

Documentation produit et business

Plateforme WhatsApp CRM pour les PME gabonaises

L'objectif est de créer une plateforme SaaS qui transforme WhatsApp en **canal organisé de vente, de support, de relance et de fidélisation** pour les petites et moyennes entreprises du Gabon, avant une expansion vers d'autres marchés africains francophones.

Le produit ne doit pas être vendu comme un outil de "messages en masse". Il doit être vendu comme un **assistant commercial WhatsApp** : il aide une PME à répondre plus vite, centraliser les conversations, ne perdre aucun prospect, suivre les rendez-vous et convertir davantage de demandes en clients.

Cette documentation reprend l'idée depuis le début, à partir de l'analyse de DNInfo/Womplet et des captures fournies.

Vision du projet

Problème observé

Dans beaucoup de PME, WhatsApp est déjà le principal canal de relation client. Les prospects écrivent depuis Facebook, Instagram, un site web, une publicité ou un QR code. Mais la gestion reste souvent artisanale :

- Le numéro est sur le téléphone personnel du patron ou d'un commercial.
- Plusieurs personnes répondent sans coordination.
- Les conversations sont oubliées.
- Les prospects qui demandent un prix ne sont pas relancés.
- Il n'existe pas de pipeline commercial clair.
- Le dirigeant ne sait pas combien de demandes deviennent réellement des ventes.
- Les messages promotionnels sont envoyés sans segmentation, consentement ni suivi.
- Quand un salarié quitte l'entreprise, l'historique et les contacts peuvent partir avec lui.

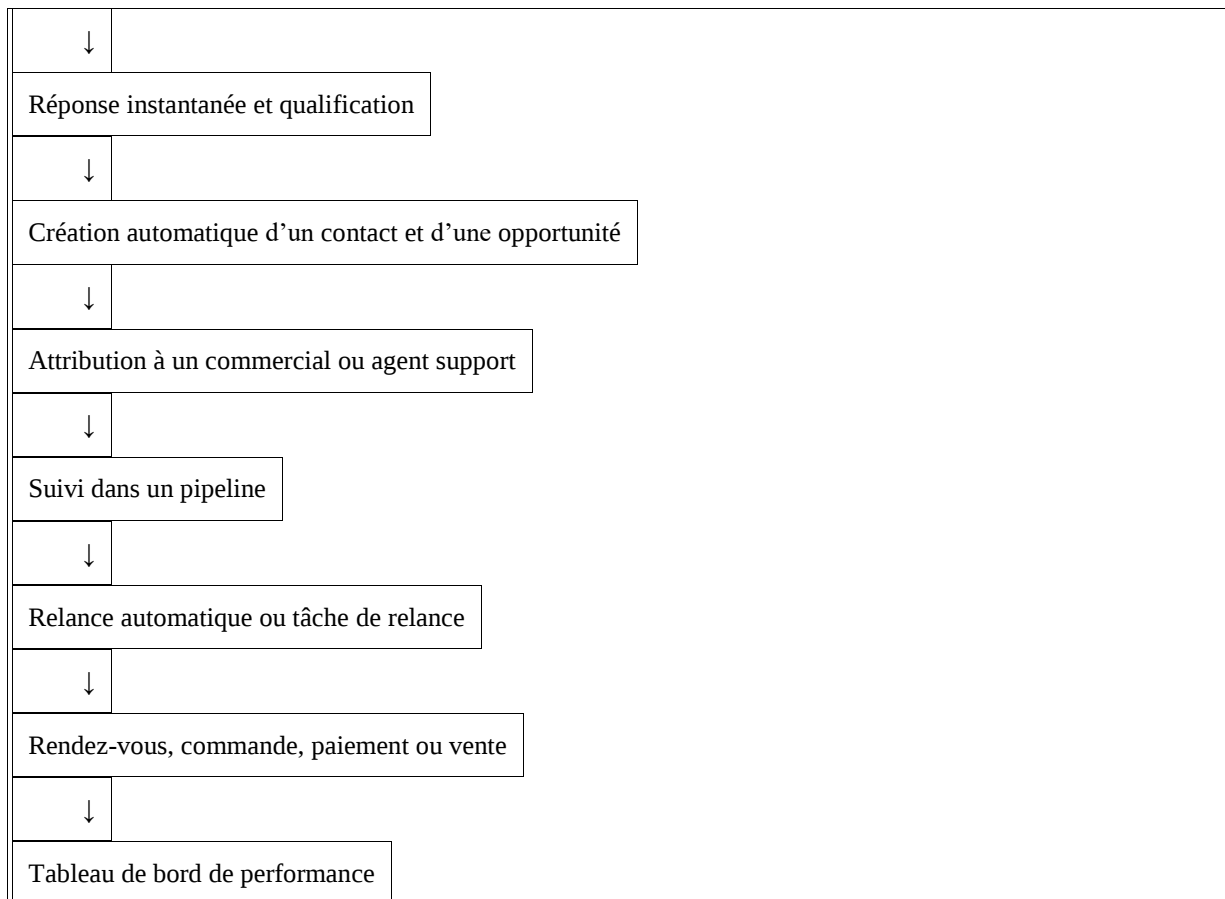
La solution est une plateforme qui structure la relation client sans obliger la PME à abandonner WhatsApp, son canal naturel.

Solution proposée

Construire un **CRM WhatsApp officiel**, adapté aux PME gabonaises :

text

Prospect WhatsApp



Proposition de valeur

“Nous transformons votre WhatsApp en équipe commerciale organisée : chaque prospect reçoit une réponse, est qualifié, attribué au bon agent et relancé jusqu’à l’achat.”

Pour une entreprise de santé :

“Réduisez les rendez-vous manqués avec des confirmations et rappels WhatsApp automatisés.”

Pour une agence immobilière :

“Répondez, qualifiez et relancez chaque prospect immobilier depuis une seule plateforme.”

Pour une boutique :

“Centralisez vos commandes WhatsApp, vos clients et vos relances afin de vendre plus sans perdre de demandes.”

Analyse du modèle Womplet / DNInfo

Le produit observé se présente comme une plateforme complète de **WhatsApp Automation CRM**. Il combine une connexion à WhatsApp, des campagnes, des automatisations, une gestion de contacts, des fonctionnalités e-commerce et de l'analytique.

Les captures montrent notamment les rubriques suivantes :



Le bon objectif n'est pas de copier Womplet pixel par pixel. Il faut comprendre son architecture, reprendre les fonctionnalités qui créent de la valeur, les rendre conformes avec l'API officielle Meta, puis les adapter aux usages, aux prix et aux besoins des PME gabonaises.

