



Business Plan

Henrik Akesson

Kevin Pradervand

<https://akessonhenrik.github.io/GrooveKite/>

Résumé

La Riviera Suisse est une région qui possède de grandes qualités. Le paysage est somptueux, la nature est respectée, le niveau de vie est l'un des plus élevés au monde.

Ces conditions font que ses habitants sont très attachés à sa culture et à ses talents: De nombreux festivals et fêtes publiques diverses ont lieu chaque année, beaucoup d'expositions y sont fréquemment mises-en-place et les commerces font régulièrement des événements.

Il manque cependant une manière de faciliter la planification et la diversification de ces événements.

Jusqu'à maintenant.

GrooveKite est une entreprise basée en Suisse souhaitant offrir une plateforme web et mobile unique en son genre qui permet de mettre en contact des artistes entre eux et avec des producteurs et des organisateurs d'événements.

Fondée en 2017 par des étudiants ambitieux et déjà implantés dans le milieu de l'art, GrooveKite a pour but de permettre aux artistes émergeant de se faire plus facilement un nom et un réseau dans ce domaine.

De plus, GrooveKite mise sur la collaborations avec différentes associations prônant la culture locale, permettent de mettre rapidement en place un réseau avec les personnes concernées.

D'après notre analyse, la troisième année suivant la mise en production de l'application marquera la fin des pertes. L'année suivante nous rapportera 40 000.- de bénéfices.

Cependant, nous avons besoin d'aide pour réaliser cette vision. Sachant que le développement de cette plateforme nécessite du temps et des moyens, nous ne pourrons pas aider nos clients sans nous consacrer pleinement à ce projet. Des investissements à long terme de l'ordre de 180 000.- par an sont nécessaires pour nos locaux, notre matériel et nos revenus.

Définitions

Artiste

Un artiste chez GrooveKite peut représenter toute sorte de profession ou pratique artistique, comme par exemple:

- Un musicien ou un groupe de musiciens
- Un photographe ou vidéaste
- Un danseur ou comédien

Organisateur

Un organisateur chez GrooveKite est une entreprise, organisme ou particulier qui organise des concerts ou nécessite un ou des artistes pour un évènement. Il peut s'agir de festivals, restaurants, bars, salles de concert, expositions, wedding planners, discothèques, musées, particuliers effectuant un évènement unique etc.

Stratégie de l'entreprise

Valeurs

Les valeurs de GrooveKite sont:

- D'offrir une voie aux artistes indépendants de se faire connaître et se contacter en simplicité
- De respecter la liberté artistique de ses clients, de n'imposer aucune contrainte ou préférence stylistique
- De prôner l'ouverture d'esprit en diversifiant notre public, i.e. en mettant en contact un florilège de musiciens répondant aux demandes des organisateurs
- De n'appliquer aucune censure du répertoire des artistes utilisant la plateforme
- D'appliquer un traitement équitable à tous les clients d'une même catégorie
- Et, de manière générale, fonctionner et progresser dans le respect de la loi de chaque pays et région dans laquelle GrooveKite se développe

Vision

La vision de GrooveKite est d'être la référence principale dans l'organisation d'événements à proximité, pour mettre en contact organisateurs et artistes avec aisance. De plus, GrooveKite a pour but d'encourager d'une part la prolifération d'événements de grande et petite envergure et d'autre part les artistes à partager et développer leur talent dans leur région.

Mission

La mission de GrooveKite est, en respectant ses valeurs, de développer la culture locale et aider les artistes à se faire connaître tout en assurant aux organisateurs une fiabilité des services de GrooveKite.

