

RAPPORT BUSINESS MODEL CANEVAS

Gestion & Organisation - SI-T2b 2023-2024

GAME SCANNER

CPNV Ste-Croix, le 22.12.23

David Varoso Gomes et Dylan Berney

TABLE DES MATIERES

Introduction.....	2
Business Model Canevas	2
Partenaires clés.....	2
Activites clés.....	2
Ressources clés	3
Offre – Proposition de valeur.....	3
Relation Client.....	4
Canaux de distribution	4
Segements de clientèle	4
Structure des Coûts.....	5
Sources de revenus	5
Persona.....	7
Client 1	7
Client 2	8
Etude de marché	9
Question 1	9
Question 2	9
Question 3	10
Question 4	11
Question 5	11
Conclusion	12
Annexes.....	13
MVP	13
Questionnaire Brut.....	13
Interview	13
Question 1	13
Question 2	14
Question 3	14
Question 4	14
Question 5	15

INTRODUCTION

Gamer Scan a pour but de révolutionner l'accès au jeux vidéo en fournissant une plateforme de comparaison de prix. Le modèle gratuit, des partenariats stratégiques avec une communauté dynamique.

BUSINESS MODEL CANEVAS

PARTENAIRES CLES

- Steam – Valve
- Uplay – Ubisoft
- Origin – EA
- GOG – CD Projekt Red
- Xbox – Microsoft
- Playstation - Sony

Les partenaires ont été scrupuleusement sélectionnés en fonction de la popularité de leurs plateformes et leurs nombres de produits disponibles, étant les plus grands fournisseurs de jeux digitaux du monde leur partenariat est une de nos priorités afin de pouvoir faire fonctionner notre projet de revente de jeux-vidéo. Steam étant la plateforme la plus utilisée par les joueurs de jeux-vidéo sur pc, ce serait un des partenariats les plus intéressants dans notre liste.

ACTIVITES CLES

- Développement et maintenance de la plateforme web
- Revente de clés de jeux vidéo ainsi que recherche de fournisseur de clés.

L'activité principale de notre plateforme est la revente de clés numérique de jeux-vidéo à moindre coût. Les contrats avec nos fournisseurs seront un travail constant pour recevoir les meilleurs prix possibles ainsi que certaines exclusivités lors de la sortie de jeux-vidéo. Les maintenances et la mise à jour de notre site web qui est notre principale source de revenus seront régulières afin d'attirer les clients par sa qualité et son efficacité.

RESSOURCES CLES

- Plateforme
- Extension Internet
- Possibilité : Logiciel ?

L'entièreté de nos ventes passera à travers de nos ventes sur notre plateformes web, les clients pourront s'y connecter afin de sélectionner leurs jeux-vidéo et les rajouter dans leurs paniers afin de pouvoir par la suite les acheter. Une extension internet que les clients pourront rajouter sur n'importe quelle navigateur internet nous servira à nous démarquer de notre concurrence, les fans de jeux-vidéo aime bien tout ce qui est en avec un produit mis à jour, cette extension va donc nous servir à récupérer certains clients potentiels. Un logiciel était une possibilité, certaine personne préfère aller sur une application que sur internet, l'influence de voir l'application sous ces yeux ainsi qu'un clic qui suffirait à pouvoir accéder à l'intégralité de notre catalogue de jeux-vidéo aurait pu augmenter notre chiffre d'affaires ainsi que nous donner un boost de publicité. Seulement l'entretien de l'application ainsi que le coût pour le développement et les mise à jour serait trop grands pour avoir une rentabilité au niveau du travail investi/bénéfice.

OFFRE – PROPOSITION DE VALEUR

- Comparer les prix entre plusieurs sources
- Précommandes possibles

Notre principal argument de vente est de comparé les prix des différentes plateformes et de proposer du prix le moins chère possible, des réductions et des prix spéciales font aussi partie de nos arguments de ventes. Les « preorders » qui sont des réservations de jeux avant leurs sortie initiale et propose du contenus additionnel exclusif pour ce qui l'achète à un prix plus cher que les jeux de base sera une bonne source de revenu pour nous ainsi qu'une aide au niveau de la promotion de notre produit.