Fonctionnalités visibles

Module	Fonction montrée	Intérêt pour la PME
Connexion WhatsApp	Connexion par QR code ou Meta Business API	Permet d'utiliser WhatsApp depuis une interface de travail
Campagnes	Envoi à des contacts ou groupes, message personnalisé, média, planification	Réactiver des clients, rappeler un rendez-vous, lancer une offre
Templates	Messages réutilisables avec variables	Standardiser les confirmations, relances et notifications
Automatisations	Workflows visuels, règles, mots-clés, délais et conditions	Répondre 24/7 et éviter les relances oubliées
Chatbot IA	Réponses et qualification automatiques	Réduire la charge des agents, à utiliser avec prudence

Module	Fonction montrée	Intérêt pour la PME
Gestion contacts	Centralisation clients, segments, groupes et champs	Créer une vraie base client exploitable
Analytics	Livraison, engagement et reporting	Mesurer la qualité des campagnes et de la relation client
E-commerce	Probable lien entre conversations, produits et commandes	Convertir les demandes WhatsApp en ventes

Ce que montrent les captures

Connexion WhatsApp

La première capture présente une page intitulée **“Connect Your WhatsApp”** avec deux méthodes.

Méthode 1 : Personal WhatsApp — Linked Device

La plateforme propose de connecter un compte WhatsApp en scannant un QR code depuis l'application mobile.

Le parcours affiché est :

text

1. Cliquer sur “Add New Channel”

2. Sélectionner “Linked Device”

3. Scanner le QR code depuis WhatsApp mobile

4. Le compte WhatsApp est connecté

5. Commencer à envoyer des messages immédiatement

Cette approche est séduisante car elle diminue fortement la friction : le client peut tester le produit en quelques minutes. Cependant, ce ne doit pas être la base de ton offre commerciale pour les PME.

Risque de l'approche QR code

Une intégration non officielle par appareil lié peut être instable et poser plusieurs problèmes :

- Déconnexion fréquente du compte.
- Risque de limitation ou de suspension du numéro.

- Dépendance à une session WhatsApp Web ou équivalente.
- Difficulté à garantir la sécurité des accès.
- Difficulté à assurer une conformité solide.
- Fonctionnalités limitées ou non supportées officiellement.
- Mauvaise base pour un SaaS qui doit servir des dizaines ou centaines de clients.

Décision produit recommandée : ne pas bâtir ton produit principal autour du QR code ou d'un compte WhatsApp personnel connecté.

Méthode 2 : Meta Business API

La capture propose aussi une connexion avec :

text

Phone Number ID

Business Account ID

Access Token

C'est une connexion à la WhatsApp Business Platform de Meta. Le client peut envoyer et recevoir des messages via une API officielle, recevoir les événements de statut par webhooks et utiliser les templates approuvés.

Meta définit la Cloud API comme un moyen de gérer l'envoi de messages et la réception d'événements via webhooks.

Cette méthode est la bonne fondation pour ton entreprise.

Ton expérience de connexion recommandée

N'oblige pas les clients à copier-coller manuellement des identifiants techniques. Propose un bouton simple :

text

[Connecter mon WhatsApp Business officiel]

Ce bouton doit lancer le parcours **Embedded Signup** de Meta. Ce parcours permet à ton client de relier son compte WhatsApp Business directement depuis ton application. Meta indique que l'Embedded Signup est le moyen le plus rapide d'enregistrer des clients sur la plateforme.

Le parcours doit être adapté à quatre profils :

Situation du client	Parcours recommandé
Il n'utilise pas encore WhatsApp Business	Créer ou configurer son compte Meta Business, choisir un numéro professionnel, puis connecter la Cloud API
Il possède déjà un WhatsApp Business	Connecter officiellement son numéro via Embedded Signup

Situation du client	Parcours recommandé
Il utilise WhatsApp personnel pour son activité	Préparer la migration vers un numéro WhatsApp Business professionnel
Il veut garder l'app WhatsApp Business sur son téléphone	Proposer la coexistence lorsque disponible et compatible

Meta propose un mécanisme de **coexistence** qui peut permettre à une entreprise de continuer à utiliser WhatsApp Business sur son téléphone tout en exploitant Cloud API sur le même numéro. C'est particulièrement important pour les PME, car les dirigeants veulent souvent garder leur usage mobile habituel.

Campagnes et messagerie

La deuxième capture présente un module appelé **“Campaigns & Bulk Messaging”**.

Les actions visibles sont :

text

1. Aller dans l'espace Campaigns

2. Cliquer sur “Create New Campaign”

3. Choisir les contacts ou groupes ciblés

4. Rédiger un message ou sélectionner un template

5. Ajouter des images, vidéos, PDF ou documents

6. Envoyer immédiatement ou planifier

7. Suivre la délivrabilité et l'engagement

La page présente aussi :

- Des templates de messages réutilisables.
- Des variables pour personnaliser automatiquement un message.
- Une planification par date, heure et fuseau horaire.
- L'envoi de médias riches.
- Le suivi en temps réel.

Adaptation nécessaire

Dans ton produit, évite le vocabulaire “Bulk Messaging”, qui peut évoquer du spam. Utilise plutôt :

- Campagnes WhatsApp
- Campagnes client ciblées
- Notifications et relances
- Diffusions conformes
- Communication client segmentée

Il faut faire comprendre que l'objectif est d'envoyer **le bon message à la bonne personne**, pas d'envoyer le même message à des milliers de numéros.

Fonctionnalités de campagnes

Ton module doit permettre :

text

Campagnes

└─ Créer une campagne

└─ Choisir une audience

└─ Vérifier automatiquement le consentement

└─ Sélectionner un template WhatsApp Meta approuvé

└─ Personnaliser avec des variables

└─ Ajouter des boutons et médias autorisés

└─ Planifier l'envoi

└─ Estimer les coûts Meta

└─ Lancer l'envoi par lots contrôlés

└─ Voir les statuts de livraison

└─ Mesurer les réponses et conversions

└─ Exclure automatiquement les désinscrits

Segments de contacts utiles

text

Contacts ayant donné leur opt-in WhatsApp

Nouveaux prospects des 7 derniers jours

Prospects sans réponse depuis 48 heures

Clients ayant acheté au cours des 90 derniers jours

Clients ayant un rendez-vous demain

Clients dont le paiement est en attente

Clients inactifs depuis 6 mois

Contacts d'une zone géographique précise

Contacts ayant demandé une catégorie de produit

Prospects attribués à un commercial donné

Exemple : campagne de rappel de rendez-vous

text

Bonjour {{1}},

Nous vous rappelons votre rendez-vous avec {{2}} prévu le {{3}} à {{4}}.

Merci de confirmer votre présence.

[Je confirme]

[Je souhaite reprogrammer]

Variables :

text

{{1}} = prénom du client

{{2}} = nom de l'entreprise ou conseiller

{{3}} = date du rendez-vous

{{4}} = heure du rendez-vous

Après une réponse :

text

Si le client clique "Je confirme"

→ Mettre le rendez-vous à jour

→ Notifier l'agent responsable

→ Envoyer une confirmation

Si le client clique "Je souhaite reprogrammer"

→ Ouvrir une conversation

→ Affecter à l'équipe concernée

→ Proposer des créneaux disponibles

Conformité des campagnes

Meta exige qu’une entreprise obtienne un consentement, appelé **opt-in**, avant de contacter une personne sur WhatsApp dans un contexte proactif.

