Business Plan PlayMore

# Présentation de l’équipe

Nous sommes 4 étudiants en 4e année d'Ingénierie Web à l’ESGI.

L’équipe est composé de :

* REDHA AISSAOUI, développeur Front-End spécialisé en Javascript
* ALEX TEA, développeur en PHP/Symfony
* NAKIB ABOUDOU, développeur junior full-stack
* OMAR ABDALLA, développeur junior PHP/Laravel

Notre équipe est donc composé uniquement de développeurs, nous sommes complémentaires et polyvalent dans nos compétences techniques. Les décisions stratégiques concernant la direction de l’entreprise seront prises en commun. Nous avons l’avantage de tous être des gamer et donc d’avoir une bonne connaissance du produit et de ses spécificités.

Le projet web sera mené par Alex qui possède plus d'expérience sur les technologies que nous utiliserons. Nous ne disposons pas pour l’instant d’équipe commerciale mais en faisons notre priorité lorsque nous grandiront. Nous envisageons dans le futur de recruter des développeurs mobile afin de pouvoir lancer une application sous Android/iOS.

# Analyse du besoin

Le marché du jeu vidéo se porte de mieux en mieux avec de plus en plus de sortie. Les jeux qui viennent de sortir sont habituellement entre 55€ et 70€, cela représente un budget annuel assez conséquent pour celui ou celle qui veut jouer régulièrement aux derniers jeux. De plus certains genre de jeux ont une durée de vie assez limité qui peuvent se terminer en 1 week end, en tant que joueur on se voit mal investir autant d’argent sur un jeu que l’on va terminer aussi vite. Il existe le marché de l’occasion mais il faut souvent attendre plusieurs mois afin d’obtenir des prix attractifs. C’est là qu’intervient notre plateforme, en louant ou échangeant ses jeux on peut vite amortir son prix d’achat et profiter à son tour des dernières sortie et ainsi réaliser de grande économies sur son budget jeux vidéos.

# Présentation du service proposé

PlayMore est donc une plateforme de mise en relation entre particuliers leur permettant d’échanger ou de louer des jeux vidéos/accessoires pour une durée limité. La plateforme permettrait d'effectuer des recherches avec un système de filtres permettant d’affiner nos recherches en fonction de certains critères tels que la plateforme du jeu recherché. L’échange se faisant entre particuliers, les résultats seront affichés en fonction de la position géographique afin d’améliorer leur pertinence. Afin de pouvoir répondre ou poster des annonces il faudra s’inscrire sur le site et définir son profil en ajoutant ses informations notamment la position géographique. L’utilisateur disposera sur son profil d’une bibliothèque de jeux où il pourra lister tous les jeux qu’il possède.  
Lors de la création d’une annonce, l’utilisateur pourra décider de proposer la location et/ou l’échange contre un ou plusieurs jeux, en cas d’échange il aura la possibilité de choisir quel jeux il souhaite en échange ou bien d’être ouvert à des propositions. La mise en relation se fera via des messages privés afin d’établir une date et un lieu de RDV. Les transactions se feront sur le site avec une monnaie virtuelle qu’ils devront acheter au préalable, le paiement se fera de manière sécurisé avec un système tel que paypal. Les profils incluent aussi un système de commentaire où chaque utilisateurs avec lequel on a interagi pourra donner son avis et nous attribuer une note sur cinq.

