

SAE 106

Charte de projet



Créateur de mobilier et déco / Agencement sur mesure

Sommaire

Présentation du projet	2
Objectifs du projet	3
Périmètre du projet	4
Calendrier	5
Livrables.....	6
Budget.....	7
Risques.....	8
Parties prenantes	9

Présentation du projet

Un projet est un processus unique composé d'un ensemble d'actions coordonnées et maîtrisées afin d'atteindre un objectif en respectant des contraintes de temps, de budget et de ressources. Il existe trois critères pour définir un projet : le critère temporel, le critère de planification et enfin le ou les objectifs (livrables). Le but d'un projet est d'atteindre un ou plusieurs objectifs mais également de résoudre une problématique et de créer de la valeur.

Le projet actuel consiste à venir en aide à une entreprise appelée « Le Boitelier » situé à Rosières-près-Troyes. Le concept fondamental de cette entreprise étant l'upcycling ou surcyclage en français. Ce principe consiste à récupérer des matériaux hors d'usage afin de les revaloriser. L'entreprise est spécialisée dans les meubles, ils sont donc conçus uniquement à partir de matériaux de récupération.

Le Boitelier utilise cette méthode de conception car elle permet de réduire l'impact qu'engendre la destruction de ces déchets sur l'environnement, en leur donnant une seconde vie. L'upcycling a donc un gros avantage, il permet au Boitelier de proposer des meubles uniques, en partie grâce aux matériaux utilisés. En effet, les meubles étant fabriqués à base de matériaux de récupération, les usures visibles donnent un aspect unique et original, ce qui donne du caractère aux meubles.

Pour tout achat d'un meuble chez Le Boitelier, vous faites donc l'acquisition d'un mobilier réalisé avec un savoir-faire artisanal, Made In France, écoresponsable, unique et à un prix attractif.

Le Boitelier est seul, il a une passion pour le travail du bois et de l'acier. Il a également un grand intérêt pour l'écologie et le développement durable. Le nom « Le Boitelier » provient de ses origines à savoir de la contraction des mots : bois, acier, atelier.

Le créateur s'appelle Clément Godereaux, il dispose donc d'un savoir-faire artisanal. Il est notamment passionné de design, de mobilier et d'architecture.

Clément Godereaux possède un site internet, leboitelier.fr. Ce site permet de mettre en vente les meubles. Il est ainsi possible de les visualiser et de les acheter directement en ligne. Il est également possible d'obtenir des meubles sur mesure.

Le projet consiste donc à subvenir à ses besoins et pour cela de nombreux objectifs ont été fixés...

Objectifs du projet

Dans un contexte de concurrence accrue, les données recueillies via les objectifs et les indicateurs de performance doivent être fiables et pertinents afin de pouvoir assurer un processus décisionnel, clair et performant. En ce sens, il est primordial de définir les bons outils de mesure afin de prendre des décisions éclairées.

L'objectif principal est de pouvoir recentrer l'activité sur la région. En effet, on préconise de privilégier le circuit court, qui est un mode de commercialisation qui s'exerce soit par la vente directe de l'artisan au client, soit par la vente indirecte à condition qu'il n'y ait qu'un seul intermédiaire. Le but ? Ce mode de distribution permet de mieux économiser le temps et les dépenses liés au trajet. L'objectif est atteint quand la majorité et/ou la totalité des clients sont localisés dans la région.

Ensuite, la mise en commun de moyens d'actions avec des magasins spécialisés dans la décoration d'intérieur et le mobilier peut être bénéfique pour l'entreprise : créer des partenariats. Le fait de conjuguer les efforts de plusieurs entreprises peut s'avérer être un véritable avantage concurrentiel, en vue d'atteindre des objectifs clairs. Cependant, pour pouvoir se démarquer des autres entreprises du mobilier, la collaboration avec des architectes d'intérieur permet de souligner l'aspect unique d'un meuble signé « Le Boitelier ».

De plus, pour augmenter la notoriété de son entreprise, il est important de développer son activité sur les réseaux sociaux. Afin de consacrer le moins de temps possible aux réseaux sociaux, nous proposons la création de modèle de publication pour être actif et efficace. Pour les étapes importantes de ses réalisations, il est envisageable de diffuser en direct ses fabrications. Ce fonctionnement permet de garder de l'activité avec ses internautes tout en travaillant sur ses créations.

Périmètre du projet

Avoir une vue d'ensemble des différents périmètres du projet permet au Boitelier de planifier les actions à mener en tenant compte des facteurs qui peuvent influencer le projet et notamment l'atteinte des objectifs fixés précédemment. Le périmètre établit une base solide pour superviser le projet à mesure qu'il progresse et permet de s'assurer que des ressources ne sont pas perdues ou dépensées pour des éléments qui ne sont pas inclus dans le périmètre.

