

FC GROUP

FC SERVICES • BAMAKO, MALI

Dossier investisseurs

Cinq produits en production. 235 entreprises inscrites en neuf semaines.
Zéro franc encaissé. Voici exactement où j'en suis, et ce qu'il me manque.

Ismaël Nawogo Dembélé

Fondateur • Juillet 2026

Ce dossier ne contient aucun chiffre que je ne peux pas prouver.

01 Tout vient de la base de production

Les chiffres d'usage sont extraits directement de la base de données de mes applications, le 30 juillet 2026. Aucune projection n'est présentée comme un résultat.

02 Je montre aussi ce qui ne marche pas

Le taux d'abandon, l'absence de rétention et l'absence de revenu sont dans ce document. Vous les auriez trouvés de toute façon.

03 Ce que je ne prouve pas, je le nomme

Une page entière y est consacrée. Ce qui reste une hypothèse est écrit comme une hypothèse.

04 Tout est vérifiable en un clic

Les cinq produits sont en ligne. Les adresses sont dans ce dossier. Ouvrez-les.

EN UN COUP D'ŒIL

Neuf semaines d'existence.

235

entreprises inscrites

26 mai → 28 juillet 2026

135

FCFA par inscrit

coût d'acquisition mesuré

10

pays représentés

60 % des inscrits hors Mali

5

produits en production

construits seul, sans équipe

105 000

FCFA de charges fixes

par mois, tout compris

0

franc encaissé

aucun paiement à ce jour

LE PROBLÈME

Au Mali, les clients potentiels arrivent. Personne ne sait les convertir.

J'ai géré des campagnes publicitaires pour des commerçants de Bamako. Le constat était toujours le même : les demandes arrivaient, et elles mouraient dans la messagerie.

- Un message reste sans réponse pendant trois jours, le client est déjà parti ailleurs.
- Aucun suivi : le commerçant ne sait plus qui l'a contacté la semaine dernière.
- La première objection sur le prix arrête net la conversation.
- Former le commerçant ne fonctionne pas : le taux d'alphabétisation complique tout support écrit.

La conclusion que j'en ai tirée

**Le problème n'était pas le manque de clients.
C'était l'absence de système.**

Un entrepreneur seul n'a ni le temps, ni la méthode, ni l'outil pour relancer trente contacts. Il n'a pas besoin d'une formation de plus. Il a besoin de quelque chose qui travaille pendant qu'il vend.

J'ai arrêté de former mes clients. J'ai construit l'outil.

01

Agence

Je lance des campagnes Meta pour des commerçants de Bamako. Les demandes arrivent réellement.

02

Constat

Les demandes ne se transforment pas en ventes. Le blocage est après la publicité, pas avant.

03

Décision

Former chaque client un par un ne passe pas à l'échelle. J'apprends à construire un logiciel avec l'IA.

04

Produit

Mai 2026 : Sahel Agent entre en production. Puis quatre autres produits en neuf semaines.

« Je n'ai pas appris à coder. J'ai appris à faire coder. »

C'est ma compétence centrale, et c'est ce qui explique la vitesse : cinq produits en production en neuf semaines, seul, sans développeur, sans financement. Cette même méthode est aujourd'hui vendue comme formation.

Une intelligence, plusieurs portes d'entrée.

Les cinq produits partagent un seul cerveau — Assi — et une seule base de comptes. Un inscrit sur l'un est déjà utilisateur des autres : aucune réinscription, aucune friction.



HYPOTHÈSE, PAS RÉSULTAT. Ce tunnel est ma thèse de croissance, il n'est pas encore démontré. À ce jour, aucun utilisateur n'a traversé les trois produits : Djinn n'a jamais été lancé commercialement et Nana n'est pas encore branchée sur Sahel Agent. Je le présente comme un plan, pas comme un acquis.

Cinq produits, et le statut réel de chacun.

Sahel Agent

sahelagent.com

En production • priorité absolue

Copilote commercial. Trouve des prospects, prépare les approches, gère les relances.

ACTIF

Djinn

djinn.fcgroupml.com

En production • jamais lancé

Assistante de business plan en freemium. Construite et payée, en attente d'un budget de lancement.

EN ATTENTE

Nana

nana.fcgroupml.com

En production • 42 éditions publiées

Média de veille entrepreneuriale entièrement automatisé, quatre publications par jour.