Stratégie

Projet

Le projet de GrooveKite est de s'imposer dans le marché du spectacle de la manière suivante:

- En appliquant une stratégie d'expansion à long terme, en débutant par la Suisse. L'objectif à long terme étant d'opérer à l'international, GrooveKite se doit d'être fiable, réputée et d'avoir une bonne image. Afin d'arriver à nos fins, nous comptons utiliser une stratégie marketing de communication intégrée, ce qui nous permettra de générer une image fidèle à GrooveKite et d'augmenter sa fiabilité.
- GrooveKite souhaite en parfaite concordance avec ses valeurs faciliter l'exposition des artistes, l'organisation d'événements et ainsi augmenter leurs opportunités de réussite. Pour atteindre ce but, nous comptons dès les premiers mois demander du feedback, aussi bien des artistes que des organisateurs afin de réajuster les objectifs au fil du temps et selon l'état du marché. Nous souhaitons répondre au mieux aux goûts et besoins de notre clientèle.
- De mettre en place une stratégie de croissance équilibrée en débutant en se plaçant sur le marché de petits événements mais en élargissant notre public cible proportionnellement à notre réputation et notre fiabilité, donc en se plaçant sur de plus gros événements à l'avenir.

Objectifs

Les objectifs de GrooveKite sont:

- 100 événements organisés à travers GrooveKite dans les deux premières années
- 700 profils artistes créés dans la première année suivant le lancement de la plateforme

Base des objectifs

GrooveKite étant une application dont le but est de mettre en contact ses clients, la réussite de l'entreprise dépend grandement de sa notoriété. Des clients satisfaits pourront ensuite inciter leurs pairs à l'utiliser, et ainsi augmenter notre clientèle.

Cette réflexion est l'origine du choix d'inciter les clients à donner du feedback régulièrement. Ceci nous apportera l'avantage de ne pas être en dehors de l'évolution du marché.

Il s'agit ensuite d'encourager les clients à apporter leur feedback. Nous comptons les encourager en offrant des produits et rabais aux premiers clients, aussi bien parmi les artistes que parmi les organisateurs.

D'autre part, encourager les clients à faire connaître GrooveKite présente un avantage considérable. Afin de mettre en place cela, il faudra également proposer des rabais et/ou des produits offerts aux utilisateurs qui encouragent sur d'autres réseaux sociaux l'utilisation de notre service.

Tableaux de bord

Pour mesurer l'efficacité de notre stratégie de développement et de manière générale l'accomplissement des objectifs, nous définissons les rapports suivants:

Rapports d'utilisation:

Rapport d'Organisateurs et Artistes

Afin d'offrir un grand choix aux organisateurs, il faut que le nombre d'artistes soit supérieur au nombre d'organisateur. Le rapport minimum pour une rotation fluide devrait être de 10, c'est à dire qu'il y a 10 artistes pour un organisateur.

Rapport d'Utilisation des Artistes

Représente la proportion d'artistes inscrits qui sont actifs sur la plateforme:

$$"RUA" = N_{\text{artistes actifs}} / N_{\text{artistes inscrits}}$$

Un artiste est considéré comme actif dès lors qu'il se connecte de manière hebdomadaire et qu'au moins un des critères suivants est rempli:

- Publication d'oeuvre au moins une fois par trimestre
- Accepte des demandes de réservation au moins une fois par trimestre

Rapport d'Utilisation des Organismes

Représente la proportion d'organismes inscrits sur le site étant actifs

$$\text{"RUO"} = N_{\text{organismes actifs}} / N_{\text{organismes inscrits}}$$

Un organisme est considéré comme actif dès lors qu'il remplit au moins un des critères suivants:

- Visite la plateforme deux fois par mois en moyenne
- Effectue une réservation ou une demande de réservation tous les deux mois

Rapport de Réservations Accomplies

Représente la proportion de réservations qui n'ont pas été annulées ou ignorées par les artistes ou annulées par les organismes

$$\text{"RRA"} = N_{\text{Événements GrooveKite}} / N_{\text{Demandes de réservation effectuées}}$$

Nous estimons qu'avec des valeurs RUO, RUA et RRA supérieures à 0.6, l'impact de GrooveKite sera en bonne voie.