RELATION CLIENT

- Support utilisateur
- Réseau sociaux lié avec les jeux-vidéo

Un support envers les utilisateurs sera mis en place, le support comprendra une aide au niveau de leurs achats (Remboursement, clés non fonctionnel, etc ...). Des problèmes avec leurs comptes pourront aussi être résolu avec notre support. Des forums ainsi que formulaire de contacts seront les principales solutions de support que nous proposerons. Tous les réseaux sociaux connu seront utilisés pour notre campagne publicité, des informations sur de nouveaux produits bientôt mis à disposition sur notre site ainsi que des jeux concours seront publié sur nos différents comptes. Principaux réseaux sociaux : Instagram, Twitter, Discord, Reddit.

CANAUX DE DISTRIBUTION

- Site web, gamerscan.com
- Possibilité : Application mobile ?

Notre site web de revente sera un des moyens pour faire des achats dans notre compagnies, le site web sera accessible sur <https://www.Gamerscan.com>. Une application serait un autre moyen possible de vendre nos produits mais encore une fois c'est une idée qui demanderait beaucoup d'investissements au niveau du temps ainsi que monétaire, ce sera peut-être un projet possible pour une évolution possible de produits.

SEGEMENTS DE CLIENTELE

- Entre adolescents et jeunes adultes, de 14 à 30 ans
- Personnes connectées et renseignés
- Amateurs de jeux vidéo
- Qui n'ont pas beaucoup de moyens pour les hobbies

Comme notre objectif est de proposer des jeux au coûts le moins chère possible notre principale clientèle sera des jeunes adultes fan de jeux-vidéo avec peu de budget à investir dans leurs passe-temps et hobby. Avec notre extension de notre site web une clientèle très connectés et renseigné seront aussi ciblé.

STRUCTURE DES COUTS

- Accords avec le publieur / développeurs
- Coûts de maintenance du site web
- Salaires des employés
- Partenariat avec personnalités publiques (Publicité Twitch)

Les différents accords et contrats avec nos fournisseurs de clés sera un des coûts les plus importants envers les quelle nous allons faire face, un pourcentage sera donné aux fournisseurs ainsi qu'aux développeurs des jeux-vidéo ce qui laissera une petite marge pour nous. Le site web est notre principal moyen d'accéder à nos produits, si le site web pose un problème ou crash nous serions en pertes immédiates à cause des différentes pertues. Un accent sera mis sur un entretien et une maintenance quotidiennement de notre site web. Les salaires des employés sont aussi une partie de nos charges à payer, le technicien qui assure la maintenance de notre site web est aussi compté dans les salaires des employés. Pour ce qui est du côté promotionnel notre compagnie fera des sponsorisations avec des personnalités connues et influente d'internet qui diffuseront leurs jeux-vidéo en live afin de toucher le plus d'audience possible.

SOURCES DE REVENUS

- Services proposé gratuit. (Plateforme Web)
- Publicités sur notre site pour des jeux-vidéo.
- Partenariat avec Twitch ou autres personnalités publiques d'internet.
- Commission sur la vente d'un jeu à travers notre site web.
- Premium (jugé non adapté)

Séparation de la commission si une vente se fait sur notre site.

- 20% Revient à Gamerscan.

- 30% Revient à la plateforme de vente initiale (Steam).

- 50% Revient au développeur et ou Publisher

Les services proposés par notre société sont entièrement gratuits (Utilisations de notre site web et support envers l'utilisateur) et ne coûte rien à l'utilisateur.

Notre site web contiendra des publicités pour des jeux-vidéo, les publicités seront des prestations payantes envers l'entités qui souhaite la poster. Les coûts peuvent varier en fonctions des souhaits du prestataire.

