale

POPPINS

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789:€\$£#

Poppins Black • Poppins Extra-Bold • Poppins Bold • Poppins Semi-Bold • Poppins Medium • Poppins Regular • Poppins Light • Poppins Extra-Light • Poppins Thin

Règles d'utilisation de la typographie

Extra-Light	Lorem ipsum dolor sit amet	À préférer
Light	Lorem ipsum dolor sit amet	
Regular	Lorem ipsum dolor sit amet	
Medium	Lorem ipsum dolor sit amet	
Semibold	Lorem ipsum dolor sit amet	
Bold	Lorem ipsum dolor sit amet	Alertes et gros titres
Extra-Bold	Lorem ipsum dolor sit amet	
Black	Lorem ipsum dolor sit amet	

MARKETING

Faire connaître FLYNX et convertir une communauté engagée d'organismes associatifs en utilisateurs réguliers de la plateforme.

UNE STRATÉGIE EN 4 PHASES

– DÉCOUVERTE

5200€ / 35 %

FAIRE ÉMERGER FLYNX DANS LE PAYSAGE DES OUTILS ÉVÉNEMENTIELS

- **Présence presse : dans des médias spécialisés** (Associations Mode d'Emploi et Le Journal de l'Événement)
- **Création de contenu SEO-friendly** : blog, articles
- **Fiche Google My Business & plateformes de comparaison SaaS**

Objectif SMART : Augmenter la notoriété de Flynx auprès des organisateurs d'événements associatifs en atteignant un minimum de 60 000 impressions cumulées sur les réseaux sociaux, 6 retombées dans la presse spécialisée, et 1 500 visites web qualifiées en 3 mois, entre juin et août 2025

FLYNX

Votre cause. Votre évènement. Votre Image.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 3 juin 2025

FLYNX, la plateforme qui réinvente l'organisation des événements associatifs

Lancement officiel de FLYNX, une solution SaaS tout-en-un pensée pour les associations, collectivités et structures citoyennes qui souhaitent simplifier la gestion de leurs événements, sans complexité technique.

Une réponse directe aux réalités de terrain

En France, plus de 60 % des associations organisent au moins un événement par mois, souvent dans des conditions précaires : outils éparpillés, gestion manuelle, manque de temps et de ressources. FLYNX est né de ce constat.

FLYNX centralise tout ce dont les organisateurs ont besoin :

- **Création d'événements avec pages personnalisées**
- **Billetterie intégrée (gratuite ou payante)**
- **Recrutement de bénévoles via formulaire sans compte**
- **Suivi des inscriptions, relances automatisées et envoi de billets**
- **Tableau de bord intuitif, conforme RGPD, hébergé en France**

FLYNX

Votre cause. Votre évènement. Votre Image.

Un outil conçu POUR et AVEC les associations

Développée en co-construction avec des structures locales (Secours Populaire, BDE étudiants, clubs sportifs...), la plateforme mise sur la simplicité, l'accessibilité et la fiabilité. « Organiser un événement ne devrait pas être un casse-tête. FLYNX redonne de l'air aux bénévoles et aux petites équipes », déclare Jonathan B., cofondateur.

Une version gratuite disponible dès maintenant :

FLYNX propose une offre Basic gratuite, idéale pour tester les fonctionnalités essentielles, et une formule Premium adaptée aux structures plus organisées.

Disponible sur www.flynx.fr

À propos de FLYNX

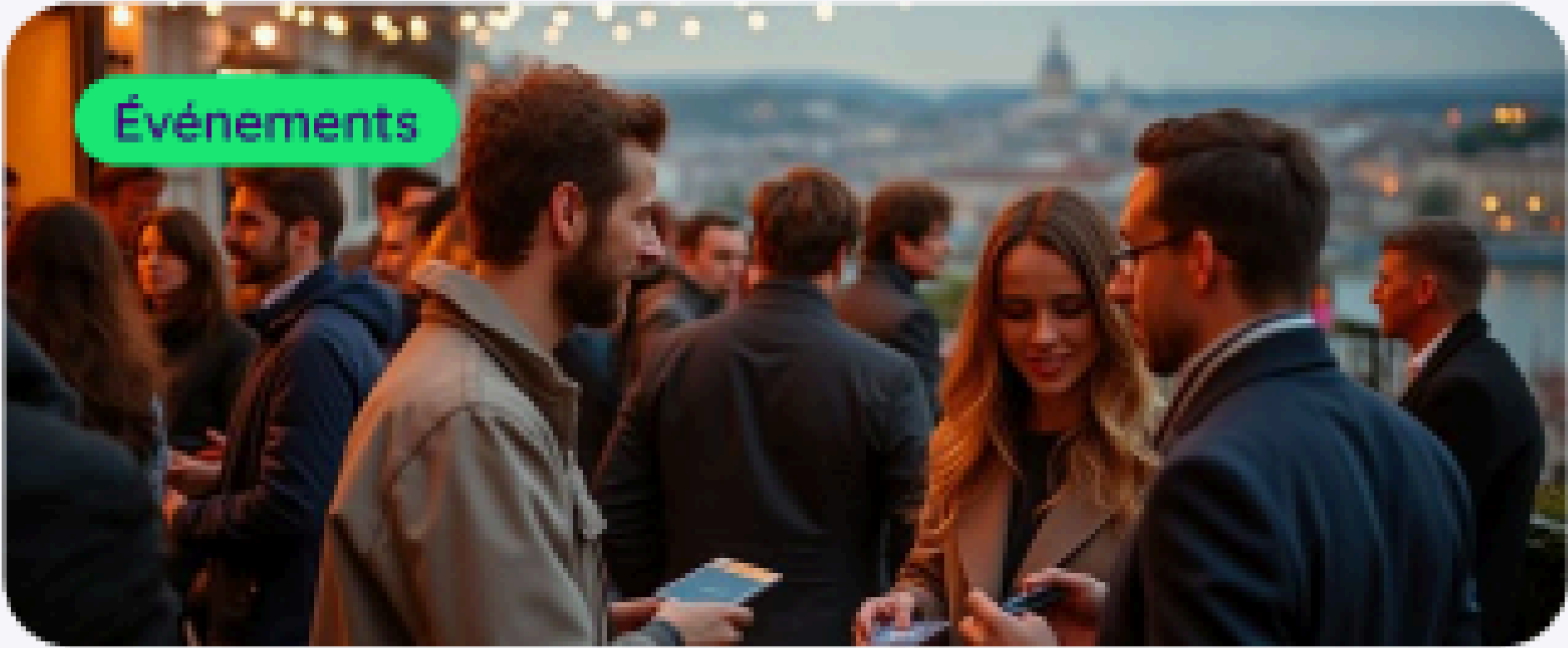
FLYNX est une plateforme SaaS française développée en 2025 par une équipe d'entrepreneurs engagés dans l'écosystème associatif. Leur mission : offrir aux petites structures des outils professionnels, simples et durables.

Contacts presse

Lucie PARCE – Responsable communication

✉ lucie@flynx.fr | ☎ 06 11 22 33 44

Dossier de presse & visuels disponibles sur demande.



