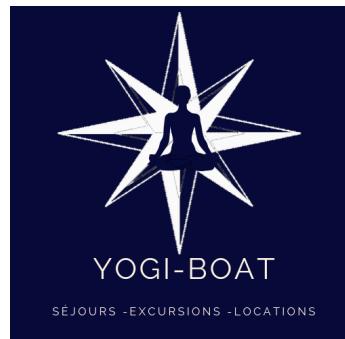




ALTMAYER Juliette

SAINZ Marion



# Business Plan

## Présentation projet : YogiBoat

---

# SOMMAIRE

I.	Présentation du projet.....	p2
II.	Créateur et associées.....	p5
III.	Notre offre.....	p9
IV.	Le marché .....	p13
V.	L'environnement.....	p16
VI.	La clientèle.....	p18
VII.	Le Mix Marketing : la stratégie de l'entreprise.....	p22
VIII.	Le dossier financier.....	p36
	1) Détails des prestations.....	p36
	2) Plan de financement.....	p37

## I. Présentation du projet

Vous ressentez le besoin de vous ressourcer mentalement et physiquement ? Vous recherchez une évasion originale, loin de votre routine quotidienne ?

Bonne nouvelle : vous l'avez trouvé !

Rejoignez Yogi-boat, une *Retreat-Yoga* sur un bateau à voile, l'expérience unique sur la Côte d'Azur pour développer votre pratique du yoga et votre esprit aventureux tout en découvrant les richesses naturelles, culturelles et patrimoniales du bord de mer. Voyagez la vie en bleue pendant une après-midi ou plusieurs jours à bord de nos navires. Que vous veniez en famille, entre amis, en couple ou encore en solo, nous avons des activités faites pour vous.

Notre agence réceptive se spécialise dans la création de séjour *retreat yoga* à bord d'un voilier. Notre entreprise propose de personnaliser chaque aspect du séjour. Notre offre s'adresse aussi bien aux entreprises, à travers des excursions team building (ou autres), qu'aux particuliers souhaitant allier yoga et voilier en découvrant la Côte d'Azur au sein d'une expérience saine, divertissante et culturelle. En plus de cette activité, nous proposons la gestion de voilier de particuliers ainsi que la location de nos navires pour des balades en journée ou en soirée.

Notre objectif est de faire découvrir à nos passagers la beauté de la côte méditerranéenne tout en instaurant une routine bien-être, saine et sportive emplie d'explorations aussi bien naturelles qu'historiques et culturelles. Une aventure humaine pour apprendre les multiples bénéfices de la pratique du yoga et du style de vie qui l'accompagne. Qu'il s'agisse d'une initiation ou d'une expérience pour les plus confirmés, le niveau de yoga s'adapte aux clients et aux demandes.

Nous sommes pleinement conscients des différents enjeux environnementaux qui règnent aujourd'hui sur le territoire marin et nous nous engageons à réduire son impact sur cette belle nature encore préservée. Pour cela, une crème solaire non-nocive pour les fonds marins sera distribuée à nos invités.

## **Forme juridique de l'entreprise**

Concernant la forme juridique de l'entreprise YogiBoat, celle-ci sera une Société par Action Simplifiée (SAS) en raison des avantages qu'elle présente pour la création d'entreprise. Le projet réuni en effet plusieurs entrepreneurs et les dirigeants sont assimilés salariés. De plus, le fonctionnement de la Société par Action Simplifiée, bénéficie d'un encadrement léger par le code de commerce, permettant à YogiBoat de bénéficier d'une liberté avantageuse pour manier son fonctionnement. Toutefois, un président doit tout de même être obligatoirement nommé. Dans le cas présent, la présidente sera Marion Sainz mais la direction de l'entreprise sera aussi accompagnée par Juliette Altmayer et Humay Huseynova, les associées. Notre objectif étant aussi d'élargir l'entreprise à l'avenir, cette forme juridique permet d'ajouter des associés, sans limitation.

En effet, ce qui nous intéresse dans cette forme juridique est non seulement le fait que la responsabilité est limitée aux apports, mais aussi qu'il n'y a aucun capital social minimum et que le patrimoine est propre à la société. Enfin, le calcul des charges sociales du dirigeant est réalisé sur les rémunérations.

## **Siège social et objet social de l'entreprise**

Quant à son siège social, YogiBoat le possédera au port de la ville de Nice, dans nos bureaux physiques et proche de ses bateaux.