ACTIF

Marketing IA

intégré à Sahel Agent

En cours d'autonomisation

Production de contenus visuels. Devient un produit distinct.

EN COURS

FC Gestion

—

En conception

Gestion administrative et financière pour très petites entreprises.

À VENIR

LE PRODUIT PRINCIPAL

Sahel Agent : le commercial que l'entrepreneur seul n'a pas.

Prospect Finder

Identifie des entreprises à contacter à partir du métier de l'utilisateur.

Assi

Une intelligence conversationnelle qui prépare les approches et répond aux objections.

Angle de prospection

Formule l'argument de vente propre au métier de l'utilisateur.

Suivi des relances

Rappelle qui contacter, quand, et avec quel message.

LE PRINCIPE

**L'entrepreneur décide.
Assi éclaire et construit.**

Elle ne juge jamais un projet et ne le valide pas. Elle pose les bonnes questions et prépare le travail.

GRILLE TARIFAIRE ANNUELLE

Entrepreneur • 1 poste	150 000 F
Startup • 3 postes	400 000 F
PME • 5 postes	600 000 F
Grande entreprise • 10 postes	1 000 000 F

Deux offres de service qui paient les charges.

Ces prestations ne sont pas une diversification : elles rendent la structure autonome pendant que le produit logiciel cherche son marché. Elles reposent sur les mêmes compétences.

Accompagnement

150 000 FCFA

Un mois pour lancer la vente en ligne

- Site et pages de vente construits et livrés
- Page Meta créée ou optimisée, suivi de conversion branché
- Campagnes publicitaires lancées puis reciblées
- Passation complète des accès en fin de mois

Charte juridique signée. Obligation de moyens, jamais de résultat.

Formation

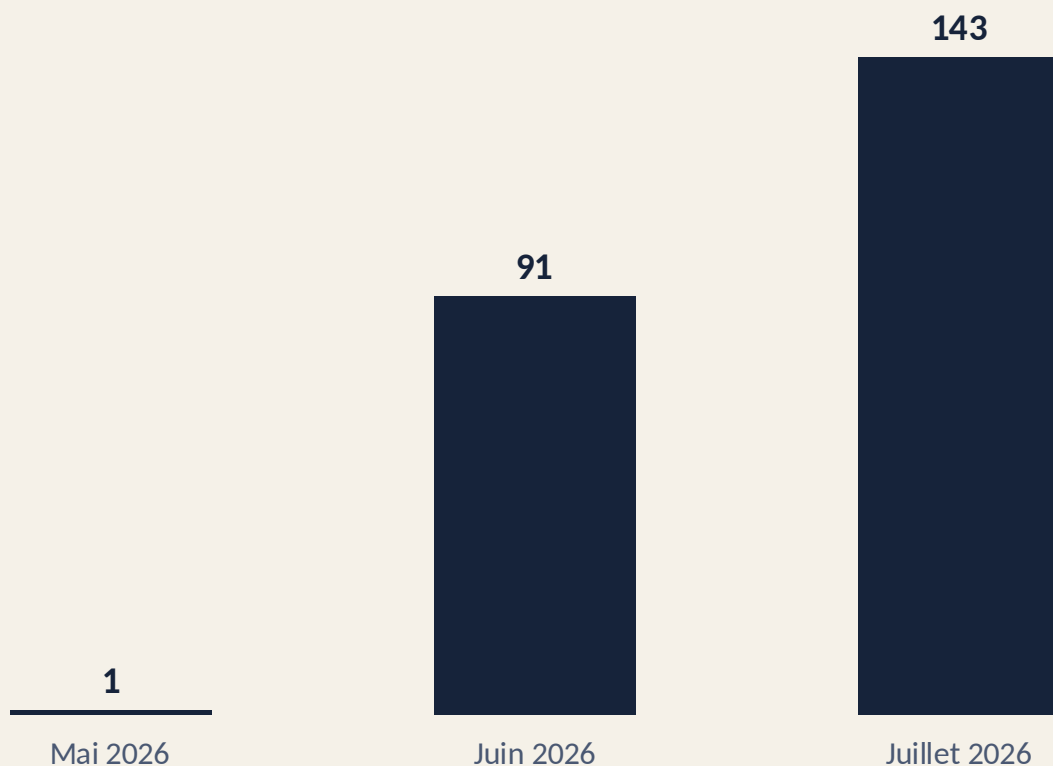
50 000 FCFA

Construire son site soi-même avec l'IA

- Cinq séances d'une heure trente, en présentiel à Bamako
- Cahier des charges, charte graphique, conduite de l'IA
- Mise en ligne accompagnée en séance quatre
- Trente jours de suivi asynchrone après la formation

Trois participants par mois au maximum. Paiement avant la première séance.