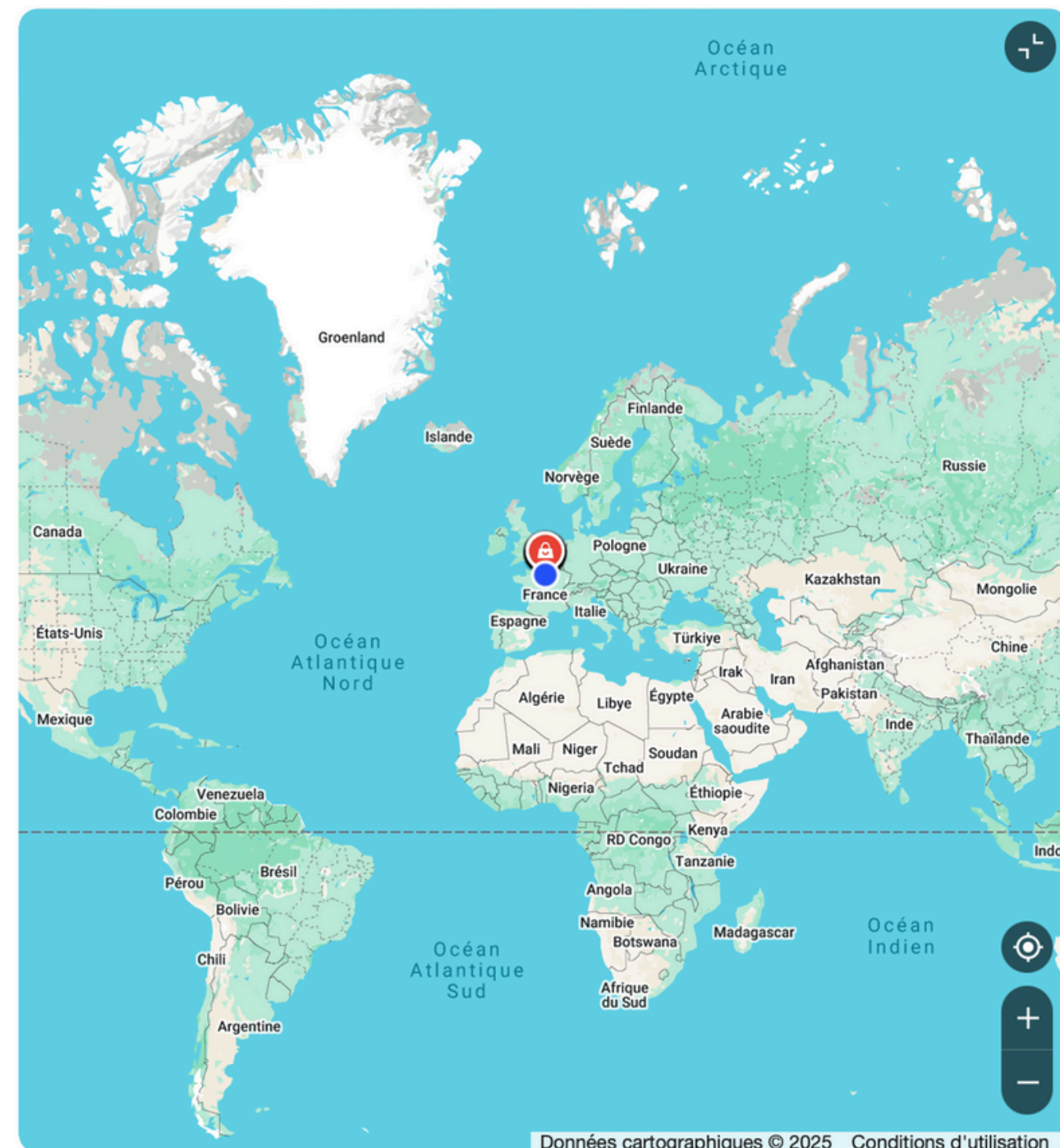
Événements

5 erreurs d'organisation d'événements associatifs

Date de publication

Résultats pour La Roquette, Paris [Mettre à jour](#)

Adresses



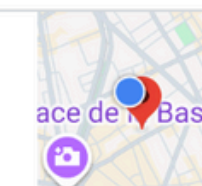
Flynx, plateforme saas pour événementiel



[Site Web](#) [Itinéraire](#) [Enregistrer](#) [Partager](#)
[Appeler](#)

Ouvert · Ferme à 19:30

55 Rue de la Roquette, 75011 Paris



01 43 38 00 70

Avis

Les avis ne sont pas vérifiés

Google

4,4/5 150 avis

[+ Ajouter un avis](#)

appvizer



UNE STRATÉGIE EN 4 PHASES ALIGNÉE

– CONSIDÉRATION 2800€ / 18 %

ETRE RECONNU COMME UN ACTEUR DANS LE SECTEUR DE L'ÉVÉNEMENTIEL

- Création de contenu technique : livres blancs
- Un Webinaire thématique
- Automatisation : BREVO & MAKE

Objectif SMART : Générer au moins 200 leads qualifiés via formulaires, webinaire et contenus téléchargeables avec un taux moyen d'ouverture des e-mails supérieur à 25 % entre juillet et septembre 2025



Jonathan Domergue

LIVE WEBINAR

"Les premiers pas pour organiser un événement sans stress avec Flynx"

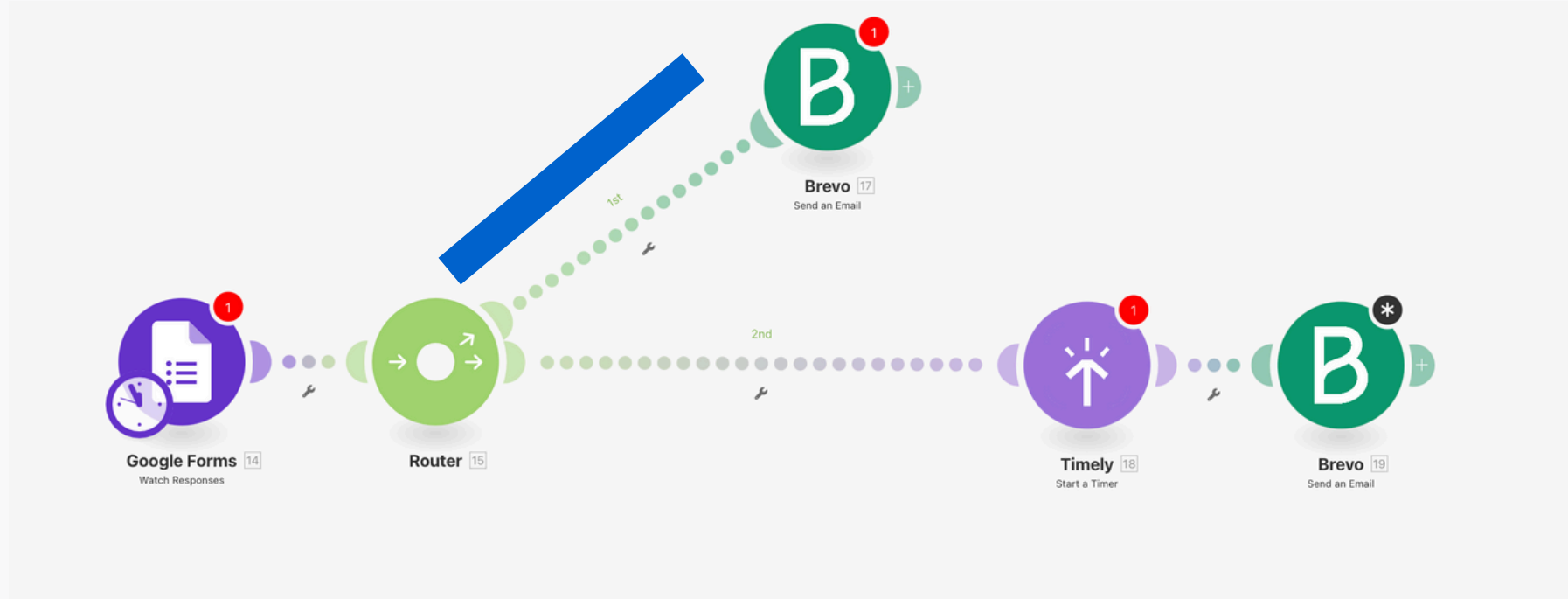
JEUDI | 18 JUIN 2025 | 17H

REGISTER NOW

The screenshot shows the Flynx website with a navigation bar at the top containing the logo and links for 'À propos', 'Ressources', 'Contact', and 'Connexion'. A modal window is open, titled 'Comment organiser un événement réussi avec Flynx ? - Le guide pratique.' with a close button (X) in the top right corner. The modal contains a 'Description du contenu' section and a registration form with the following fields: 'Email*' (with example 'entreprise@mail.com'), 'Prénom*' and 'Nom*' (separate fields), 'Nom de l'entreprise*' (with example 'Nom de l'entreprise'), and 'Numéro de téléphone (facultatif)' (with example '0164537895'). A purple 'Envoyer' button is at the bottom of the form. Below the modal, there is a section titled 'Téléchargez les ressources de notre livret blanc' with two buttons labeled 'Livret blanc' and 'Livret blanc' (each with a download icon). At the bottom, there is a 'Des questions ?' section with a 'Nous contacter' button.

AUTOMATISATION

WEBINAIRE (CONFIRMATION INSCRIPTION)



Destinataire: **NOUVEAU CLIENT@GMAIL.COM**

Sujet: **CONFIRMATION INSCRIPTION WB**



Bonjour {{Prénom}},

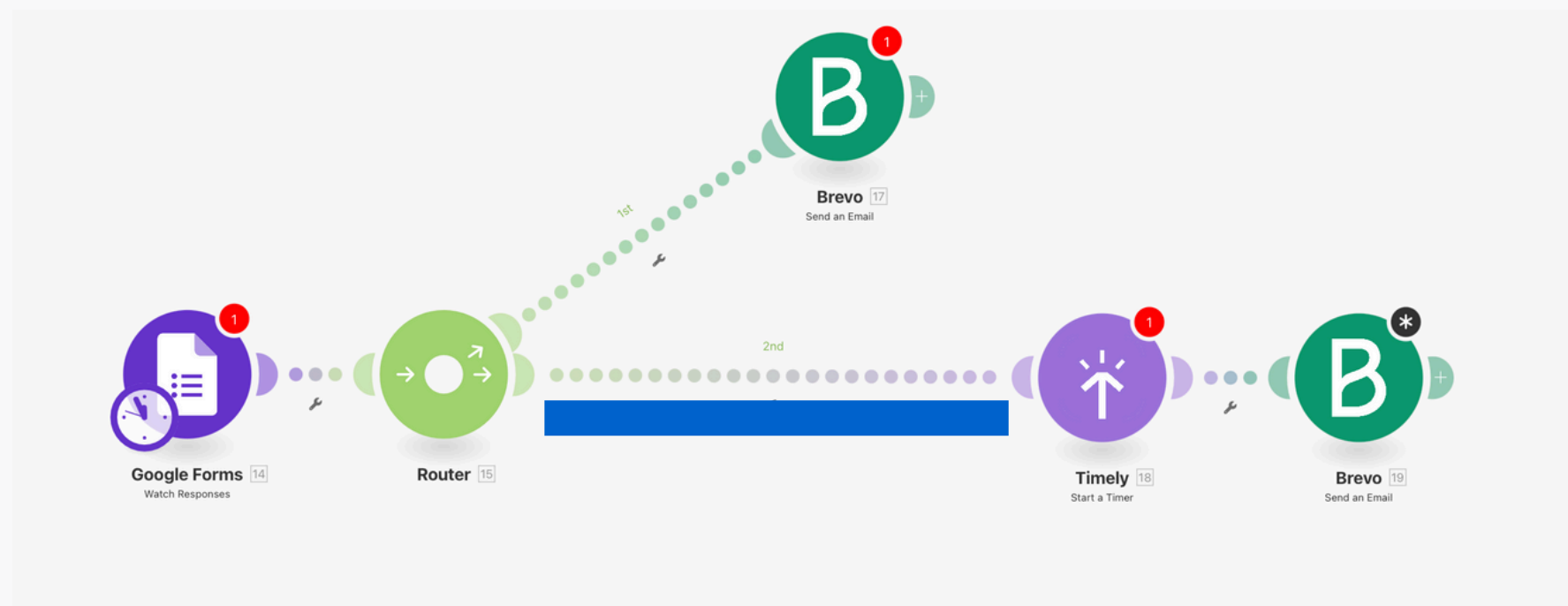
Nous vous confirmons que vous-vous êtes bien inscrit au webinaire du jeudi 18 juin 2025 à 17 h.