De manière plus détaillée, le tableau ci-dessous définit les mesures à prendre selon chaque rapport et sa valeur. A noter que les exigences pour certains rapports sont plus élevées.

Intervalle	RUO
Inférieur à 0.33	Les organismes ne voient pas pas d'utilité particulière à GrooveKite. Une forte campagne marketing doit être entreprise auprès des organismes. Si en parallèle, le Rapport d'Organismes et Artistes est faible, il faut également encourager plus d'artistes à s'inscrire sur le site.
Entre 0.34 et 0.66	GrooveKite commence à prendre de l'ampleur se faire une place dans le marché du spectacle du côté des organismes. Le feedback est ici particulièrement important pour savoir ce qui retient les organismes d'organiser plus d'événements à travers la plateforme.
Supérieur ou égal à 0.67	Les organismes sont satisfaits du service et s'en servent régulièrement. Tout en restant attentif à la variation du RUO, les efforts de GrooveKite peuvent être focalisés sur d'autres aspects

Intervalle	RUA
Inférieur à 0.33	GrooveKite n'intéresse pas les artistes. Une forte campagne marketing doit être entreprise auprès des artistes et plus d'avantages peuvent leur être proposés.
Entre 0.34 et 0.66	L'intérêt des artistes pour GrooveKite n'est toujours pas suffisant. Si le RUO n'est pas dans le tiers supérieur, le RUA pourrait être affecté par ce dernier et une meilleure mise-en-réseau des artistes et organisateurs devrait être étudiée. Si le RUO est acceptable, une meilleure promotion des artistes est nécessaire afin qu'un plus grand nombre d'entre eux puisse être réservé.
Supérieur à 0.66	Les artistes apprécient l'application et s'en servent régulièrement. Tout en restant attentif à la fluctuation du rapport, les efforts de GrooveKite peuvent être orientés vers d'autres aspects

Le RRA se doit d'être très élevé. Si les clients de GrooveKite, qu'ils soient organisateurs ou artistes, n'ont pas de garantie particulière qu'une demande de réservation ne sera pas annulée par l'un des deux partis ou ignorée par l'artiste, la fiabilité et l'image de GrooveKite seront en danger. Nous nous devons lorsqu'un artiste reçoit une demande de l'alerter régulièrement afin qu'il n'oublie pas de confirmer.

Nous comptons également afficher sur les profils des artistes le temps moyen de réponse, la proportion de réservations confirmées et sur les profils des organisateurs la proportion de réservations annulées. Ainsi, non seulement les organisateurs et artistes pourront mieux décider de leurs contrats, de plus nous pourrons mieux recommander des artistes aux organisateurs et améliorer l'image de GrooveKite.

Business Model

Key Partners  <ul style="list-style-type: none"> - Spotify - Youtube - SoundCloud - Vimeo - Publicitaires 	Key Activities  <ul style="list-style-type: none"> - Marketing - Développement - Promotion d'artistes 	Value Propositions  <p>Une plateforme pour mettre en contact artistes et organisateurs:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Un service de promotion d'artistes - Un système de réservation <p>Comptes premium organisateur:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Réservations à long terme <p>Comptes premium artistes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Meilleure promotion auprès des organisateurs - Cadeaux - Promotion directe par GrooveKite depuis ses comptes sur d'autres réseaux sociaux 	Customer Relationships  <ul style="list-style-type: none"> - Contact personnel - Feedback - "Goodies" 	Customer Segments  <ul style="list-style-type: none"> - Artistes - Organisateurs
	Key Resources  <ul style="list-style-type: none"> - Plateforme GrooveKite 		Channels  <ul style="list-style-type: none"> - Contact direct avec des organisateurs - Publicité - Réseaux sociaux - Promotion par les clients satisfaits 	
Cost Structure  <p>Serveurs, employés, marketing, locaux</p>		Revenue Streams  <p>Publicité, comptes premium</p>		

Produits et Services

Dans cette section nous traiterons des produits et services proposés par GrooveKite. Étant une société basée uniquement sur une plateforme web, il s'agit plutôt d'un ensemble de services uniquement.

