

# DIRECT CLOUD PRESENTE

## EASY LIFE

---

### TABLE DES MATIÈRES

---

Le projet .....	2
Le Produit .....	3
STRATEGIE MARKETING .....	3
En chiffres.....	5
Annexes .....	6

---

## LE PROJET

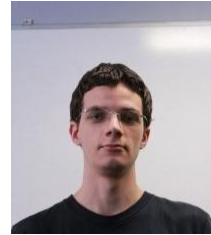
---

### L'EQUIPE:

Kévin AMIRAUX,  
*Directeur Marketing*



Christophe CUMENGE,  
*Chef des Opérations*



Thomas BOULANGER,  
*Directeur Général*



Loïc PRIMAT,  
*Directeur des Finances*



Loïc CHEN,  
*Responsable  
Comptabilité*



Chloé VASSEUR,  
*Ressources Humaines*



**NOM DU PRODUIT:** Easy Life

**NOM DE DEVELOPPEMENT:** Projet LL

Notre idée est un appareil qui facilitera la vie des malades qui doivent subir diverses opérations régulières (prises de sang, prise de la tension artérielle, etc...).

---

## LE PRODUIT

---

### FONCTIONNALITES:

Notre appareil est prévu pour mesurer les différentes constantes médicales choisies par le médecin de manière automatique et régulière. Ces données sont envoyées et consultables sur un site par le patient et son médecin. De plus, en cas de données fortement anormales, une alerte est envoyée au médecin.

A terme, lorsque la majorité des malades utilisera notre puce, les personnes saines pourront acheter notre appareil et l'utiliser (sans forcément de participation du médecin).

### CARACTERISTIQUES PHYSIQUES:

C'est une petite puce (40x5 mm) qui s'implante sous la peau au moyen d'un procédé très léger. La puce est rechargeable mais elle devra être changée régulièrement et sera accompagnée d'un appareil de transmission pour que les informations soient disponibles sur le site Web que nous mettrons en place (quand le patient ou son médecin se connectera).

Le patient pourra également consulter ces informations via son smartphone ou l'appareil de recharge de la puce.

La puce pourra être implantée à différents endroits sur le patient, mais il devra consulter son médecin pour faire un choix optimal.

---

## STRATEGIE MARKETING

---

### LES CIBLES:

En tant que clients finaux nous visons particulièrement les catégories suivantes:

- les malades atteints de maladies nécessitant des analyses régulières.
- les malades atteints de maladies graves.

Nous espérons bien sûr qu'à terme toute la population profite de notre appareil puisque c'est un grand pas en avant dans l'histoire de la médecine.

En tant que distributeurs et partenaires:

- les cliniques privées.
- les complémentaires santé.
- laboratoires pharmaceutiques.
- sites, chaînes de télévision spécialisés.

## LA CONCURRENCE:

Dans ce projet, nous avons un gros concurrent, mais c'est le seul: les laboratoires d'analyse. Nous pensons que notre idée est assez puissante pour nous permettre de nous insérer dans le marché même à côté de ce concurrent.

## ARGUMENTAIRE DE VENTE

### *Bénéfices pour le client final:*

Le client final va vouloir se procurer notre produit car il va lui changer la vie (surtout si le client est atteint d'une maladie, mais même s'il est sain):

- il aura un gain de temps énorme: avec ce suivi en temps réel, il ira beaucoup moins chez son médecin (donc moins de temps de trajet, moins de temps d'attente, moins de temps à passer en rendez-vous, etc ...).
- le client va gagner en confort de vie: notre puce sera très simple d'utilisation, et pourra être utilisée sans intervention du porteur (donc plus de soucis).
- le prix (même s'il peut paraître conséquent au premier abord) permettra au client de faire des économies à terme puisqu'il n'aura quasiment que la puce à payer. De plus, il y aura une prise en charge partielle (ou totale) du prix par la Sécurité Sociale pour les clients atteints de maladies chroniques.

### *Bénéfices pour les distributeurs et nos partenaires:*

Les avantages sont également nombreux pour ceux qui choisiront de distribuer notre produit:

- dans les cliniques, une grosse infrastructure est souvent nécessaire pour les différents examens récurrents. Cette infrastructure pourra être minimisée et les coûts pour les complémentaires seront donc réduits à long terme.
- la fidélisation des patients pour les cliniques.
- les médecins auront un accès instantané et continu aux données de leurs patients.

## ENJEUX DU PROJET

### *Les facteurs clefs de la réussite du projet:*

- il faut que nous réussissions à créer un produit très simple d'utilisation (tout sera autonome).
- il faut que ce soit léger à implanter (pas d'opération, peut se faire avec son médecin ou dans toutes les structures médicales).
- la commande de la puce doit être simple.
- l'acquisition doit pouvoir se faire sur simple ordonnance dans toutes les pharmacies.

### *Les Risques:*

- le prix du produit (600€ au début).
- sécurité des données (confidentialité, gestion des accès, etc ...).
- une réticence de la population (manque de confiance, peur, conviction que c'est pas utile, etc ...).
- éthique médicale.