Nous vous enverrons le lien de la réunion sur la plateforme Zoom.

Merci de l'interet que vous portez pour Flynx,
A très vite sur FLYNX

AUTOMATISATION

WEBINAIRE (RAPPEL WEBINAIRE)



Destinataire: **NOUVEAU CLIENT@GMAIL.COM**

Sujet: **RAPPEL WEBINAIRE AJD A 17H**



Bonjour {{prenom}},

Pour rappel, votre webinaire ""Les premiers pas pour organiser un événement sans stress avec Flynx"" a lieu aujourd'hui à 17h00.

🕒 Informations pratiques :

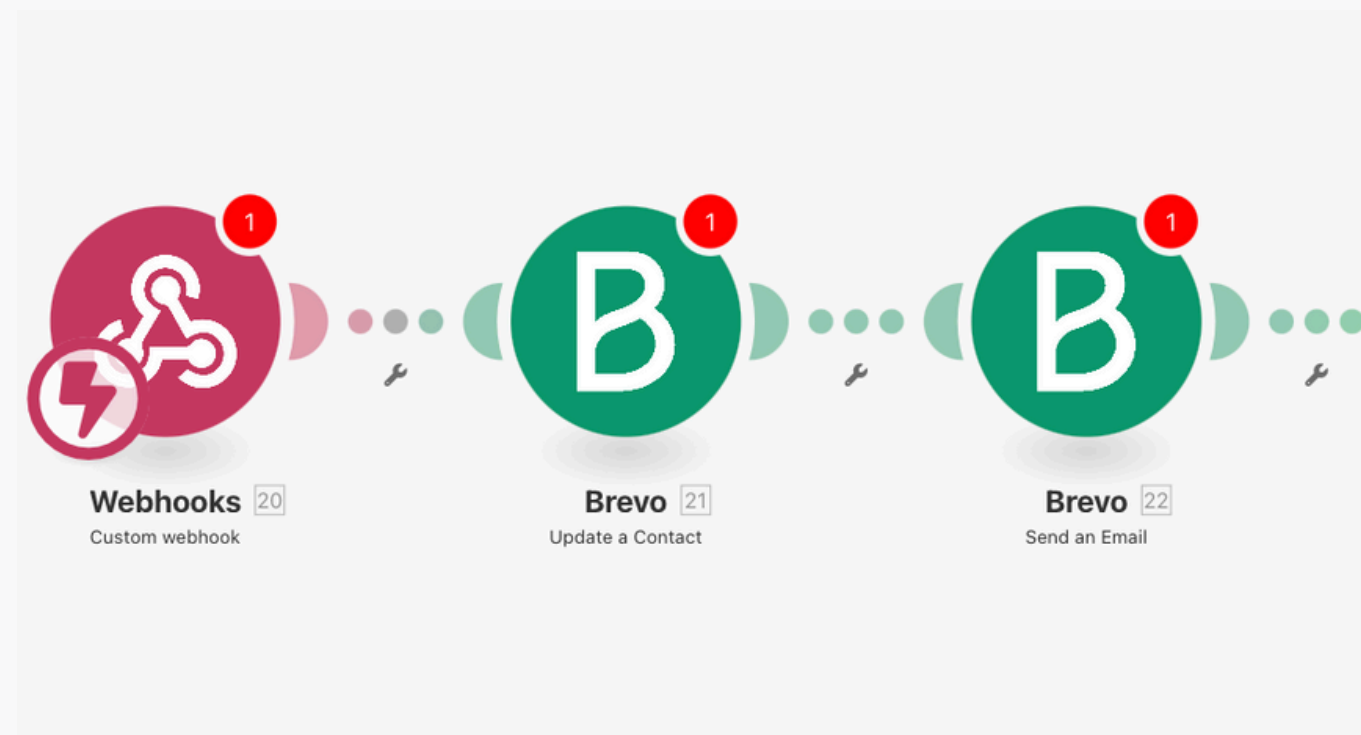
- Date : Aujourd'hui
- Heure : 17h00 (durée : 45 min)
- Connexion recommandée : 16h50 (10 min avant)

🚀 REJOINDRE LE WEBINAIRE : ➡ {{lien_zoom}}

Merci de l'intérêt que vous portez pour Flynx,
A très vite sur FLYNX

LIVRE BLANC

TELECHARGEMENT LIVRE BLANC



Destinataire: **EXEMPLE@GMAIL.COM**

Sujet: **VOTRE GUIDE GRATUIT EST PRÊT !**



Bonjour {{prenom}},

Merci pour l'intérêt que vous portez à FLYNX !

Comme promis, voici votre livret blanc gratuit : "Guide complet pour organiser des événements associatifs réussis".

TÉLÉCHARGER VOTRE GUIDE :
{{lien_telechargement_pdf}}

Besoin d'aide pour l'appliquer ? Notre équipe est là pour vous accompagner : contact@flynx.fr

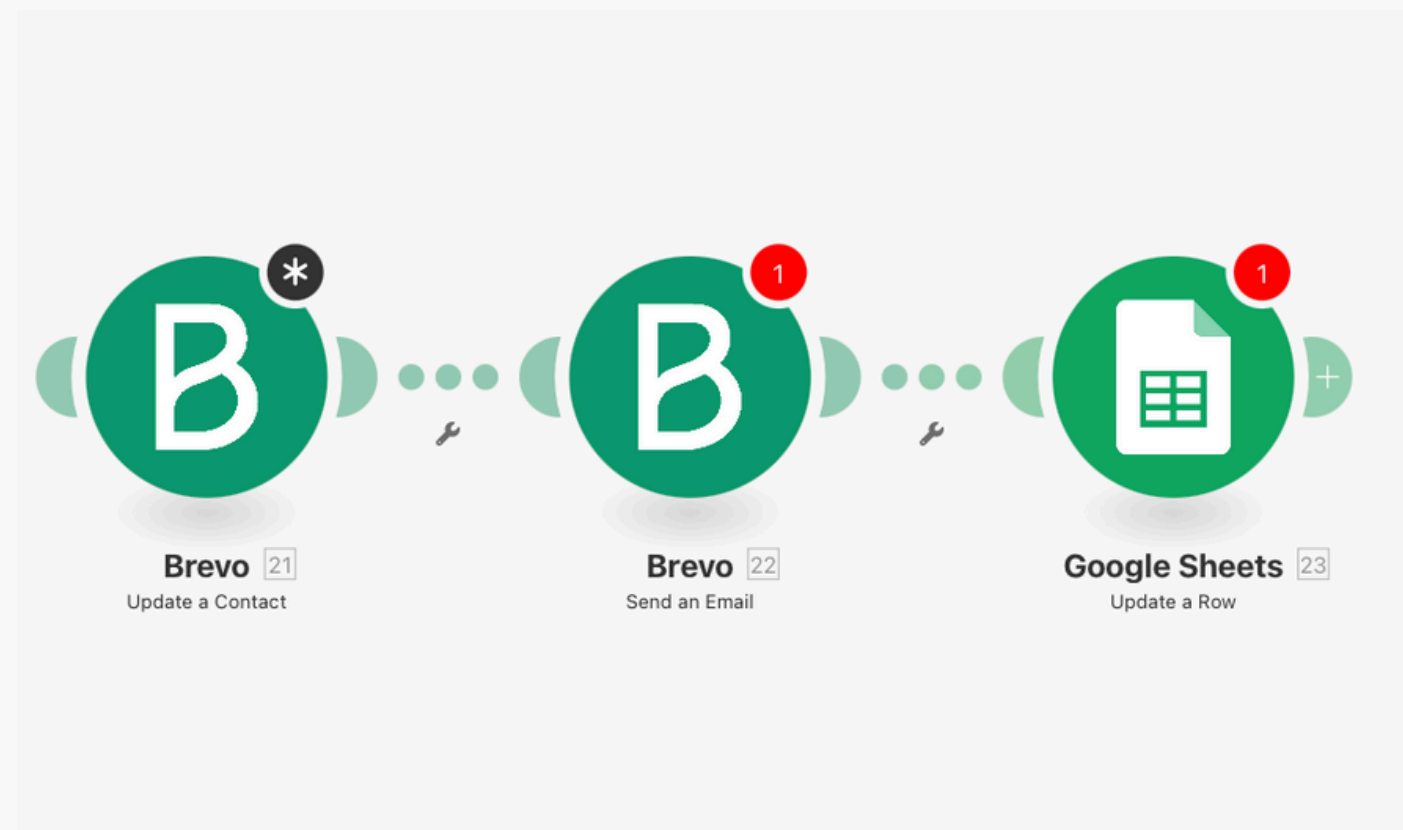
Bonne lecture et n'hésitez pas si vous avez des questions

!

