

Projet création d’une entreprise



***A l’attention de M. RICHIR***

Clément Potier B2C

Nathan Therasse B2C

Logan Staelens B2C

Cédric Marton B2C

# Introduction

D’abord parti sur une entreprise de jeux-vidéos mobiles, notre petite équipe de quatre membres s’est réorienté vers un site web de mise en relation de particuliers à particuliers permettant à des propriétaires de trouver un promeneur pour leur animal à quatre pattes.

Ce document représente l’accomplissement d’un long travail de recherche, de débats, de discussion, d’échec, de remise en question, mais aussi et surtout d’apprentissage. En effet, on a dû apprendre à collaborer, à savoir s’exprimer correctement pour transmettre nos idées, à prendre sur soi et admettre que nos idées ne sont pas forcément les plus judicieuses, a tirer le meilleur de chacun d’entre nous pour aboutir à un projet fini.

On s’est d’abord lancé tête baissée, dans un monde inconnu, ce qui n’a pas porté ses fruits. La réalité nous a vite rattrapé et nous avons fait notre première constatation : on n’y connait rien. Nous n’avons pas vraiment su où commencer ni quoi chercher et le temps jouait contre nous. La gestion du temps fut un apprentissage.

Au fur et à mesure, les idées devenaient plus claires. On voyait légèrement plus là où devait aboutir ce travail, c’est alors qu’une fois que tout était pensé, on s’est réparti les tâches. Savoir déléguer fut un apprentissage également.

Les réunions en devenaient presque amusantes, on débattait, pleins d’idées dans la tête et on se battait à coup d’arguments pour savoir qui allait finir par convaincre les autres.

On avançait ainsi, entre les cours à l’école et les réunions le soir sur Discord. À la suite de quoi une première version du travail était enregistrée. Nous y faisions des retouches de temps à autres, mais l’idée globales ainsi que toutes les informations nécessaires étaient là.

Le mercredi 21 novembre arrive et tout bascule. Une discussion avec notre professeur met le point sur tout un tas de problèmes dans notre projet, mais surtout sur le manque d’information que nous avions. Grosse remise en question de toute l’équipe et énorme démotivation générale à 2 jours de l’ultimatum.

Le choix a été fait de réduire note offre afin de se concentrer sur notre idée de base et maitriser à 100% notre sujet lors da présentation.

Même si notre projet ne va pas plus loin que ce document écrit, nous somme fière du travail que nous rendons. Il est le résultat de réflexions murement réfléchis, de longues soirées de travail et de débats, ainsi que d’un apprentissage collectif. Nous avons fait le maximum pour faire de ce projet le plus plausible et réalisable possible.

# Le choix du sujet

## Première idée

A la suite d’une première concertation de groupe, nous avions comme envie de partir sur une entreprise de jeux-vidéo pour mobile vu que nous sommes tous fan de jeux-vidéo en général. Ce marché nous faisait envie de par ses chiffres. Nous avions déjà une vague idées de stratégie pour s’implémenter en commençant par des petits jeux d’arcade pour se faire un nom et en ayant un slogan facile à retenir. Tout ça pour travailler dans l’ombre sur un titre beaucoup plus important.

Au fur et à mesure des réunions, des recherches personnelles et des discussions avec notre professeur, la triste conclusion fut que la concurrence était trop importante aux vues des géants dans le milieu. Nous nous sommes alors interrogés sur d’autres potentielles options afin de ne pas travailler sur un combat perdu d’avance ou presque.

## Seconde idée

Ayant tous un chien chez nous, un membre nous a proposé de créer une plateforme permettant de mettre en contact des personnes désirant promener des chiens avec des propriétaires n’ayant pas forcément le temps de s’en occuper.

L’idée parait simple (et elle l’est) mais elle veut également répondre à certaines problématiques existantes. Le chien est un animal vivant qui à des besoins. Or, nous ne sommes pas tous apte à répondre toujours à ces besoins. Par exemple, une personne âgée qui n’est plus en état physique de balader son animal, une personne immobilisée à la suite d’un accident grave, une personne dans la vie active qui doit partir en réunion, ce ne sont pas les occasions qui manquent pour ne pas savoir correctement sortir son chien.

