



Ask influencers you love.

- **Analyse du terrain**
- Approche sociologique de la relation influenceur / fanbase
- Approche transactionnelle de la relation influenceur / fanbase
- Monétisation de la fanbase / friendbase
- Injustice et inégalité du tip

- **Ask influencers you love**
- Les meilleurs amis donnent les plus mauvais conseils
- Les influenceurs ne sont pas vos amis, tant mieux.
- Commentaires YouTube et courrier des lecteurs 2.0

- **Askbox 1.0 proof of concept / mvp :**
- fonctionnalités et spécifications techniques
- objectif : constitution de contenu texte (Q&A) et d'une base d'influenceurs
- business model : commissions à 8 %

- **Askbox 1.1 prémices d'un réseau social**
- Fonctionnalités sociales : apparition de l'Askwall, des commentaires, et de l'onglet « About You »
- Objectif : constitution de base de données personnelles ultra ciblées et de contenu public

- **Askbox 1.2 apparition de l'Askfeed et du Following**
- Objectif : fidélisation maximale de l'utilisateur
- Business model : publicité contextuelle

- **Askbox 2.0 : la version scalable change de nom et devient...**
- Extension aux influenceurs «au sens large du terme» aux professionnels (LinkedIn) et aux étudiants
- Business model : comptes professionnels

- **Askbox 3.0 : l'answer engine, ubériser Google.**
- Apparition d'une régie publicitaire (publicité ultra ciblée)
- Ouverture aux entreprises et création d'une API
- Machine learning > éduquer une IA à répondre à toutes les questions
- Cryptomonnaie > à chacun sa monnaie ?

Askbox permet aux influenceurs de monétiser leur audience en répondant à des questions et en offrant des conseils et du contenu personnalisé à leurs fans en l'échange d'un « tip ».

Approche sociologique de la relation influenceur / fanbase

La relation entre l'influenceur et sa fan-base est quasi sacrée, c'est pourquoi la monétisation de l'audience est un sujet sensible voire tabou chez les influenceurs et créateurs de contenu.

Car en un sens, l'influenceur devient notre "ami", nous vivons et ressentons avec lui ses expériences à travers sa webcam.

Même chez les plus grandes chaînes, cette sensation de proximité est entretenue pour maintenir cette connexion et cette impression d'accessibilité : c'est le paradoxe du YouTubeur millionnaire qui continuera de faire ses vidéos sur son canapé, afin que sa fan-base puisse continuer à s'identifier.

Cette accessibilité/proximité "simulée" différencie fondamentalement l'influenceur web de la vedette de cinéma, ou de télévision, qui tire son capital social et financier de son inaccessibilité et de sa rareté (paradoxe de la star).

Approche transactionnelle de la relation influenceur / fanbase

Si cette proximité, cette connaissance de la personnalité, de la vie et de la pensée de l'influenceur s'apparente à une relation quasi sacrée « d'amitié » pour le fan, il s'agit pourtant bien d'une relation transactionnelle :

l'influenceur fournit "gratuitement" un contenu en l'échange de vues, d'influence, de notoriété, de publicité : pour lui ou pour un business qu'il opère en relation avec son

contenu gratuit.

Monétisation de la fanbase / friendbase

Au regard des considérations précédentes, on comprendra qu'il est tabou de monétiser cette relation « d'amitié », on peut presque parler de « friendbase » (ex: BadBuzz de Tibo inshape vendant des vidéos de 30 secondes à 36 euros).

On passera volontairement sur la publicité YouTube, qui n'offre pas un moyen stable et crédible de monétisation pour les chaînes de moins de 50,000 abonnés.

Les Tipeee et autres Patreon constituent une possibilité de monétisation à sens unique : l'influenceur crée du gratuit, il reçoit « gratuitement » des « tips ».

Il n'y a pas de relation transactionnelle directe, la relation d'amitié est sauve.

Injustice et inégalité du tip

Le « tip » fonctionne à l'émotionnel.

Il n'existe aucune corrélation entre la qualité du contenu produit, le nombre de vues, d'abonnés et la quantité de « tips » reçus.