Enfin, l'objet social de YogiBoat est une agence de voyages, mais aussi billetterie, organisation, vente d'excursions et de voyages et de séjours et tous services se rapportant à l'activité, ainsi que toutes opérations de locations de bateaux, création d'événements et gérance de bateaux de particulier. De plus que tout autre activités industrielles, commerciales et financières, mobilières et immobilières se rattachant directement ou indirectement à l'objet, ou à tous objets similaires ou connexes.

## **Capital social**

Le capital social correspond aux sommes d'argent ou de biens que le président et ses associés sont prêts à mettre à disposition de l'entreprise. Dans le cas d'une SAS, ces apports possibles peuvent être des apports en numéraires et en nature, mais aussi en industrie. Ainsi, dans le cas de YogiBoat, un apport en nature sera fait par Marion Sainz d'un bateau, le Vieux Grément, qu'elle a reçu en héritage familial. Quant à Juliette Altmayer et Humay Huseynova, elles réaliseront un apport numéraire.

## **Motivations**

Ce projet de création d'entreprise, dénommée YogiBoat, a été poussé par une motivation d'encourager un tourisme instructif et sain pour les individus, tout en étant le plus respectueux possible envers l'environnement et les cultures locales. Les associées de YogiBoat pensent sincèrement que la connaissance permet d'être plus conscient du monde qui nous entoure. De plus, les valeurs de partage et de bienveillance sont omniprésentes dans le projet, permettant à chacun de vivre une expérience humaine, culturelle, sportive, terrestre, maritime, saine.

Juliette est passionnée d'aventure et Marion du monde marin : les deux amies ont alors souhaité combiner leurs centres d'intérêts pour faire partager leur expertise au plus grand nombre.

## **Taille de l'entreprise**

Au lancement de l'entreprise, celle-ci comptera 3 employées. Toutefois, à moyen terme, elle prévoit de s'agrandir et donc d'augmenter sa taille et son nombre d'employés.

## **Objectifs**

Les objectifs de YogiBoat sont de faire perdurer l'entreprise et de parvenir à une notoriété mondiale. Toutefois, elle souhaite principalement satisfaire les besoins de toutes les clientèles, de tous types de touristes grâce à un service entièrement personnalisable. YogiBoat désire que ses consommateurs puissent, l'espace d'un instant, s'évader de leur quotidien et goûter la sensation de liberté, entre terre et mer.

## **Mon entreprise dans 10 ans**

Nous imaginons YogiBoat avec une belle position sur le marché dans 10 ans, étant capable de suivre les évolutions de la société et de s'adapter aux besoins et attentes des consommateurs. En conséquence, les employés aimeraient exporter YogiBoat et leur expertise à l'étranger, pourquoi pas dans les îles indonésiennes ou caraïbes (où de nombreux touristes ayant les moyens financiers, sont présents). Cette idée ne sera réalisable que si l'entreprise fleurit correctement dans la ville de Nice.

Cela signifie donc que YogiBoat prévoit de s'agrandir, de gagner des parts de marché à l'international. Grâce à son offre flexible à l'infini, l'entreprise peut évoluer en fonction des habitudes de consommations ; si besoin, elle peut choisir de voyager avec un bateau qui consomme moins et est plus respectueux de l'environnement ou encore varier ses activités.

## II. Créateurs et associées

YogiBoat est donc une création d'entreprise et nous envisageons de travailler en équipe, dans le secteur économique du tourisme. La zone géographique se trouve autour de la ville de Nice, dans le département des Alpes-Maritimes.

Nous sommes :



Juliette ; amoureuse de la nature et professeur de Yoga diplômée Brevet d'état. Elle a pratiqué sa discipline dans le monde entier. C'est en effet une grande aventurière, elle revient dans sa région remplie d'idées qu'elle pourra mettre à disposition pour ce projet.



Marion ; passionnée de la voile et du monde marin. Elle a participé à de nombreuses régates et détient elle-même un voilier. C'est avec passion qu'elle se lance dans l'aventure YogiBoat. Avec les connaissances de sa région, elle saura proposer des itinéraires adaptés à chaque client.



Humay ; ancienne expert-comptable, elle sera la clé de voûte de l'aventure YogiBoat. C'est une sportive aguerrie qui adore les challenges.

