

---

# BILLI

## Présentation de projet



À destination de : INSA Toulouse

Réalisation de : Claire Gageot, CTO de BILLI

Ecosystème : DO IT OCRACY, IoT Valley

Réalisé le : 9 janvier 2020

---

---

# SOMMAIRE

I. À PROPOS DE BILLI	3
1. Contexte	3
2. Notre équipe	3
3. Vision et ambition	4
4. Notre solution	4
II. AVANCEMENT DU PROJET	5
1. En quelques chiffres	5
2. Objectifs et roadmap	5
III. DÉVELOPPEMENT DE LA PLATEFORME	7
1. Le MVP déployé	7
2. Choix de la stack technologique	8
3. Étapes de développement	9
IV. CONCLUSION	10
V. ANNEXES	11
1. Identité visuelle	11
2. Liens divers	11
3. MVP	12
4. Problematic Canva Acheteur	13
5. Problematic Canva Vendeur	14
6. Business Model Canva	15

# I. À PROPOS DE BILLI

## 1. Contexte

Je suis actuellement participante à l'incubateur inter-écoles Do It Ocracy à l'IoT Valley. J'y porte un projet d'entrepreneuriat nommé « Billi » avec mon associée Delphine Thorat. Conduit par nos valeurs communes, notre projet a vu le jour en septembre. Avec Billi, nous souhaitons donner un impact positif aux dépenses courantes des entreprises et les amener vers plus d'éco-responsabilité au bureau.



L'incubateur nous accompagne sur toutes les étapes de création startup. Nous profitons d'un mentorat quotidien, de nombreuses formations et expériences diverses ainsi que d'un réseau de qualité. Cette immersion quotidienne dans un écosystème bouillonnant, nous permet de développer les nombreuses compétences indispensables à l'entrepreneur.e. Cet accompagnement nous a permis de rapidement nous développer et a été crucial sur des étapes clés telles que la phase d'idéation, la validation du marché et de la cible, le lancement du MVP...

## 2. Notre équipe

Nous sommes deux associées à porter le projet Billi, Delphine qui occupe le rôle de CEO et moi-même occupant le rôle de CTO. Passionnées d'entrepreneuriat nous cherchions à développer un projet à impact positif cohérent avec nos valeurs. Nous avons pour ambition d'accélérer la transition écologique des entreprises.

En matière d'entrepreneuriat, Delphine a remporté la 2ème place au concours Projet Création D'entreprise Icam et la 5ème place lors du CRECE 2019. Quant à moi, j'ai remporté le prix de l'innovation Entrep' Occitanie 2019.



**Delphine Thorat**

- ICAM
- CEO de BILLI



**Claire Gageot**

- INSA
- CTO de BILLI

Avec un intérêt grandissant pour le management et le business, Delphine se plaît dans son rôle de CEO. Quant à moi, passionnée par la technique et enthousiasmée par l'impact de notre projet, je suis épanouie en tant que CTO. Nous sommes des associées très complémentaires, mais au-delà de ça, nous sommes également animées par des valeurs communes et alignées sur notre vision long terme.



### 3. Vision et ambition

Réchauffement climatique, disparition de la biodiversité, crise des déchets... Il est urgent de se mettre au travail pour répondre à ces grands défis et préserver notre planète.

Avec Delphine, nous avons à coeur de porter un projet qui s'inscrive dans une démarche à impact positif et qui soit un levier au service de la transition écologique. Nous nous sommes tout particulièrement intéressées au secteur des déchets et du réemploi en entreprise.

Chaque année, 100.000 tonnes de mobiliers professionnels sont jetées en France. La plupart sont mis en décharge ou incinérées. De fait, peu sont aujourd'hui recyclées et encore moins sont réemployés. Seules 1500 tonnes de bureaux, tables et chaises trouvent aujourd'hui un nouvel usage, une seconde vie. Alors qu'ils représentent pourtant, pour les PME françaises, 240 millions d'euros de dépenses chaque année.

En faisant la promotion de l'économie circulaire et des circuits courts, nous souhaitons donner un impact positif aux dépenses courantes des entreprises et les amener vers plus d'éco-responsabilité au bureau.