Les tips interviennent lorsqu'on « aime » bien un influenceur.

Exemple : à contenu similaire, une chaîne tenue par une femme aura en moyenne moitié plus de « tips » qu'une chaîne tenue par un homme, peu importe la qualité du contenu.

Technologie	Développeuse du dimanche	Tuto Unity
Lien youtube	https://www.youtube.com/channel/UCVf2py0nEmhiUH7pryhZdyg	https://www.youtube.com/channel/UCJRwb5W4ZzG43J5_dViL6Fw
Lien Tipee	https://fr.tipeee.com/developpeuse-du-dimanche	https://en.tipeee.com/tuto-unity-fr
Création de la chaîne	17.09.16	30.01.14
Nb d'abonnés	14900	36900
Date de création du Tipee	04.06.17	24.04.18
Montant du Tipee	512€	27€
Don moyen par abonné	0,03 €	0,001 €
Paramédical 1 : vulgarisation scientifique	Scilabus	Asclépios
Lien youtube	https://www.youtube.com/user/scilabus	https://www.youtube.com/channel/UCDqEttzOpPbDoeC05HRPPDQ
Lien Tipee	https://fr.tipeee.com/scilabus	https://fr.tipeee.com/asclepios
Création de la chaîne	11.09.13	14.07.16
Nb d'abonnés	102000	74000
Date de création du Tipee	04.09.15	01.09.18
Montant du Tipee	367€	63€
Don moyen par abonné	0,004 €	0,001 €

Cuisine	Cooking for freedom	French cooking academy
Lien Patreon	https://www.patreon.com/CookingForFreedom/posts	https://www.patreon.com/CookingForFreedom/posts
Nb de sponsors	38	141
Montant du Patreon	374 €	440 €
Don moyen par sponsor	9,8 €	3,1 €

Musique	Mioune	2guys1tv
Lien youtube	https://www.youtube.com/channel/UCVixjPv_OAeq5HkTmGWJEsg	https://www.youtube.com/channel/UCJIU9zukwkb_ydhhh88WmfA
Lien Tipee	https://fr.tipeee.com/mioune-1	https://fr.tipeee.com/2guys1tv
Nb de sponsors	26	47
Montant du Patreon	107 €	86 €
Don moyen par sponsor	4,12 €	1,83 €

Sources : YouTubeurs vs YouTubeuses - Stéphane Edouard

<https://www.youtube.com/watch?v=j-mL6euUSA8> <https://www.youtube.com/watch?v=ynj-RexH644> https://www.youtube.com/watch?v=lfCS7_n0S-g

Ask influencers you love

Les meilleurs amis donnent les plus mauvais conseils

Pourquoi demandons-nous des conseils à nos amis et non à de parfaits inconnus ?

Parce que nous accordons de l'importance à leur point de vue, nous connaissons leur mode de pensée et nous savons que leur apport sera bénéfique au problème que nous avons.

Paradoxalement, c'est généralement les meilleurs amis qui donnent les plus mauvais conseils : relations, idée de business, conseil vestimentaire, coupe de cheveux, conseil de carrière, avis sur une production artistique, etc...

L'ami nous connaît personnellement, il donc difficile d'avoir un avis honnête car il pourrait influencer négativement cette relation d'amitié.

Les influenceurs ne sont pas vos amis, tant mieux.

A l'inverse, l'influenceur ne nous connaît pas, ce qui laisse toute sa place à l'honnêteté : nous bénéficions d'une pseudo-relation d'amitié à sens unique car nous le "connaissons", nous passons des heures avec lui à travers ses vidéos et nous savons que son apport sera bénéfique au problème que nous avons.

Commentaires YouTube & courriers des lecteurs 2.0

Fitness, cryptomonnaie, beauté, maquillage, relations, santé, business, religion, droit, nous venons sur YouTube pour trouver du contenu collant au plus près à des situations que nous vivons.

Les commentaires YouTube permettent d'approfondir le sujet lancé par l'influenceur : c'est un réel bonheur d'y recevoir une réponse de sa part, concernant notre problème particulier. Idem lors d'un Live, ou d'une session Q&A

.