Par exemple :

- Si la publicité est affichée sur la page d'accueil elle sera plus coûteuse.
- Le prix de la publicité est aussi dépendante de la durée où elle sera affichée sur notre site, si elle reste un mois au lieu de deux semaines le prix sera plus élevé.

Les partenariats avec les personnalités d'internet ne seront pas des revenus monétaires mais plus marketing. Nous comptons sur cette option pour attirer de nouveaux clients.

En ciblant des streamers qui se spécialise dans les jeux-vidéo nous toucherons directement notre clientèle cible.

Notre commission sur chaque vente que nous faisons peut paraître insignifiante mais si nous atteignons une grosse clientèle qui vient régulièrement sur notre site internet pour faire leurs achats, ceci deviendra notre principale source de revenu.

Pour ce qui est du premium nous y avons pensé mais avons déterminé qu'il ne serait pas adapté au service que nous avons car il n'y a pas vraiment d'avantages que l'ont pourrait offrir en plus, ainsi que la clientèle que on vise n'aurait pas beaucoup de moyens donc offrir une version du service premium n'aurait pas beaucoup de sens non plus.

PERSONA

CLIENT 1

INFORMATIONS :

- Prénom : Christopher
- Nom : Gomez
- Age : 25
- Profession : Electricien CFC
- Salaire : 4000 CHF/mois

STORY :

- Méthodique et calculé, il se renseigne bien avant de prendre une décision.
- Il a toujours habité à la campagne.
- Il n'est pas très social et passe beaucoup de temps seule.
- Aime et s'intéresse aux nouveautés de la technologie.
- Aime passer son temps libre à regarder des films, écouter de la musique ou jouer a des jeux-vidéo.

GOALS :

- Faire augmenter son salaire petit à petit en évoluant dans le monde professionnel pour ainsi être plus à l'aise dans son quotidien.
- Faire des économies en mettant de l'argent de côté.

NEEDS :

- Réduire ses coûts le plus possible.
- Trouver une boîte dans laquelle il aurait un meilleur salaire ou une possibilité de gravir les échelons et ainsi évoluer dans la boîte.

PAINS :

- Certaines fin de mois sont difficiles dû à son salaire qui correspond au salaire minimum Suisse.
- Il ne pense pas qu'il peut se permettre d'avoir un appartement a lui ou même de commencer à fonder une famille sans avoir une meilleure stabilité financière
- Trouve que certains de ces hobbies sont en train de devenir trop chers.

CLIENT 2

INFORMATIONS :

- Prénom : Jade
- Nom : Muni
- Age : 16
- Profession : Étudiante au gymnase d'Yverdon
- Salaire : 100 CHF/mois

STORY :

- Reçoit de l'argent de poche de son papa qui est veuf.
- Elle habite à Yverdon pas très loin du gymnase où elle étudie.
- Ne sait pas vraiment gérer son argent et ne lui en reste jamais en fin de mois.
- Elle a passé beaucoup de temps dans sa jeunesse à jouer au jeux-vidéo
- Elle aime beaucoup passer son temps sur son ordinateur et n'aime pas trop sortir
- Elle a de la peine à trouver un endroit où acheter ces jeux-vidéo puisqu'elle joue sur plusieurs plateformes différentes.
- Elle participe à des conventions de manga et de jeux-vidéo.

GOALS :

- Souhaite finir ces études le plus rapidement possible au gymnase afin de se rendre à l'HEP pour devenir professeur.
- Pouvoir se rendre dans des conventions à travers le monde.
- Développer son propre jeux-vidéo un jour.

NEEDS :

- Trouver un travail d'étudiant afin d'améliorer ses compétences de sociabilisation ainsi que ces revenus par mois.
- Trouver un moyen d'économiser de l'argent afin que ces fins de mois ne soient pas si difficiles.
- Trouver un moyen de centraliser ces recherches lors de ces achats de jeux-vidéo.