### 4. Notre solution

Nous souhaitons résoudre le problème des déchets en entreprise en développant une plateforme de commerce électronique interentreprises et ainsi les aider à réduire leur empreinte écologique en achetant du mobilier de bureau 2nd main ou les aider à facilement s'en débarrasser.

Nous avons créé un processus client personnalisé qui comporte plusieurs étapes: récupération du mobilier, préparation (nettoyage, remise à neuf, réparation, démontage), livraison et installation.

Pour la réalisation de la plateforme, nous avons développé un MVP (Produit Minimum Viable) afin de rapidement valider notre idée de projet.

Dans le futur nous développerons une marketplace qui intégrera de nombreuses fonctionnalités. Nous sommes actuellement en cours de réalisation des spécifications.

Cette plateforme e-commerce peer-to-peer intégrera des fonctionnalités classiques telles que: *Design original, unique et thématique; Catalogue des produits; Panier de marchandises et calculateur de prix; Formulaires de commande; Notification de commande par e-mail / SMS; Possibilité de comparaison et de notation des marchandises; Fonction de recherche avancée et location-based; Formulaire de feedbacks interactif; Système de paiements ergonomique et sûr; Interface vendeur dédiée; Option de service d'expédition des produits; Reporting et analyse des données; Pages d'inscription pour les clients et les vendeurs; Design responsif; Plateforme SEO friendly...*



ET SI ON METTAIT LES  
ACHATS DES ENTREPRISES  
AU SERVICE DE LA  
PLANÈTE ?

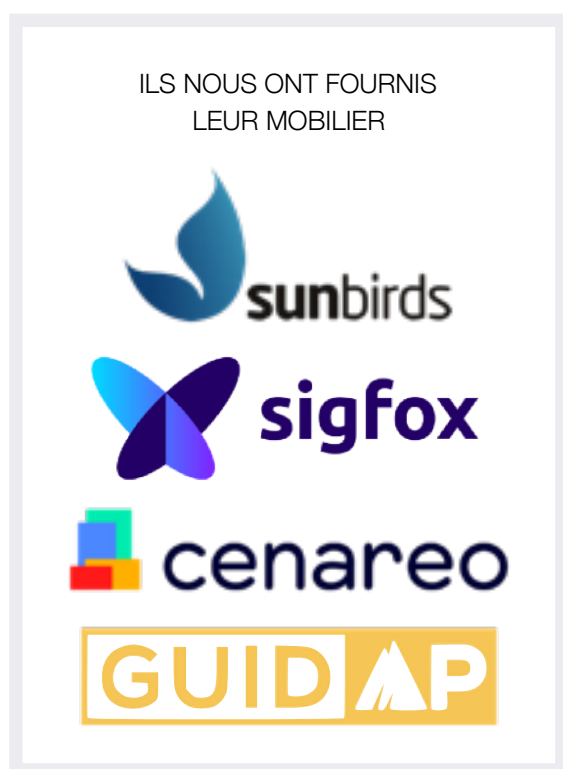
En achetant d'occasion, les entreprises participent à une économie plus respectueuse de l'environnement en réduisant le volume annuel de déchets, mais aussi en limitant la production de nouveaux meubles nécessitant de nouvelles matières premières. Qui plus est, la proximité des entreprises fournissant le mobilier fait de notre solution un choix vraiment éco-responsable qui permet de réduire énormément les émissions de CO2 liées au transport.



## II. AVANCEMENT DU PROJET

### 1. En quelques chiffres

Grâce à la confiance que nous ont accordé nos clients, nous avons pu valider et invalider nos différentes hypothèses marchés. Ce qui nous a permis de débiter l'élaboration des spécifications de notre plateforme finale.



