**Thème** :

Mise en relation d’acheteur et de vendeur de consoles et de jeux retro

**Analyse du modèle d’entreprise**

**Proposition de valeur** :

Abonnement premium pour vérification e l’authenticité du produit. Avant de transmettre l produi à l’acheteur et de finaliser la vente, un expert de notre groupe vérifie que l’article est d’origne et de qualité correspondante à la description.

Suggestion de prix de vente. Sur base des transactions déjà effectuées, l’utilisateur voulant vendre un bien aura une suggestion de prix de vente.

N’ayant pas de stock physique, nous aurons moins de coûts que nos concurrents en terme de dépôts, locaux, employés,... Nous aurons aussi une certitude d’avoir des marges par rapprt à nos achats. Cela permettra de diminuer le coût de vente et d’augmenter le coût de rachat. Gros point négatif du “plus gros revendeur” dans le domaine (Gamestop)

Possibilité de placer des demandes (plutôt que des ventes)

**Segmentation clients** :

Personnes s’identifiant à la culture “geek” / “nerd”

**Canaux de distribution** :

via notre plateforme internet

**Relations client** :

Canaux “geek” en passant par des influenceurs geek et gaming (Op Spe).

Sponsoriser des événements retro gaming lors de conventions (FACTS, retro MIA, Back to retro)

Expositions culturelles

Forum de retro gaming

**Sources de revenus** :

Marge sur les ventes

Abonnements premiums

Réparations

Locations de matériel pour des événements

**Ressources clé** :

Personne ressource pour vérification de l’authenticité des produits

Personne ressource pour les réparations

Site web et base de données

**Partenaires clés** :

Magasins physiques qui sont déjà dans le business du retro gaming (on se place alors comme plateforme de centralisation)

**Activités principales** :

Mise en relation de vendeur/acheteur de consoles et jeu “retro”

**Structure des coûts** :

Coûts fixes : maintenance site internet

Coûts variables : organisation d’événements, publicité (opérations spéciales, sponsoring,...)

**Définition du modèle d’entreprise**

**Quel est notre métier**

Intermédiaire de mise en relation entre vendeur et acheteur et traçage produit de niche

**Qui sont nos clients**

Personnes s’identifiant à la culture “geek” / “nerd”

**Quelles valeurs apportons nous**

Abonnement premium pour vérification e l’authenticité du produit. Avant de transmettre l produi à l’acheteur et de finaliser la vente, un expert de notre groupe vérifie que l’article est d’origne et de qualité correspondante à la description.

Suggestion de prix de vente. Sur base des transactions déjà effectuées, l’utilisateur voulant vendre un bien aura une suggestion de prix de vente.

N’ayant pas de stock physique, nous aurons moins de coûts que nos concurrents en terme de dépôts, locaux, employés,... Nous aurons aussi une certitude d’avoir des marges par rapprt à nos achats. Cela permettra de diminuer le coût de vente et d’augmenter le coût de rachat. Gros point négatif du “plus gros revendeur” dans le domaine (Gamestop)

Possibilité de placer des demandes (plutôt que des ventes)

**Que deviendra notre métier**

Étendre nos horizons au fur et à mesure que la technologie et le gaming évolue (une console next gen d’aujourd’hui étant le rétro de demain).

Un SaV et un service garantie impeccable pour un service de niche qui demandera une véritable expertise

**Que devrait-il être**

À plus grande échelle, plus d’événements avec notre propre salon à la clé. Une fois très grande échelle atteinte, possibilité de création de stocks et magasins physiques. Édition de jeux rétros

**Analyse de la stratégie d’entreprise**

**SWOT**

Positif Negatif

Peu de couts de maintient Impossible de se reposer sur notre stock

Interne Peu de couts initiaux Possibilité de mort de l’expert analyste

Effet de levier Responsabilité pour l’authentification des biens

Marcher en expansion Clientèle de niche relativement faible

Externe Augmentation du prix des articles Concept simple -> possibilité de concurrence

Culture en expansion et `trendy` Risque du déclin de la culture geek et retro

**Diagnostic de l’analyse swot**

Dans le pire des cas, déclin de la culture geek -> “mort de l’entreprise”

Pas trop grave car couts initiaux ne sont pas importants -> reconversion vers un autre marcher

Dans le cas contraire, expansion de la culture geek

Développement de l’entreprise

Potentiel création de concurrence -> mais la primauté de notre entreprise nous apportera la confiance des clients (jouer sur une bonne réputation sera important)

Cas neutre (La culture geek stagne dans son état actuel. Est-ce que notre entreprise peut fonctionner dans l’état actuel des choses?)

Oui, bien qu’il faudra peut-être un peu de temps pour acquérir une clientèle élevée

Se basant sur les commisions lors de la vente, l’expansion des prix du marcher sera très bénéfique. Certains acheteurs prenant des biens comme des investissements et réutilisant la plateforme pour une vente, plus tard, à un prix plus élevé. Possibilité de réduction de frais pour revente d’article qui sont déjà passés par la plateforme.

**Objectifs**

**Création d’une image de marque.**

Outre la rentabilité, ceci est l’objectif le plus important de l’entreprise. Sur le long terme, c’est celle-ci qui permettra la survie et la croissance de l’entreprise.

Fin de première année, début des opérations spéciales avec stream et vod

1.000 followers tous réseaux sociaux confondus

Fin de deuxième année, présence dans les plus gros salons geek

10.000 followers tous réseaux sociaux confondus

Fin de troisième année, création de nos propres événements

Jam retro games

Salon avec jeux concours

100.000 followers tous réseaux sociaux confondus

**Rentabilité de l’entreprise.**

Fin de première année, couverture de tout les frais fixes (dont salaires employés) et évaluation des transactions sur le site (nombre, sommes impliquées,...)

Fin de deuxième année, nombre de transactions doublées par rapport à la première année

Fin de troisième année, possibilité de payer un service de communication en interne

**Limitation des risques.**

Se base sur le principe de dropshipping. Normalement, les risques sont déjà très limités.

Objectif de fin de première année, moins de 10% de retours pour produits non conforme

Fin de deuxième année, moins de 5%

**Stratégie**

Concentration du marcher pour fluidifier la vente et l’achat des articles retro.

Augmentation des marges de revient pour les revendeurs (en comparaison avec la concurrence acutelle (gamestop))

Promouvoir les petits commerces qui sont dans les domaines en proposant nos services pour la revente de leurs produits

**Prévision de la demande**

Échantillon non aléatoire par quotas

1) Avez-vous déjà été intéressé par l’acquisition de biens de retro gaming?

2) Si oui, avez-vous déjà été dans l’impossibilité d’obtenir un bien convoité?

3) Si vous aviez la possibilité d’obtenir un bien de rétro gaming, seriez-vous anxieux de son authenticité? 1 à 10

4) Avez vous déjà tenté de revendre un bien de retro gaming?

5) Si oui, étiez-vous satisfait du prix auquel vous l’aviez revendu et vous étiez-vous préalablement renseigné sur le prix potentiel de ce bien?

6) Sur quel site iriez-vous si vous vouliez acquérir un bien de retro gaming?