La plateforme doit donc stocker les données suivantes :

text

Numéro WhatsApp du contact

Statut du consentement

Date et heure du consentement

Canal de collecte du consentement

Texte de consentement accepté

Type de messages autorisés

Date de désinscription éventuelle

Preuve ou trace d’audit

Exemple de consentement à intégrer dans les formulaires de la PME :

“J’accepte de recevoir sur WhatsApp les informations relatives à ma demande, mes commandes, mes rendez-vous et, si je l’accepte, des offres de [Nom de l’entreprise]. Je peux me désinscrire à tout moment.”

Ne permet jamais une campagne envoyée à :

- Des contacts sans opt-in.
- Des contacts désinscrits.
- Des contacts qui ont signalé ou bloqué l’entreprise.
- Une liste achetée ou non documentée.

Templates Meta

Hors d’une fenêtre de service client de 24 heures après le dernier message d’un utilisateur, l’entreprise doit utiliser un template WhatsApp approuvé pour reprendre contact. Les templates sont des actifs du compte WhatsApp Business utilisables via Cloud API.

Catégories principales :

Catégorie	Usage	Exemple
Utility	Informations de service ou transactionnelles	Confirmation de commande, rappel de rendez-vous, facture, livraison
Authentication	Codes de vérification et sécurité	Code OTP, vérification de connexion
Marketing	Promotions, recommandations, réactivation	Nouvelle collection, offre ciblée, événement

Catégorie	Usage	Exemple
Service	Réponse dans une conversation active	Réponse contextualisée pendant la fenêtre de 24 heures

Le produit doit afficher très clairement :

text

Conversation active — 18 h 20 restantes

→ Réponse libre autorisée

Conversation expirée

→ Choisissez un template approuvé pour relancer

Coûts Meta

Meta facture depuis le 1er juillet 2025 selon un modèle par message template livré. Le montant varie notamment selon le type de template et le pays du destinataire.

Ton produit doit donc offrir :

- Une estimation avant l’envoi.
- Un montant consommé par campagne.
- Un coût par réponse, rendez-vous, commande ou vente.
- Une facturation séparée entre ton SaaS et les frais de messagerie Meta.
- Un système de crédits ou de refacturation mensuelle.

Ne promets jamais des “messages illimités” sur l’API officielle.

Automatisations et workflows

La troisième capture montre un module nommé “**Automation & Workflows**”. Les fonctionnalités visibles sont :

- Visual Workflow Builder.
- Keyword Triggers.
- AI Chatbots.
- Multi-Step Sequences.
- Auto-Responses.

La promesse est d’automatiser les conversations et de nourrir les prospects 24h/24 et 7j/7.

Finalité métier

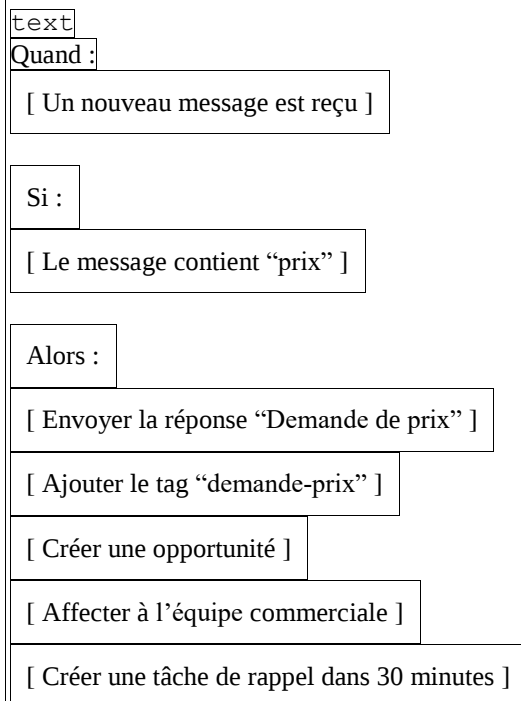
Le workflow ne doit pas être une démonstration technique. Il sert à traiter systématiquement les tâches répétitives :

- Accueillir un prospect.
- Poser les premières questions de qualification.
- Répondre aux questions fréquentes.
- Orienter vers le bon service.
- Créer un contact et une opportunité.
- Affecter une conversation au bon agent.
- Rappeler un rendez-vous.
- Relancer un devis.
- Informer le client sur une commande.
- Demander une confirmation.
- Collecter une satisfaction après prestation.

MVP : règles simples avant éditeur visuel

Un constructeur visuel drag-and-drop est intéressant mais complexe à développer. Il n'est pas nécessaire pour tes premiers clients.

Commence avec une interface structurée :



Tu pourras construire un éditeur visuel lorsque les workflows seront validés avec de vrais clients.

Déclencheurs prioritaires

Déclencheur	Exemple	Action
Nouveau message	Un prospect écrit pour la première fois	Message d'accueil, création contact, attribution
Mot-clé	"Prix", "Devis", "Formation", "Livraison"	Réponse automatique et qualification
Clic sur bouton	Le client choisit "Réserver"	Création de rendez-vous ou tâche agent
Changement de tag	Le lead devient "chaud"	Notification à un commercial
Changement de pipeline	Le deal passe en "Visite confirmée"	Envoi d'une confirmation
Délai	Aucune réponse dans un délai défini	Relance agent ou template conforme
Nouvel événement e-commerce	Commande payée ou expédiée	Notification transactionnelle
Rendez-vous imminent	Rendez-vous demain	Rappel et demande de confirmation
Formulaire Meta Lead Ads	Nouveau lead publicité Facebook	Création automatique contact + séquence WhatsApp

Workflow de qualification : agence immobilière

text

Déclencheur

→ Un nouveau prospect envoie un message

Message d'accueil

→ "Bonjour, bienvenue chez [Agence].

Quel est votre besoin ?"

Boutons

→ Acheter

→ Louer

→ Vendre

→ Parler à un conseiller

Si “Acheter”

→ Demander : zone recherchée

→ Demander : budget approximatif

→ Demander : type de bien

→ Enregistrer les réponses dans la fiche contact

→ Ajouter le tag “acheteur”

→ Créer une opportunité dans le pipeline

→ Affecter un agent immobilier

→ Notifier l’agent

→ Proposer une visite ou une sélection de biens

Workflow de relance devis

text

Déclencheur

→ Étape du pipeline = “Devis envoyé”

Attendre

→ 24 heures

Condition

→ Le client n’a pas répondu

Action

→ Créer une tâche de relance pour l’agent

→ Si la fenêtre de service WhatsApp est expirée :

envoyer un template de relance approuvé

→ Mettre à jour la date de dernière relance

Chatbot IA

Les captures mettent en avant les chatbots IA. C’est une fonctionnalité attractive, mais elle doit être ajoutée progressivement.

Phase 1 : l'IA assiste les agents.

- Résume une conversation longue.
- Propose une réponse.
- Détecte l'intention du client.
- Extrait les informations importantes : budget, besoin, localisation, date.
- Classe les demandes : vente, support, réclamation, information.
- Suggère le prochain meilleur geste commercial.