# 

# La concurrence

Le principal concurrent direct est le site gamoniac.fr qui offre un service de location sous forme d’abonnement où l’on peut louer 1 ou plusieurs jeux par mois selon le type d’abonnement allant de 9,99 à 29,99 par mois. Il s’agit d’une offre B to C, l’approvisionnement de jeux est géré par le site et sont envoyé par voie postale. Un des inconvénients est le catalogue de jeux qui est limité, les nouveautées ne sont pas toujours présente de plus le système d’abonnement offre peu de flexibilité. Au niveau de la concurrence indirect on retrouve les grandes surfaces qui ne proposent que des jeux neufs, leur avantage est la pratique de prix plus bas que la concurrence puisqu'il s’agit pour eux d’un produit d’appel qui va leur permettre de faire venir des clients afin qu’ils effectuent d’autres achat en même temps. Ensuite nous avons les sites et les boutiques de revente d’occasion tels que Easy Cash, Cash Converter, leur principale avantage est de proposer des jeux d’anciennes génération que l’on ne retrouve plus dans le commerce à des prix raisonnable. On retrouve également les sites de mise en relations tels que leboncoin où l’on retrouve des jeux d’occasion ou parfois neuf, leur principale atout est bien sur leur notoriété ainsi on peut retrouver toute sorte de jeux des plus anciens aux plus récents, les prix étant fixé par les utilisateurs il faut donc parcourir plusieurs annonces afin de trouver le meilleur prix. Avec la démocratisation d’internet les sites d’e-commerce occupent une grosse part des ventes, leur atouts sont les prix plus bas que les boutiques spécialisé, la livraison en cas de précommande qui peut se faire avant même la sortie officielle du jeu. Et enfin on retrouve les boutiques physiques spécialisés tels que Micromania qui avec le boom des sites d’e-commerce et les prix cassés des grandes surfaces n’ont plus tellement d’avantages, un des seuls que l’on pourrait noter est la présence de vendeurs “connaisseur” de leur produit qui pourrait nous guider sur des achats mais cela est de plus en plus rare et avec toutes les informations que l’on peut trouver une internet les acheteurs ont de moins en moins besoin de conseil sur leur achat. De plus les prix qui sont pratiqués pour les jeux d’occasions sont beaucoup plus haut que ce qu’on peut trouver ailleurs, le consommateur ne retrouve pas son compte avec si peu de différence entre le prix du jeu neuf et celui d’occasion.  
C’est un marché avec beaucoup d’acteurs où la concurrence est rude où chacun d’entre eux essaye à sa manière de répondre au besoin des consommateur.

# Le marché

Le marché du jeu vidéo est en constante progression le SELL a mené une étude sur l’année 2017, ce marché générerait 4,3 milliards d’euros.

On observe une augmentation du chiffres d’affaire de 18% par rapport à 2016. Le marché des consoles domine nettement comparé au pc et au mobile avec respectivement 55, 27 et 18 pourcents de parts. La répartition des sexes est plutôt équitable avec 53% d’hommes et 47% de femmes avec une moyenne d’âge de 34 ans. Autre statistique intéressante : la fréquence de jeu des Français avec 24% qui jouent tous les jours ou presque, 29% qui jouent régulièrement (au moins 2 fois par semaine), 23% jouent de temps en temps (2 ou 3 fois par mois) et 24% jouent occasionnellement (2 ou 3 fois par an). Notre cible principale sont les 53% de joueurs régulier et qui sont dans une tranche d’âge de 16-30 ans qui sont les personnes qui consomment le plus de jeux. Nous pensons que le marché est prêt pour l'arrivée de ce type de plate-forme car elle existe déjà pour d’autres type de produits et cela permettra l’arrivé d’un nouveau mode de consommation du jeux vidéo.

# Modèle économique

Notre modèle économique sera basé sur la mise en place de publicité non intrusive nous permettant de générer des revenues au click.

Nous comptons également mettre en place un système de points pour définir la valeur d’un bien. Ainsi chaque utilisateurs postant une annonce pourra fixer une valeur à son jeu en nombre de points et en tant que locataire on pourra acheter des points sur le site ce qui nous permettra de générer des profits grâce à une commission sur chaque achat de points.Les utilisateurs restes libre de définir leur prix même si des recommandations sont faites de notre part afin de les aider à définir le bon prix.

# Plan d'action

La stratégie de l’entreprise sera dans un premier temps d’établir une communication via les réseaux sociaux, des jeux concours seront mis en place afin de promouvoir la plateforme.

Les premiers investissements se feront de notre poche (hébergement, développement du site).

La plateforme va s’établir sur tous les réseaux sociaux pour viser un public “jeune” et va mettre en place des partenariats rémunéré avec les influenceurs de ces réseaux, ce qui permettra une expansion de l’activité sur le site.

# Prévisions financières

Nous estimons que lors de la première année, les revenus seront quasi-nul voir négatif mais nous gagnerons en notoriété et sur le long terme, cela va permettre de générer des revenus.

Nous visons un nombre de 1000 visiteurs par mois lors de la première année et ce nombre pourra vite augmenter si la plateforme répond aux besoins.

Nous arriverons au point mort si la communication et le pic de visiteurs ne décolle pas au bout d’un an, une restructuration de la plateforme sera dans ce cas envisagé.

Si l’activité décolle réellement, les profits seront générer rapidement et nous n’aurons aucune charge supplémentaire, les partenariats augmentent, et la plateforme pourra augmenter son activité avec plusieurs recrutement notamment du côté commercial