### 2. Objectifs et roadmap

Nous avons des objectifs sur plusieurs plans. Ces objectifs concernent nos ventes mais également la recherche de partenariat. En effet, nous souhaitons trouver un premier partenaire côté vendeur et un premier partenaire côté acheteur. Ces partenariats permettront d'assurer une récurrence de vente et d'achat. Un partenariat côté vendeur nous permettrait d'avoir un approvisionnement régulier de mobilier. Notre première piste de recherche repose sur les vendeurs de mobilier souhaitant se débarrasser de leurs mobilier usagés

#### AUJOURD'HUI BILLI C'EST:

- 4 entreprises qui nous ont fait confiance pour évacuer leur mobilier
- 12 entreprises qui ont acheté du mobilier grâce à notre solution
- Plus de 2000€ de mobilier vendu (dont la valeur à neuf dépasse les 10000€)
- Plus de 25 mobiliers de bureau qui ont évités la décharge et autant qui n'ont pas eu à être fabriqués



(mobilier d'exposition par exemple). Et pour ce qui est des partenaires côté acheteur, nous nous intéressons surtout aux aménageurs d'intérieurs qui souhaitent intégrer une approche écoresponsable à leurs démarches d'aménagement. Notre plateforme leur offrirait un vivier de mobilier de qualité issues du réemploi.

Le programme d'incubation a débuté la première semaine de septembre. Dès la deuxième semaine nous avons créé le projet Billi. Nous avons alors démarré la phase d'idéation durant laquelle nous avons défini le problème à résoudre et la cible. Nous avons également étudié le marché et ses caractéristiques ainsi que les concurrents et notre positionnement parmi eux.

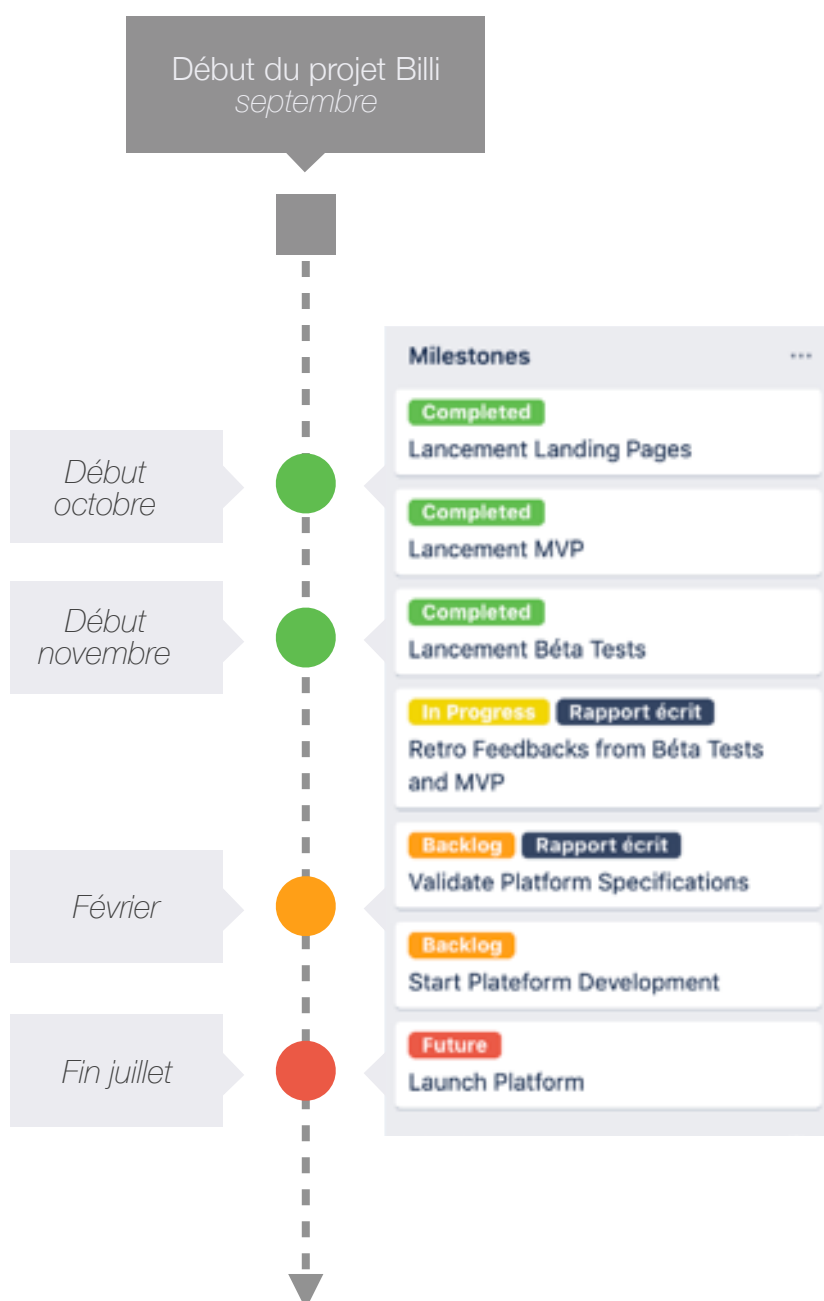
En octobre nous avons lancé les landing pages et la marketplace, et en novembre nous avons pu lancer nos bêta-tests.