Phase 2 : l'IA répond aux questions très contrôlées.

- Horaires.
- Adresse.
- Produits disponibles.
- Documents nécessaires.
- Procédure de réservation.
- Questions fréquentes validées.

Ne laisse pas l'IA répondre seule à des sujets sensibles dans les secteurs de la santé, de la finance, de l'assurance, du droit ou des paiements. Prévoyez toujours une règle :

text

Question complexe ou sensible

→ Transfert immédiat vers un agent humain

→ Notification de l'équipe

Marché cible : Gabon

Pourquoi démarrer au Gabon

Le Gabon offre un contexte intéressant pour une solution WhatsApp-first :

- WhatsApp est déjà un canal utilisé au quotidien par les consommateurs et petites entreprises.
- Les PME communiquent beaucoup via mobile.
- La plupart des activités commerciales locales reposent sur des réponses rapides, la relation directe et les recommandations.
- Les entreprises ont besoin de digitalisation simple, en français et accompagnée.
- Le marché est suffisamment compact pour construire un réseau local de clients, partenaires et prescripteurs.

Au début de 2025, le Gabon comptait environ 1,84 million d'utilisateurs d'Internet, soit 71,9% de la population, et environ 3,19 millions de connexions mobiles, avec une large part compatible avec le haut débit mobile.

Clients idéaux

Tu ne dois pas essayer de vendre à toutes les PME dès le début. Commence avec une verticale où le problème WhatsApp est évident et mesurable.

Secteur	Problème actuel	Cas d'usage WhatsApp	Résultat à vendre
Immobilier	Leads publicitaires non suivis, visites oubliées	Qualification, fiches de biens, rappels de visite	Plus de visites et de ventes
Centres de formation	Inscriptions incomplètes, relances manuelles	Suivi de dossier, rappels, paiements	Plus d'inscriptions finalisées
Cliniques et cabinets	Rendez-vous oubliés et secrétariat saturé	Confirmation, rappel, reprogrammation	Moins de rendez-vous manqués
Restaurants	Commandes dispersées et réponses lentes	Prise de commande, menus, suivi de livraison	Plus de commandes et meilleure satisfaction
E-commerce	Questions répétées, paniers abandonnés	Catalogue, paiement, livraison, relance	Hausse de conversion et réachat
Automobile	Demandes de devis et rendez-vous oubliés	Devis, rappels entretien, prise de rendez-vous	Plus de rendez-vous atelier
Services professionnels	Prospects non relancés	Qualification, devis, agenda, relance	Plus de contrats conclus

Verticale recommandée

Démarre avec l'un des deux secteurs suivants :

Immobilier à Libreville

Pourquoi :

- Les agences reçoivent beaucoup de demandes par WhatsApp, Facebook et Instagram.
- La rapidité de réponse influence fortement la prise de rendez-vous.
- Les commerciaux ont besoin d'un pipeline.
- Les visites sont faciles à mesurer.

- Les relances sont répétitives et peuvent être automatisées.

Centres de formation privés

Pourquoi :

- Les prospects demandent les programmes, prix, conditions et dates.
- Les inscriptions sont souvent abandonnées avant paiement.
- Les documents sont récupérés par WhatsApp.
- Les rappels de session et de paiement apportent de la valeur immédiate.

Positionnement commercial

Au lieu de dire :

“Nous avons une application d’automatisation WhatsApp.”

Dis :

“Nous aidons les PME gabonaises à ne plus perdre les prospects reçus sur WhatsApp.”

Ou, pour l’immobilier :

“Votre assistant commercial WhatsApp : il répond, qualifie, affecte et relance vos prospects immobiliers.”

Ou, pour les centres de formation :

“Transformez les demandes WhatsApp en inscriptions confirmées grâce à un suivi automatique et une équipe mieux organisée.”

Modules fonctionnels du produit

1. Connexion et canaux

Fonctionnalités :

- Connexion officielle à WhatsApp Business.
- Parcours Embedded Signup Meta.
- Gestion du WhatsApp Business Account.
- Gestion du ou des numéros professionnels.
- Gestion sécurisée des tokens API.
- Statut de connexion et alertes.
- Synchronisation des templates.
- Configuration des webhooks.

- Coexistence avec WhatsApp Business App lorsque disponible.
- Gestion multi-numéros pour les entreprises plus avancées.

2. Boîte de réception partagée

Objectif : remplacer le téléphone personnel comme centre de gestion commerciale.

Fonctionnalités :

text
Liste des conversations
Réponse texte, image, document, audio et média autorisé
Affectation à un agent
Transfert entre agents
Notes internes invisibles du client
Tags
Statut ouvert, en attente, fermé
Réponses rapides
Recherche conversationnelle
Historique complet du client
Indication de fenêtre de service WhatsApp
Indication du dernier agent intervenu
Horodatage et SLA de réponse

Écran de conversation idéal

text
Colonne gauche
→ Boîte de réception
→ Tous les messages
→ Non assignés
→ À traiter
→ Mes conversations
→ Fermés
Centre
→ Historique conversation

→ Zone de rédaction

→ Réponses rapides

→ Pièces jointes

→ Templates Meta

→ Boutons ou listes interactives

Colonne droite

→ Profil contact

→ Tags

→ Consentement WhatsApp

→ Pipeline

→ Responsable

→ Notes internes

→ Tâches

→ Dernière activité

3. Gestion des contacts

Fonctionnalités :

- Création automatique depuis un message entrant.
- Normalisation du numéro au format international.
- Nom, prénom, entreprise, email et coordonnées.
- Tags personnalisés.
- Source du lead.
- Consentement WhatsApp.
- Champs personnalisés selon le secteur.
- Historique de messages.
- Historique de campagnes.
- Historique de ventes ou rendez-vous.
- Fusion de doublons.
- Import CSV avec validation.
- Export conforme et contrôlé.

Exemples de champs pour l'immobilier :

text

Zone recherchée
Budget minimum
Budget maximum
Type de bien
Nombre de chambres
Statut : achat, location, investissement
Date souhaitée
Agent responsable
Source : Facebook, Instagram, site, recommandation

4. CRM et pipeline commercial

Fonctionnalités :

text
Pipelines personnalisables
Étapes de vente
Montant potentiel
Probabilité de conversion
Agent responsable
Date de prochaine action
Tâches
Historique des modifications
Tableau Kanban
Filtres par agent, équipe, source ou période

Pipeline immobilier de départ :

text
Nouveau lead
→ À qualifier
→ Bien proposé
→ Visite à planifier
→ Visite confirmée
→ Négociation
→ Gagné

→ Perdu

Pipeline formation de départ :

text

Nouveau prospect

→ Informations envoyées

→ Dossier en cours

→ Documents reçus

→ Paiement attendu

→ Inscription confirmée

→ Perdu / reporté

5. Campagnes WhatsApp

Fonctionnalités :

- Sélection d'un segment.
- Vérification opt-in avant envoi.
- Sélection de template Meta approuvé.
- Variables personnalisées.
- Ajout de médias autorisés.
- Boutons de réponse.
- Planification.
- Fuseau horaire Africa/Libreville.
- Contrôle de fréquence par contact.
- Validation interne avant lancement.
- Envoi par lots.
- Suivi de délivrabilité.
- Taux de lecture, réponse, clic et conversion.
- Suspension ou annulation d'une campagne.
- Liste d'exclusion automatique.

