Bar à céréales – Business Model

Chill

Business model

# Intro

# Concept

Présentation de notre concept

# Cible

!! A la fin !!

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

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

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

Mauette mur (mur ou y a rien , pierre , bois)

Colorimetrie

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)

Publicité (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)

Système de financement (banque, communauté, particulier)

# La marque (Hugo)

Images

Futur de la marque

Goodies/Produits dérivés

# Risque et contraintes

!! A faire à la fin !!

# Conclusion