Toutes les trois se sont connues lors d'échanges sportifs au moment de leurs études. Juliette et Marion ont réalisé un Master Tourisme tandis que Humay détient un Master en Comptabilité. Elles se sont liées d'amitié et ont commencé à réfléchir à l'aventure YogiBoat il y a un an.

Le nom de la présidente est donc Marion Sainz, avec comme associées (assimilées salariées) Juliette Altmayer et Humay Huseynova.

### **Qualifications nécessaires :**

- Brevet de secourisme
- Professeur de Yoga diplômée
- Permis bateau (skipper professionnel)

### **Formations**

Les 3 employées de YogiBoat possèdent toutes une formation leur permettant d'assurer la bonne gestion de l'entreprise. Tout d'abord, YogiBoat pourra bénéficier des compétences de Skipper de Marion ainsi que de ses nombreux stages et expériences professionnelles passées dans des agences de voyage maritime. De plus, elle possède un solide BTS Tourisme lui apportant les compétences théoriques nécessaires pour manager une entreprise touristique de la sorte. De plus, ses voyages lui ont aussi apporté la maîtrise de 4 langues étrangères.

Quant à Juliette, elle possède un diplôme de professeure de yoga, dont les clients intéressés par cette pratique pourront bénéficier tout au long de leur séjour *retreat*. De nature sportive, elle regorge d'idées d'activités à réaliser en extérieur. De plus, sa volonté d'évoluer dans un tourisme bien-être / nature / aventure se montrera essentielle pour la construction d'itinéraires et pour encadrer les groupes durant leurs activités. Elle aussi a suivi une formation dans le secteur économique du tourisme grâce à son Master Tourisme et a pu acquérir de nombreuses compétences. Enfin, elle a eu l'occasion de voyager dans de nombreux pays aux 4 coins du monde et a ainsi pu collecter de nombreuses stratégies touristiques différentes ainsi que la maîtrise de 4 langues étrangères.

Enfin, Humay possède un Master en compatibilité. De plus, elle provient de l'Azerbaïdjan, ce qui lui rapporte un regard neuf et précieux sur le tourisme. Enfin, elle parle 5 langues étrangères, pouvant donc répondre à de nombreuses clientèles différentes.

### **Atouts utiles pour le projet**

YogiBoat possède de nombreux atouts facilitant la création de l'entreprise comme l'existence de contacts dans la région, mais aussi dans le pays et même à l'étranger. Elle peut donc inviter de nombreux clients différents afin de tester leur service et de rapporter, dans leur pays, les bienfaits d'une retraite yoga en bateau. Grâce aux expériences professionnelles passées des associées sur ce projet, elles possèdent des compétences riches et indispensables ainsi que des sources d'inspiration diverses. Pour terminer, leur connaissance de la région (et de la gestion et l'entretien d'un voilier) assurera une promotion du territoire très efficace, sur des outils traditionnelles de communication mais aussi à travers les réseaux sociaux. En effet, toutes trois sont des milléniaux, génération se situant entre les baby-boomers et les digital native. Elles se doivent donc de pouvoir s'adresser à tous les âges.

### **Répartition du capital social entre associés :**

Nom	Prénom	%
Altmayer	Juliette	40%
Sainz	Marion	40%
Huseynova	Humay	20%
Total		100%

### **Obligations juridiques particulières à l'exercice de cette activité :**

Les activités touristiques que nous souhaitons réaliser au sein de YogiBoat demande plusieurs obligations juridiques particulières (elles sont majoritairement liées à la création d'une SAS), qui sont les suivantes<sup>1</sup> ;

- Immatriculation au Registre des opérateurs de voyages et de séjours, auprès de l'Agence de développement touristique de la France
- garantie financière
- Assurance de responsabilité civile professionnelle
- Demande d'immatriculation au Registre des opérateurs de voyages et de séjours (ROVS)
- Formulaire P0 et P EIRL
- Déclaration d'affectation
- Déclaration de non-condamnation pour l'entrepreneur
- Mention d'informations;
  - mentionner son immatriculation au Registre des opérateurs de voyages et de séjours dans son enseigne, dans les documents remis aux tiers et dans sa publicité.
  - mentionner le nom ou la raison sociale et la forme juridique de son entreprise, son numéro d'immatriculation, le nom et l'adresse de son garant

---

<sup>1</sup> Les informations qui suivent proviennent du site internet suivant : <https://www.jurisexpert.net/cadre-juridique-applicable-aux-agents-voyage/> et <https://www.lecoindesentrepreneurs.fr>

et de son assureur dans sa correspondance, dans ses documents contractuels et, le cas échéant, sur son site internet.