Tout d'abord, la validation de l'objectif principal, recentrer l'activité dans la réalisation, est faisable mais reste complexe et demande des ressources financières assez importantes. Pour ce faire, il faut avoir une stratégie de recentrage, par exemple faire de la publicité locale via les médias traditionnels (presse, radio).

Par la suite, la promotion du mobilier par les influenceurs permet de faire connaître l'entreprise. Par son exposition médiatique ou son statut, il joue un rôle crucial dans la stratégie de recentrage de l'entreprise. Il influence les comportements des individus par son pouvoir de recommandation et sa capacité de persuasion, et véhicule un sentiment de confiance auquel les internautes sont sensibles. Plus ces derniers sont nombreux, plus son impact est important. Ainsi, il permet au Boitelier de pouvoir sensibiliser et de faire adhérer le public local.

Les réseaux sociaux sont constitués d'individus qui, au fil des clics des uns et des autres, sont reliés entre eux par des affinités et des intérêts partagés. Ils offrent un affichage, une diffusion permanente d'informations sur des plateformes de sites internet, en contrepartie de la mise en ligne par chacun de données personnelles. Dans ces échanges interactifs, le schéma classique émetteur-récepteur est bousculé par l'arrivée de commentaires partagés ou de « likes » qui traduisent l'existence d'une « communauté » d'internautes. Les réseaux sociaux offrent donc une plus grande proximité et, pour peu que ceux-ci soient interconnectés, une entreprise peut se trouver ainsi directement en contact avec ses adhérents, ses donateurs, ses bénévoles, les journalistes figurant dans son carnet d'adresse, etc. Dans cette optique, nous préconisons au Boitelier de privilégier davantage les réseaux sociaux tels qu'Instagram, Twitter, Facebook car ceux-ci ils possèdent chacun leurs fonctions, leurs plateformes et leurs publics, afin de pouvoir avoir les différents canaux idéaux pour la diffusion de ses mobiliers.

L'image de marque influe directement sur les ventes et les performances de l'entreprise. Une image d'entreprise positive valorise les produits et services : elle induit un comportement préférentiel des clients envers la marque "Boitelier".

Quant à la position géographique, les clients du Boitelier, se trouvent aux quatre coins de la France. Son public cible doit être basé dans la région afin de pouvoir recentrer son activité.

La gamme de produits est plutôt réservée aux personnes aisées, donc cela réduit considérablement le nombre de clients.

Calendrier

Tâches	Description	Date de début		Date de fin	Durée de la tâche
Initialisation	Début du projet	Le 26 Octobre 2021			1h30
Brainstorming	Idees triées en quatre thématiques; réseaux sociaux, site internet, création d'une nouvelle gamme de produits, publicité/partenariat	Le 27 Octobre 2021	Le 28 Octobre 2021		3h
Planification	Développement des idées en 6 thématiques; Communication, réseaux sociaux, site internet, gamme de produit, publicité/partenariat, création de contenu et planification des objectifs	Le 24 Novembre 2022	Le 30 Novembre 2022		3h
Réalisation	Mettre en forme toutes les idées évoquées durant les réunions de projets	Le 11 Janvier 2022			1 jour
Contrôle de suivi	Réunion avec Le Bottelier pour faire un bilan	Le 12 Janvier 2022			5h
Clôture du projet	Fin du projet	Le 14 Janvier 2022			3h

Livrables

Au cours du projet, nous serons amenés à rendre plusieurs livrables à M. Clément Godereaux, créateur de Le Boitelier.

De manière générale, nous aurons à établir un document regroupant l'analyse des données du site et des réseaux sociaux actuels, l'analyse de la cible visée par ces communications ainsi que les pistes d'améliorations pour y parvenir. Ensuite, nous aurons à remettre des propositions de logo dans l'optique d'un renouvellement

Pour les réseaux sociaux, nous aurons à créer les éléments graphiques nécessaires au lancement des comptes comme les photos de profil et les bannières sur chaque plateforme (Twitter, YouTube...). Pour compléter ce lancement, un calendrier prévisionnel des communications sur les réseaux sociaux devra également être établi. En prévision des concours qui seront organisés sur les différents réseaux sociaux, nous devons rédiger un règlement et des modalités de participation.

Concernant le site web, une maquette sera d'abord élaborée, puis ajuster avec M. Godereaux avant d'être produit. Le site web sera lui aussi réalisé par notre équipe dans le cadre de ce projet.

Enfin, nous finirons par la création d'un dossier de presse pour préparer la visite d'éventuels journalistes.