Afin de comprendre au mieux les dynamiques de notre marché nous avons utilisé de nombreux outils et méthodologies.

Nous sommes actuellement en phase de « rétro feedbacks ». Nous procédons de manière itérative, c'est-à-dire que nous proposons nos services à nos clients bêta-testeurs puis, en nous appuyant sur leurs retours, nous modifions notre process pour toujours améliorer notre proposition de valeurs.

En février nous débuterons les étapes de développement de notre plateforme e-commerce P2P [voir le document Développement\_Plateforme\_Billi]. Le lancement de la plateforme se fera fin juillet.

Cette roadmap de développement sera évidemment influencée par nos choix stratégiques mais également par ma possibilité à poursuivre le projet au 2ème semestre.



---

## III. DÉVELOPPEMENT DE LA PLATEFORME

### 1. Le MVP déployé

Notre MVP correspond à l'ensemble des outils que nous avons mis en place pour tester notre solution et valider nos hypothèses. Il nous permet d'acquérir de nouveaux clients et leur assurer notre service.

Nous avons aujourd'hui deux landing pages [voire annexes] qui nous aident, lors des étapes de prospections, à promouvoir notre projet auprès de futurs clients. Une d'elles étant destinée aux entreprises qui cherchent à se débarrasser de leur mobilier, l'autre étant à destination des entreprises qui cherchent à acquérir un nouveau mobilier. Cette séparation en deux landing pages était nécessaire car les informations mises en avant sont spécifiques à chaque type de prospect.

Nous avons également une plateforme vitrine [voire annexes] qui permet aux clients de voir le mobilier disponible avec ses spécifications techniques et de nous contacter si une offre les intéresse. Une fois en contact avec le client, nous définissons avec lui le déroulé de la vente (nous fixons une date, les prestations incluses et un prix final).

Le MVP nous permet de voir les attentes des différents clients et de comprendre les dynamiques du marché. Cette étape est nécessaire pour établir les spécifications de notre future plateforme qui remplacera le MVP.

Les différentes pages web ont été développées avec HTML, CSS, Javascript, PHP, SQL et le framework Bootstrap.

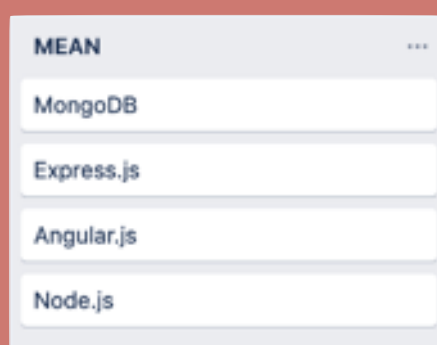
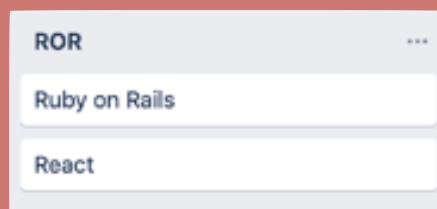
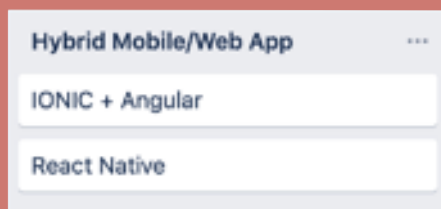