PAINS :

- Ne peut pas s'imaginer voyager à travers le monde dans sa situation actuelle.
- Trouve que certains de ces hobbies sont en train de devenir trop chers.
- Perd beaucoup de temps lors de sa recherche d'achats de jeux-vidéo.

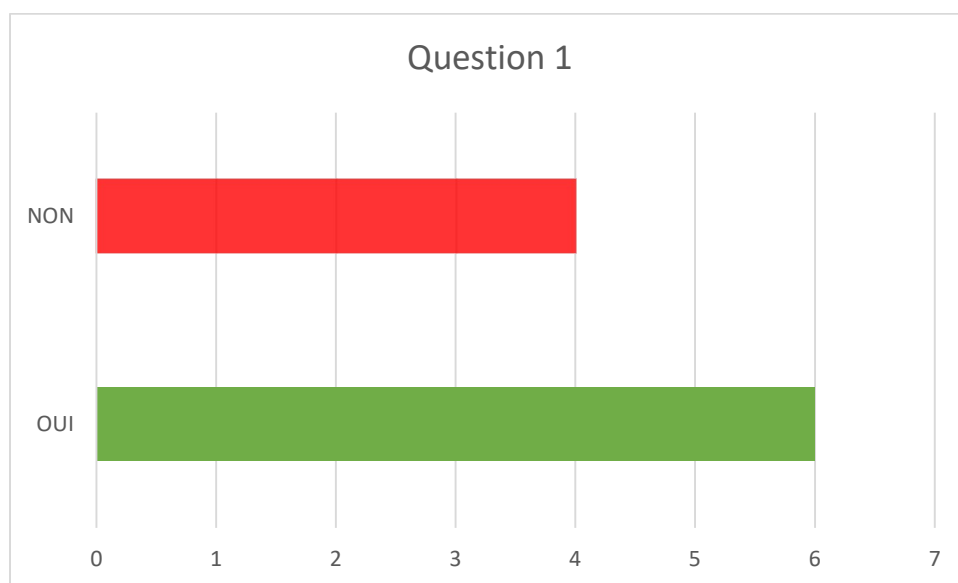
QUESTION 1

Est-ce que vous pensez payer vos jeux vidéo ou divertissements trop cher de nos jours ?

Pourquoi cette question ?

Cette question a pour but de déterminer si les personnes trouvent que leur source de divertissement augmente trop en prix.

Voici les réponses que on a obtenu pour cette première question.



Pour les personnes qui ont répondu oui, ils se sont basés sur certains prix qui sont à 70-80 CHF à leur sortie, certains dans un état déplorable avec beaucoup de problèmes, d'autres ont sous-ligné l'argument du temps de jeu proposé, 80 CHF pour 10h de jeu est relativement cher. Ceux qui ont répondu non achètent en majorité lors des promotions de saison ou sur d'autres sites.

