Bar à céréales – Business Model

Chill

Business model

# Intro

# Concept

Présentation de notre concept

# Cible

Graphique pour absolument toutes les parties !!! chaque donnée, chaque étude pour sortir les bons chiffres (fait sous Excel et même pour recouper les infos qui nous intéresse)

# Etude de marché (Antinéa)

* Etudier le marché de la céréale (production, consommation, vente)
* Etudier d’autres filières qui sont déjà dans le métier (leur bénéfice, grosse ou pas grosse entreprise)
* Etudier la consommation de la cible (les filières existantes ont-elles cette même cible ? habitudes de consommation, etc.)
* A Lyon (voir la concurrence, si ça marche ou pas, grosse filière ou non)

Benchmark (avec d’autres filières, dans le domaine)

* Les solutions et le plus de l’entreprise

Conclusion et point forts qui sont sorti de cette étude :

# Les produits (Louise)

Lait (quel type de lait choisir, plusieurs goûts, couleur, en fonction de la cible (étude de consommation, laits spéciaux)

Céréales (la même)

Véganisme (cible, est-ce que beaucoup sont végan ? effet de mode ou manger plus sain ? Combien de % de la cible est végan, met-on a disposition des produits ou non ?)

Sans gluten (la même)

Conclusion

# Restaurant (Antinéa)

Emplacement (loyer, zone d’affluence, zone de concurrence, zone de grosse entreprise où la cible travaille le plus, transports en communs, zone où des boîtes sont les plus prisées)

Ambiance (mood board, cosy, chaleureux, ce qui est mis en place pour ça (exemple : canapé, fauteuil, pouf)

Cosy, matériaux, bois, pierre, couleurs pastel, tapis, canapé, poufs, plaid, fausse cheminée, coussins, chaleureux, douillet

Plan du restaurant (en gros, disposition (exemple : comptoir à l’entrée, salle en haut, etc.))

# Logistique (Louise)

Fournisseurs de matières premières (grands groupes, petits groupes, le mec d’à côté, pourquoi, pour tous les produits, petite liste exhaustive de fournisseurs présents sur Lyon)

Fonctionnement du service (comment on se sert, etc.)

Méthode de paiement (tous les paiements, limite carte, paiement par borne, paiement à l’achat ou total à la fin)

Employés (petit contrat, gros contrat, combien de managers, en charge de quoi, petit nom spécial ? (ex : les Fernand sont les employés du Big Fernand), prévoir le type de planning)

# Attirer et fidéliser (Hugo)

Où est-on le plus visible ?

Depuis toujours, pour une entreprise l’un des enjeux majeurs est de se faire connaître, être connu pour une entreprise, c’est pouvoir vendre son produit donc gagner de l’argent. Aujourd’hui ça n’a pas changé, les méthodes sont pas différentes, juste les supports eux ont changé.

Avant 1945, les moyens de communications était encore très simple, c’était par lettre formelle et en face à face, tout était plus concret.

De 1945 à 1959, la télévision et le téléphone à réellement pris de l’importance, les méthodes on du coup changé, les lettres sont toujours utilisées mais les pubs on commencer à envahir les télévisions malgré le fait que tous les foyers n’étaient pas équipés de télévisons, les appels téléphoniques aussi se sont multiplier. Malgré l’évolution le face à face reste toujours quelque chose que la population préfère.

De 1960 à 1979, les ordinateurs eux aussi arrivent dans les foyers, les mails ont eux aussi fais leurs apparitions, la télévision est toujours utilisé et si il est possible d’avoir un contact face à face, cela est toujours préférer par la potentiel « future » clientèle.

Où on est le plus visible ? Comment se montrer, avec support etc… Forum, évènement bouche à oreille, réseaux sociaux, affichage sur les murs dans certaines rue arrondissement les plus fréquenté, que va faire ressortir les réseaux sociaux, importance des réseaux sociaux, radio/journaux locaux,

Attirer (panneau devant, affiches dans Lyon, associations, évènements, etc… direct et indirect, bouche à oreille, offres Uber Eats, etc.)

Fidéliser (carte de fidélité, produit de qualité, qualité de service, personnel aimable et chaleureux, ambiance du restaurant)

# Financement (Hugo)

Coût total de la mise en place

Système de financement (banque, communauté, particulier)

# La marque (Hugo)

Images de la marque

Futur de la marque

Goodies/Produits dérivés

# Risque et contraintes

!! A faire à la fin !!

# Conclusion