L'équipe FLYNX 🚀

MAIL D'INSCRIPTION

INSCRIPTION



Destinataire: **NOUVEAU CLIENT@GMAIL.COM**

Sujet: **BIENVENUE CHEZ FLYNX**



Salut {{prenom}} !
Bienvenue dans l'aventure FLYNX ! 🚀

Félicitations ! Tu rejoins des milliers d'organiseurs qui simplifient leurs événements avec notre plateforme.

🎯 Ta prochaine étape :

- Crée ton premier événement → [tableau de bord]

🎁 Ton cadeau de bienvenue : ✅ 30 jours d'essai gratuit sur toutes les fonctionnalités

Une question ? Réponds simplement à cet email, on te répond sous 2h !

Merci pour ta confiance 🙏

À très vite sur FLYNX !

UNE STRATÉGIE EN 4 PHASES ALIGNÉE

– DÉCISION 5600€ / 38 %

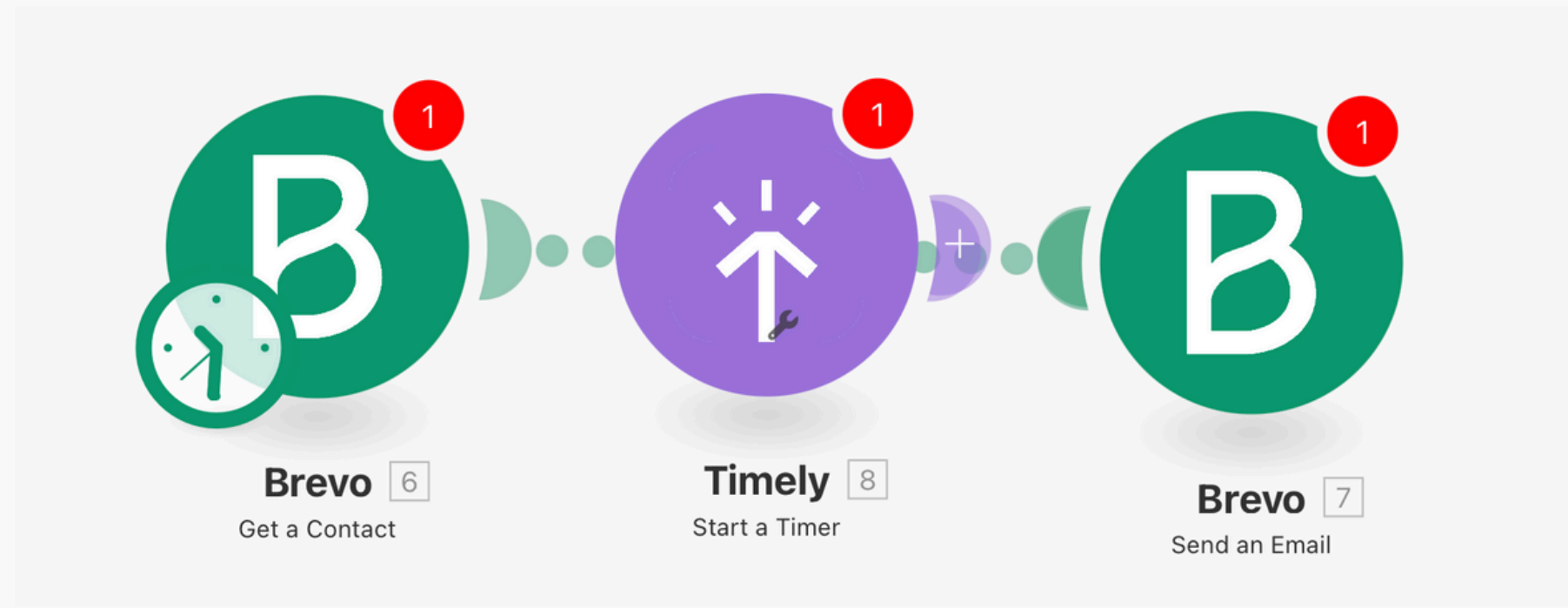
CONVERTIR LES LEADS EN UTILISATEURS ACTIFS

- Actions :
 - Participation à **deux salons majeurs** : Heavent Paris & Forum National des Associations
 - **Programme ambassadeur** : Solène Guittonneau
 - Emails personnalisés (“offre découverte”, “RDV démo”)

Objectif SMART : Convertir au moins 15 % des leads qualifiés générés (soit 30 nouveaux clients) en utilisateurs actifs de la plateforme d'ici fin novembre 2025, à travers les actions combinées du programme ambassadeur, des salons et du marketing automation.

Heavent PARIS salon de l'événementiel européen 4 au 6 novembre
Forum National des Associations & Fondations (FNAF) 13
novembre





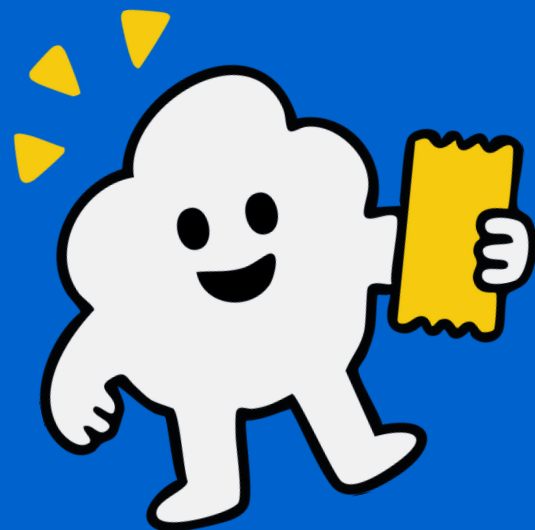
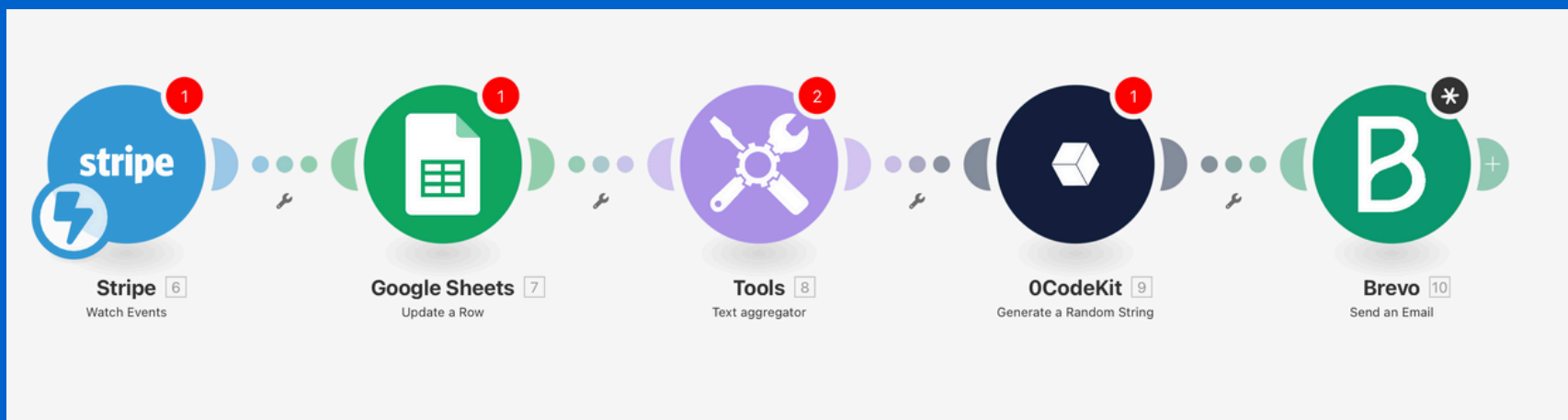
T Est égal à ▾ | [New contact](#) ▾

**Ajouter contact
à liste
"Prospects
Salons" J+0**

**Envoyer email
"Proposition
démo" J+5**

**QR code
dynamique**

AUTOMATISATION ACCÈS PLATEFORME SAAS



Destinataire: **NOUVEAU CLIENT@GMAIL.COM**

Sujet: **VOS ACCÈS À FLYNX SONT PRÊTS**

Bonjour {{Prénom}},

Merci pour l'intérêt que vous portez à FLYNX !
Toute l'équipe vous remercie
chaleureusement pour votre confiance.
Votre espace personnel est désormais prêt.
Vous pouvez y accéder dès maintenant et
commencer à organiser vos événements
simplement et efficacement.

👉 Accédez à votre tableau de bord ici :
[https://flynx-\"name\".fr](https://flynx-\)

Avec cet identifiant : {{Email of user}}
Et ce mot de passe temporaire
MotDePasseGénéré}}
Pensez à le modifier lors de votre première
connexion.

À très vite sur FLYNX !

UNE STRATÉGIE EN 4 PHASES ALIGNÉE

– FIDÉLISATION 1400€ / 9 %

CRÉER UNE COMMUNAUTÉ DURABLE ET CO-CONSTRUIRE L'AVENIR DE LA PLATEFORME

- Actions :
 - **Forum d'entraide intégré** à la plateforme avec gamification (badges, classement)
 - **Module public de feedback** et suggestions

Objectif SMART : Convertir au moins 15 % des leads qualifiés générés (soit 30 nouveaux clients) en utilisateurs actifs de la plateforme d'ici fin novembre 2025, à travers les actions combinées du programme ambassadeur, des salons et du marketing automation.