Prestation, besoins réels

Un service tel que GrooveKite, cherchant uniquement à mettre en contact des organisateurs d'événements et artistes, n'existe actuellement pas en Suisse Romande. Des entreprises aux États-Unis et en Europe proposent une prestation similaire, mais généralement dans le but d'établir un réseau entre musiciens uniquement (pour auditions, groupes, cours...)

GrooveKite se trouve donc dans un scénario "Océan Bleu", c'est à dire qu'une concurrence directe n'existe pas à ce jour.

En revanche, un risque pourrait se présenter si un grand réseau social tel que Facebook, qui propose déjà des pages d'artistes, ajoutait un système de réservations et de recommandations.

L'avantage considérable pour minimiser la concurrence que nous proposons est la coopération avec des services de streaming, aussi bien vidéo qu'uniquement audio, tels que soundcloud, spotify, youtube et facebook.

Ce choix est un avantage car de nombreux musiciens sont déjà actifs sur au moins l'une de ces plateformes, et leur faire mettre en ligne leur répertoire sur une nouvelle plateforme pourrait leur paraître fastidieux et les décourager. Intégrer les players propriétaires de ces applications permettra aux artistes de n'avoir à fournir qu'un lien.

De plus cela ajouterait de gros coûts à notre budget dû à l'espace mémoire et débit qu'héberger le contenu exigerait.

Bien sur, il faudra prévoir des mesures pour vérifier que les artistes n'utilisent pas de contenu qui ne leur appartient pas, par exemple en devant s'authentifier depuis GrooveKite sur ces plateformes.

Du côté des organisateurs, d'avoir un catalogue d'artistes locaux à disposition présente également de gros avantages. Ils pourront diversifier leurs événements, attirer un public plus large et ainsi augmenter leurs revenus. De pouvoir faire cela sur une seule plateforme leur économisera du temps et de l'effort.

Matrice stratégique

Le seul produit que fournit GrooveKite est en quelque sorte nos utilisateurs. Pour ainsi dire plus nous aurons d'utilisateur, plus nous aurons de revenus en fonction des publicités et de nos comptes premium.

Toutefois, nous pouvons classer nos clients en plusieurs catégories.

Premièrement, les gros clients : ces derniers seraient capable de nous ramener un grand nombre de nouveaux utilisateurs. Ces gros clients seraient suivis d'une grosse infrastructure et le simple fait que ces derniers recrutent leurs artistes via notre plateforme pousserait un nombre croissant d'utilisateurs à rejoindre GrooveKite et ce grâce au prestige de ces gros clients. Ces clients devront recevoir un traitement personnalisé.

GrooveKite devra être attentifs au artistes émergeant sur notre plateforme, car tout utilisateurs arrivant au succès via GrooveKite sera une excellente publicité. Encore une fois une attention toute particulière serai à porter sur certain de nos utilisateurs prometteur.

Au finale, Groove Kite se retrouve face au dilemme suivant, prendre soin des bon utilisateurs et organisateurs serait une priorité, cependant GrooveKite ne devra en aucun cas se placer dans une position élitiste. GrooveKite est une application visant principalement l'essor culturel et non le show-business.

Développement, évolution future

Pour le futur GrooveKite a pour objectif de pouvoir s'étendre dans le monde entier. Nous commencerons principalement par l'Europe. Le but étant de toujours pouvoir proposer aux artistes et producteurs de notre réseau de pouvoir se retrouver et créer plus facilement.

De plus nous ne comptons pas en rester à là une fois GrooveKite lancé. GrooveKite se veut être une application performante au travers du temps et proposant régulièrement de nouvelles fonctionnalités provenant directement des retours utilisateurs par exemple.