Nous imaginions un service de qualité et reconnu comme tel, en ne proposant aux propriétaires que des personnes qualifiées.

Nous voulons donc une image propre et rassurante pour les clients, qu’ils se sentent en sécurité en utilisant notre site. C’est pourquoi chaque prestataire est agréé par le CCAD, instaurant une confiance entre le promeneur et le client dès le début.

# But de l’entreprise

Doucement appelé Udog, notre entreprise a pour but d’être l’entreprise leader en Wallonie-Bruxelles de dog-walking en 5 ans. Nous souhaitons inspirer la confiance et la sureté à travers notre logo et notre slogan. Nous commencerions par nous implémenter dans la région avec le plus de demande selon notre sondage. Sans le sondage, aucun chiffre ne détermine la densité de possession de chien en Belgique. Nous avons uniquement accès à des statistiques démographique concernant les habitants, montrant une forte concentration de la population à Bruxelles.

# Nos objectifs

Au lancement du projet, nous aimerions avoir entre 50 et 75 promeneurs agrées par le CCAD et entre 25 et 50 propriétaires de chiens. Ceci nous permettrait d’avoir une communauté de départ pour pouvoir lancer notre site web.

Après une année, on aimerait avoir une clientèle habituelle, démontrant une confiance en nos services et nos promeneurs. On aimerait également atteindre les 1000 clients.

Après une seconde année qui nous ferait atteindre les 3000 clients, on espère atteindre les 20.000 après 5 ans. Nous avons comme projet de traduire notre site web afin de toucher toutes les communautés en Belgique, d’à terme vendre des marchandises à l’effigie de Udog comme des médaillons, des manteaux pour les promeneurs, etc…

# Les contraintes

## Contraintes relevables :

Bien entendu, la première contrainte est l’argent. Nous devons trouver des fonds pour pouvoir lancer notre site web et pouvoir la promouvoir dès le départ. Nous ne pourrons faire des bénéfices dès le début, nous devons donc trouver des investisseurs qui croient aux projet.

Parmi ces contraintes, il y a le plus important qu’est la création du site web. Celle-ci sera facile à relever vu que c’est notre métier. Nous avons donc les compétences nécessaires à sa réalisation. Engendrant également un cout en moins.

Il faut également trouver des personnes intéressées avant le lancement de la plateforme. C’est une des contraintes les plus difficiles à supprimer car nous devrons faire de la pub avant même le lancement de ladite plateforme.

## Contraintes non-relevables :

Nous n’en avons trouvé aucune à ce jour.

# Etude de l’environnement

## La réglementation en vigueur

Promener un animal est soumis à des règles strictes pour la propreté et la sécurité des voies publiques. Par conséquent, les promeneurs s’exposent également à des sanctions en cas de non-respects des règles. Par exemple, ramasser les déjections du chien (Article 215) ou encore tenir l’animal en laisse s’il se tient sur une voie publique ou privé accessible au public (Article 219).

Certaines races de chien sont également listées comme animal « dangereux » et doivent porter une muselière en extérieur.

## Forme légale

Une plateforme de notre type est considérée comme faisant partie d’une « économie collaborative ». Cette appellation est bénéfique et nécessaire pour les promeneurs. En effet celle-ci prévoit un cadre légal pour leur rémunération. Elle permet de gagner jusqu’à 6.340,00€/an et 528,33€/mois maximum sans payer de cotisation sociales ou fiscales. Nous devons juste demander l’agrément.

Pour ce faire, une simple demande en remplissant un formulaire. Il faut cependant répondre aux points suivants :

Une image contenant texte

Description générée automatiquement

De plus, chaque année, la plateforme doit établir une fiche de revenus 281.29 pour chaque bénéficiaire de revenus soumis au régime fiscal de l’économie collaborative.

## Analyse du marché

Cette question fut la plus compliquée. En effet, nous disposions de très peu d’informations pertinentes. Nous avons tenté de chercher un maximum de données et voici ce qu’on a pu tirer :

* Nombre de chien en Belgique en 2021 : 1.340.00

Ce chiffre en lui-même n’est pas très intéressant, car un foyer peut avoir plusieurs chien (d’ailleurs en moyenne, il y a plus d’un chien par foyer). Nous avons donc déniché la donnée suivante :

* Nombre de foyer belges possédant au moins un chien : 24%.
* Le nombre de foyer en Belgique est de : 4.727.831
  + On peut donc estimer 1.134.679 foyers possédant au moins un chien.