- Sur les documents non contractuels ou publicitaires, l'agent doit faire figurer le nom et l'adresse de son entreprise et son numéro d'immatriculation.
- reproduire les dispositions des articles R211-3 à R211-11 du Code du tourisme sur ses brochures et contrats de voyages.
- Contrats de vente de voyages et de séjours
- Respect des règles relatives aux contrats conclus à distance
- Obligation d'informations précontractuelles
- Obligations en cas d'imprévu
- Visites guidées de musée et monuments historiques; Pour proposer l'organisation de visites guidées dans les musées de France et les monuments historiques, l'agent de voyage doit utiliser les services de personnes qualifiées titulaires de la carte professionnelle de guide-conférencier

### III. Notre offre

L'offre YogiBoat est variée, diversifiée mais surtout très riche; sa valeur ajoutée se situe dans des services personnalisables (presque) à l'infini, en fonction des désirs du client. La connaissance parfaite du territoire permet aux associées de proposer des itinéraires et activités variés, adaptés à chaque clientèle. Il s'agit de son atout principal.



## LES SÉJOURS SUR-MESURE

Nos séjours et excursions sont tournés sur le yoga et le bien-être. En effet, de nombreuses activités vous permettront de mêler les techniques de Yoga à l'apprentissage de la voile mais aussi à la découverte de la Côte grâce à nos coach passionnés. Les séjours sont personnalisables et modifiables.



**La location de bateaux**

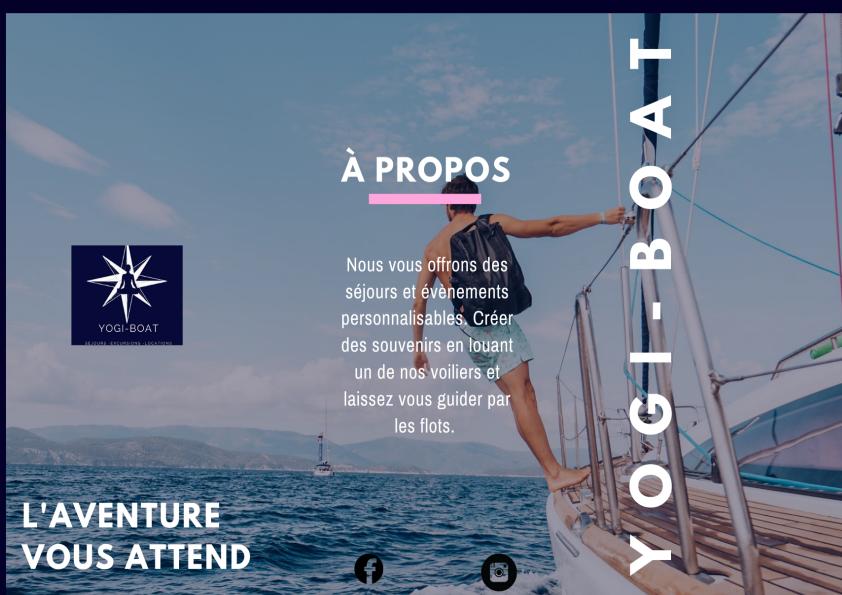
Que vous soyez novice, expert ou que vous souhaitez simplement profiter d'un moment détente en bateau avec ou sans skipper. Il est possible de louer les bateaux à l'heure, journée, demi-journée ou semaine. Les plus chevronnés pourront louer le bateau sans coach après avoir passé quelque instant en mer avec un de nos skipper.



## LES ÉVÈNEMENTS ENTREPRISES

Sortie courte, team building, régate, coaching yoga/ voile ou encore soirée , faites profitez vos collaborateurs ou vos coéquipiers d'un moment de cohésion qui saura booster leur productivité. Qui a dit que l'environnement professionnel devait être constamment si sérieux ?.





## À PROPOS

Nous vous offrons des séjours et événements personnalisables. Créez des souvenirs en louant un de nos voiliers et laissez vous guider par les flots.