Mais répondre à tous ses commentaires publiquement et au cas par cas prend du temps, peut être répétitif, et ne rapporte rien.

Le cas particulier d'un fan ne peut avoir aucun intérêt pour le reste de la fanbase, et l'influenceur n'y répondra donc jamais, alors que son fan serait prêt à tipper pour obtenir une réponse rapide et personnalisée d'un influenceur à qui il fait confiance.

Askbox répond à ce problème tout en monétisant ces tâches.

Version 1.0

Fonctionnalités et spécifications techniques

CMS : Wordpress

Design : Beaver Builder drag&drop

Formulaires et paiement : Gravity Forms

Profil utilisateur, inbox et ratings : Ultimate Member

- Formulaire d'inscription pour l'influenceur :

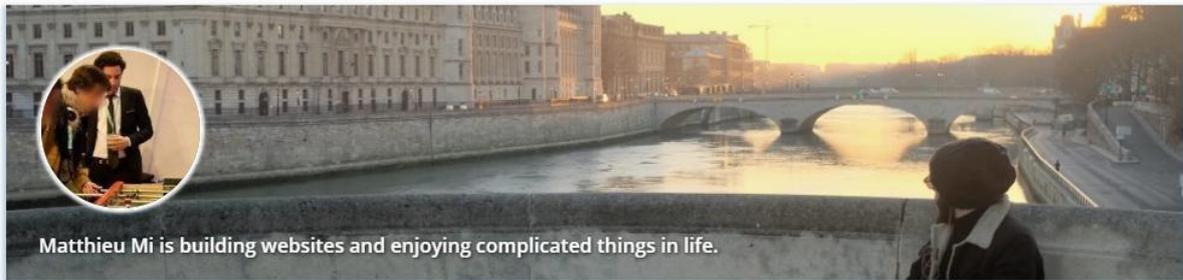
The image shows a registration form titled "Apply as an influencer". The form is divided into five steps: 1. The basics, 2. Your activity, 3. Ask me about..., 4. Social links, and 5. Contact and payout information. The current step is "1 The basics". The form contains the following fields and options:

- Hi there ! What name should appear on your Askbox page ? ***: A text input field with a character count of "0 of 40 max characters" and a note: "This should be the name of your channel or social media page."
- Which of these categories best suits your activity ? ***: A dropdown menu with "Art & culture" selected.
- How many followers / subscribers do you have ? ***: A dropdown menu with "500 - 1000" selected.
- Your audience is mostly... ***: Radio buttons for "Male" and "Female", and a dropdown menu with "Under 18" selected.

A "Next" button is located at the bottom of the form.

- Page influenceur sous le format askbox/matthieumi

créé manuellement d'après le formulaire rempli par l'influenceur



Matthieu Mi is building websites and enjoying complicated things in life.

Ask me about

Philosophical and religious issues, entrepreneurship, cryptocurrency



About me :

Hi, my name is Matt. Born in 1991, I've been browsing the web since 95 and building websites since the early 2000's. Mostly for fun.

I'm no influencer, but since I started this Askbox thing, I figured I should go ahead, set the tone and be the first to offer something here.

