

Dossier des Partenariats



Phase 3 – Gestion de projet et recherche de partenariats

PROJET – SECURITY BOUND
2EME ANNÉE (A2)

Kilian BRETON – Bastien GUILLEMINOT – Enzo LEBRUN – Olivier SIMONNEAU

Fiche de confidentialité des rapports et mémoires CESI ÉCOLE D'INGENIEURS

Titre du rapport ou du mémoire : Dossier des Partenariats

Nom et prénom des étudiants : Kilian BRETON – Bastien GUILLEMINOT – Enzo LEBRUN – Olivier SIMONNEAU

Date du rendu du livrable : Mercredi 29 Mai 2020

Confidentialité du rapport ou du mémoire (soutenance) :

☐ **Diffusion libre**

Les rapports / mémoires sont conservés en archives et ils peuvent être librement consultés. Ils peuvent être utilisés par les destinataires, les études peuvent faire l'objet de publication ...

☒ **Diffusion restreinte**

Les rapports / mémoires **sont restitués aux élèves** à l'issue de la soutenance. Aucune reproduction n'est autorisée. La responsabilité de cette opération est confiée aux étudiants. Dans le cadre de la politique de lutte contre le plagiat, les rapports / mémoires seront susceptibles d'être analysés pour en vérifier les sources et ceci quel que soit le mode de diffusion prévu ci-dessus.

Résumé

Nous connaissons actuellement une période particulière. La crise mondiale du Covid-19 modifie significativement l'existence de la quasi-totalité des populations. Nous ne connaissons pas actuellement les conséquences définitives de l'épidémie, ni les niveaux de profondeur de ces dernières, mais des changements majeurs devraient apparaître dans les mois qui suivront. Ils seront économiques, sociaux, techniques et organisationnels ; peut-être politiques. Il est possible que de nouveaux modèles voient le jour. L'aspect sociétal de la fonction ingénieur prend ici tout son sens. Nous vous proposons donc de prendre place dans cette société en mouvement, et hélas en souffrance, et de jouer vos rôles d'acteurs du changement. Vos solutions dans ce projet prendront la direction de l'humanitaire et vous saurez vous mettre au service des organisations qui en sont en demande.

Le confinement imposé en France comme dans beaucoup d'autres pays du monde, a des conséquences directes sur l'économie. Les échanges commerciaux et la consommation sont mis à mal. Il est important pour notre pays de stabiliser les pertes dans un premier temps et de remettre en marche les activités dans un second. En plus d'une crise sanitaire sans précédent, la France pourrait avoir de grandes difficultés si l'ensemble des organisations ne retrouvent pas un fonctionnement minimal sous peu. En l'absence, pour l'heure, de traitements médicaux cliniques, la seule possibilité pour enrayer l'épidémie et sauver des vies, subsiste dans la mise en place des gestes barrières et l'acquisition d'équipements de protection. L'actualité nous prouve tous les jours que l'acquisition de ces équipements est délicate. La désindustrialisation du territoire a sa part de responsabilité dans nos difficultés, et il prendrait des années avant de retrouver une efficacité en adéquation avec le besoin des populations et des organisations. De manière plus globale, la stratégie du moment tend plutôt dans la fragmentation massive des unités de production et se dirige sur une répartition géographique équilibrée des unités, favorisant ainsi les circuits courts de distribution.

Vous allez localement vous inscrire dans cette stratégie. Vous allez construire une organisation humaine qui proposera une solution technologique, permettant de mettre en relation les demandeurs en besoin d'équipements de protection et le fablab de votre école en capacité d'en produire (engagement fablab CESI). Il vous faudra dans un premier temps travailler sur l'identification des partenaires clés, sur les activités essentielles de votre offre, sur la proposition de valeur, sur la relation client et sa segmentation, sur les ressources essentielles, sur les canaux de distribution, sur les coûts de la structure. Ensuite, vous devrez imaginer les contours du projet (ce qu'il fera et ce qu'il ne fera pas). Vous devrez maîtriser la gestion des phases projet à savoir le démarrage, la planification, l'exécution, le suivi et la maîtrise et pour finir, la clôture. Au travers de ces phases chronologiques, vous devrez tenir compte de l'intégration, du contenu, des délais, de la gestion des coûts, de la qualité, des ressources humaines, de la communication, des approvisionnements et des parties prenantes.