De part ces deux axes principaux de développement et d'expansion, GrooveKite compte bien réussir à en proposer toujours davantage et éventuellement un jour devenir La plateforme Culturelle par excellence dans le monde.

Acteurs du marché

La demande

Pour le moment, le monde des artistes tourne principalement grâce au bouche-à-oreilles, et l'organisation d'événements ou de rencontres entre artistes afin de créer du contenu inédit ne se fait que lors de rares manifestations.

La demande n'est peut-être pas immédiatement du côté des artistes eux même, elle provient plus des petit producteurs qui n'ont pas forcément les moyens de se lancer dans des campagne de recherche de talents pour leurs événements.

Il est sûr que les gros organisateurs ne seront pas concernés par notre produit, du moins pas de suite, étant donné qu'ils possèdent généralement leur propre plateforme, je pense à la fête de la musique de lausanne par exemple.

GrooveKite tombe donc très bien pour la clientèle que nous visons, les petits artistes et les organisateurs débutant dans le monde de la manifestation culturelle.

Les offres concurrentes

A ce jour nous n'avons pas été en mesure de trouver sur le marché un service nous faisant concurrence directement, nous serions les premiers sur le marché.

Toutefois les seules concurrent sérieux que nous pourrions avoir sont les réseaux sociaux déjà en place dans les habitudes de nos clients. Nous proposons un service qui se démarque des réseaux sociaux conventionnels, mais les géants que nous avons à côté pourraient très bien mettre en place un module similaire à notre solution dans leurs applications.

Analyse SWOT

	Positif	Négatif
Interne	Forces Fonctionnalités en fonction des retours clients Gratuité pour les usagers standards Expertise Ingénieurs diplômés de l'HEIG-VD Clients Entreprise	Faiblesses Développement de nouvelles fonctionnalités long Faible revenu au lancement Compte premium trop cher pour certain usager
Externe	Opportunités Peu ou aucune concurrence à ce jour Région propice économiquement et culturellement à un développement d'évènements musicaux. De nombreuses écoles de musique, festivals.	Menaces Gros concurrents indirects (Facebook, Soundcloud, 500px, ...) Conditions du marché

Marketing et concrétisation

GrooveKite a pour but de devenir LE réseaux social sur internet pour les artistes en devenir. Notre application web fourni à nos utilisateurs des outils de gestion d'événements, de planification et bien entendu des moyens de rencontrer d'autre artistes qui auraient les mêmes intérêts, recherchant un groupe, voulant également organiser un événement dans votre région ou encore qui aurait des intérêts complémentaires pour permettre à nos clients de créer toujours plus de nouveaux contenu culturel.

Marché ciblé

Mais qui sont réellement nos clients? Ce sont tous les artistes timides, coincés dans leur garage ou encore effrayés par trop de démarches pour croître. Et bien entendu la deuxième partie de nos client comptera divers producteurs ou organisateurs d'événements en tout genre.

Ce que nous leur proposons ? Une application simplifiant leur envol et leur épanouissement dans ce monde parfois difficile et fermé à l'art et l'événementiel.

GrooveKite se veut premièrement régional afin de faciliter la rencontre entre artistes proche. De ce fait nous disposons d'une région très propice au développement de notre application. Nous comptons très rapidement prendre contact avec toutes les manifestations de la Côte qui apprécieront très certainement d'avoir un outil leur fournissant une pléthore d'artistes régionaux.

Facteurs déterminants

Parmi ces manifestations nous les visons toutes. Paléo qui propose régulièrement des artistes régionaux, le golden festival, Corbak Festival, Chocolate festival, Caribana, Festival'entre2, Festi'Neuch, Rock O'Battoir Festival, Rock am WindFestival, Festival de la cité Lausanne, etc... .