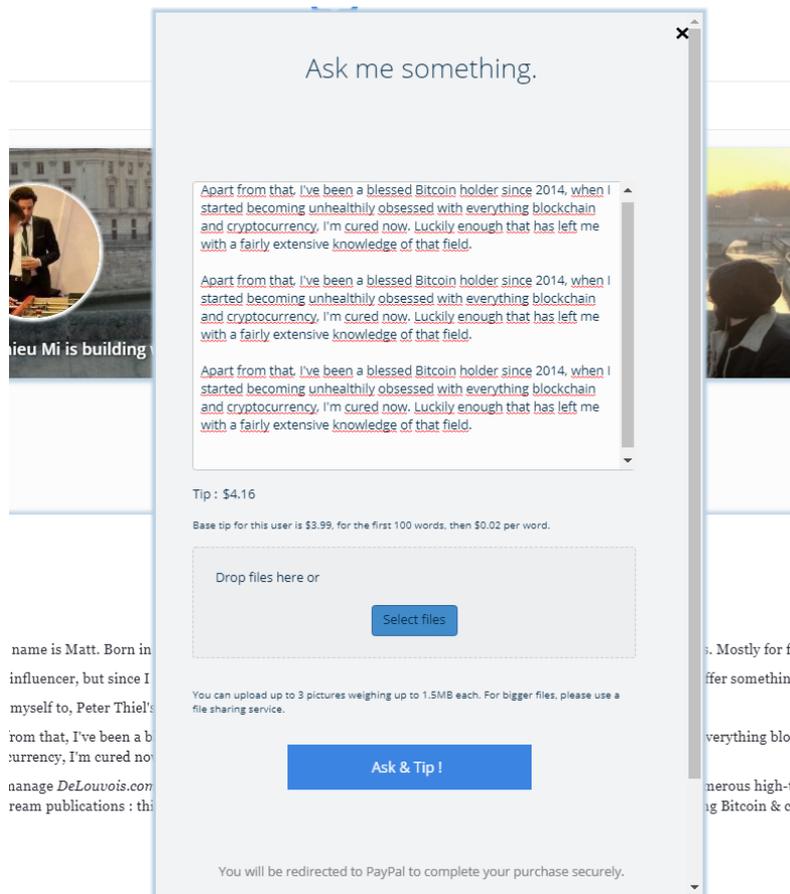
I sleep myself to, Peter Thiel's conferences, what's that about ?

Apart from that, I've been a blessed Bitcoin holder since 2014, when I started becoming unhealthily obsessed with everything blockchain and cryptocurrency, I'm cured now. Luckily enough that has left me with a fairly extensive knowledge of that field.

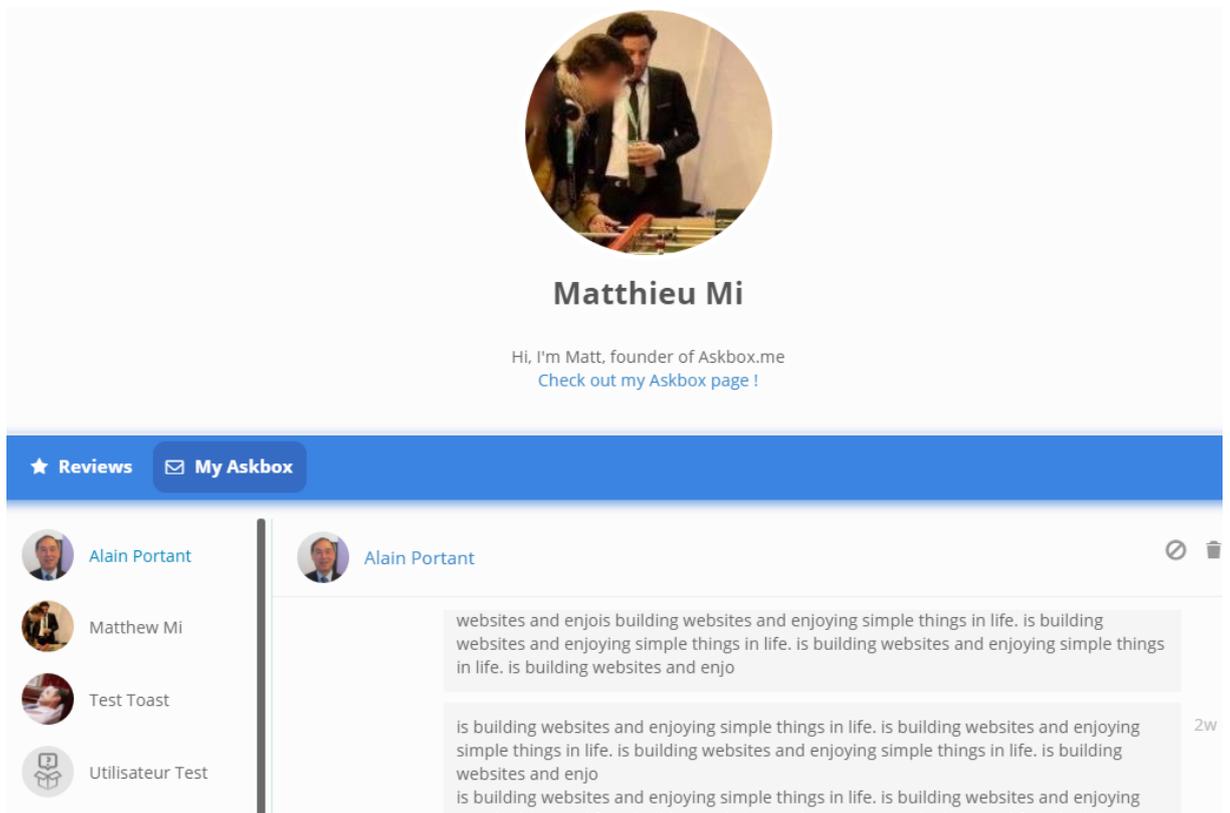
I also manage *DeLouvois.com* : a cryptocurrency luxury marketplace founded in 2016 that has been featured in numerous high-traffic mainstream publications : this is where high-value assets such as ; art, real estate, fine wine and cars are traded using Bitcoin & cryptocurrency.