235 entreprises inscrites en neuf semaines.



+57 %

de croissance entre juin et juillet

12 à 18

inscrits par jour quand la publicité tourne

0 à 5

inscrits par jour quand elle est coupée

70

numéros WhatsApp collectés, joignables directement

J'acquiers une entreprise pour 135 FCFA.

Treize jours de publicité, à trois dollars par jour, ont produit 166 inscriptions. Soit trente-neuf dollars au total, et vingt-trois centimes par entreprise inscrite.

Ce que devient un client payant selon le taux de conversion

conversion 2 %

6 750 F

coût par client

conversion 1 %

13 500 F

coût par client

conversion 0,5 %

27 000 F

coût par client

conversion 0,25 %

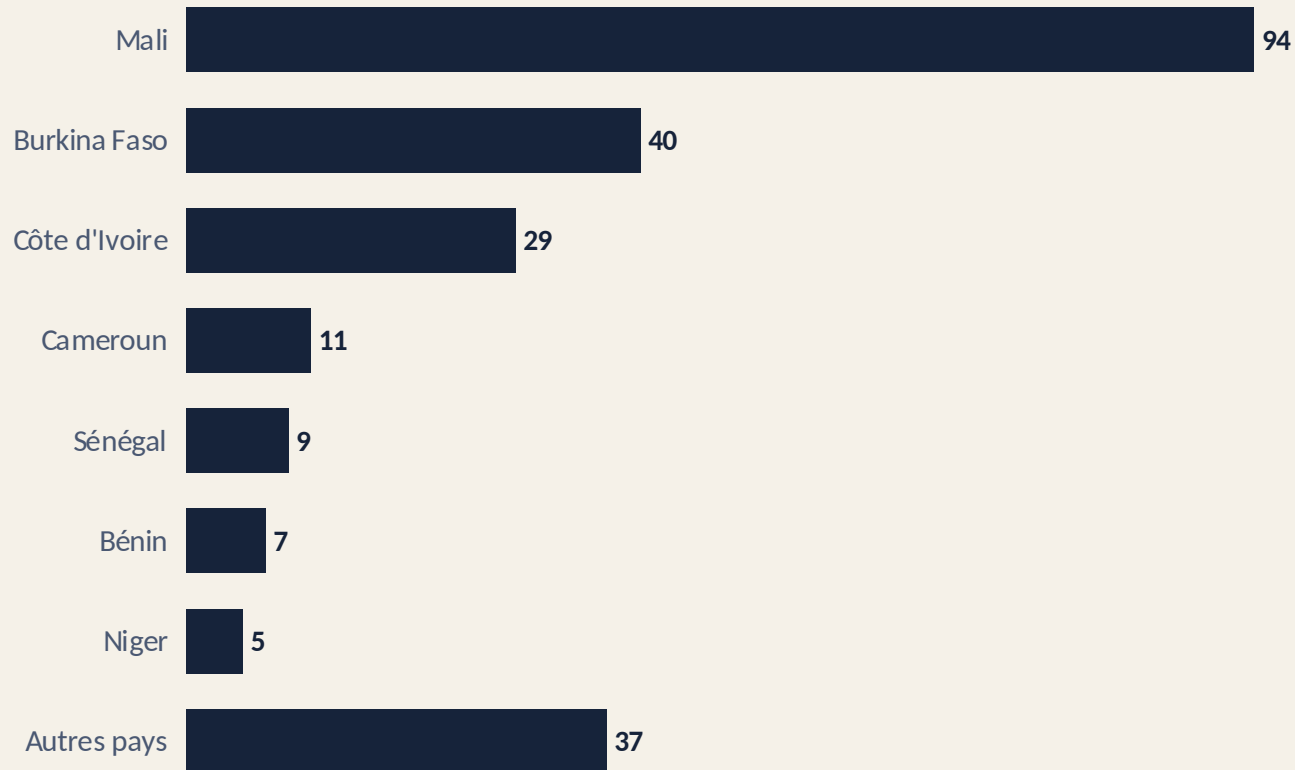
54 000 F

coût par client

Un abonnement Sahel Agent se vend 150 000 FCFA par an.