6. Automatisations

Fonctionnalités MVP :

text

Déclencheur

Condition

Action

Délai	
Branche oui/non	
Journal d'exécution	
Activation/désactivation	
Test sur un contact	

Actions possibles :

text
Envoyer un message
Envoyer un template
Ajouter ou retirer un tag
Mettre à jour un champ contact
Créer une tâche
Créer ou déplacer une opportunité
Affecter une conversation
Notifier un agent
Ajouter un rendez-vous
Appeler une intégration externe
Arrêter une séquence

7. Centre de relance

C'est la fonctionnalité à forte valeur que tu peux mettre au centre du produit.

Le Centre de relance présente automatiquement :

text
Prospects sans réponse depuis 2 heures
Conversations sans agent assigné
Devis envoyés sans réponse depuis 24 heures
Rendez-vous à confirmer demain
Clients qui n'ont pas finalisé une commande
Prospects chauds sans prochaine action
Conversations où la fenêtre WhatsApp expire bientôt
Clients à recontacter après une prestation

Pour chaque élément :

text

Nom du contact

Dernier message

Produit ou besoin

Étape pipeline

Agent responsable

Dernière action

Temps écoulé

Action conseillée

Bouton : Répondre / Assigner / Appeler / Envoyer template / Fermer

Cette fonctionnalité rend immédiatement visible l’argent que l’entreprise risque de perdre en ne relançant pas.

8. Analytics et rapports

Le dirigeant d’une PME ne veut pas seulement voir des messages envoyés. Il veut savoir si WhatsApp produit du chiffre d’affaires.

Indicateurs prioritaires

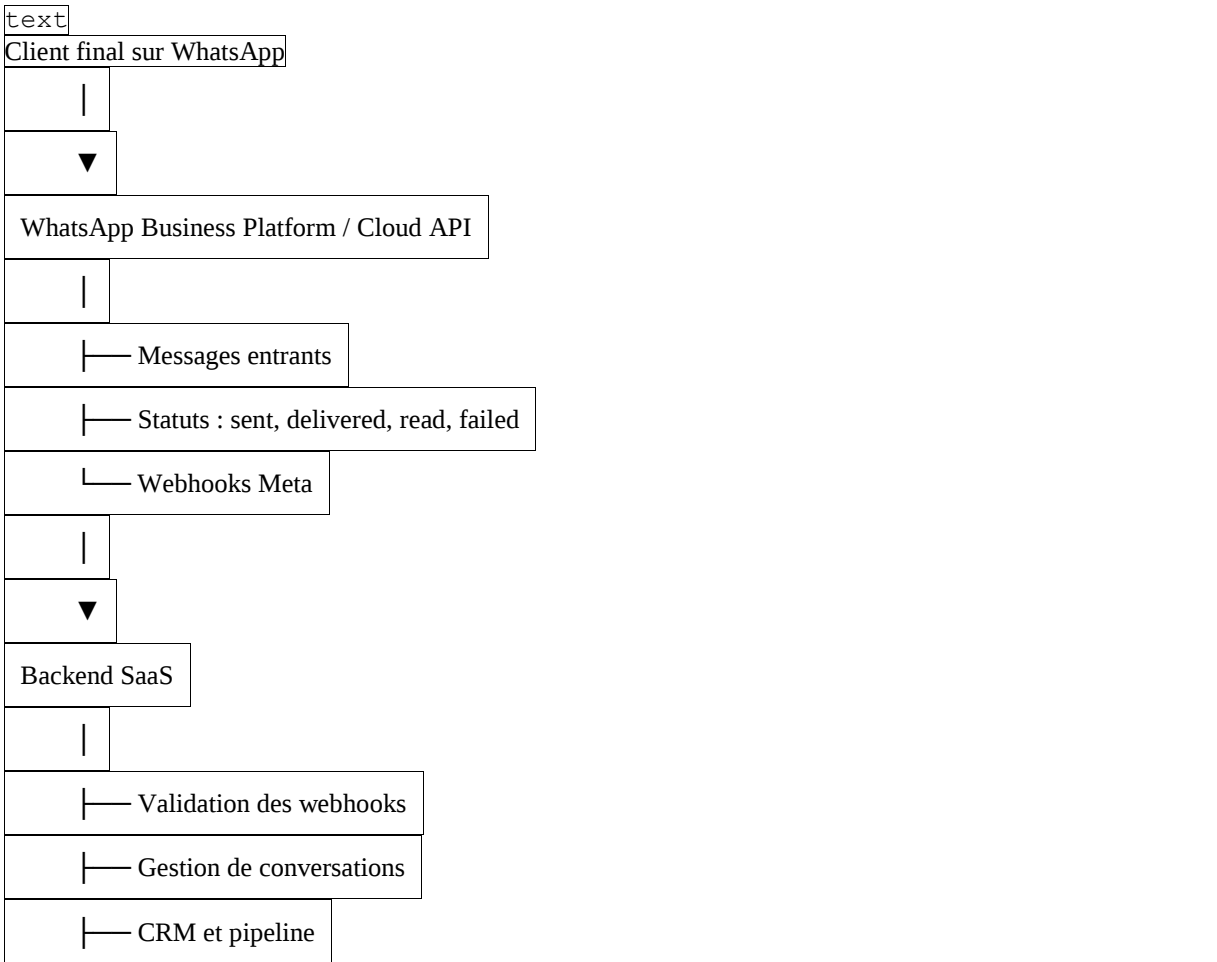
Catégorie	Indicateurs
Réactivité	Temps moyen de première réponse, conversations sans réponse, taux de respect du SLA
Activité agents	Conversations traitées, assignations, temps de résolution, taux de fermeture
Acquisition	Leads par source : Facebook, Instagram, site, QR code, recommandation
Pipeline	Leads par étape, taux de conversion, durée moyenne avant vente
Campagnes	Envoyés, délivrés, lus, réponses, clics, désinscriptions, coût
Business	Rendez-vous pris, commandes, paiements, ventes attribuées, revenu généré
Qualité	Taux d’échec, taux de blocage, retours négatifs, qualité des templates