COMMUNICATION

Renforcer **notoriété** écosystème associatif

Créer **communauté engagée** (pros + bénévoles)

Générer **trafic** + conversion inbound marketing

Identité

Nous sommes **un facilitateur d'événements** pour les acteurs du changement.

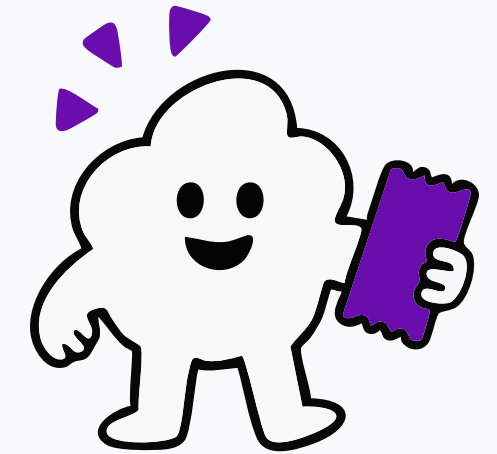
Ambition

Référence des outils événementiels pour les acteurs à impact, en remettant l'humain au cœur de l'expérience.

SLOGAN ET ACCROCHE

- Votre cause. Votre événement. Votre image.
- Le monde a besoin d'associations, et les associations ont besoin d'outils adaptés.

TON DE MARQUE



- Simple et direct, **sans jargon technique**
- **Bienveillant** et à hauteur d'humain
- **Engagé** mais pas moralisateur
- **Inspirant** pour valoriser les actions positives des associations

MAI 2025

LE CONTENU DU POSTS

- Annonce
- Fonctionnalité
- Spotlight
- Témoignages
- Challenge
- Behind-the-Scenes
- Collab
- Conseil
- F A Q
- Rétrospective
- Aperçu
- Tutorial
- Recap

PLATFORM

- LINKEDIN
- INSTAGRAM
- FACEBOOK

LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENDREDI	SAMEDI	DIMANCHE
28	29	30	1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20 ● FLYNX : L'outil simple & rapide pour gérer vos événements associatifs	21	22 ● 5 astuces pour bien lancer un événement	23	24 ● "Depuis FLYNX, on respire enfin avant chaque événement"	25
26	27 ● +60% des associations organisent au moins 1 événement/mois	28	29 ●●● Qui est derrière FLYNX ?	30	31	1
2	3 ● Gérez les inscriptions + paiements + mails, en 1 clic	4	5 ● "Un événement réussi commence par une bonne organisation."	6	7 ● 3 erreurs à éviter dans la gestion d'un événement associatif	8

JUIN 2025

LE CONTENU DU POSTS

- Annonce
- Fonctionnalité
- Spotlight
- Témoignages
- Challenge
- Behind-the-Scenes
- Collab
- Conseil
- F A Q
- Rétrospective
- Aperçu
- Tutorial
- Recap

PLATFORM

- LINKEDIN
- INSTAGRAM
- FACEBOOK

LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENDREDI	SAMEDI	DIMANCHE
26	27	28	1	2 Pourquoi les assos ont besoin d'un outil comme FLYNX ?	3	1
2	3 C'est quoi une "bonne billetterie" en 2025 ?	4	5	6 Le cycle de vie d'un événement associatif réussi	7	8
9 Comment une mairie a boosté ses inscriptions grâce à FLYNX ?	10	11 5 galères que vivent tous les organisateurs d'événements	12	13 On a divisé notre charge mentale par deux	14	15
16	17 Les 3 KPI que chaque asso devrait suivre après un événement	18	19 Avant FLYNX / Après FLYNX : la différence en image	20	21	22
23	24	25 Comment automatiser vos relances mails bénévoles ?	26	27 Quel type d'organisateur êtes-vous ?	28	29
30	1 Créer FLYNX, c'est créer une solution par ceux qui vivent les mêmes galères que vous	2	3 Ce sont les petits événements qui font les grandes histoires	4	5 FLYNX en chiffres – Juin 2025 : merci à vous !	6

LINKEDIN

**PROFESSIONNELS
& INSTITUTIONS**

~

**Directeurs d'asso
Responsables
communication
Institutionnels**



OBJECTIF & FORMAT

~

**Réputation
Crédibilité
Lead B2B
Informatif
Témoignages
Articles**



KPIS

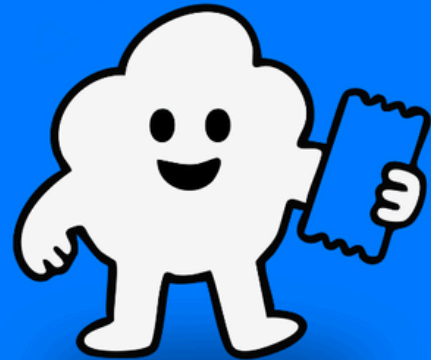
~

- **Impressions**
- **Portée unique**
- **Followers**
- **Vues profil**

LINKEDIN

FLYNX

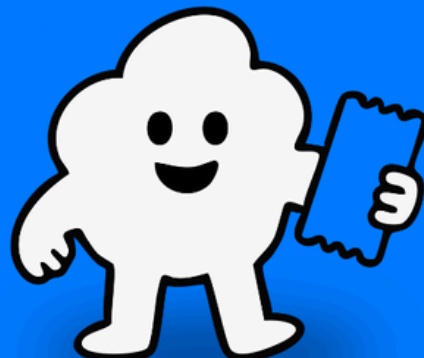
**COMMENT
RECRUTER DES
BÉNÉVOLES
FACILEMENT ?**



SWIPE →

FLYNX

**C'EST LA PLATEFORME
TOUT-EN-UN QUI
ACCOMPAGNE LES
ORGANISATEURS
D'ÉVÉNEMENTS, DE L'IDÉE
AU JOUR J (ET APRÈS).
MOINS DE STRESS. PLUS
D'IMPACT. 🎯**



INSTAGRAM

**JEUNES TERRAIN
& BÉNÉVOLES**

~

**18-35 ans engages
Community
managers
Organisateurs**



**OBJECTIF &
FORMATS**

~

**Engagement
Image marque
Chaleureux
Carrousels
Stories
Behind scenes**



KPIS

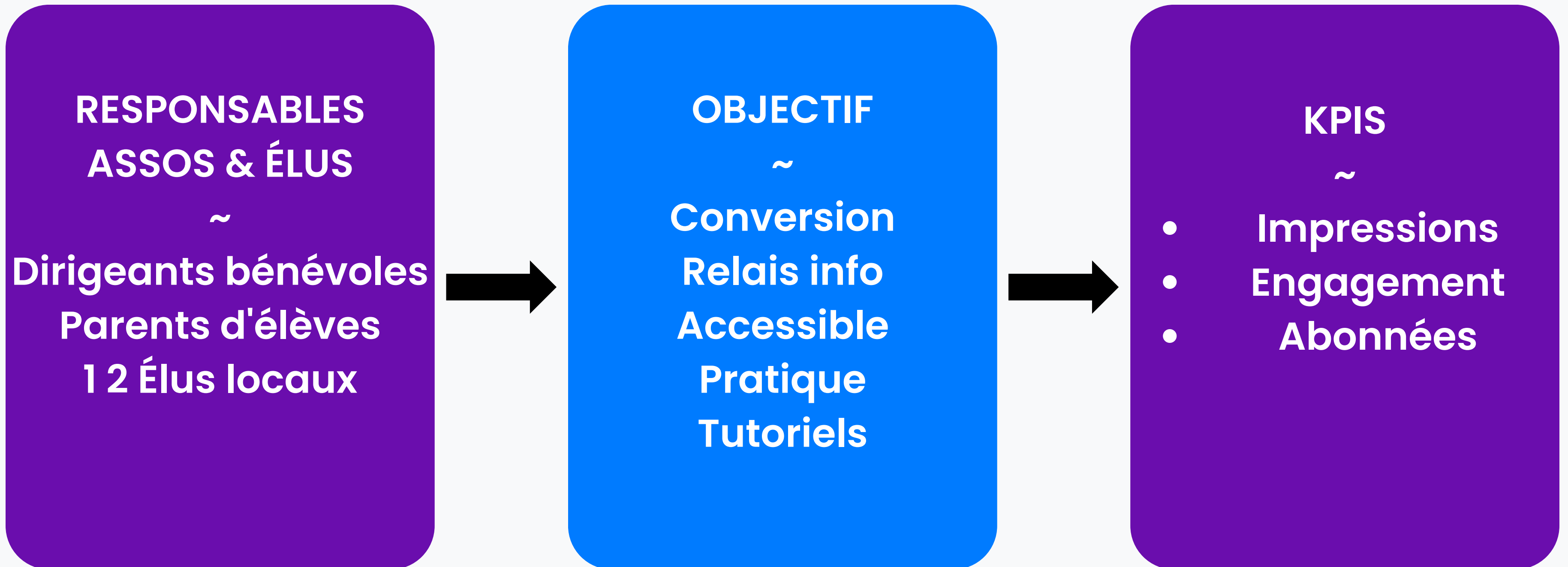
~

- **Impressions**
- **Engagement**
- **Abonnées**

INSTAGRAM



FACEBOOK



FACEBOOK



Claire

 **Webdesigneuse**

L'architecte de l'expérience 💡🖱️ !
Elle imagine l'interface, pense à l'ergonomie, et fait en sorte que tout soit agréable et fluide à utiliser.