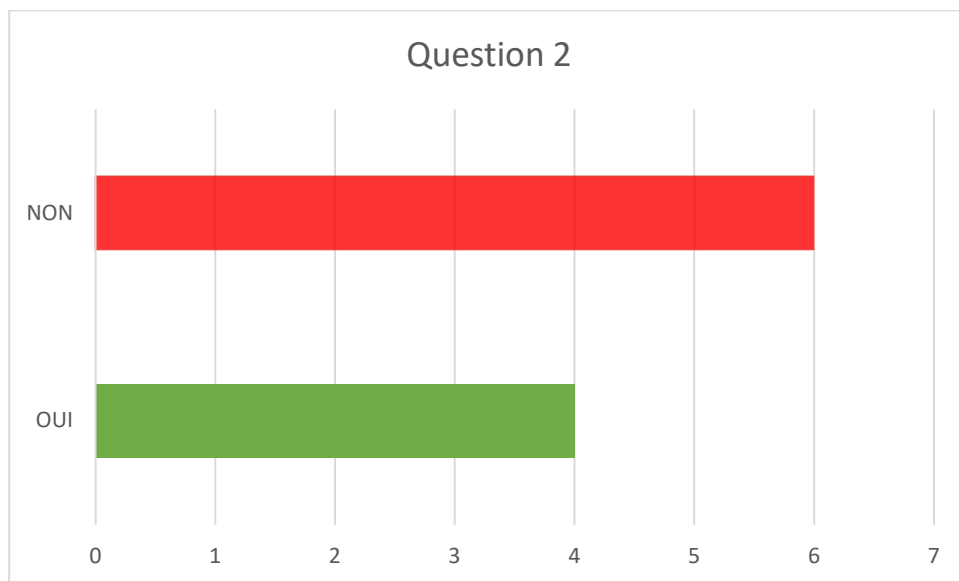
QUESTION 2

Est-ce que ça vous dérange de vous déplacer pour effectuer ces achats ?

Pourquoi cette question ?

Cette question a pour but de déterminer si les personnes trouvent que le fait de se déplacer pour effectuer des achats, qui aurait pu être digitaux les dérange.

Voici les réponses que on a obtenu pour cette question.



Les réponses à cette question étaient assez partagées, ceux qui ont répondu oui pour différentes raisons, le fait d'acheter un produit physique qui aurait pu être digital semble contre-productif. Cela produit des déchets physiques et du déplacement inutile. Ceux qui ont répondu non, c'était plus pour des raisons préférence au contact humain.

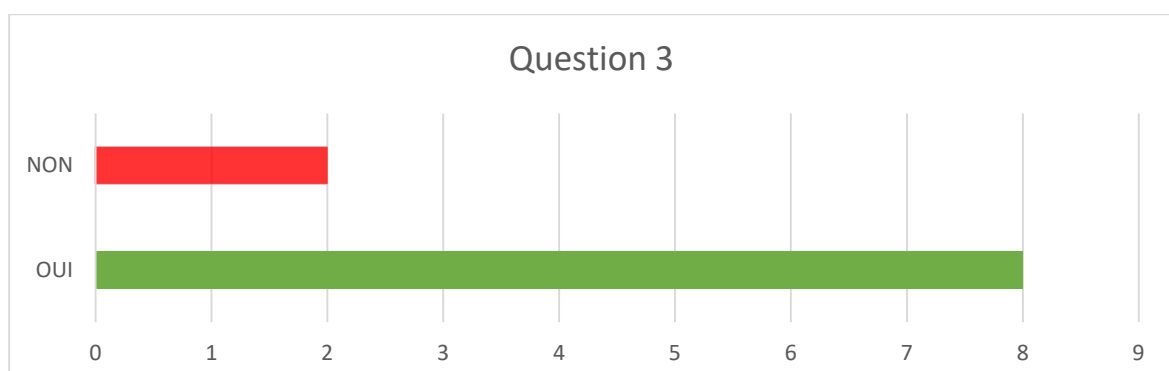
QUESTION 3

Est-ce que vous trouvez problématique d'avoir de plus en plus de plateformes différentes chaque entreprise (Steam, Uplay, etc.) ?

Pourquoi cette question ?

Cette question a pour but de déterminer si les personnes trouvent qu'il y a trop de plateformes différentes pour lancer leur jeux vidéo ou si ça ne les dérange pas.

Voici les réponses que on a obtenu pour cette question.



