

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Combal Quentin |  | Alexis | Auguste |  | Cocogne  Romain |

DIANZI

Business plan

Une image contenant équipement électronique, circuit

Description générée automatiquement

Table des matières

1. [Historique et motivations 2](#_Toc3966405)

[Pourquoi ce projet ?](#_Toc3966406)

[Risques](#_Toc3966407)

[Associés](#_Toc3966408)

1. [Description de l’entreprise 4](#_Toc3966409)

[Forme juridique](#_Toc3966410)

[Description du projet](#_Toc3966411)

1. [Le marché 5](#_Toc3966412)

[Étude de marché](#_Toc3966413)

[Segmentation du marché](#_Toc3966414)

[Concurrence](#_Toc3966415)

[Prix](#_Toc3966416)

1. [Annexe 8](#_Toc3966417)

[Coûts de démarrage](#_Toc3966418)

[Détermination du capital de démarrage](#_Toc3966419)

[Trésorerie](#_Toc3966420)

[Compte rendu des prévisions des recettes](#_Toc3966421)

[Compte de résultat](#_Toc3966422)

[Bilan](#_Toc3966423)

[Prévision des ventes](#_Toc3966424)

[Jalons](#_Toc3966425)

[Étude du seuil de rentabilité](#_Toc3966426)

[Documents divers](#_Toc3966427)

# Historique et motivations

## Pourquoi ce projet ?

Aujourd’hui, au même titre que le bricolage, le « *DIY »* électronique se popularise. De grandes entreprises comme Arduino ou Raspberry permettent à un large public non spécialisé d’accéder à des outils de développement avancé jusque-là réservés à des professionnels du domaine.

Mais il y a un gros problème : lorsqu’on se lance dans un projet d’électronique, il faut souvent attendre des mois pour recevoir le matériel adéquat. Il est, en réalité, très souvent importé depuis la Chine. Notre solution est de réduire ce délai qui peut en décourager certains.

En tant qu’élèves ingénieurs en électronique, et étant sujets au même inconvénient régulièrement lors de réalisation de projets, nous savons à quel point il est frustrant de se retrouver bloqué uniquement à cause d’un délai de livraison. Nous nous sentons donc concernés par cette problématique et sommes très motivés à apporter une solution viable par le biais de **Dianzi**.

De plus, étant de la nouvelle génération**,** les questions environnementales que se pose actuellement l’humanité nous tiennent à cœur. Nous voulons que **Dianzi** réponde à sa façon à ces questions en offrant des solutions de recyclage et de reconditionnement à ses clients.

## Risques

L’ambition de **Dianzi** est de se positionner sur le marché des composants électroniques. Elle va devoir se mesurer aux entreprises déjà présentes. En effet, le marché est actuellement divisé principalement entre **SparkFun**, **Adafruit**, et **Tindie**. Il va donc être difficile de trouver sa place, même si la communauté des électroniciens est plutôt ouverte à ce genre d’initiative.

L’objectif est donc de plaire au client dès le début, pour inciter les consommateurs à changer leurs habitudes.

De plus, le marché de l’électronique reste un marché restreint à une clientèle ciblée. Malgré le fait qu’il soit en expansion, pour l’instant le public reste très spécialisé. On ne peut donc pas se contenter de plaire à une petite partie de la communauté. Il faut viser très large dès le début.

Le dernier gros défi que va rencontrer **Dianzi** est plus fondamental. Il s’agit de rester compétitif face aux vendeurs Chinois. En effet la valeur ajoutée de notre entreprise va se traduire par une augmentation des prix sur nos produits. La difficulté va être de garder cette augmentation la plus faible possible pour ne pas décourager les clients.

## Partenaires

Plusieurs associés vont nous être indispensable pour le bon fonctionnement de **Dianzi**. Il nous faut des partenaires chinois qui vont fabriquer les composants et nous les livrer, des services de livraison pour apporter rapidement les produits chez nos clients, des services de payement en ligne, ainsi que des hébergeurs web pour mettre en avant notre site. Voici un tableau récapitulatif des partenaires potentiels dans chacun de ces domaines.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Domaine | Partenaires envisagés | Avantages | Inconvénients |
| Fabriquant | Made-in-China.com | Gros réseau déjà existant chez les fabricants de composants spécialisés | Pas une usine  Va juste nous mettre en relation avec les fabricants |
| China Electronic Appliance CO (CEAC) | Leader dans son domaine  Large choix de produits | Plutôt spécialisé dans les micros composants |
| Conrad | Réseau déjà établi Large choix de produits | Peut nous considérer comme des concurrents |
| Livraison | Colissimo | Très rapide | Cher |
| UPS | Livraison mondiale  Bonne réputation | Moins rapide |
| Réseau express | Très rapide  Réseau dans toute l’Europe | Limité si on veut s’exporter dans l’Europe de l’est |
| Payement | Paypal | | |
| Visa | | |
| Mastercard | | |
| Hébergeur | Amazon | Bonne visibilité | Produits déjà présents sur le site |
| Cdiscount | Mets en avant les revendeurs | Moins fréquenté qu’Amazon |

Nous comptons aussi créer des partenariats spéciaux :

* Avec des influenceurs pour mettre en avant nos produits.
* Avec **Recycl’tout**. Nous voulons mettre en avant notre fibre écologique et **Recycl’tout** est parfait pour cela. L’objectif est de nous ouvrir à une autre clientèle tout en offrant la possibilité de trier ses déchets électroménagers aux clients.