## 2. Choix de la stack technologique

Nous sommes actuellement en cours de réflexion en ce qui concerne le choix de la stack technologique pour l'élaboration de notre plateforme finale. Mes différentes recherches me poussent actuellement vers la solution MERN. En effet, l'utilisation de javascript sur l'ensemble du stack en fait une solution consistante et avec un temps de développement relativement rapide. De plus, largement adopté dans l'industrie, MERN possède une grande communauté, ce qui garantit un certain support de la technologie.



### AUTRES OPTIONS CONSIDÉRÉES





### 3. Étapes de développement

Nous retrouvons sur ce schéma les différentes étapes à suivre pour développer notre plateforme et le numéro de la semaine correspondant au début de la tâche. J'ai divisé les étapes à réaliser en trois catégories: Design, Develop, Maintenance. Il s'agit d'une description non exhaustive et qui tend à évoluer. En effet, les étapes ne sont pas fixes et vont être adaptées à nos choix stratégiques et technologiques. Le développement suivra une méthodologie agile et sera donc divisé en plusieurs sprints qui restent à déterminer.



---

## IV. CONCLUSION

Ce document vise à décrire succinctement le projet que je poursuis à l'IoT Valley. S'agissant d'une présentation de projet, je n'y ai pas décrit exhaustivement les étapes de développement de la plateforme. Je n'y ai pas non plus détaillé les outils business que j'ai pu utiliser lors de ce programme d'incubation ou les compétences entrepreneuriales que j'ai pu développer, pour cela, vous pouvez vous référer au document de validation de compétences fournis par l'IoT Valley.

L'accompagnement de l'IoT Valley a été essentiel lors des différentes étapes que nous avons traversé. Nous sommes extrêmement satisfaites du stade que l'on a pu atteindre. Notre projet est ambitieux, aussi bien d'un point de vue de développement business qu'au niveau de la réalisation technique de la solution qui représente un travail conséquent. Ces prochains mois, de nombreuses activités devront être menées de front. Delphine se chargera principalement du développement de nos activités actuelles de ventes et de la recherche de partenariats. Quant à moi, je me chargerais avant tout du développement de la plateforme.



---

## V. ANNEXES

### 1. Identité visuelle



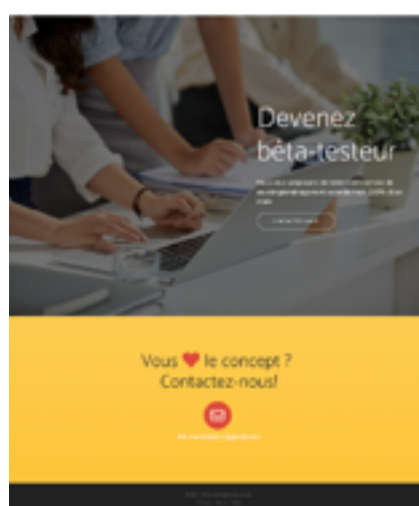
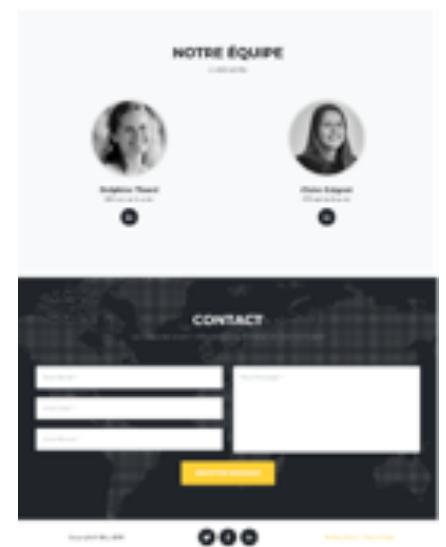
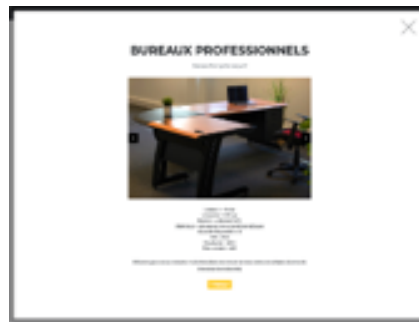
### 2. Liens divers