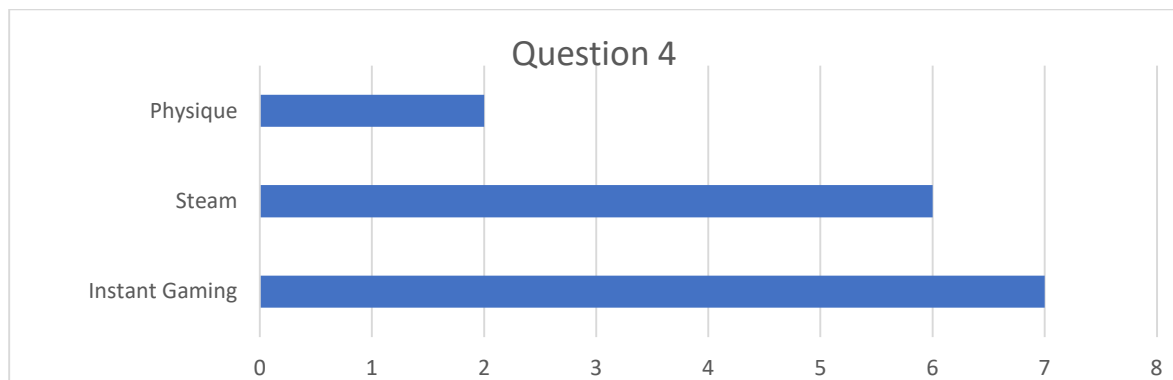
Comme on peut le voir, la grande majorité des réponses sont positives, la plupart sont pour une seule plateforme pour pouvoir acheter et utiliser leurs jeux. Cela peut devenir relativement embêtant d'avoir 4 ou 5 lanceurs différents pour diverses raisons propres à l'utilisation de la plateforme par la personne. Pour les 2 réponses négatives les personnes en question, cela ne leur posait pas un problème.

QUESTION 4

Sur quelle plateforme vous achetez en général et pourquoi ?

Pourquoi cette question ?

Cette question ouverte a pour but de voir où les gens ont l'habitude d'effectuer des achats et pourquoi, voici les réponses que nous avons obtenues pour cette première question.



La plupart des personnes achètent ou achetaient sur Steam, lors de promotions si possibles. Autrement les personnes utilisent beaucoup Instant Gaming pour une question de prix.

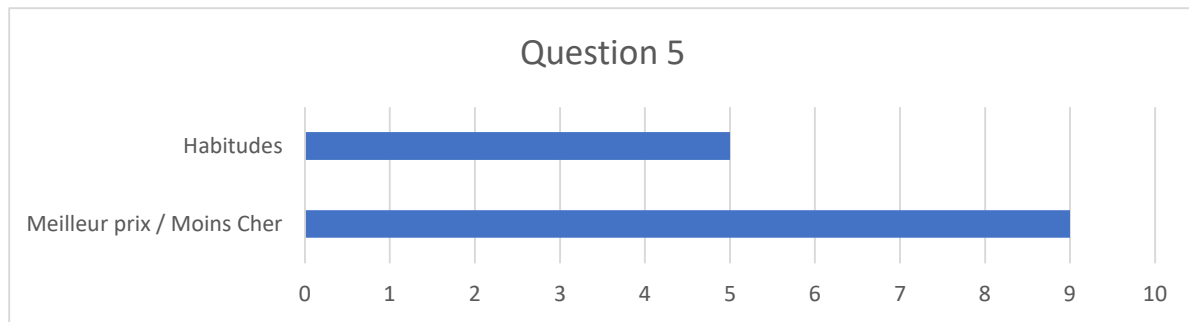
QUESTION 5

Est-ce que quand vous achetez, vous cherchez le meilleur prix ou vous achetez où vous avez l'habitude ?

Pourquoi cette question ?

Cette question ouverte a pour but de voir où les gens ont l'habitude d'effectuer des recherches pour le meilleur prix avant d'effectuer des achats ou s'ils achètent là où ils ont l'habitude.

Voici les réponses que nous avons obtenues pour cette question.



La plupart des personnes regardent sur leur plateforme habituelle en premier mais finissent par choisir la plateforme avec le prix le plus intéressant.