# Description de l’entreprise

Nous sommes **Dianzi**. Ce nom signifie *électronique* en chinois. Nous avons choisi ce nom afin d’illustrer la relation forte que nous comptons entretenir avec nos fournisseurs chinois.

## Forme juridique

Nous allons nous immatriculer en tant que **SARL**. Notre choix est justifié par plusieurs points essentiels :

* Elle se situe à mi-chemin entre une société de personne et de capitaux.
* Elle a un *intuitu personae* très fort. C’est-à-dire que pour ajouter de nouveaux associés, il faut l’aval unanime de l’entièreté des présents associés.
* Elle est de petite taille (100 associés maximum).
* Elle est très bien prévue pour les nouveaux entrepreneurs comme nous. En effet cette forme juridique est très bien encadrée et laisse la loi faciliter le travail des associés et leur permet d’éviter les pièges.

## Description du projet

L’idée centrale de **Dianzi** est de rendre les composants électroniques et les circuits imprimés utilisés dans des projets de *DIY* rapide d’accès.

Pour ce faire nous allons importer les composants depuis la Chine, les stocker au plus près du consommateur (en Europe), pour que le client soit livré en une semaine maximum. Nous allons aussi orienter une grosse partie de notre entreprise autour du reconditionnement de matériel électronique. Le client nous vend des produits défectueux, on les démantèle et on les revend à prix réduit.

Nous allons implémenter plusieurs services qui vont apporter de la valeur ajoutée à notre entreprise, comme un service d’abonnement offrant des avantages en nature à leurs membres, ou la possibilité de revendre les projets *DIY* sur notre site.

Notre site va lui-même être orienté vers sa communauté en offrant une rubrique forum et service client pour répondre aux questions des clients, l’ajout d’un simulateur pour tester les circuits, ainsi qu’une partie tuto où un nombre important de projets seront référencés.

# Le marché

|  |  |
| --- | --- |
|  | La bonne présentation de votre entreprise joue un rôle essentiel dans sa réussite ou son échec. Il est crucial de connaître au maximum vos clients potentiels : qui sont-ils, ce qu’ils veulent (et ce qu’ils ne veulent pas) et leurs attentes. |

## Étude de marché

|  |  |
| --- | --- |
|  | Quel est votre marché cible ? (Quelle clientèle est la plus susceptible d’acheter vos produits ou d’utiliser vos services ?) Quelles sont les données démographiques ? Quelle est la taille de votre clientèle potentielle ?  Où se trouvent-ils ? Comment allez-vous leur faire savoir qui vous êtes, où vous vous trouvez et ce que vous avez à offrir ?  Si vous pensez que vous proposez un produit inédit, innovant ou qui n’est pas globalement disponible : comment savez-vous qu’il existe un marché pour lui, autrement dit, que des personnes sont prêtes à payer pour ce que vous avez à offrir ?  Prenez en considération le marché que vous tentez de pénétrer : est-il en croissance, en déclin, ou stagne-t-il ?  Quel pourcentage du marché pensez-vous être capable de gagner ? Comment allez-vous pouvoir augmenter votre part de marché ?  Remarque : vous pouvez inclure un graphique, comme le suivant, pour repérer les points clés concernant votre potentiel de marché en un coup d’œil. |

## Segmentation du marché

|  |  |
| --- | --- |
|  | Votre marché cible est-il segmenté ? Existe-t-il plusieurs niveaux au sein du même type d’entreprises, chacune proposant une offre différente en termes de qualité, de prix ou de gammes de produits ?  Cette segmentation de marché est-elle dominée par une zone géographique, des gammes de produits, des tarifs, ou d’autres critères ?  Dans quel segment de marché votre activité principale rentre-t-elle ? Quel pourcentage du marché total ce segment représente-t-il ? Quel pourcentage de ce segment votre entreprise va-t-elle atteindre ?  Remarque : un graphique en secteurs permet d’illustrer de manière idéale des relations d’un élément par rapport à un tout, tel que le pourcentage du marché cible qui rentre dans chaque segment principal. Pour modifier la forme des étiquettes de données, cliquez avec le bouton droit sur une étiquette, puis cliquez sur Modifier les formes d’étiquettes de données. |