## L'AVENTURE VOUS ATTEND



**YOGI-BOAT**

www.yogi-boat.com



Ainsi, l'offre est partagée en quatre catégories :

## **1/ Séjours et excursions**

Nos séjours et excursions sont tournés sur le yoga et le bien-être. En effet, de nombreuses activités vous permettront de mêler les techniques de Yoga à l'apprentissage de la voile mais aussi à la découverte de la côte méditerranéenne grâce à nos coach passionnés. Les séjours sont personnalisables et modifiables mais nous avons confectionné deux trajets principaux pour vous guider dans l'élaboration de votre expérience. Vous retrouverez des exemples de séjours (en 3 jours et en 6 jours) à la fin de ce dossier.

Le premier exemple de trajet suit cet itinéraire : Nice à Monaco à Menton à San Remo à Eze à Nice.

Le second exemple de trajet suit cet itinéraire : Nice à Saint Jean Cap Ferrat à Cannes à Théoule-sur-Mer à Iles de Lérins à Antibes à Nice.

## **2/ Team Building & événementiel**

Sortie courte, team building, régate, coaching yoga/ voile ou encore soirée, faites profitez à vos collaborateurs un moment de cohésion qui saura booster leur productivité.

Pour les groupes entreprises qui recherchent la cohésion, nous avons des sorties yoga/ bateau ou régate qui ne pourront qu'améliorer le bien-être des équipes et accroître leur esprit d'équipe. Pour finir les séminaires et épater tous vos collaborateurs, rien de mieux que nos soirées sur l'eau au couche du soleil, un cadre exceptionnel pour une soirée mémorable.

## **3/ Gestion de voilier**

Nous confier votre voilier vous garantit l'obtention d'une place de port à l'année. C'est aussi l'assurance d'avoir des utilisateurs confirmés, ainsi qu'un équipage et des skippers qui accompagneront les locataires et prendront soin de votre bateau. Nous nous chargeons également de la surveillance et propreté de votre bien.

## **4/ Location de voilier**

Que vous soyez novice confirmé ou simplement souhaitez profiter d'un moment détente en bateau avec un skipper, nous louons nos bateaux pour vos sorties. Il est possible de les louer à l'heure, journée, demi-journée ou semaine.

### Pour réserver

C'est simple, il vous suffit de vous rendre dans la rubrique location de notre site. Les différents bateaux apparaîtront selon les filtres que vous aurez choisis : créneaux de réservation, horaires de navigation, type de bateau... Il vous suffira de renseigner vos coordonnés et de payer en ligne. Notre équipe vous contactera pour vous donner plus d'informations.

Les locations incluent équipements, assurance, carburant et nettoyage, pour vous assurer une navigation l'esprit léger.

### Les bateaux :

Dans un premier temps nous avons l'intention d'investir dans trois bateaux. Parmi eux nous aurons un **semi-rigide**, il permettra de se déplacer dans le port, mais aussi de coordonnées et accompagner les régates.



Nous investirons dans un **voilier** que nous utiliserons pour les *retreat* yoga. Il devra pouvoir accueillir 6 personnes avec des cabines séparés, un espace cuisine et salle de bain mais aussi un pont suffisamment large pour réaliser les séances de yoga. Le First 53 est un voilier luxueux, à l'intérieur moderne et confortable qui permettra de rassurer les clients quant à la crainte de manque de confort.





Nous compléterons notre offre avec un **voilier de haute mer** qui pourra être également utilisé pour les séjours des particuliers ainsi que pour les soirées et sortie pour les groupes entreprises. Le ponton pourra accueillir les buffets de nos partenaires traiteurs ainsi que le matériel d'un *DJ*.

Par exemple, nous proposons un exemple de séjour court pour un week-end prolongé (3 jours), ainsi qu'un autre plus long (6 jours) dans une plaquette distribuée précédemment. Cependant, encore une fois, ces séjours sont personnalisables et varient donc à chaque fois.

## IV. Le marché

Un frein possible à la mise en œuvre de notre idée peut être la concurrence. Toutefois, nous nous sommes assurées au préalable qu'il n'existe aucune entreprise de ce type dans la région, mêlant voilier et yoga dans des séjours marins de découverte du territoire.

L'offre présente sur le marché de l'agence réceptive et évènementiel est principalement personnalisable, chaque offre propose une base à laquelle il est possible d'ajouter des services supplémentaires. Ils nous a donc été délicat de recueillir de l'information concernant les prix pratiqués par nos concurrents. Aucun des produits sur le marché ne présentent l'aspect éducatif et sportif comme on peut le retrouver à travers la découverte de la voile et du yoga.