-Module de contact et de paiement : le tip de base est de 4\$, et chaque mot supplémentaire coûte \$0.2

- Le paiement s'effectue par PayPal sur le compte de Askbox, dès que le paiement est validé, l'influenceur reçoit un email de notification lui indiquant qu'une question payante l'attend dans son Askbox



- Un Profil utilisateur pour l'influenceur qu'il peut connecter avec Facebook (email+nom+prénom+photo)
Il y reçoit ses questions payantes, peut y répondre directement et noter le fan.



- Le même profil pour le fan, qui peut y lire ses réponses et noter l'influenceur , mais ne peut pas lui répondre, il doit passer par sa Askbox page.

Business model

8% de commission prélevées à la fin du mois avant d'envoyer le solde de leurs comptes aux influenceurs.

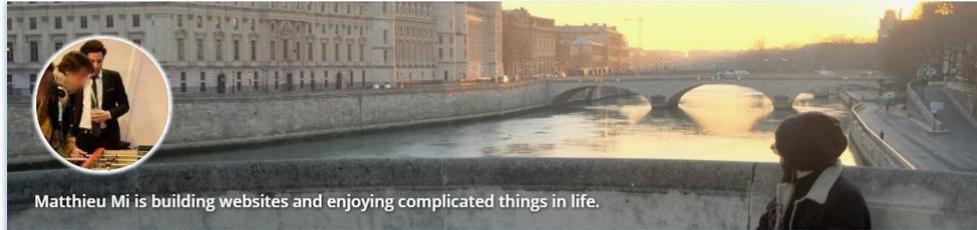
Objectifs et vision

- Permettre aux fans et aux influenceurs d'interagir personnellement en l'échange de tips.
- Réunir un noyau dur d'influenceurs sur un maximum de catégories-clés : (voir le visuel « Page de découverte des influenceurs par catégories ») afin d'attirer les influenceurs suivants.
- Créer du contenu texte (questions et réponses) qui servir à alimenter la version 1.1
- Tester le concept avec **60** de chaînes YouTube triées sur le volet (5 par catégories-clefs) entre 500 et 5000 abonnés maximum, et réunir de la donnée le cas échéant.

Deadline : 3 mois

Askbox 1.1 prémices d'un réseau social

- Fonctionnalités sociales :
- Askwall : l'influenceur peut maintenant poster publiquement les questions réponses qu'il a reçu durant la V1.0 directement sur son Askbox Page. Chaque utilisateur peut « aimer » et commenter publiquement ce contenu.



Ask me about

Philosophical and religious issues, entrepreneurship, cryptocurrency

Ask me about :

Entrepreneurship : I will evaluate your startup idea to the best of my abilities, or give you advice on what you have already accomplished, or whatever, just ask.