Même en divisant mon taux de conversion par huit, le coût d'acquisition reste inférieur au tiers de la valeur d'un client. Le risque de ce projet n'est donc pas économique : il est d'exécution. Ce que je dois démontrer, c'est le taux de conversion — pas la capacité à trouver des entreprises intéressées.

Une demande régionale, sans l'avoir cherchée.



60 %

des inscrits sont hors du Mali, alors que toute la publicité a été diffusée depuis Bamako, sans ciblage régional.

CE QUE ÇA INDIQUE

Le problème est le même dans toute la zone UEMOA. Le marché adressable dépasse largement le Mali, et l'expansion ne demande ni traduction, ni adaptation réglementaire, ni nouvelle infrastructure — la même application sert déjà dix pays.

De vraies entreprises, et un tri qui reste à faire.

SECTEURS DÉCLARÉS

Commerce et distribution	37
Services aux entreprises	17
Formation et conseil	9
Vente en ligne	8
Bâtiment, industrie, artisanat	8
Informatique et création	8
Beauté, santé, restauration	7
Non renseigné	56

LE SIGNAL POSITIF

Des entreprises établies s'inscrivent d'elles-mêmes : bâtiment et travaux publics, hôtellerie, optique, immobilier, énergie solaire, auto-école, ameublement. Certaines ont décrit leur activité sur plusieurs paragraphes — un signe d'intention réelle, pas de curiosité passagère.

LE PROBLÈME À RÉGLER

Une partie des inscrits n'a aucun produit à vendre : revente de formations, marketing de réseau, comptes sans activité. Ils consomment de la publicité et ne convertiront jamais. Resserrer le ciblage sur les entreprises ayant un produit et un pouvoir d'achat réel est un levier de rentabilité immédiat.

Voici précisément où je perds les gens.



Rétention. 85 comptes ont agi au moins un jour. 10 sont revenus un deuxième jour. Aucun n'a atteint cinq jours d'activité.

Ce que je n'ai pas encore prouvé.

×

Que quelqu'un paie

Zéro paiement à ce jour. Les 234 comptes sont en accès gratuit. La volonté de payer n'est pas démontrée.

×

Que les gens restent

Aucun utilisateur n'a atteint cinq jours d'activité. La rétention est le problème central du produit.

×

Que le tunnel fonctionne

Aucun utilisateur n'a traversé deux produits. La complémentarité reste théorique.

×

Que le modèle passe à l'échelle

Le coût d'acquisition est mesuré à trois dollars par jour. Rien ne garantit qu'il tienne à quinze.

Le diagnostic, en une phrase

L'acquisition est résolue. L'activation ne l'est pas.

Des entreprises s'inscrivent en nombre et pour presque rien. Elles ne vont pas jusqu'à l'usage. C'est un problème de produit et d'accompagnement humain, pas un problème de marché — et c'est exactement là que je veux placer les moyens.

Une marge brute de 73 %, et un seuil accessible.

PAR CLIENT ET PAR AN

Abonnement encaissé 150 000 F

Coût d'infrastructure et d'IA - 40 800 F

Marge brute 109 200 F

Soit 73 % de marge brute, sans coût variable humain.

SEUIL DE RENTABILITÉ

42 clients

suffisent à couvrir l'intégralité des charges, publicité comprise. À défaut, trois accompagnements et une formation par mois produisent le même résultat, sans vendre un seul abonnement.

DEUX CHEMINS VERS L'ÉQUILIBRE

Par le logiciel

42 abonnements Entrepreneur, soit environ 0,5 % de conversion sur le volume d'inscrits que la publicité produit à plein régime.

Par le service

Trois accompagnements et une formation chaque mois. Marché déjà identifié, cycle de vente court, aucune dépendance à la conversion du produit.

105 000 FCFA par mois font tourner cinq produits.