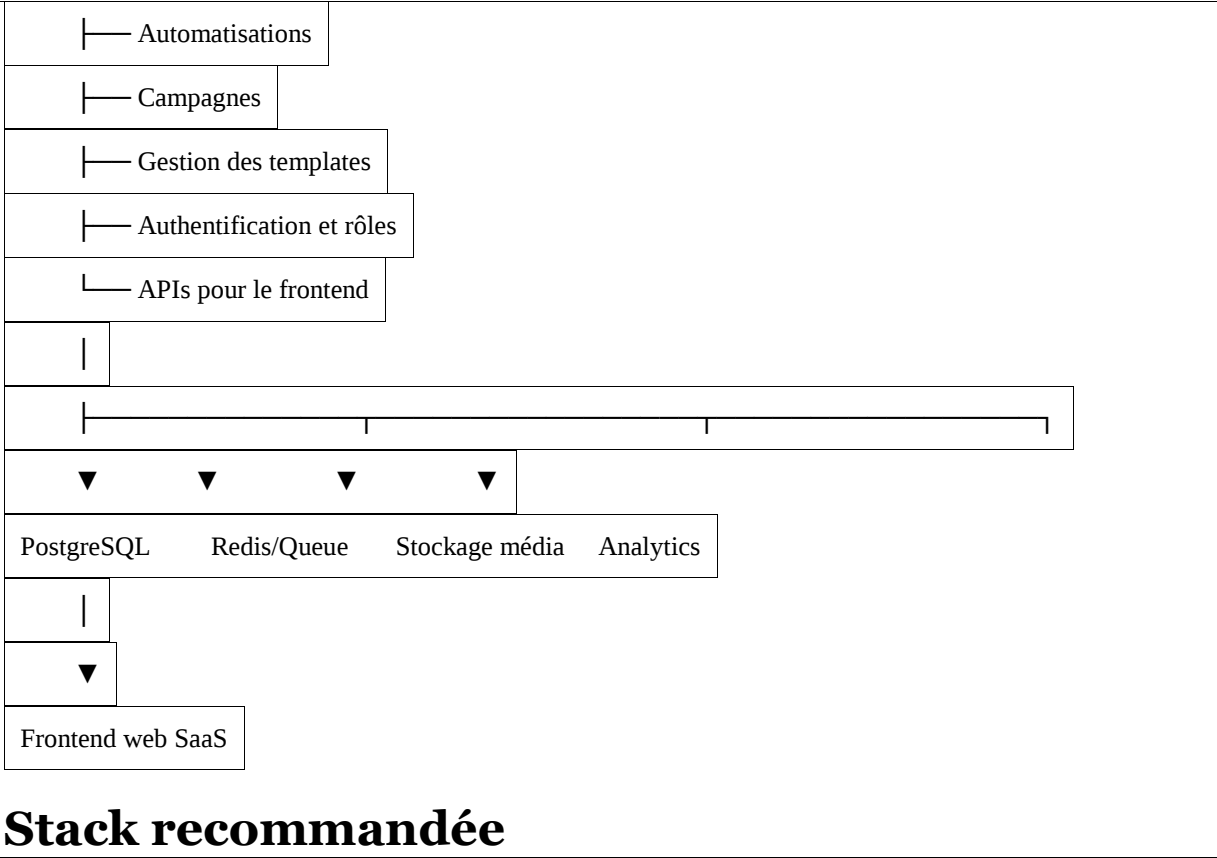
Dashboard quotidien



Architecture technique

Architecture globale





Stack recommandée

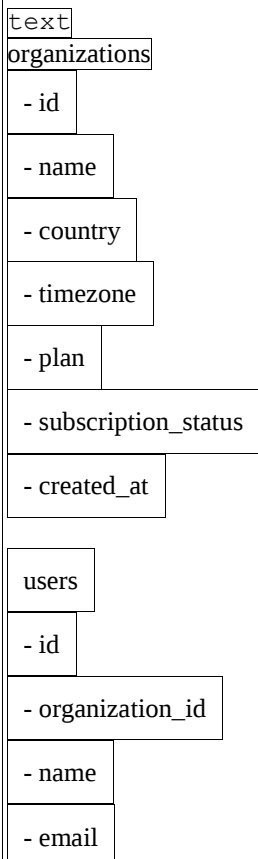
Couche	Choix recommandé
Frontend	Next.js, React, TypeScript
UI	Tailwind CSS, shadcn/ui ou composant équivalent
Backend	NestJS + TypeScript, FastAPI + Python ou Laravel
Base de données	PostgreSQL
Cache et jobs	Redis + BullMQ, Celery ou équivalent
Temps réel	WebSockets, Socket.IO, Supabase Realtime ou Pusher
Stockage médias	Amazon S3, Cloudflare R2 ou stockage compatible S3
Authentification	Auth.js, Clerk, Supabase Auth ou solution propriétaire
Observabilité	Sentry, OpenTelemetry, logs structurés
Hébergement	Docker, service cloud managé, CI/CD
API WhatsApp	WhatsApp Business Platform / Cloud API officielle

Couche	Choix recommandé
Palements	À choisir selon disponibilité locale et besoins des clients

Principes techniques fondamentaux

- Architecture **multi-tenant** : chaque PME a ses données strictement isolées.
- Tous les objets métier portent un `tenant_id` ou `organization_id`.
- Tokens Meta stockés chiffrés au repos.
- Aucun token sensible exposé au frontend.
- Webhooks vérifiés et journalisés.
- Traitement idempotent : Meta peut renvoyer un événement.
- Les campagnes et automatisations utilisent une queue asynchrone.
- Les médias sont stockés avec une politique de durée de conservation.
- Les actions critiques sont enregistrées dans un journal d'audit.
- Les erreurs d'envoi sont visibles et rejouées avec prudence.
- L'interface doit être mobile-first, car les patrons de PME utiliseront souvent le produit depuis un téléphone.

Modèle de données minimal



- role	
- status	
whatsapp_accounts	
- id	
- organization_id	
- meta_business_id	
- whatsapp_business_account_id	
- phone_number_id	
- encrypted_access_token	
- connection_status	
contacts	
- id	
- organization_id	
- wa_id	
- phone_e164	
- name	
- email	
- source	
- attributes_json	
- consent_status	
- consent_at	
- consent_source	
- opted_out_at	
conversations	
- id	
- organization_id	
- contact_id	

- assigned_user_id	
- status	
- last_message_at	
- customer_service_window_expires_at	
messages	
- id	
- organization_id	
- conversation_id	
- meta_message_id	
- direction	
- type	
- template_name	
- body_json	
- status	
- sent_at	
- delivered_at	
- read_at	
- failed_at	
- failure_reason	
pipelines	
- id	
- organization_id	
- name	
pipeline_stages	
- id	
- pipeline_id	
- name	

- position	
deals	
- id	
- organization_id	
- contact_id	
- pipeline_id	
- pipeline_stage_id	
- owner_user_id	
- value	
- next_action_at	
templates	
- id	
- organization_id	
- meta_template_id	
- name	
- language	
- category	
- status	
- quality	
- components_json	
campaigns	
- id	
- organization_id	
- template_id	
- name	
- segment_json	
- scheduled_at	

- status	
- cost_estimate	
- metrics_json	
automations	
- id	
- organization_id	
- name	
- trigger_type	
- condition_json	
- actions_json	
- status	
automation_runs	
- id	
- organization_id	
- automation_id	
- contact_id	
- status	
- executed_at	
audit_logs	
- id	
- organization_id	
- user_id	
- action	
- entity_type	
- entity_id	
- data_json	
- created_at	

Intégration officielle Meta

Principes

La Cloud API permet l'envoi de messages et la réception d'événements de messagerie par webhooks.