- Landing page vendeurs: <https://etud.insa-toulouse.fr/~gaigeot/vends-sur-BILLI/>
- Landing page acheteurs: <https://etud.insa-toulouse.fr/~gaigeot/BILLI/>
- Marketplace: <https://etud.insa-toulouse.fr/~gaigeot/marketplace/>
- Facebook BILLI: <https://www.facebook.com/Billi-105206717641456/>
- Email BILLI: [billi.marketplace@gmail.com](mailto:billi.marketplace@gmail.com)



### 3. MVP

- (i) Landing page vendeurs
- (ii) Landing page acheteurs
- (iii) Marketplace



#### 4. Problematic Canva Acheteur

LE PROBLEME		
<b>1 / Formulation initiale du problème</b>		
Les entreprises qui déménagent ou cherchent à se débarrasser de mobilier n'ont pas le temps ni les ressources en personnels pour gérer la vente de leur mobilier et on donc recours à des services de débarras/recyclages		
<b>2/ Problemation Canvas</b>		
CONTEXTE Quand le problème apparaît?	PROBLEME Quelle est la cause racine du problème?	ALTERNATIVES Que fait aujourd'hui le client pour résoudre le problème?
<ul style="list-style-type: none"> <li>• se débarrasser de meubles non-utiles à l'entreprise mais fonctionnels</li> <li>• revente de mobilier dans les espaces dédiés (ressourceries...)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• gestion d'un déménagement est anxiogène</li> <li>• pas d'espace (plateforme) adaptée / visible</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• mettre à la benne sans certitude de recyclage</li> <li>• le bon coin</li> <li>• le don (associations et ressourceries)</li> </ul>
CLIENTS Qui a le problème?	IMPACTS Emotionnels, image, réglementaires et quantitatifs?	DEFAUTS DES ALTERNATIVES Quels sont les désavantages des alternatives
<ul style="list-style-type: none"> <li>• PME , TPE, freelance, startup</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• mauvaise conscience écologique</li> <li>• Impact le porte monnaie</li> <li>• RSE</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• impact environnemental négatif</li> <li>• chronophage</li> <li>• il faut se déplacer pour livrer le mobilier employés non assurés pour ça</li> </ul>
<b>3/ Formulation finale du problème</b>		
Pour les entreprises souhaitant se débarrasser de mobilier, la solution de facilité est de faire appel à un service de débarras. Il n'existe pas de plateforme dédié à la reprise de mobilier de bureau pour réemploi. Si l'entreprise ne souhaite pas jeter son mobilier et le vendre, les solutions existantes sont chronophages et contraignantes (pas de service de facturation) et l'entreprise doit gérer ses propres ventes.		