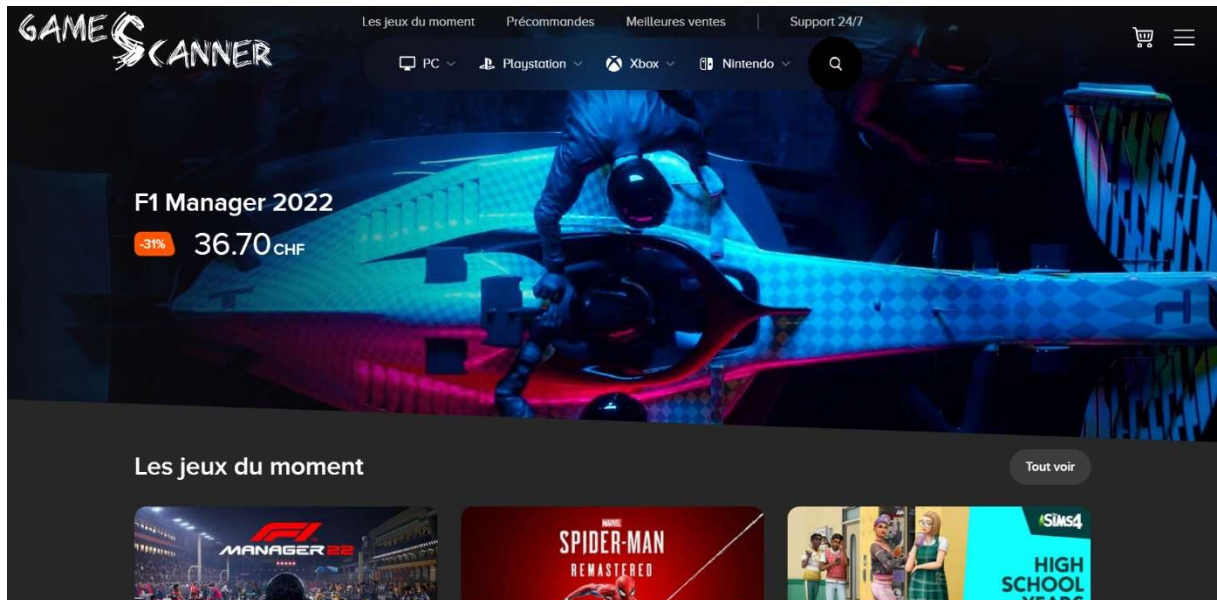
CONCLUSION

En conclusion, Gamer Scan, est axé sur la comparaison des prix des jeux vidéo, en s'appuyant sur des partenariats clés, ciblant les jeunes passionnés de jeux vidéo avec des budgets limités, nous offrons des services gratuits tout en générant des revenus grâce à des publicités, des partenariats, et des commissions sur les ventes. Les persona et l'étude de marché soulignent les préoccupations des utilisateurs quant au coût des jeux et aux inconvénients liés aux plateformes multiples. En résumé, nous nous positionnons pour répondre aux besoins changeants du marché tout en tenant compte des préférences variées des consommateurs.

ANNEXES

MVP

Voici un exemple prototype de notre site web



QUESTIONNAIRE BRUT

INTERVIEW

QUESTION 1

Est-ce que vous pensez payer vos jeux vidéo / divertissement trop cher de nos jours ?

1. Non, les prix de jeu console sont descendu et pc certains aussi (riche)
2. Oui, si on se base sur Steam ou certaines franchises qui sont passé de 50 à 80 CHF,
ou les jeux très mal finis vendus a plein prix, la qualité est descendu et prix est resté
le même et le prix a augmenté
3. Non, car ont acheté dans la réduction Steam / crack mobile
4. Non, psk tu ne joues pas
5. Non, en acheté pas bcp
6. Oui de manière général les triples A, 70 Francs trop chère.
7. Les derniers jeux sont des jeux indépendants, attends les promos (Très patient). Attends un moment avant d'acheter un jeu. Bon prix sur Steam mais sur Uplay trop chère.
8. Oui, certains jeux, sont hors de prix à leur sortie sur la plateforme des éditeurs (Steam, Uplay, etc.)
9. Oui beaucoup trop chère surtout les triples A, plein prix cela coûte bien trop chère
10. Oui, ça dépend du jeu mais certains sont très chers pour ce qu'ils proposent, 10h de jeu pour 80 CHF c'est trop

QUESTION 2

Est-ce que ça vous dérange de vous déplacer pour effectuer ces achats ?