Cryptocurrency : I will give you an insightful advice on the crypto-asset of your choice, or answer any crypto related question that you might have (I won't do technical analysis since I'm not that good at it). Please note that those should not be considered as investment advices.

 **Matthieu Mi**
May 14 at 11:12am

J'ai encore reçu une question de merde : blablabla

0 likes 3 comments

Like Comment

 Write a comment...

Comment

 **Matthieu Mi** Et j'ai encore donné une réponse de merde : blablabla
Like · Reply · May 14 at 11:13am

 **Utilisateur Test** J'adore tes réponses de merde, bravo.
Like · Reply · May 14 at 11:14am

load 1 more comment

 **Matthieu Mi**
May 14 at 10:36am

J'ai reçu une question de merde anonyme : blablabla

1 likes 4 comments

Like Comment

 Write a comment...

Comment

 **Matthieu Mi** J'ai donné une réponse de merde : blablabla...
Like · 1 · Reply · May 14 at 10:36am

 **Utilisateur Test** Oui, c'est vraiment une question de merde, félicitations.
Like · 1 · Reply · May 14 at 11:06am

load 2 more comments

Cette fonctionnalité n'a pas de sens dans la version 1.0, il faut attendre qu'il y ait assez de contenu créé dans la V1.0 pour que chaque Askwall d'influenceur soit bien rempli dès le lancement de la feature grâce au contenu créé durant la première étape.

Objectif et vision :

- Fidéliser l'utilisateur grâce à du contenu exclusif d'influenceurs qu'il aime, même si il n'a pas lui-même payé pour poser des questions, et donc de générer du trafic en continu sur un ensemble de catégories.
- Commencer à réunir des informations personnelles très ciblées sur les fans avec un onglet « About You » qui permettra aux fans d'en dire plus sur eux, leurs goûts persos, afin que leurs influenceurs préférés « répondent mieux à leurs questions », les remarquent, etc.
- Créer assez de contenu public sur les Askwalls pour la version 1.2
- Doubler le nombre d'influenceurs inscrits : de **60 à 120 au compte goutte et uniquement par invitation / sélection.**

Deadline : 5 mois

Askbox 1.2 followers et feed

- Apparition d'une fonction « s'abonner »
Les utilisateurs peuvent dorénavant s'abonner aux influenceurs qu'ils aiment, et voir défiler le contenu directement sur leur Askfeed personnel.

Matthieu Mi

Hi, I'm Matt, founder of [ASKBOX.me](#)
[Check out my Askbox page!](#)

FOLLOWERS **2** | FOLLOWING **1**

L'Askfeed en question :

Discover influencers How it works Alain's Askbox 

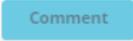
 **Matthieu Mi**
May 17 at 2:06pm

@Utilisateur Test

0 likes 2 comments

 Like  Comment

 Write a comment...

 Comment

 **Matthieu Mi @pork**
Like · Reply · May 17 at 2:06pm

 **Matthieu Mi #pork**
Like · Reply · May 17 at 2:06pm

 **Matthieu Mi**
May 17 at 2:04pm

#akira123

0 likes 1 comments

 Like  Comment

Business model :

A partir de ce moment là, il devient envisageable de proposer des annonces publicitaires contextuelles :

- sur les pages « catégories » ainsi que sur les pages « influenceurs », en fonction des thématiques qu'ils abordent.

Objectifs et vision :

- Finaliser la fidélisation des utilisateurs en créant un flux continu d'information, et de notifications.

Que ce soit LinkedIn, Instagram, Facebook, Twitter, le scroll infini et la dopamine qui résulte des notifications, est le saint graal de tout service web.

- Tripler le nombre d'influenceurs inscrits : de **120 à 360, toujours au compte goutte et par invitation / sélection.**

Deadline : 6 mois

Une fois ces objectifs atteints, le site devrait rapporter aux alentours de €3000 par mois, si on compte un minimum (**très** pessimiste de 2 questions par influenceur et par semaine à raison de \$1 de commission en moyenne par question.

Askbox 2.0 : la version scalable change de nom et s'appelle :



Hélas, Askify.com coute \$4200 pour information...