Lucie

 **Pôle Marketing**

Elle analyse, planifie et booste votre projet avec les bonnes stratégies 💡📈

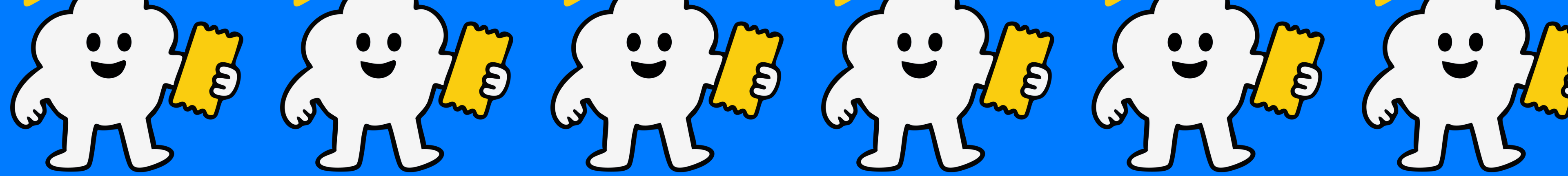


Jonathan

 **Chef de projet**

Le cerveau de l'équipe 🧠 ! Il organise, planifie, motive et s'assure que tout roule comme sur des roulettes. C'est lui qui fait le lien entre tous les pôles !





WEBDESIGN



EMPATHY MAP

CAMILLE DURAND

BESOINS

- ▶ Un outil no-branding, éthique, simple et économique
- ▶ Respect des normes RGPD, interface intuitive
- ▶ Personnalisation sans surcoût

FRUSTRATIONS

- ▶ Branding imposé
- ▶ Manque de flexibilité
- ▶ Solution trop chère ou inadaptée aux ONG

EMPATHY MAP

JULIE MARTEL

BESOINS

- ▶ Solution intégrée à ses outils internes
- ▶ Interface personnalisable sans surcharge de travail
- ▶ Plateforme conforme et fonctionnelle

FRUSTRATIONS

- ▶ Peu d'options adaptées à son usage spécifique
- ▶ Solution peu compatible ou trop rigide
- ▶ Difficulté à allier personnalisation et conformité

USER STORIES

CAMILLE DURAND, (ASSOCIATION)

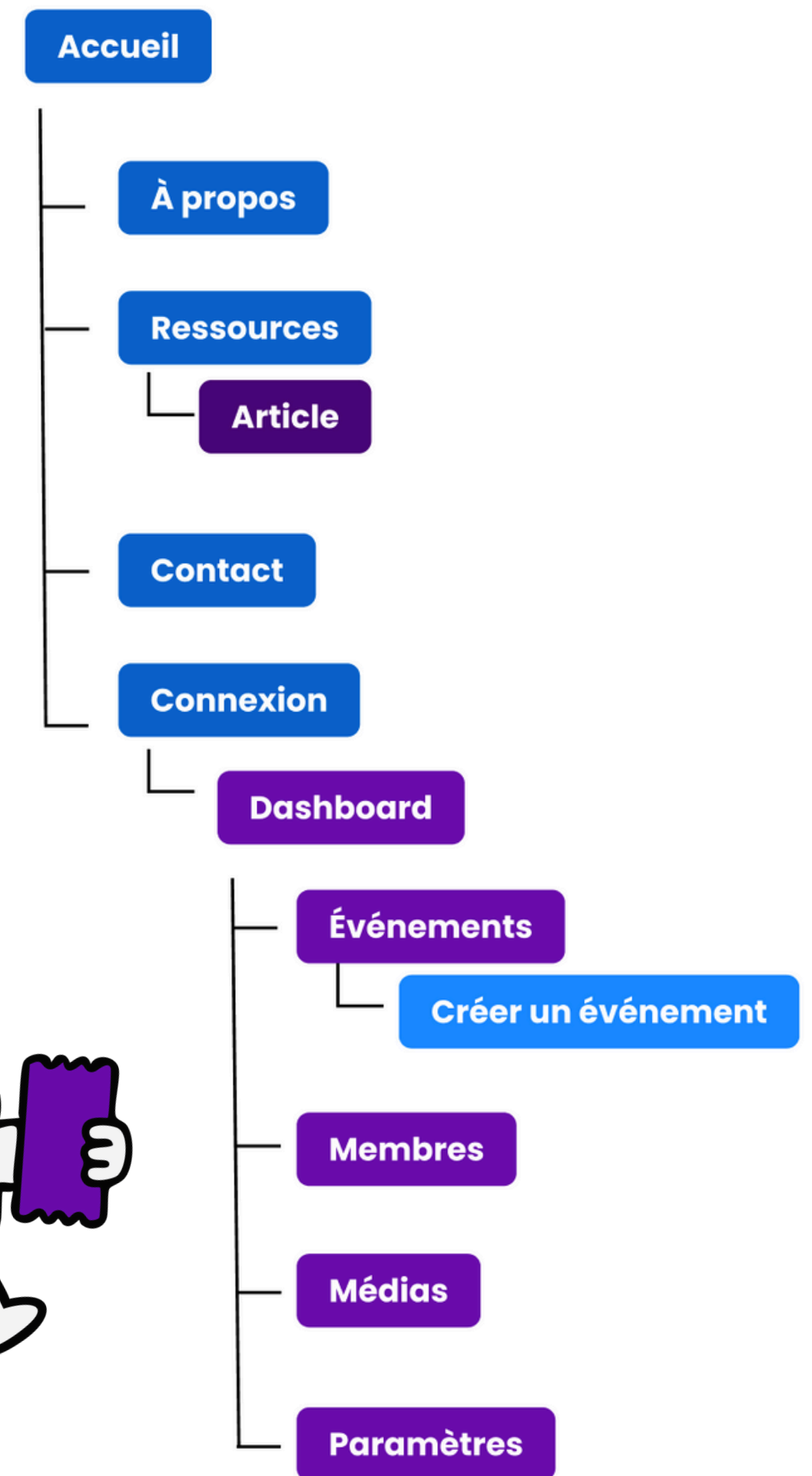
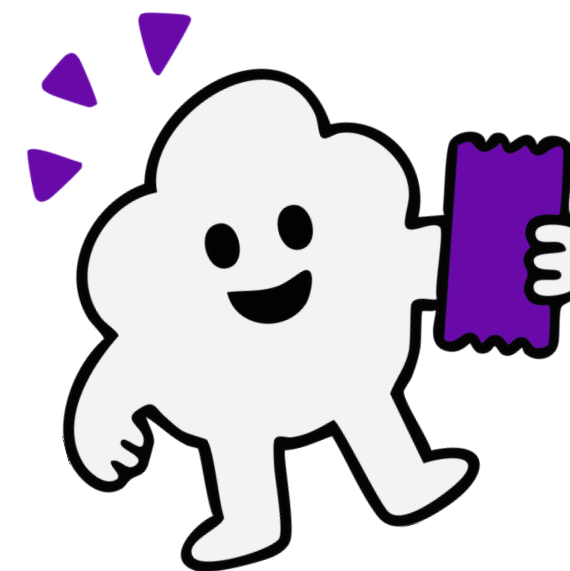
**EN TANT QUE RESPONSABLE COMMUNICATION DANS UNE ASSOCIATION,
JE VEUX ORGANISER DES ÉVÉNEMENTS SANS BRANDING IMPOSÉ,
AFIN DE PRÉSERVER L'IDENTITÉ VISUELLE ET LES VALEURS DE MON ORGANISATION.**

USER STORIES

JULIE MARTEL (ENTREPRISE)

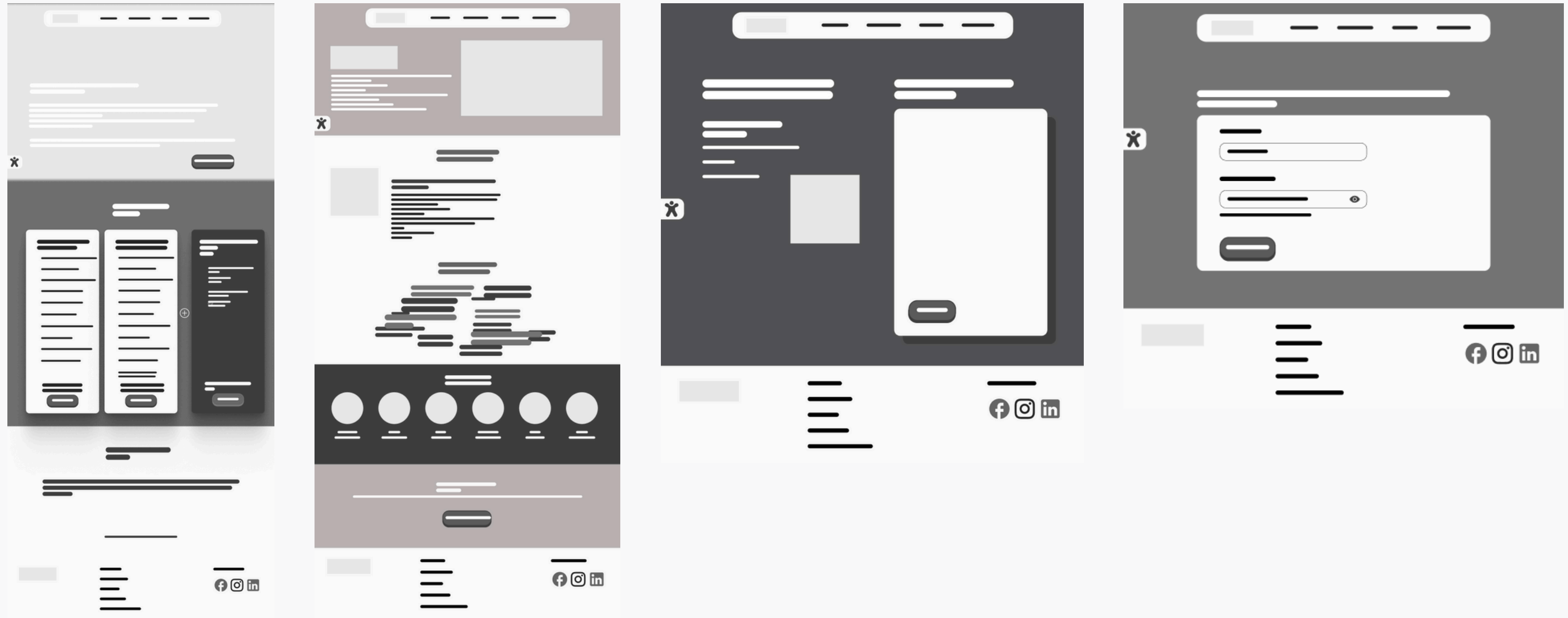
**EN TANT QUE RESPONSABLE DES ÉVÉNEMENTS INTERNES,
JE VEUX UNE SOLUTION QUI S'INTÈGRE AVEC NOS OUTILS EXISTANTS,
AFIN DE FLUIDIFIER L'ORGANISATION SANS MULTIPLIER LES PLATEFORMES.**