Tu dois intégrer :

text
Meta App
WhatsApp Business Account
Phone Number ID
Access Token
Webhook endpoint
Webhook verification token
Templates Meta
Embedded Signup
Gestion de statut des messages

Webhook entrant

Meta envoie à ton backend :

- Les nouveaux messages reçus.
- Les réponses à boutons.
- Les messages interactifs.
- Les statuts de messages : envoyé, délivré, lu, échoué.
- Les informations liées aux templates ou événements disponibles.

Flux recommandé :

text
1. Meta appelle POST /webhooks/whatsapp
2. Vérifier la signature ou les mécanismes de validation requis
3. Enregistrer l'événement brut
4. Dédupliquer selon l'identifiant Meta
5. Identifier le tenant et le numéro concerné
6. Créer ou récupérer le contact

7. Créer ou mettre à jour la conversation

8. Enregistrer le message

9. Calculer la fenêtre de 24 heures

10. Diffuser le changement vers l’inbox en temps réel

11. Déclencher les automatisations concernées

12. Répondre rapidement à Meta

Envoi d’un template

Exemple conceptuel d’appel à l’API Meta :

text

POST https://graph.facebook.com/{VERSION}/{PHONE_NUMBER_ID}/messages

Authorization: Bearer {ACCESS_TOKEN}

Content-Type: application/json

json

```
{
  "messaging_product": "whatsapp",
  "to": "241XXXXXXXX",
  "type": "template",
  "template": {
    "name": "rappel_rendez_vous",
    "language": {
      "code": "fr"
    },
    "components": [
      {
        "type": "body",
        "parameters": [
          {
            "type": "text",
            "text": "Stéphane"
          },
          {
            "type": "text",
            "text": "24 septembre à 10h00"
          }
        ]
      }
    ]
  }
}
```

Avant d’envoyer, ton backend doit vérifier :

text

Le tenant est bien propriétaire du contact

Le consentement est actif

Le contact n’est pas désinscrit

Le template est approuvé	
La campagne respecte les limites internes	
Le coût est couvert	
Le message est journalisé	
Le bon numéro WhatsApp est utilisé	

Fenêtre de service

Lorsqu'un utilisateur écrit à une entreprise, une fenêtre de service de 24 heures est ouverte. Pendant cette période, l'entreprise peut répondre de manière libre et contextuelle. Une fois la fenêtre expirée, un template approuvé est requis pour initier ou reprendre le contact.

Cette règle doit être visible dans l'expérience utilisateur.

Conformité, sécurité et données

Consentement

Le consentement WhatsApp n'est pas une option. Meta exige que les entreprises obtiennent l'opt-in avant de contacter de façon proactive les utilisateurs.

Ton application doit intégrer :

text
Statut opt-in actif / refusé / désinscrit
Date et heure du consentement
Canal de collecte
Preuve du consentement
Type de communication accepté
Historique des désinscriptions
Exclusion automatique des campagnes

Protection des données au Gabon

Le Gabon dispose d'un cadre légal de protection des données personnelles. Une entreprise qui collecte, stocke, utilise ou transmet des données doit prévoir une base légale, une information appropriée des personnes, des mesures de sécurité et une gestion de leurs droits.

Le produit doit donc prévoir :

- Politique de confidentialité.
- Conditions d'utilisation.
- Registre des consentements.
- Export de données client.
- Suppression ou anonymisation à la demande.
- Gestion de la durée de conservation.
- Contrôle des accès par rôle.
- Chiffrement des secrets.
- Journalisation des actions importantes.
- Contrat de traitement des données pour les clients professionnels.
- Sauvegardes sécurisées et testées.

Qualité de messagerie

La qualité des templates est surveillée par Meta. Une qualité verte signifie que le template reçoit peu ou pas de retours négatifs.

Dans ton produit :

text

Template approuvé

Template rejeté

Template en attente

Qualité verte

Qualité jaune

Qualité rouge

Taux de blocage

Taux de désinscription

Taux de réponse

Le système doit recommander de mettre en pause une campagne si elle génère trop de retours négatifs.

Modèle économique

Sources de revenus

Tu peux construire plusieurs lignes de revenu complémentaires :

Source	Description
Frais d'installation	Connexion WhatsApp, paramétrage, templates, pipeline et formation
Abonnement mensuel	Accès à l'inbox, CRM, automatisations, rapports et support
Utilisateurs additionnels	Facturation selon le nombre d'agents
Usage ou volume	Contacts actifs, automatisations, campagnes ou conversations selon ton modèle
Frais Meta refacturés	Coût officiel des templates, affiché de façon transparente
Service managé	Création de campagnes, gestion des relances, reporting et optimisation
Intégration sur mesure	Connexion à site web, e-commerce, calendrier, paiement ou logiciel métier
Formation	Formation des équipes commerciales et support

Grille tarifaire de départ

À tester sur le terrain, mais tu peux commencer avec cette structure en FCFA.

Offre	Prix mensuel indicatif	Client cible	Inclus
Starter	25 000 à 45 000 FCFA	TPE, 1 à 2 agents	Inbox, contacts, tags, réponses rapides, pipeline simple
Business	75 000 à 150 000 FCFA	PME avec équipe	Plusieurs agents, automatisations, templates, reporting, campagnes
Pro	200 000 à 400 000 FCFA	PME structurée	Multi-équipe, intégrations, support prioritaire, analyses avancées
Setup	100 000 à 500 000 FCFA	Tous profils	Onboarding Meta, configuration, template et formation
Service managé	Sur devis	PME sans équipe digitale	Pilotage campagnes, optimisation et rapports mensuels

Offre pilote recommandée

text

Pack “WhatsApp Commercial”

Installation : 150 000 FCFA

Abonnement : 50 000 FCFA / mois

Durée pilote : 30 jours

Inclus :

- Connexion officielle WhatsApp Business

- Configuration de l’inbox

- Pipeline commercial

- Import de contacts propres

- 3 templates de message

- Message d’accueil

- Workflow de qualification

- Relance de prospects

- Formation d’une équipe

- Rapport de performance hebdomadaire

Go-to-market au Gabon

Étape 1 : choisir une verticale

Commence par une verticale, pas par “toutes les PME”.

Option 1 : immobilier à Libreville.

Option 2 : centres de formation privés.

Option 3 : cliniques et cabinets.

L’immobilier et la formation sont de bons points de départ parce que les leads arrivent fréquemment de Facebook, Instagram et WhatsApp, et qu’un système de relance peut être facilement relié à un résultat financier.

Étape 2 : entretiens clients

Avant d'investir dans un produit complet, mène 20 à 30 entretiens avec des dirigeants de PME.

Questions utiles :

text

Combien de demandes WhatsApp recevez-vous par semaine ?

Qui répond aujourd'hui aux messages ?