C’est pas mal. Mais pas suffisant. Pour commencer, on souhaiterait cibler une région précise pour rassembler une petite communauté. Mais où commencer ? Il faudrait savoir comment sont répartis ces foyers. C’est une donnée que nous n’avons pas. Pour palier ce problème, nous avons décidé de rédiger un questionnaire. Dont voici les questions posées :

* Avez-vous un chien ?
* Dans quelle ville habitez-vous ?
* Combien de fois promenez-vous votre chien par semaine ?
* Avez-vous la sensation que votre chien est assez promené ?
  + Pourquoi ?
* Etes-vous prêt à laisser votre chien à des promeneurs inconnus mais qualifiés ?
* Combien êtes-vous prêt à mettre pour ce service ?
* Etes-vous d’accord de payer plus cher pour un service fait par des gens plus compétentes/professionnels ?
* Etes-vous d’accord de devoir obligatoirement passer une courte formation pour pouvoir devenir promeneur de chien professionnel ?
* Pour combien seriez-vous prêt à être rémunéré par heure pour une promenade ?

Globalement, ce questionnaire à pour but de localiser là où la demande est la plus grande. Ensuite, on essaie de déterminer combien d’entre eux seraient prêt à faire appel à un service externe et à quel prix. Les dernières questions visent les promeneurs.

## Evolution

On a pu remarquer que d’une manière contradictoire, malgré la baisse générale du niveau de vie, les personnes consacraient de plus en plus d’argent à leurs animaux :

* de 2014 à 2016 : +2%
* de 2016 à 2018 : +5%
* de 2018 à 2020 : +15%

Avec une telle évolution, on ne peut qu'imaginer un bel avenir pour ce marché.

De plus, les combats pour le bien-être animal ne cessent d'émerger et de grandir via les réseaux sociaux. Offrir des balades à son animal est important pour lui, que ça soit par son propriétaire (ce qui engendre une relation) ou ne serait-ce que par une aide extérieure, qui lui fera prendre l'air.

## La concurrence

Nos concurrents se trouvent être les sites web proposants un service similaire, donc la mise en relation de particulier à particulier. On pourrait citer :

* yoojo.be (multitâche, ne propose pas de ballade seule)
* holidog.be (plus orienté sur le sitting )
* pawshake.be (plus orienté sur le sitting )
* ringtwice.be (multitâche)

Qu’avons-nous de différent de ces plateformes ?

A la différence d’une simple plateforme de mise en relation c2c, nous voulons offrir une véritable expérience ainsi qu’un sentiment de communautés aux adeptes.

Notre site se veut différent, notamment dans sa façon de se gérer. Voici nos points de démarcation :

|  |  |
| --- | --- |
| Un système d’auto-gestion des prestataires via des notes | Nous pouvons établir des critères de notations telles que la ponctualité, l’attention portée aux chiens, en fonction de si le prestataire a bien effectué une balade d’une heure (information disponible via la géolocalisation) |
| Un système d’identification des animaux en cause et de leur maitre(esse), via un questionnaire complet | Ceci afin d’éviter que le promeneur professionnel sache à quoi s’attendre malgré sa qualification |
| Des points à accumuler pour gagner des prix | Pour fidéliser les promeneurs et les clients |
| Un système de classement du nombre de kilomètres parcourus | Pour créer un défi, et un sentiment de communauté |

Nous sommes désireux de créer un système fiable.

## SWOT

|  |  |
| --- | --- |
| FORCE  - Notre approche centrée communautaire  - Notre système de confiance et de vérification  - Une expérience utilisateur unique | FAIBLESSE  - Danger concernant la fidélité des utilisateurs  - Dérive d’une auto-gestion  - Commencement avec une base de donnée vide |
| OPPORTUNITES  - Réponse à un problème commun qu’est l’âge et la maladie  - L’augmentation des propriétaires | MENACES  - Un nouveau confinement  - Le concurrent ringtwice comprenant déjà une base de donnée très remplie |