ARBORESCENCE



WIREFRAMES

SITE VITRINE FLYNX



WIREFRAMES

SAAS FLYNX

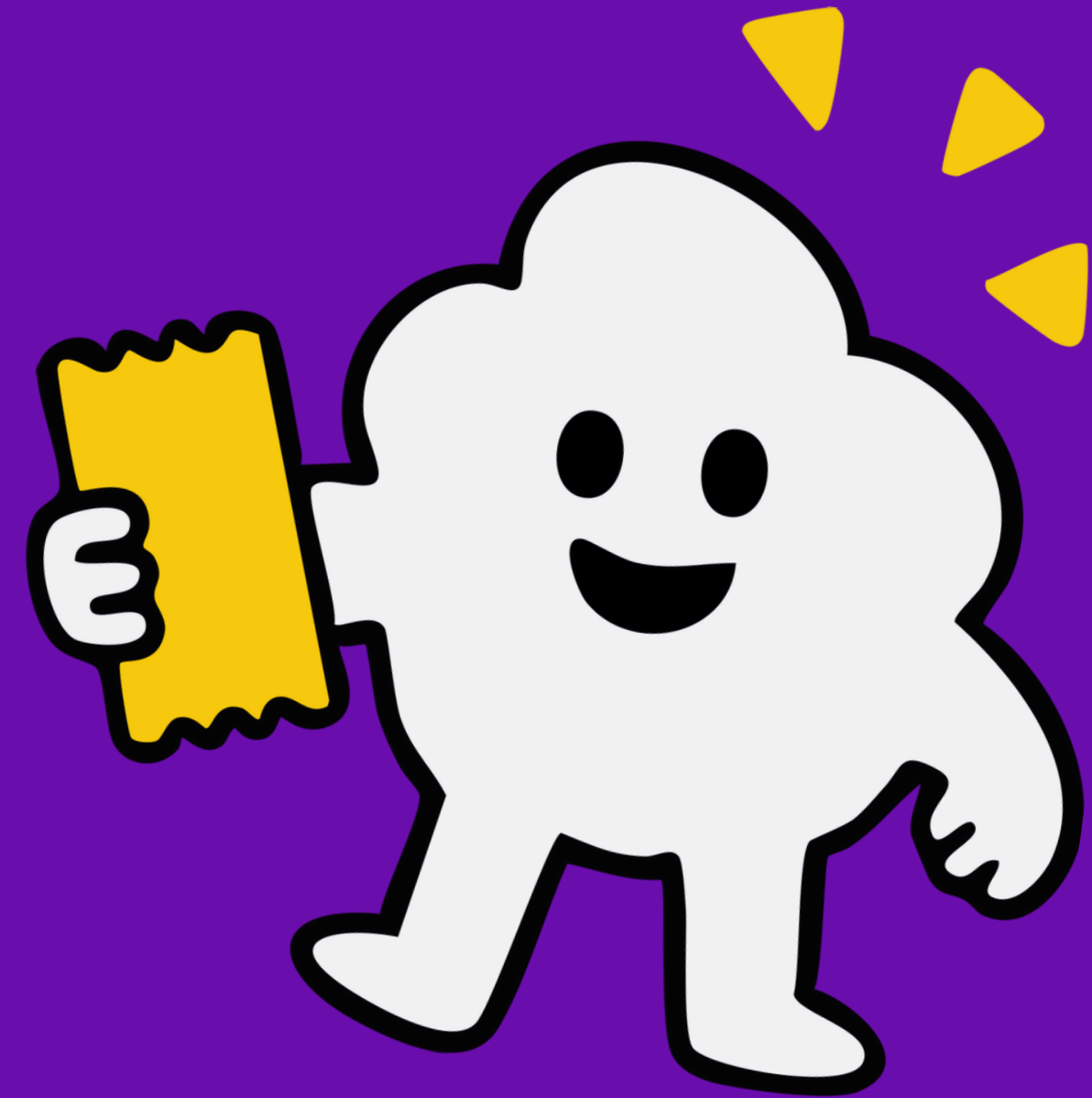


MAQUETTES/PROTOTYPE

PROTOTYPE DESKTOP

PROTOTYPE MOBILE

PROTOTYPE LANDING PAGE



TESTS UTILISATEURS

SCÉNARIO N°1: LE TEST DES 5 SECONDES

SCÉNARIO N°2: LA NAVIGATION

SCÉNARIO N°3: LA PRISE D'INFORMATIONS

SCÉNARIO N°4: LA PRISE EN MAIN

ACCESSIBILITÉ

SUGGESTIONS RACCOURCIS CLAVIER :

REVENIR EN HAUT DE PAGE : CTRL + B (CMD + B POUR MAC)

ACCÉDER À L'ACCUEIL : CTRL + H (CMD + H POUR MAC)

ACCÉDER AU MENU D'ACCESSIBILITÉ : CTRL + M (CMD + M POUR MAC)

ACCÉDER À LA PAGE CONTACT : ALT + C (OPTION + C)

MODIFIER LA TAILLE DU TEXTE : CTRL + (CMD +) AGRANDIR CTRL - (CMD -) RÉTRÉCIR

RÉINITIALISER LA TAILLE DU TEXTE : CTRL + 0

ACCÉDER AU FOOTER : ALT + F (OPTION + F POUR MAC)