## Concurrence

|  |  |
| --- | --- |
|  | Qui d’autre essaie de faire ce que vous essayez de faire ?  Décrivez brièvement plusieurs de vos concurrents les plus proches et les plus importants. Quelle est la part de marché de chacun d’entre eux ? Quelles sont leurs forces et leurs faiblesses ? Que pouvez-vous apprendre de la façon dont ils font des affaires, du point de vue des tarifs pratiqués, de la publicité et de leur approche marketing en général ? Comment envisagez-vous de les concurrencer ? Comment pensez-vous prendre le dessus sur eux ?  À quelle concurrence indirecte devrez-vous faire face, par exemple, la vente par Internet, les grands magasins ou les importations internationales ?  Comment allez-vous vous tenir informé des évolutions technologiques et des tendances qui risquent d’avoir un impact sur votre activité dans le futur ? |

## Prix

|  |  |
| --- | --- |
|  | Comment avez-vous développé votre politique de prix ?  Parmi les politiques de prix suivantes, laquelle est susceptible de correspondre le plus à votre activité ? Coût et prix de vente au détail, position concurrentielle, prix en dessous de ceux de la concurrence, prix au-dessus de ceux de la concurrence, fixation du prix du lot, limitation de la gamme de prix, prix basé sur la marge du coût de revient, ou une autre ?  Quelles sont les politiques de prix de vos concurrents et comment la vôtre est-elle comparable ? Vos prix sont-ils alignés avec les prix moyens du secteur ?  Comment allez-vous surveiller les prix et les frais généraux pour garantir que votre entreprise est rentable ?  Comment envisagez-vous de rester informé des évolutions au sein du marché afin de garantir que vos marges commerciales ne soient pas affectées négativement par des innovations ou la concurrence ? |

### Publicité et promotion

|  |  |
| --- | --- |
|  | Comment envisagez-vous de communiquer sur votre entreprise ?  Parmi les options de publicité et de promotion suivantes, laquelle vous offre la meilleure opportunité de développer votre activité ? Services d’annuaire, réseaux sociaux, publicité média (journaux, magazines, télévision, radio), publipostage, promotion par téléphone, séminaires et autres événements, publicité collective, commerciaux, bouche à oreille, autre ?  Comment allez-vous fixer votre budget publicitaire ?  Comment allez-vous effectuer le suivi les résultats de vos actions de publicité et de promotion ?  Allez-vous mettre en place des actions de publicité régulièrement ou allez-vous mener des campagnes saisonnières ?  Comment va se présenter l’emballage de vos produits ? Avez-vous effectué des études pour identifier le type d’emballage qui séduira vos clients ? Avez-vous effectué une analyse des coûts en rapport avec différentes formes d’emballage ? |

### Stratégie et mise en œuvre

|  |  |
| --- | --- |
|  | Maintenant que vous avez décrit les principaux éléments constitutifs de votre entreprise, vous souhaitez peut-être récapituler votre stratégie en ce qui concerne leur mise en œuvre. Si votre entreprise est naissante, donnez la priorité aux étapes nécessaires à l’ouverture de votre entreprise. Décrivez vos objectifs et la façon dont vous envisagez de les atteindre et dans combien de temps.  La planification est l’un des aspects les plus négligés, mais non moins essentiels, de votre plan d’activité, car elle vous permet de rester maître (autant que faire se peut) des événements et de la direction que prend votre entreprise. Quelles méthodes de planification allez-vous utiliser ? |

# Annexe

## Sources

### Présence de consommateurs de l'électronique hobby :

https://www.electronicdesign.com/analog/electronics-still-thrives-hobby

### Sondage sur les hobbyistes de l'électronique :

https://www.jameco.com/Jameco/workshop/inthenews/American-Electronics-Hobbyists.html

### Futur du "maker movement" (feat. la pdg d'Adafruit) :

https://www.electronicdesign.com/community-home/what-s-happening-maker-movement

### Futur du "maker movement" d'après SparkFun :

https://gigaom.com/2013/05/26/how-big-can-the-diy-and-maker-movement-get-sparkfun-wants-to-know/

### Infos sur Adafruit :

https://www.similarweb.com/fr/website/adafruit.com#referrals

### Sur Instructables :

https://www.similarweb.com/fr/website/instructables.com#overview

### E-commerce :

https://www.fevad.com/wp-content/uploads/2017/06/Chiffres-Cles-2017\_BasDef.pdf

## BNC

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Partenaires clés  Fabricants  Entreprise de livraison  Moyen de payement  Influenceurs  Hébergeurs | Activités clés  Vente  Recyclage  Création assistée de design | Proposition de valeur  Rapidité de livraison  Garantie de qualité  Ecoute client  Services annexes | | Relation avec le client  Forum  Réseaux sociaux  Influenceurs  Notation | Segments de clientèle  Hobbyistes  Makers  Ecoles  Entreprises |
| Ressources clés  Serveurs  Entrepôts  Composants | Canaux  Site web  Hébergeurs  Livraison |
| Structure de coûts  Plateforme, communication, transport, achat de biens, entrepôt | | | Flux de revenus  Hébergement de pub, revente des biens, abonnement | | |