Tableau de synthèse :

<i>Nom</i>	<i>Implantation</i>	<i>Produits Services</i>	<i>Prix moyen</i>	<i>Avantages concurrentiels</i>	<i>Points négatifs</i>
Arthaud Yachting	Cannes	Location yacht charter + évènement	Sur devis	Localisation Antériorité Référence Flotte importante	
Nice Boat Tour	Nice	Location de bateau avec un skipper Excursions en bateaux sur la Côte d'Azur Tours tout inclus demi-journée, journée, personnalisés	650€	Localisation Antériorité Avis Connaissance du territoire	Visibilité sur internet
GlobeSailor.fr	Monde	Location bateau : - croisières cabines - croisières privatisées Moteur de recherche des bateaux Conseils Personnalisés	820 19000 EUR	- 10 ans d'expertise Reconnu Choix de bateaux large	Faible connaissance du terrain

Clickandboard.com	Monde	Location de bateaux particuliers et professionnels Moteur de recherche des bateaux Service conciergerie Annonces gratuites pour les propriétaires de bateau	700 - 8667 €	Grand choix de destinations et de bateaux Grande expérience Application mobile	Faible connaissance du terrain
All is Event	Nice	MICE -évènements Conseils en communication Relation Presse Stratégie Marketing	Sur devis	Notoriété Expérience Personnalisation Connaissance du terrain	
Azure Riviera Events	Nice siège à Colmar	Voyage d'affaires, incentive, activités autour de la cohésion d'équipe, du renforcement de l'image et du relationnel clients	Sur devis	Personnalisation Grand choix de services Grande expérience Notoriété	Mauvais référencement sur le net
Odyssée Verticale	Nice	MICE –évènements Activités outdoor individuels Travaux acrobatiques aménagement de sites Animations soirées	Sur devis	Expérience Large choix de destinations mondiales	
Barracuda Events	Nice	MICE –évènements Activités outdoor individuels Travaux acrobatiques aménagement de sites Animations soirées	Sur devis	Présent sur toute la côte de Marseille à Monaco	
Ekypage	Monaco	MICE – évènements Service outgoing Service réceptif Team building Soirées	Sur devis	Grande expérience Notoriété	



De nombreux concurrents indirects sont présents sur la Côte d'Azur, mais aucun ne correspond à la structure sur lequel nous travaillons. Il est pour la plupart de ces concurrents difficiles d'avoir des informations sur la politique de prix pratiquée étant donnée l'aspect personnalisable de chaque produit.

## V. L'environnement

Environnement de l'activité	Dispositions à mettre en œuvre
<p><b>Les principales contraintes du projet :</b> sont des contraintes organisationnelles. Il faudra une équipe qui communique tant au niveau opérationnel sur le terrain qu'organisation en amont .</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Établissement d'un processus de prise en charge de chaque client et prospect.</li> <li>- Bureau en open space pour pouvoir parler sur les projets en cours.</li> <li>- Une plateforme CRM permettant de mettre en commun toutes les informations et les dossiers.</li> </ul>
<p><b>Contraintes de moyens :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Moyens financiers importants</li> <li>- Moyens matériels</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les moyens dont nous disposons étant limités à nos apports personnels, nous comptons faire la demande de subvention.</li> <li>- Un prêt à la banque sera également contracté</li> <li>- Un partenariat avec des marques et influenceurs est envisagé.</li> </ul>
<p><b>Les contraintes du marché :</b>  Le marché de l'événementiel et de la location de bateaux proche de la saturation</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se démarquer grâce à notre offre unique</li> <li>- Proposer une offre variée</li> <li>- Des produits personnalisables de qualité</li> </ul>
<p><b>L'environnement économique et social :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Propice à l'implantation d'entreprise appartenant au secteur du tourisme. Au niveau régional, on observe d'ailleurs que le tourisme est une manne économique inconditionnelle.</li> <li>- Le e-tourisme ainsi que le m-tourisme ont désormais également fait leur place. La location de bateaux se fait majoritairement entre particuliers.</li> </ul>	<p>On trouve donc une opportunité en proposant la gérance des bateaux à des particuliers. C'est un marché en évolution attendant de nouvelles innovations pour s'étendre. C'est une offre qui viendra après l'implantation, une fois l'entreprise lancée.</p> <p>De plus, notre site sera adapté au mobile et permettra de l'utiliser sur n'importe quel appareil connecté.</p>