1. Oui, car j'ai la flemme
 2. Oui, mais ça va car beaucoup de produits jv ne sont plus produits en physique
 3. Non, préfère le magasin physique / caisse auto
 4. Non, aime bien le contact humain
 5. Non, préfère magasin
 6. Pas le moindre achat en physique, seulement digitalisé, dernier achat physique en 2013-2014 (battlefield). Pour switch achète la boîte si moins chère.
 7. Que du digitalisé, jamais du physique. Petit à acheter des anciens jeux, achète en ligne.
 8. Oui ça me dérange, si ce n'est pas quelque chose de physique, et uniquement digital comme un jeu ou une licence d'application je ne pense pas que ça devrait impliquer un déplacement
 9. Oui ça me dérangerait, je ne le fais jamais mais quand j'étais petit cela m'arrivait de devoir le faire.
 10. Oui en plus le fait d'avoir une boîte me dérange, il faut les stocker quelque part et ça finit toujours par trainer quelque part.
-

QUESTION 3

Est-ce que vous trouvez problématique d'avoir de plus en plus de

plateformes différentes pour chaque dév ?

1. Oui c'est chiant de changer de plateforme alors que celle la plus utilisé depuis longtemps est Steam et la "collection" de beaucoup de joueurs est dessus, mieux de centraliser tout
 2. Oui, c'est embêtant de changer de plateforme dès que on change de jeu / éditeur
 3. Oui c'est embêtant
 4. Oui c'est relou mais c'est bien pour éviter le monopole
 5. Non, s'en tape
 6. Oui, centraliser sur Steam serait une bonne chose, même si c'est un petit peu plus cher préfère centraliser.
 7. Non ça ne le dérange pas plus que soit.
 8. Oui, ça serait mieux si tout était centralisé sur une seule plateforme mais avec les contacts qu'il y a sur les développeurs c'est compliqué de mettre tout le monde d'accord
 9. Oui on s'y perd facilement et le fait que certains jeux ne sont pas cross plateforme n'arrange pas mes affaires
 10. Oui, certaines plateformes nous forcent à utiliser leur launcher mais certains nous laissent le choix car ils sont aussi dispo sur Steam
-

QUESTION 4

Sur quelle plateforme vous achetez en général et pourquoi ?

1. (Instant Gaming), Physique ou Steam
2. (Instant Gaming), Physique ou Steam
3. (Instant Gaming) Steam
4. Steam
5. (Instant Gaming) Steam
6. Steam dessus depuis 2014, client fidèle et achète sur Steam quand y'a pas d'offre, Achat (instant gaming) quand c'est moins cher sauf à la sortie

7. Au début Steam en 2014 psk c'étaient les débuts, instant gaming Juste pour les prix qui sont plus bas.
 8. (Instant Gaming), Promo Steam si non avant
 9. Je n'achète mes jeux que sur instant gaming puisque le prix est beaucoup moins cher.
 10. (Instant gaming), jamais sur les autres plateformes puisqu'il coûte trop chère.
-

QUESTION 5

- # Est-ce que quand vous achetez, vous cherchez le meilleur prix ou vous achetez
- # ou vous avez l'habitude ?
1. Voir meilleur prix, mais aussi les plateformes habituelles
 2. Voir meilleur prix tt le temps, pas besoin de payer plus pour le même produit
 3. Habitude Steam
 4. Habitude Steam
 5. Le moins cher
 6. Si le jeu est sorti il y'a quelque temps préfère acheter sur instant, s'il vient de sortir préfère Steam, si plusieurs plateformes sont disponibles préfère Steam si la différence de prix n'est pas trop grande.
 7. Regarde toujours la plateforme qui offre le moins chère
 8. Toujours chercher le meilleur prix, attendre des promotions (Noel, Summer sale etc.)
 9. Je n'achète que les jeux sur instant gaming puisque c'est toujours moins cher. Donc le meilleur prix à chaque fois.
 10. Instant Gaming ou Steam