A ce stade, Askbox devient Askify : un réseau social constitué d' un noyau dur d' influenceurs au sens large du terme (écrivains, artistes, instagrameurs, twittos), autour duquel peuvent désormais venir se greffer des professionnels qui peuvent vendre leurs services, conseils et avis tout en consolidant leur présence en ligne et en créant du contenu supplémentaire pour Askify.com

Vous avez un profil LinkedIn crédible dans une des catégories « Santé, Art&Culture, Design, Tech, Fitness, Expertise d'art, etc... » ?

Vous pouvez créer une page pro, et fixer vous-même vos tarifs et apparaître comme « Pro » dans les résultats de recherche.

-Ouverture aux étudiants :

Un étudiant en droit, en design, en médecine, en astrologie, peut arrondir ses fins de mois en donnant des conseils sur Askify pour peu cher.

Au niveau des fonctionnalités, rien ne change mais l'Askfeed devient la principale fonction mise en avant.

Toutes les données générées durant la V1 devront être réutilisables dans la V2.

Cette version devra également être scalable et entièrement automatisée, à ce stade là, il ne doit plus y avoir de limite technique et la communication se fera de façon agressive. Exemple : chaque influenceur YouTube devra publier son adresse Askify en fin de chaque vidéo.

A ce stade, il n'y a plus de limite technique à l'ajout d'influenceurs, ni à la montée en charge du trafic, les inscriptions sont désormais **ouvertes** et **publiques**, et c'est la course à la croissance.

Deadline : 1 an à 1.5 ans

Askbox 3.0 :

Ask anything.

Deadline : 5 à 10 ans.

- Apparition d'une régie publicitaire (publicité ultra ciblée).
A ce stade, il y aura assez de data pour cibler et catégoriser les utilisateurs en fonction de leur comportements, de leurs goûts musicaux, politiques, age, sexe, santé, situation professionnelle, sur une multitude de catégories, fitness, droit, design etc...

A l'inverse de Facebook, ces publicités peuvent directement répondre à une question avec une offre commerciale appropriée, puisque Askify sait **précisément** quelles questions a déjà posé quelle typologie d'utilisateur.

La publicité ciblée s'affichera :

- dans les inbox en fonction des questions posées
- sur l'askfeed de la personne, en fonction du contenu qui s'y affichera
- sur les pages des influenceurs
- à la une des catégories

- Ouverture aux entreprises et création d'une API + applications tierces
A ce stade, des entreprises peuvent avoir intérêt à rejoindre la plateforme afin de proposer leur propre contenu, voire de greffer des applications tierces sur la plateforme : santé, bouffe, fitness, assurances, etc.
- Machine learning > éduquer une IA à répondre à toutes les questions qu'on peut se poser sur la base de tout ce qui a déjà été répondu par des humains (santé, , medecine, tech, design, relations etc...)

Il faut des volumes monstrueux de data pour éduquer une IA, mais à de stade, pourquoi pas rêver ?

- Cryptomonnaie : à l'heure actuelle PayPal prend des commissions de voleur, ce qui est tragique, surtout pour du micro-paiement, Stripe pareil. C'est un réel problème.

Il serait intéressant de créer une Stablecoin (style USDT) pour remplacer l'USD l'ensemble de la plateforme. D'abord sur la base du volontariat, avec réduction de commission influenceur de 8 à 4% en guise d'incitation.

Chaque influenceur pourrait également créer son token, son « action » librement échangeable sur un échange type Binance en simplifié.

Ce token émettrait des dividendes sous forme de cette même Stablecoin en fonction de son activité sur la plateforme (un pourcentage de ses gains seraient reversés aux token-holders sous cette forme).

Bien entendu, la réponse à des « questions » ne suffirait pas à rendre l'opération intéressante pour un investisseur, ce qui encouragerait l'influenceur à vendre des "shoutouts", "teeshirts", des contenus plus poussés etc...

Hollywood Stock Exchange permet déjà d'investir dans des «actions » de futurs films ou stars en devenir.

<https://www.hsx.com/>