Combien de temps faut-il pour répondre à un nouveau prospect ?

Comment relancez-vous les demandes de devis ou de prix ?

Comment savez-vous qu'un prospect est devenu client ?

Avez-vous déjà perdu des clients parce qu'un message n'a pas reçu de réponse ?

Utilisez-vous WhatsApp personnel ou WhatsApp Business ?

Quel budget mensuel investiriez-vous pour mieux convertir vos demandes ?

Étape 3 : vendre avant de construire

Trouve 3 à 5 clients pilotes.

Ne leur promets pas une plateforme parfaite. Vends une amélioration concrète :

“En 30 jours, nous allons organiser votre WhatsApp commercial, réduire les réponses oubliées et mettre en place un suivi de chaque prospect.”

Même si certaines étapes sont encore manuelles au début, tu valides ainsi :

- Le problème.
- Le prix.
- Les besoins métier.
- Les automatisations réellement utiles.
- Les objections à l'onboarding Meta.
- Les métriques que le client juge importantes.

Étape 4 : obtenir une étude de cas

Pour chaque pilote, mesure :

text

Nombre de leads entrants

Temps de première réponse

Nombre de conversations non traitées

Taux de relance

Rendez-vous créés

Rendez-vous réalisés	
Commandes ou contrats gagnés	
Valeur générée	
Retour sur investissement	

Exemple de résultat commercial à rechercher :

“En 30 jours, l’agence a réduit son temps médian de première réponse de 4 heures à 12 minutes, traité 90% des nouveaux leads et obtenu 18 visites supplémentaires.”

Une étude de cas locale, même simple, sera ton meilleur argument commercial.

Étape 5 : canaux d’acquisition

- Réseau personnel et recommandations.
- Agences de publicité Facebook et Instagram.
- Community managers.
- Agences web et e-commerce.
- Développeurs de sites internet.
- Consultants en stratégie digitale.
- Espaces de coworking et incubateurs.
- Associations professionnelles.
- Partenariats avec des formateurs.
- Démonstrations en présentiel auprès de PME.

Proposition aux agences partenaires

“Vous générez les leads Facebook de vos clients ; notre plateforme garantit qu’ils sont répondus, qualifiés et relancés sur WhatsApp. Vous gardez la relation client et obtenez une commission sur l’abonnement.”

Roadmap de construction

Phase 0 — Validation : 2 à 4 semaines

- Choisir une verticale.
- Créer une landing page.
- Préparer une démo cliquable ou une maquette.
- Réaliser 20 à 30 entretiens.

- Signer 3 clients pilotes.
- Écrire les workflows réels avec les clients.

Phase 1 — MVP : 6 à 10 semaines

- Multi-tenant et authentification.
- Organisation, utilisateurs et rôles.
- Connexion officielle Meta.
- Réception webhooks WhatsApp.
- Inbox partagée.
- Contacts, tags et notes internes.
- Attribution manuelle de conversations.
- Pipeline simple.
- Réponses rapides.
- Templates Meta.
- Consentement et désinscription.
- Automatisations simples : mot-clé, accueil, assignation et délai.
- Centre de relance.
- Rapports de base.

Phase 2 — Automatisation et campagnes : 8 à 12 semaines

- Segments dynamiques.
- Campagnes de templates.
- Planification.
- Médias et boutons.
- Estimation des coûts Meta.
- Contrôle de fréquence.
- Logs de campagne.
- Workflow builder simplifié.
- Intégration calendrier.
- Intégration Meta Lead Ads.
- Permissions avancées.
- Audit logs.
- Exports de données.

Phase 3 — Différenciation : après validation

- IA d'assistance aux agents.
- Résumé automatique de conversations.
- Extraction automatique de données client.
- Suggestion de réponse.
- Classification des intentions.
- Score de lead.
- Intégrations e-commerce.
- Intégrations paiement et livraison.
- API publique.
- White-label.
- Réseau de revendeurs.
- Expansion vers d'autres pays francophones.

Indicateurs de réussite

Produit

text

Taux de connexion WhatsApp réussie

Temps moyen d'onboarding

Nombre d'agents actifs par entreprise

Nombre de conversations traitées

Pourcentage de contacts avec consentement documenté

Taux de succès des automatisations

Taux d'échec d'envoi

Nombre de campagnes créées

Business

text

Nombre de PME payantes

MRR : revenu mensuel récurrent

ARPA : revenu moyen par compte

Churn mensuel

Coût d'acquisition client	
Durée de récupération du CAC	
Taux de conversion essai/pilote vers abonnement	
Taux d'upsell vers une formule supérieure	
Part de revenu services versus SaaS	
Valeur client	
text	
Temps de première réponse	
Conversations sans réponse	
Nombre de relances effectuées	
Leads convertis en rendez-vous	
Rendez-vous convertis en ventes	
Commandes récupérées	
Réduction des rendez-vous manqués	
Revenu attribuable à WhatsApp	

Décisions stratégiques finales

À faire

- Construire sur la WhatsApp Business Platform / Cloud API officielle.
- Utiliser Embedded Signup pour simplifier l'onboarding.
- Concevoir un SaaS multi-tenant sécurisé.
- Démarrer dans une seule verticale.
- Vendre une amélioration de conversion, pas des fonctionnalités techniques.
- Mettre le Centre de relance au cœur du produit.
- Rendre la conformité native : consentement, désinscription, templates et audit.
- Proposer du service d'installation et de formation.
- Afficher le ROI dans le dashboard.
- Créer des playbooks prêts à l'emploi par métier.

À éviter

- Construire un clone générique de Womplet avec toutes les fonctions dès le départ.
- Dépendre d'une connexion non officielle par QR code.
- Promettre "messages illimités".
- Permettre l'import et l'envoi à des listes sans consentement.
- Commencer par un chatbot IA autonome.
- Mettre l'accent sur le "bulk messaging".
- Vendre uniquement un outil sans installation ni accompagnement.
- Attendre d'avoir un produit parfait avant de trouver des clients pilotes.

Conclusion

Le business à construire est une plateforme de **WhatsApp CRM et d'automatisation commerciale** conçue pour les PME gabonaises. La technologie n'est qu'un levier : l'offre doit résoudre une douleur économique précise, celle des prospects qui écrivent mais ne sont pas suivis jusqu'à la vente.

La version initiale doit faire très bien six choses :

1. Connecter un numéro WhatsApp Business officiel.
2. Centraliser les conversations dans une inbox d'équipe.
3. Organiser les prospects dans un CRM et un pipeline.
4. Répondre et qualifier automatiquement les demandes simples.
5. Relancer systématiquement les opportunités oubliées.
6. Montrer au dirigeant combien de rendez-vous, commandes ou ventes sont générés.

Le meilleur objectif initial n'est pas d'obtenir des milliers d'inscriptions. C'est d'acquérir **5 à 10 PME gabonaises payantes**, de résoudre leur problème de suivi WhatsApp, de produire des résultats mesurables et de transformer ces résultats en études de cas qui permettront l'expansion.