ACCESSIBILITÉ

MOTEUR

VISUEL

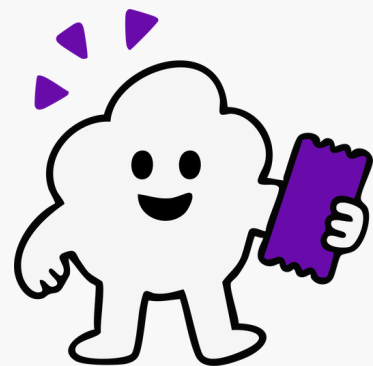
EXPRESSION

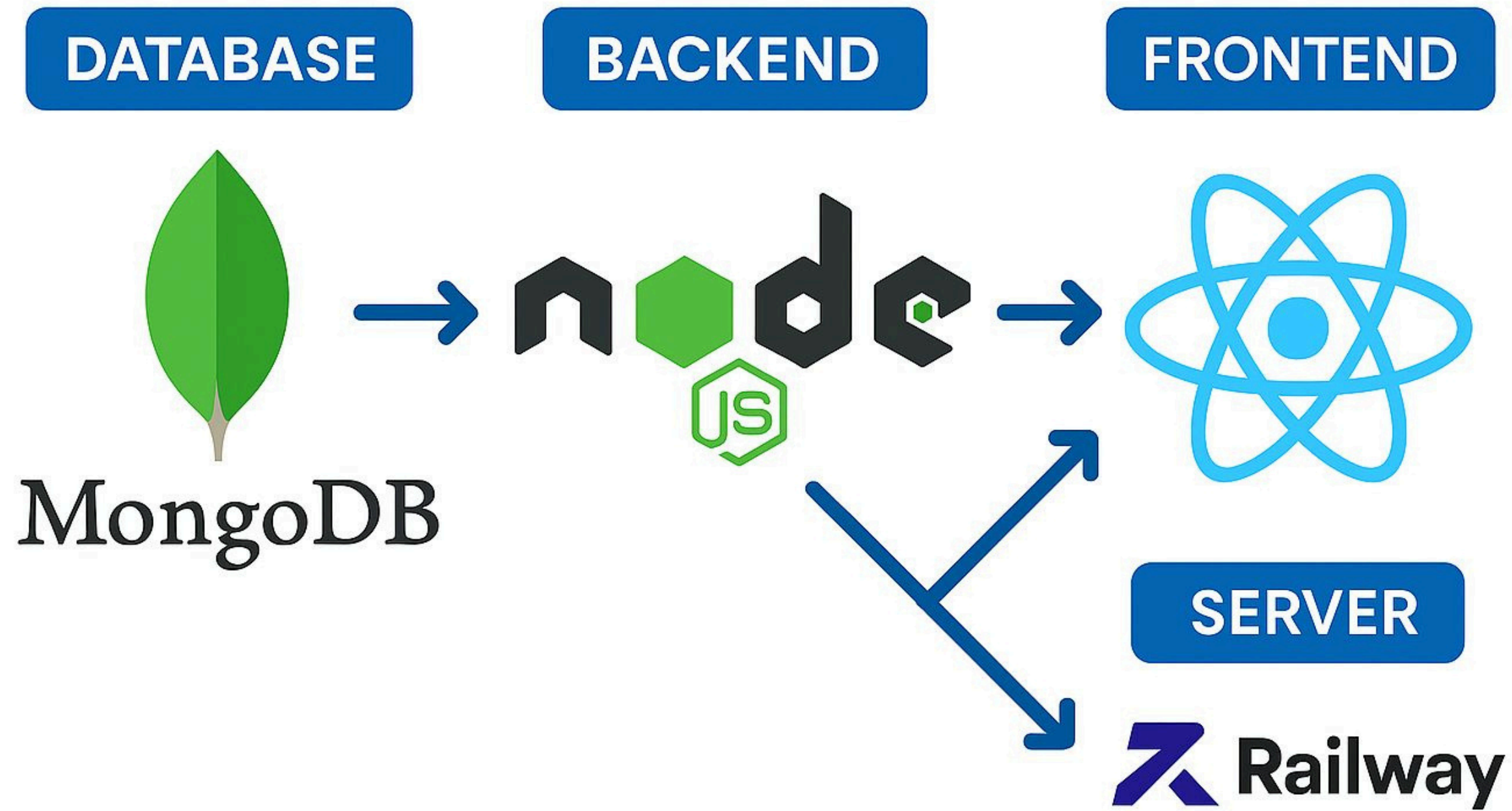
AUDITION



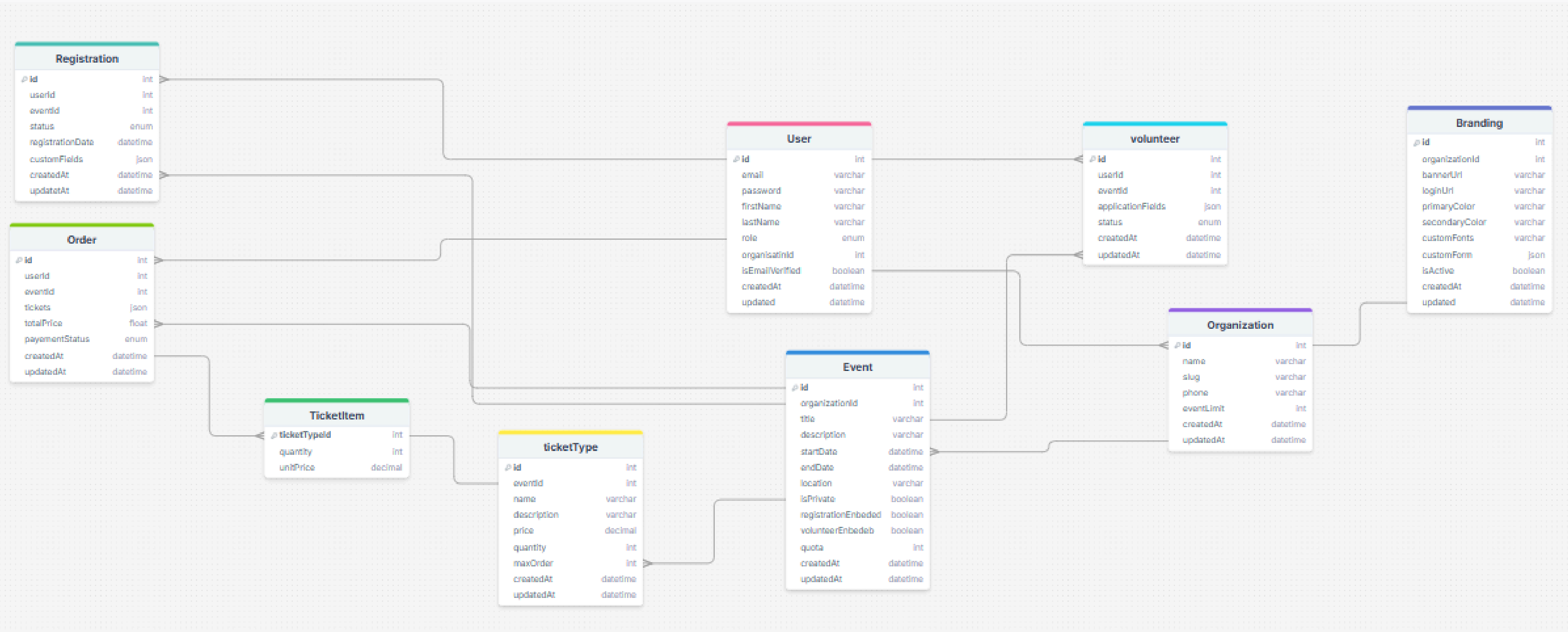
UNE PLATEFORME PENSÉE POUR DURER

- Stack technique : MERN (MongoDB, Express, React, Node.js)
- Rapide, Maîtrisé, Axé sur l'expérience utilisateur, compatible a des évolutions futur
- Sécurité, Risque et Solutions
- Un projet qui respect les données de ses clients





CONCEPTION DE LA BASE DE DONNÉES



RECETTAGE

```
mksow@MK-SOW MINGW64 /d/MY_DIGITAL_SCHOOL/My digital project/flynx/flynx-backend (test|REBASE 1/1)
● $ npm test

> flynx-backend@1.0.0 test
> cross-env NODE_ENV=test jest --detectOpenHandles

PASS tests/user.test.js
  User Controller
    loginUser
      ✓ devrait réussir le login avec des identifiants valides (19 ms)
      ✓ devrait échouer si le mot de passe est incorrect (32 ms)
    createUser
      ✓ devrait refuser la création si email existe déjà (7 ms)
    getUserById
      ✓ devrait retourner un utilisateur existant (10 ms)
      ✓ devrait retourner 404 si utilisateur non trouvé (10 ms)
    deleteUser
      ✓ devrait supprimer un utilisateur (10 ms)
    deleteMyAccount
      ✓ devrait supprimer le compte (11 ms)

Test Suites: 1 passed, 1 total
Tests:       7 passed, 7 total
Snapshots:   0 total
Time:        5.086 s, estimated 6 s
Ran all test suites.

mksow@MK-SOW MINGW64 /d/MY_DIGITAL_SCHOOL/My digital project/flynx/flynx-backend (test|REBASE 1/1)
○ $
```

ET MAINTENANT... LE MVP

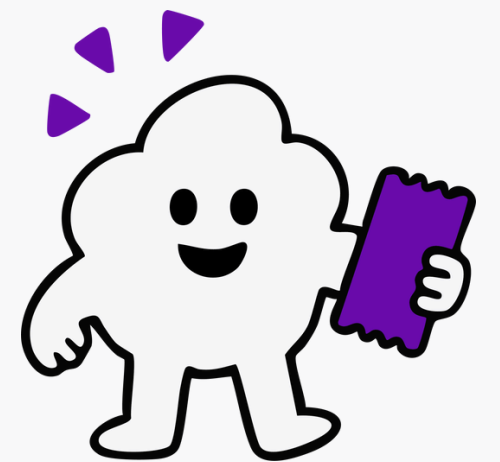
- Démo : création, connexion, inscription
- Objectif : démontrer la simplicité et l'efficacité de la solution
- Une plateforme en constante évolution

landing.flynx.fr

BUDGET MARKETING

Phase	Actions principales	Budget alloué (€)
Découverte	- Rédaction & diffusion 2 communiqués presse - Sponsoring d'articles presse spécialisée (2 médias) - Campagnes publicitaires Social Media (Facebook, Instagram, LinkedIn : ciblage B2B) - Création de contenus : blog (rédaction 6 articles), infographie, vidéo teasing - Référencement gratuit : Google My Business, plateformes SaaS/comparateurs	5 200
Considération	- Rédaction livre blanc & guide pratique (graphisme inclus) - Production vidéo "success story client" - Organisation d'un webinaire (location éventuelle plateforme et speaker) - Outils CRM & marketing automation (Brevo, sur 3 mois) - Emailing avec tests A/B	2 800
Décision	- Participation à 2 salons spécialisés (location stand, dotations goodies : totebags, stylos, sweats, logistique) - Lancement programme ambassadeur/kit onboarding (goodies, templates, formation initiale, animation groupe LinkedIn) - Mise en place d'offres promotionnelles et relance automatisée (mailing/démonstration personnalisée)	5 600
Fidélisation	- Développement/installation forum d'entraide intégré - Animation & gamification du forum (badges, classement, reporting) - Création d'un module public de proposition/suggestions & votes (développé ou plug-in) - Valorisation des contributeurs mensuels (jeux concours, petit cadeau, communication)	1 400
TOTAL		15 000

REX



**FLYNNX CEST LA BONNE IDÉE AU
BON MOMENT,
PORTÉE PAR UNE ÉQUIPE ALIGNÉE
SUR LA VISION & LE TERRAIN**

F