ENGAGEMENTS ANNUELS

Local, payé à l'année	600 000
Hébergement Hostinger	120 000
Noms de domaine	25 000

745 000 F / an

CHARGES MENSUELLES

Clés API (IA et données)	115 000
Connexion internet	15 000
Stagiaire contenu	75 000
Publicité, à plein régime	260 000

465 000 F / mois

INVESTISSEMENT UNIQUE

Studio podcast et vidéo	700 000
Installation solaire	300 000
Aménagement du local	250 000
Écran de formation	150 000
Imprévus	140 000

1 540 000 F

Aujourd'hui, hors publicité, la structure coûte 130 000 FCFA par mois. Aucun salaire, aucun bureau, aucune dépense de représentation. Le capital demandé ne finance pas du fonctionnement : il finance de l'acquisition et de la capacité de production de contenu.

8 000 000 FCFA sur douze mois.

Environ quatorze mille dollars. Le montant se décompose ligne par ligne, et peut être versé par tranches trimestrielles.

Publicité

3 120 000 F

Passer de trois à quinze dollars par jour, et mesurer si le coût d'acquisition tient à cette échelle.

Infrastructure et IA

1 380 000 F

Clés API, hébergement, domaines, connexion. Le coût qui grandit avec le nombre d'utilisateurs.

Production de contenu

1 600 000 F

Studio et stagiaire créatrice de contenu. Le contenu est le second canal d'acquisition, à coût marginal nul.

Local et équipement

1 900 000 F

Loyer annuel, solaire, aménagement, écran de formation. Rend l'offre de formation en présentiel possible.

Structure d'accueil à définir avec l'investisseur. L'entreprise est aujourd'hui une entreprise individuelle enregistrée, et sa transformation en société est prévue.

Trois jalons, dans cet ordre.

MOIS 1 À 3

Prouver que ça se paie

- Appeler les 70 contacts WhatsApp déjà collectés
- Vendre trois accompagnements et une formation par mois
- Obtenir les cinq premiers abonnements payants
- Refondre le parcours de premier usage pour corriger l'activation

MOIS 4 À 8

Industrialiser l'acquisition

- Monter la publicité à quinze dollars par jour et vérifier le coût
- Trois vidéos par semaine, produites au studio
- Resserrer le ciblage sur les entreprises à pouvoir d'achat réel
- Lancer Djinn commercialement, déjà construit et payé

MOIS 9 À 12

Atteindre l'équilibre

- Franchir les 42 clients payants
- Brancher le paiement automatique et l'abonnement mensuel
- Ouvrir la première expansion régionale, Burkina et Côte d'Ivoire
- Rendre la structure autonome sans nouveau capital

Les quatre qui peuvent faire échouer ce projet.

Tout dépend d'un seul homme

Je construis, je vends et j'administre seul, tout en occupant un poste de comptable en parallèle. C'est le risque principal et je ne le minimise pas.

Ce que je fais contre ça. Le stagiaire libère la production de contenu. Un passage à temps plein est prévu dès que les revenus le permettent.

La conversion peut ne jamais venir

Aucun paiement à ce jour. Il est possible que le marché veuille l'outil sans vouloir le payer.

Ce que je fais contre ça. Les offres de service génèrent du revenu immédiat et financent la structure pendant que le produit cherche son modèle.

Le coût d'acquisition peut se dégrader

Cent trente-cinq francs par inscrit a été mesuré à petite échelle. Le coût publicitaire augmente quand l'audience s'élargit.

Ce que je fais contre ça. Le contenu organique constitue un second canal à coût marginal nul, déjà en place et structuré.

Le contexte régional est instable

Mali et Burkina Faso représentent 57 % des inscrits, dans une zone où l'électricité, la connexion et la monnaie peuvent se dégrader.

Ce que je fais contre ça. L'installation solaire sécurise la production. La demande est déjà répartie sur dix pays.

VÉRIFIEZ PAR VOUS-MÊME

Tout ce qui est décrit dans ce dossier est en ligne.

Sahel Agent

sahelagent.com

Djinn

djinn.fcgroupml.com

Nana

nana.fcgroupml.com

FC Group

fcgroupml.com

Bassitan

bassitan.shop

Ismaël Nawogo Dembélé

Fondateur, FC Group

+223 79 06 17 89

isbydem9@gmail.com

Kalaban Coro, Bamako, Mali