Bien entendu nous ne visons pas les grosses infrastructures qui possèdent déjà leurs outils, mais plutôt les petites manifestations populaires, des jeunesses par exemple.

De plus notre application sera une aubaine pour les événement tels que la fête de la musique qui arrive chaque année. Nous comptons proposer notre solution organisationnelle aux différentes villes organisant ce genre d'événement. En effectuant ce travail pour les villes, cela nous garantira un afflux certain d'utilisateurs.

Promotion

Afin de promouvoir notre application, nous comptons démarcher les villes et autres organisateurs, afin de leur montrer les bienfaits de notre service. Réussir à avoir un grand nombre d'organisateur qui se mettent à utiliser GrooveKite poussera un grand nombre d'artistes à se créer un compte sur notre plateforme.

Enfin afin d'attirer plus de nouveaux utilisateur, nous proposeront différent "goodies" à nos premier utilisateurs standard, nos artistes.

Pour le moment des plectres au couleur de notre entreprise sont proposés.



Prix et condition

GrooveKite se veut principalement accessible au artistes, l'inscription à l'application est donc gratuite pour un utilisateur standard.

deux type de compte donc :

- le compte "artiste" : Ce compte permet de diffuser du contenu sur une page personnelle à la manière d'un profil facebook via l'intégration de services de médias tel que youtube, dailymotion, vimeo, soundcloud, etc... . Ce compte permet de gérer une liste d'"amis" que l'utilisateur choisira via les proposition que lui fera grooveKite en fonction de ces recherches ou ce que contient son profile.
- Le compte "organisateur" : Ce compte comporte également une page personnelle pour se présenter et les mêmes fonctionnalités de recherche. Toutefois les services médias lui seront limité à du contenu purement visuel. Ce compte à besoins des privilèges premium pour être pleinement efficaces.

Un compte premium donne accès à toutes nos fonctionnalité organisationnelle telles que l'organisation d'événement, de mise en place de concours de sélection d'artistes et permet encore d'aiguiser les recherches sur des profil précis concordant avec les valeurs de leurs événements. Ensuite pour les artistes Premium, GrooveKite propose également un système de promotion dudit artiste au travers des différent réseaux sociaux où est représenté GrooveKite (twitter, facebook, etc...).

Pour un artiste il sera tout à fait possible d'avoir un compte artiste et premium, ce qui lui donnera l'accès à toutes les fonctionnalité.

Le prix d'un compte premium est à **15.-** par mois.

En cas de non paiement les comptes seront privé de leur privilège.

Objectifs commerciaux

Avec notre stratégie commerciale nous espérons acquérir 1000 membres dans la première années. mais pour ce faire il nous faudra impérativement que GrooveKite soit opérationnel avant juin de notre première années afin de pouvoir profiter pleinement de toute la période estival.

Distribution

La distribution de GrooveKite se fera principalement sur les réseaux sociaux et dans le démarchage d'organisateur potentiel. comme dit plus haut plus le nombre de compte organisateurs sera élevé sur GrooveKite plus le nombre d'utilisateurs augmentera.

Production

GrooveKite se donne trois mois pour être fonctionnel. Pendant ce temps de développement notre développeur utilisera tout son temps à la mise en place de notre application. Pendant ce temps le marketing aura ce même délai afin de démarcher un maximum d'organisations ou d'institutions organisatrices d'événements. Un étudiant sera engagé pour la gestion administrative.

Afin de garder une cohésion dans le travail effectué et à effectuer, des stand-up meetings hebdomadaires sont prévu.

Résumé des séances par rôle:

- Développeur : A l'obligation de tenir l'équipe informée de son avancement ou retard, des problèmes rencontrés et des mesures qui vont être prises pour y remédier.
- Marketing : Se doit de tenir au courant du nombre de démarches effectuées et du nombre de réponses positives reçues, ce qui permettra au développeur de choisir au mieux le service d'hébergement en prévision du nombre d'utilisateurs potentiel. Ensuite il doit tenir le développeur au courant de tout commentaire reçu sur le concept de l'application afin d'être proactifs sur les besoins de nos clients.
- Administration : donne les résultats financiers à l'entreprise et se doit d'avertir en cas de problème.