## 5. Problematic Canva Vendeur

LE PROBLEME		
1 / Formulation initiale du problème		
Aménager les espaces en 2nd main est très chronophage pour les entreprises, et les solutions existantes sont peu visibles		
2/ Problemation Canvas		
CONTEXTE Quand le problème apparaît?	PROBLEME Quelle est la cause racine du problème?	ALTERNATIVES Que fait aujourd'hui le client pour résoudre le problème?
<ul style="list-style-type: none"> <li>recherche / achat de mobilier (renouvellement, création)</li> <li>revente de mobilier dans les espaces dédiés (ressourcerie...)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>système de facturation chronophage et limité (en montant d'achat) pour des achats à des particuliers</li> <li>la gestion d'un déménagement est anxiogène</li> <li>pas d'espace (plateforme) adaptée / visible</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>achat neuf</li> <li>achat 2nd main</li> </ul>
CLIENTS Qui a le problème?	IMPACTS Emotionnels, image, réglementaires et quantitatifs?	DEFAUTS DES ALTERNATIVES Quels sont les désavantages des alternatives
<ul style="list-style-type: none"> <li>PME (cherchant à minimiser les coûts), pour le côté unique de son mobilier / l'attraction auprès des salariés</li> <li>écoles, associations, freelances, industries</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>frustration</li> <li>attraction / design / esthétique</li> <li>Money \$ (pas trop)</li> <li>RSE</li> </ul>	<p>Neuf</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>générique</li> <li>qualité varie en fonction du prix</li> <li>impacts environnemental négatif</li> </ul> <p>Réemploi</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>chronophage</li> <li>problème de légalité lors du déménagement et note de frais</li> <li>sourcing complexe</li> </ul>
3/ Formulation finale du problème		
<p>Pour les entreprises en création/réaménagement de leur.s espace.s, le neuf est la solution de facilité. Il n'existe pas de plateforme ou de service d'aménagement en 2nd main qui centralise l'offre. Si l'entreprise souhaite tout de même acheter du 2nd main, les solutions existantes sont chronophages, limitées (problème de légalité) et contraignantes (pas de système de facturation). L'aménagement en seconde main s'inscrit dans une démarche responsable de l'entreprise (RSE) et offre un design unique aux espaces.</p>		



# The Business Model Canvas

Designed for:	Designed by:	On: 06/01/20
BILLI	Claire Gageot	Version #4

Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
<ul style="list-style-type: none"><li>• Entreprises (côté acheteur et côté vendeur)</li><li>• Professionnels de l'aménagement d'intérieur</li><li>• Professionnels du mobilier</li><li>• Professionnels du 2nd mains (emaüs, merci rené, glaneries...)</li><li>• Investisseurs</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Service client</li><li>• Développement plateforme et maintenance</li><li>• Roadmap technologique</li><li>• Livraison et services annexes</li><li>• Service de facturation, gestion des paiements</li><li>• Logistique</li><li>• B2B</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• online marketplace</li><li>• connecter vendeurs et acheteurs</li></ul> <p><b>Pour les vendeurs:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Génération de revenus</li><li>• Transactions simplifiées</li><li>• Service de retrait de mobilier</li></ul> <p><b>Pour les acheteurs:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Coût moindre</li><li>• Transactions simplifiées</li><li>• Services divers (livraison, installation)</li><li>• Évaluation transparente de l'état du mobilier</li><li>• Choix et variété du mobilier</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• gérer les interactions</li><li>• communauté de vendeurs/acheteurs</li><li>• Réputation</li><li>• Confiance</li></ul> <p><b>Public:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• image de l'entreprise</li></ul> <p><b>Channels</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Publicité en ligne</li><li>• Bouche à oreille</li><li>• Réseaux professionnels (LinkedIn, Slack, Emails...)</li><li>• Le Bon Coin</li><li>• Site web</li><li>• Réseaux sociaux (facebook, instagram)</li></ul>	<p><b>Vendeurs (PME)</b></p> <p>Segmentation par:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Localisation</li><li>• Services désirés</li></ul> <p><b>Acheteurs (freelances, TPE/PME)</b></p> <p>Segmentation par:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Localisation</li><li>• Type de mobilier</li><li>• Services désirés</li></ul>
Key Resources	Cost Structure	Revenue Streams		
<p><b>Autres partenaires:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Photographes et gestionnaires d'annonces</li><li>• Services de livraison, démontage, montage</li><li>• Services de la plateforme (cartes, paiement, stockage cloud, identification)</li><li>• Acquisitions (LinkedIn, Slack, Facebook, Google)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Marketing (Coût d'Acquisition Client , CAC)</li><li>• Support/service client</li><li>• Infrastructure et coûts de transactions</li><li>• Logistique (Services de livraison et frais prestations extérieures)</li><li>• Développement plateforme et maintenance</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Marge sur la vente du mobilier: de 40% à 100% du prix de vente en fonction du canal de vente</li><li>• Marge sur les services (livraison, gestion d'annonces)</li><li>• Offre en freemium</li><li>• Publicité in-app</li></ul>		