Budget

Le budget total minimum sera de 40 000 euros/an.

Idées	Coût	Durée
Créer un site internet	2000€–5000€	100 jours = ~ 3 mois
Créer un nouveau logo	1500€ - 5000€	6 semaines – 8 semaines = ~ 2 mois
Créer une nouvelle charte graphique	1000€ - 2500€	
Créer des concours	Valeur que l'on souhaite mettre ?	1 semaines – 2 semaines
Publicité radio/TV	600€ - 800€/par semaine	1 an
Publicité dans les journaux	~300€/jour	
Campagne de Publicité (physique)	~ 1600€ - 1700€	1 ou 2 ans voir indéterminée
Partenariat	~ 135€ (pour influenceur disposant de 10000 fans) 4550€ (pour les communautés de 500 000 fans)	
Participer à des événements locaux	dépend de l'évènement	1 journée
Création de nouveaux produits	Le prix dépend des matériaux utilisés, de l'objet ...	10 mois – 1 an
Budget Total minimum :		environ 40 000 € par an

Risques

Pour commencer, il est évident que le manque de ressources financières est un risque majeur, vu la diversité des possibilités d'accroissement de l'entreprise que nous proposons.

On peut notamment citer la création de nouvelle gamme de produit, la mise en place d'un site web ou encore, les publicités et les partenariats. Ces éléments représentent tous un certain coût pour les prestations ou les salariés chargés de ces missions. Ce qui peut nous amener à un autre type de risque.

Le manque de ressources humaines et les missions que nous proposons devront sûrement nécessiter de devoir embaucher de nouveaux salariés qui sont qualifiés pour ces postes. On peut prendre l'exemple de la communication, pour qu'elle soit efficace, il sera nécessaire d'embaucher une ou plusieurs personnes en fonction de l'étendue de son champ d'action.

Il y a également des problèmes liés au manque d'infrastructure. Notamment les postes de travail informatique utiles notamment pour la communication de l'entreprise mais aussi le manque de machines pour la création d'une nouvelle gamme de produits.

La pandémie est également un des risques qui pèse sur les entreprises, en effet la possibilité d'une fermeture contrainte et temporaire peut affaiblir les ressources financières sans aucune rentrée d'argent.

Le développement de la communication de l'entreprise peut avoir un effet inverse, la maladresse, les rumeurs et les potentiels scandales concernant l'entreprise peuvent freiner les activités.

Risques	Impact	Mesure pour limiter le risque
Absentéisme	Majeur	Prévoir une marge sur les délais
Retard sur les rendus	Catastrophique	Planification des tâches
Réglementations et changement de politiques	Modéré	Se maintenir informé
Non-conformité avec la législation	Modéré	Se tenir à jour des législations en vigueur
Dépendance entre les tâches	Majeur	Imposer des délais

Parties prenantes

Nom, Prénom	Rôle / Responsabilité	Description	
<i>Erwan COUTURIER</i>	Chef de projet	Coordonne le projet	Celui qui va donner les délais du projet, s'assurer que toutes les tâches sont finies en temps et en heure
<i>Hugo MACEDO</i>	Responsable financier	Gère les finances	Hugo est responsable finances car il s'occupe de la gestion des finances du projet.
<i>Justine HUSSENET</i>	Chef de pôle communication	Responsable rédacteur	Responsable rédactrice, elle coordonne
<i>Antoine LAIR</i>	Chef de pôle développement	Amélioration du site	Il a la charge de la gestion du pôle d'amélioration du site web
<i>Elane GRANDMOUGIN</i>	Gestion plan de risque	Prévoit les potentielles risques lors du projet	Chargée de planifier et de palier aux éventuels risques que le projet peut rencontrer
<i>Emeline DUPRE</i>	Responsable calendrier	S'occupe de la planification	Détermine et note les dates de réunions et les différentes dates clés du projet
<i>Mathieu LE PUIL</i>	Développeur web	Participe à l'amélioration du site	S'occupe de s'assurer qu'il n'y a aucuns problèmes techniques sur le site web
<i>Jules HEMON</i>	Intégrateur	Crée les pages web	A partir des maquettes du graphiste, il va créer le site web
<i>Léo EVRARD</i>	Graphiste	Travaille sur l'aspect visuel du site	Il va assurer le maquetage et la conception du site web

<i>Tom PURSEY</i>	Designer	Crée des Flyers, des chartes graphiques, ...	Celui qui va s'occuper des supports de communication
<i>Marius COURTOIS</i>	Rédacteur	S'occupe de la rédaction	Rédige des rapports de réunion, des textes de communication, des posts sur les réseaux sociaux