Il sera impératif de modéliser les flux d'informations pour construire une solution adaptée. Déterminer le besoin de chacun des acteurs sera essentiel. Ces spécifications fonctionnelles (le quoi) devront être traduites en spécifications techniques (le comment).

Abstract

We have a special time now. The global crisis of Covid-19 significantly alters the existence of almost all populations. We do not currently know the definitive consequences of the epidemic, nor the depth levels of the latter, but major changes should appear in the months that follow. They will be economic, social, technical, and organizational; perhaps political. It is possible that new models will emerge. The societal aspect of the engineering function takes on its full meaning here. We therefore propose that you take your place in this society in motion, and alas in suffering, and play your roles as actors of change. Your solutions in this project will take the direction of humanitarian and you will know how to put yourself at the service of the organizations that are in demand.

The confinement imposed in France as in many other countries of the world, has direct consequences on the economy. Trade and consumption are being undermined. It is important for our country to stabilize losses in the first place and to restart operations in the second. In addition to an unprecedented health crisis, France could face major difficulties if all organizations do not return to minimal functioning soon. In the absence, for the time being, of clinical medical treatments, the only possibility to stop the epidemic and save lives, remains in the implementation of gestures barriers and the acquisition of protective equipment. The news shows us every day that the acquisition of these equipment is delicate. The deindustrialization of the territory has its part of responsibility in our difficulties, and it would take years to regain an efficiency in accordance with the needs of the populations and organizations. More generally, the strategy of the moment tends more towards the massive fragmentation of production units and is directed towards a balanced geographical distribution of units, thus favoring short distribution circuits.

You will be part of that strategy locally. You will build a human organization that will propose a technological solution, allowing to connect the applicants in need of protective equipment and the FabLab of your school in capacity to produce it (commitment FabLab CESI). You will first have to work on identifying the key partners, the essential activities of your offer, the value proposition, the customer relationship and its segmentation, the essential resources, the distribution channels, on the costs of the structure. Then you will have to imagine the contours of the project (what it will do and what it will not do). You will need to master project phase management including start-up, planning, execution, monitoring and control, and finally, closure. Through these chronological phases, you will need to consider integration, content, timelines, cost management, quality, human resources, communication, procurement, and stakeholders.

It will be imperative to model information flows to build a suitable solution. Identifying the need for each actor will be critical. These functional specifications (the what) will have to be translated into technical specifications (the how).

Table des matières

Fiche de confidentialité des rapports et mémoires CESI ÉCOLE D'INGENIEURS	1
Résumé.....	2
Abstract	3
Table des matières.....	4
Présentation générale	5
 Démarche commerciale	 6
Partenaires & Sponsor	9

Présentation générale

Phase 3 – Gestion de projet et recherche de partenariats

Période phase : Du 25/05/2020 au 29/05/2020

Type phase : Réalisation étudiants – Suivi de projet (pilote) – Consulting (Intervenant) – Livrables

But : Définir la WBS, le Gant, les jalons et les livrables et trouver les partenaires.

Acteurs : Les étudiants, le pilote de promotion et intervenants du national

Données d'entrée :

 Charte de Projet

Données de sortie :

 Dossier de Projet

 Dossier des Partenariats

Description détaillée de phase : Les étudiants vont identifier les briques de gestion de projet articulées autour des catégories telles que la gestion de projet, l'analyse des risques, le commercial, le financement. Pour les aider à avancer dans leurs réalisations, le national organise deux ateliers via la plateforme Microsoft TEAMS. Une conférence sur la gestion de projet et une conférence pour les aider à aller démarcher des partenaires. Dans cette phase, il sera important pour vous d'associer à votre réflexion les Fablabs Managers et les utilisateurs finaux des applications pour échanger autour des idées, concepts et recueillir le besoin.

Étape évaluée : ☒ OUI | NON

Item(s) Scholaris : Voir grille d'évaluation

Démarche commerciale

1- Stratégie commerciale

L'objectif stratégique du projet est d'atteindre les 500 visières vendues ou donner par mois pour pouvoir relancer les activités du pays.

Une analyse téléphonique nous a révélé que les usines agroalimentaires et les PME souffraient et ne pouvaient pas encore relancer leur activité à plein temps.

La stratégie commerciale est donc de privilégier les PME et les usines agroalimentaires pour favoriser le redémarrage de l'activité, tout en proposant des visières à l'achat, à ceux qui souhaitent.

2- Notre objectif sur la durée ?