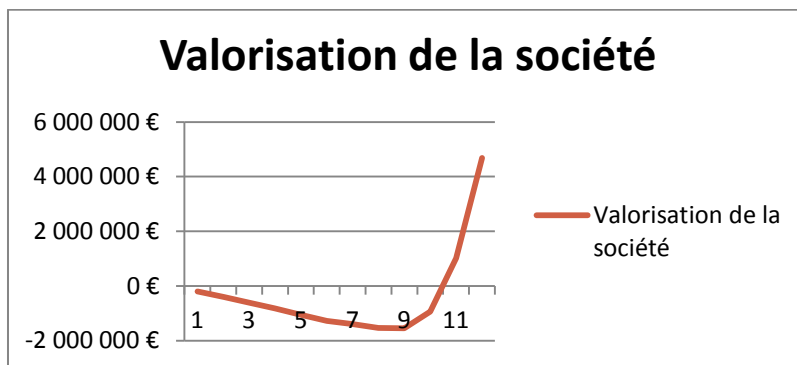
## EN CHIFFRES

## VALORISATION DE LA SOCIETE:

Au lancement de la société, nous avons fourni 10000€ pour constituer les parts de la société: chaque membre de la société a fourni 1000€ et le Directeur Général reste actionnaire majoritaire (avec 5000€).

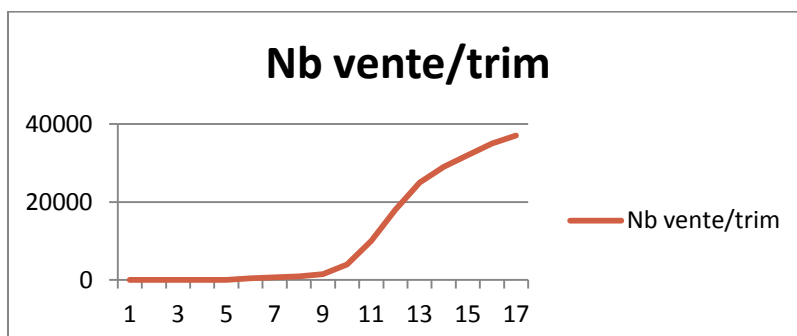
Nous vendrons 20% des parts à l'investisseur (vente répartie sur tous les membres de la société) et nous attendons de lui qu'il fournisse 2M€.

Au bout de trois ans seulement, la société vaudra environ 5M€ et l'investisseur rentabilisera son investissement.



La période de développement dure un an et demi, pendant ce temps nous allons vendre aucun produit, on aura déjà quelque produit en circulation pour la phase de test qui durera six mois.

Les ventes mettront quelques mois à décoller et ralentiront au bout de quatre ans. La puce a une durée de vie qui nous permettra de continuer à avoir des ventes.

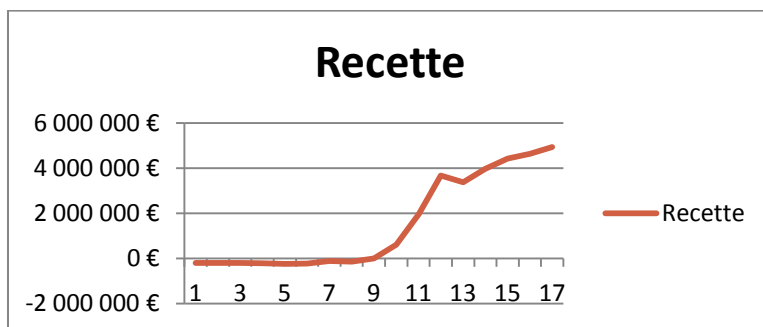


## ANNEXES

Tableau Récapitulatif:

Temps (trim)	Nb vente/trim	Nb clients	CA/trim	Dépense / trim	Recette	Valorisation de la société
1	0	0	0 €	200 340 €	-200 340 €	-200 340 €
2	0	0	0 €	200 330 €	-200 330 €	-400 670 €
3	0	0	0 €	205 330 €	-205 330 €	-606 000 €
1 an	0	10	0 €	208 830 €	-208 830 €	-814 830 €
5	0	10	0 €	235 610 €	-235 610 €	-1 050 440 €
6	450	460	270 000 €	493 100 €	-223 100 €	-1 273 540 €
7	700	1160	420 000 €	536 300 €	-116 300 €	-1 389 840 €
2 ans	900	2060	450 000 €	594 650 €	-144 650 €	-1 534 490 €
9	1500	3560	750 000 €	755 810 €	-5 810 €	-1 540 300 €
10	4000	7560	2 000 000 €	1 393 700 €	606 300 €	-934 000 €
11	10000	17560	5 000 000 €	3 050 700 €	1 949 300 €	1 015 300 €
3 ans	18000	35560	9 000 000 €	5 327 880 €	3 672 120 €	4 687 420 €
13	25000	60560	10 000 000 €	6 624 890 €	3 375 110 €	8 062 530 €
14	29000	89560	11 600 000 €	7 626 880 €	3 973 120 €	12 035 650 €
15	32000	121560	12 800 000 €	8 381 880 €	4 418 120 €	16 453 770 €
4 ans	35000	156560	14 000 000 €	9 370 640 €	4 629 360 €	21 083 130 €
17	37000	193560	14 800 000 €	9 865 650 €	4 934 350 €	26 017 480 €

Graphique des recettes par trimestre:



*Nombre total de clients par trimestre:*