Dès que l'application sera mise en production, le développeur continuera à développer de façon proactive afin d'améliorer l'application et bien entendu il travaillera sur les potentiels bugs qui seront rencontrés par les utilisateurs. Le marketing sera toujours en démarchage et sur les réseaux sociaux afin de faire venir toujours plus de clients.

Recherche et développement

Une fois l'application en production, travailler de façon proactive sera primordiale, le marketing devra donc toujours sonder les potentielles nouvelles demandes des utilisateurs.

Nous nous focaliserons sur deux axes principaux:

- L'amélioration technique qui incombe au développeur afin de garantir un service sur GrooveKite sécurisé et performant.
- L'amélioration fonctionnelle qui incombe au marketing qui devra comme dit plus haut sonder les retours utilisateurs afin d'en ressortir de potentielles nouvelles fonctionnalités.

Afin de pouvoir améliorer le maintien de GrooveKite, nous espérons pouvoir rapidement engager du personnel au courant de la troisième année.

Infrastructure

Les locaux de Groove Kite se trouveront à Nyon dans les nouveaux bâtiments administratifs du "Terre Bonnes Business Park". l'accès y est facile et pratique autant en transports publics que personnels. Le bâtiment étant équipé en restauration, 50mc carré suffiront.

nous n'aurons pas besoins d'une grosse infrastructure hormis des PC personnel pour effectuer le travail de chacun. Notre application sera hébergée par une entreprise tierce : AWS d'amazon.

De cette Façon les backups de nos services seront maintenus par notre prestataire externe.

Une version de notre application sera de toute manière stockée dans nos locaux

Organisation et management RH

GrooveKite est une SARL. Notre entreprise ne contient pas de réel organigramme d'entreprise. Étant peu nombreux dans l'entreprise, nous ne pensons pas en avoir besoin. les deux associés principaux, le développeur et le marketing sont chargés de prendre les décisions. L'étudiant a juste pour mission de tenir notre comptabilité et la paperasse administrative.

Comme expliqué plus haut notre entreprise comprend 3 employés:

- Un développeur chargé de la mise en place de l'application GrooveKite
- Un marketeur chargé de faire connaître l'application et de trouver des partenaires et des clients. Son rôle secondaire est aussi de veiller à ce que l'application évolue en tenant compte des retour client.

- Un comptable, étudiant, sera chargé de gérer et tenir la comptabilité de l'entreprise. Il est possible que ce poste aie un certain roulement.

Analyse des risques

Identification

Afin d'identifier au mieux et le plus simplement possible les risques, nous avons travaillé par énumération.

Risques internes:

- Le développement à miser sur la mauvaise technologie
- Le développement à pris plus de temps que prévu
- Le marketing n'arrive pas à toucher suffisamment de client
- Des erreurs surviennent dans notre comptabilité
- Risque de désaccord entre les deux associés principaux.

Risques commerciaux:

- Nos utilisateurs potentiels boude GrooveKite
- Les investisseurs perdent la confiance, premières années difficile
- Nos potentiels concurrents déjà bien en place lancent un service similaire (facebook par exemple)

Risques Financiers :

- Le nombre de comptes premium et le nombres de clics pour les publicités ne sont pas suffisants
- Augmentation imprévue du tarif de notre service d'hébergement

Finances:

Afin de mettre en place nos finances et prévisions pour les années à venir, nous allons d'abord commencer par calculer les coûts qui nous seront obligatoires.