Il sera bien d'atteindre 500 masques distribués dans le mois au lancement du projet, ce qui représente 125 visières de distribué par semaine. Ce chiffre est un bon chiffre car il représente en moyenne les PME, donc on pourra relancer l'activité des PME très rapidement.

3- Actions

3.1 – Conquête de nouveaux clients

Actions commerciales :

- ✚ Mise en place d'une action de phoning (prospection par téléphone)
- ✚ Visiter les entreprises en difficulté pour cibler les besoins.
- ✚ Mailing sur les cibles cité plus haut.

Moyens :

- ✚ Former le reste de l'équipe pour le démarchage
- ✚ Création d'une plaquette commerciale pour présenter le projet.

Budget :

- ✚ Avoir un prix de 9€ par visière pour atteindre le bénéfice nul.

Indicateurs de suivi :

- ✚ Pourcentage d'augmentation du nombre de visites réalisé chez les prospects
- ✚ Taux de nouveaux clients

3.2 – Intensification des ventes sur la clientèle portant déjà des visières**Actions commerciales :**

- ✚ Réorganisation commerciale
- ✚ Motivation des vendeurs sur le développement du chiffre d'affaires de leur portefeuille client.

Moyens :

Dispositif de motivation des vendeurs pour les démarchages clientèles.

Indicateur de suivi :

Évolution de la part de marché chez les clients possédants déjà des visières.

4- Planning

Stratégie commerciale	Action	Responsable	Date debut/fin
Conquête de nouveaux clients.	Mailing		25/05/2020 au 31/05/2020
Conquête de nouveaux clients.	Phoning		25/05/2020 au 31/05/2020
Conquête de nouveaux clients.	Se rendre sur place		25/05/2020 au 31/05/2020
Intensification des clients possédant déjà des visières.	Phoning et visite des clients.		25/05/2020 au 31/05/2020

5- Démarche commerciale

5.1 – Se présenter

Nous sommes un groupe de 4 étudiants réunis durant cette crise sans précédent. Nous menons un projet humanitaire pour permettre aux entreprises de reprendre leurs activités grâce à nos visières que l'on produit.

« S'organiser et permettre aux entreprises de relancer leurs activités grâce à nos visières »

5.2 – Nos objectifs

Nos objectifs sont :

- ✚ De vendre pour le premier mois environ 500 visières à 9€ l'unité.
- ✚ De relancer au moins 1 activité qui a du mal à redémarrer.
- ✚ Avoir une bonne gestion des stocks pour ne jamais être à court.

5.3 – Vision de notre entreprise

« S'organiser et permettre aux entreprises de relancer leurs activités grâce à nos visières »

5.4 – Nos atouts

Nous avons du personnel qualifié pour la préparation des visières. Nous avons aussi du personnel médical qui répondra aux questions sur le forum proposé sur notre site web, ce qui nous rend plus crédibles et professionnels.

5.5 – Rentrer dans les détails

Présentez nos atouts avec le personnel médical pour renforcer notre crédibilité et notre professionnalisme.

Ensuite dire que la visière n'est qu'une protection en plus du masque pour que les employés puissent travailler dans de bonnes conditions.

Mettre en avant notre site web avec le système de commande, et la partie forum pour répondre aux questions.

5.6 – Proposer un partenariat ou un sponsor

Pour un sponsor c'est du donnant donnant, on met le logo de l'entreprise sur notre visière pour donner de la visibilité à l'entreprise et en échange on leur offre gracieusement des visières pour qu'il fasse de la publicité pour nous autour d'eux et avec leur contact.

Pour un partenariat c'est d'avoir l'exclusivité chez eux, et qu'ils achètent nos masques qu'à nous.

Partenaires & Sponsor

1 – Premiers contacts

✚ Hyper U :

Contacté en début de semaine, aucune réponse pour l'instant.

✚ Fast Concept Car :

Contacté début de semaine et eu un appel, en attente d'une réponse.

✚ Serig :

Réponse de l'entreprise qui nous demande de plus ample information (en bonne voie).

✚ Boite d'intérim :

Après un appel, l'employé nous a indiqué que les PME et les usines agroalimentaires avaient du mal à redémarrer leurs activités.

✚ Leclerc :

Aucune réponse.

✚ Infocob :

Réponse négative parce que les employés sont en télétravail.

« En résumé, nous avons contacté différentes entreprises pour avoir les premiers contacts. Ce dossier est voué à évoluer, pour plus tard, remplir les conditions de sponsor et de partenariat de la phase 3 ».