Charges:

Locaux

Loyer Business Park de Terre Bonne Nyon ~50m carré à 100.- m2/an : **5000.-/an**

Salaires:

Développeur = 7'000.-/mois

Marketing = 5'000.-/mois

Etudiant = 2'000.-/mois

Total salaires par an : **168'000.-/an**

Hébergement

AWS (amazon) EC2 instances réservées : **6'000.-/an**

Nom de domaine

grooveKite.ch : 8.90/an

grooveKite.com : 10.40/an

Totale nom de domaine : **19.30/an**

Goodies pour les premiers clients

200 plectres avec logo GrooveKite : **200.-**

Connexion internet avec les bureaux

Forfait PME Swisscom à 175.-/mois : **2100.-/an**

Matériel informatique et matériel de bureau:

- PC, Windows, licence et tout le matériel : **5000.-**
- amortis sur 4 ans

Total des Charges :

Charges totale estimée pour la première année : **186'319.30**

Henrik Akesson & Kevin Pradervand

Revenu et Capital espéré

Fonds propres

Les fonds propres seront de **20'000.-**, vu notre situation d'étudiants sortants il sera difficile d'apporter plus.

Investisseurs et banque

Nous espérons tirer minimum **100'000.-** d'investisseurs externes

Un prêt à long terme à la banque est envisagé intérêts à 5% : **50'000.-**

Un crowdfunding est envisageable pour **50'000.-**

Prêts à courts terme

Les prêts à courts terme ne sont pas à envisager, vu notre entreprise nous n'espérons pas de gains suffisamment rapidement pour rembourser ces derniers.

Les financements à court terme seraient donc à éviter au maximum.

Publicité

Google AdSense met à disposition une publicité automatisée qui peut être gérée sur notre application. Le revenu moyen du clic sur la publicité est compris entre 10 et 15 centimes.

Nous attendons environs 25'000 clics pour la première année : **3'000.-**

Avec 500 clics par jours en estimant une bonne fréquentation de notre application, la publicité pourrait nous rapporter environ **21'900.-**

Compte premium

Nos comptes premium coûteront 14.95.- par mois à nos abonnés.

En prévoyant entre 50 et 100 abonnés la première année, en prenant en compte une promotion au premier mois (offert pour tous les abonnés de la première année de mise en service de GrooveKite), nous espérons obtenir environ 5 nouveaux abonnés par mois : => **2'520.-** la première année.

Notre but serait d'arriver à **1'000 abonnés** par année environ, ce qui garantirait un revenu de **180'000.-** par an

Bilan prévisionnel

Bilan année 1

actifs		passifs	
liquidités	35'250.-	emprunt bancaire long terme	50'000.-
stock	200.-	investisseurs	150'000.-
Mobilier	2000.-	capital	20'000.-
Matériel IT	3000.-	perte de l'année	-179'550.-
	40'450.-		40'450.-

Compte de résultats année 1

CAN	5'520.-
Prix marchandises	-200.-
Charges de personnel	-168'000.-
Amortissements	-1'250.-
autre charge d'exploitation	-8'120.-
charges financières	
- intérêt bancaire	-2'500.-
loyer	5'000.-
Résultat de l'année	-179'550.-

Bilan année 2

Actifs		Passifs	
liquidités	-95500.-	emprunt bancaire long terme	45'000.-
Mobilier	1375.-	investisseurs	140'000.-
Matériel IT	2375.-	capital	20'000.-
		perte de l'année passée	-179'550.-
		perte de l'année	-99'100.-
	-99'250.		-99'250.-

Compte de résultats année 2

CAN	80'520.-
Charges de personnel	-168'000.-
Amortissements	-1'250.-
autres charges d'exploitation	-3'120.-
charges financières	
- intérêt bancaire	-2'250.-
loyer	5'000.-
Résultat de l'année	-99'100.-

Annexes

L'annonce de nos locaux à Nyon



Terre Bonne Business Park,
un quartier dynamique idéal
pour vos bureaux!

Bureau
Nyon
Dimensions des surfaces
sur demande
CHF 101/m²/an