<p><b>Les réglementations professionnelles :</b> concernent davantage le contenu des prestations proposées (informations obligatoire sur les contrats etc.)</p>	<p>L'équipe sera enclue à réaliser une veille constante. elle se mettra ainsi à jour sur le plan législatif.</p>
<p><b>Contraintes légales :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- L'immatriculation délivrée par Atout France,</li> <li>- La responsabilité civile professionnelle,</li> <li>- Justifier d'une garantie financière,</li> <li>- Assurance des bateaux</li> <li>- Justifier d'aptitudes professionnelles pouvant être une expérience ou diplôme dans le domaine du tourisme</li> </ul>	<p>Il est important réaliser une veille quant à la réglementation et de la location de bateaux et la gestion d'agence touristique</p>
<p><b>L'environnement socio-culturel :</b></p> <p>Le voyage fait partie des mœurs. Les français ont un budget vacances qui augmente d'année en année. Le nautisme et la location de bateaux de particulier à particulier s'est développé grâce aux plateformes de type collaboratives facilitant la mise en relation entre loueur et particulier.</p> <p>Les événements MICE ont pris une place importante dans la vie d'une entreprise mais sont très sensibles aux crises .</p>	<p>Il faut tout de même se rendre compte des crises en cours. Qu'elles soient d'ordre économique, géopolitique ou environnemental. Des mesures et plans d'actions devront alors être apportés lors de situation difficile</p>
<p><b>L'environnement technologique :</b></p> <p>Il ne sera un frein à notre démarche que si nous décidons d'internaliser certaines actions sur internet.</p>	<p>Ce dernier est également à surveiller même si l'entreprise n'est pas en contact direct avec ce secteur. Il est important d'effectuer une veille concernant les tendances à suivre tant au niveau marketing que sur le e-commerce.</p>

## VI. La clientèle

### Présentation des clients et caractéristiques de la demande

La clientèle visée par l'entreprise YogiBoat est, tout comme les services proposés, diverse. En effet, ce sont tout aussi bien les particuliers que les professionnels (entreprises) qui caractérisent notre demande. Cette dernière est donc suffisante car concerne une grande partie de la population, que les individus agissent dans le cadre personnel de réservation de leurs vacances, ou bien lors d'un événement professionnel (team building, soirée...). De cette manière, les clients participant à un séjour YogiBoat auront peut-être le désir de réaliser des activités avec l'entreprise mais au niveau de leur entreprise la prochaine fois, ou vice-versa.

Ainsi, nous allons extraire les conclusions principales de l'étude de marché que nous avons mené précédemment.

La clientèle de YogiBoat est assez aisée financièrement, possédant un revenu conséquent leur permettant de partir en vacances. Ce sont donc majoritairement des "cadres" ou de "professions intellectuelles supérieures". Toutefois, de nombreux autres critères (autres que la catégorie socio-professionnelle) entrent en compte, tel que l'environnement des individus (plus ou moins habitués au voyage) par exemple. Puisque les services proposés par YogiBoat (particulièrement les séjours) sont centrés sur le bien-être mais aussi le sport, ce sont principalement des personnes âgées entre 20 et 55 ans qui seront intéressées par notre offre, et majoritairement des femmes. En effet, ces dames (mais aussi les hommes), peuvent se regrouper entre ami(e)s, en solitaire ou en couple pour une aventure inoubliable sur les flots.

Le budget que ces individus sont prêts à accorder pour leurs vacances est important puisqu'il représente presque 3% des dépenses de consommation des français et les dépenses de vacances représentent environ 5% de l'ensemble des ressources du ménage. Ainsi, un ménage va dépenser environ 1 900€ par an pour s'offrir des vacances, ce qui correspond à environ 655€ par séjour et par unité de consommation (=par personne). Bien sûr, il s'agit ici de moyennes: avec la domination de l'hyperpersonnalisation des séjours touristiques dans les choix des consommateurs pour leur voyage, le budget varie.

Même si la clientèle sera dans un premier temps, majoritairement française, nous avons l'intention d'étendre la demande afin d'atteindre d'autres pays car l'Europe, et particulièrement la méditerranée, est très attractive.

## **Les attentes de la clientèle**

Les habitudes de consommation des individus évoluent progressivement avec une tendance centrée sur l'importance grandissante accordée au bien-être. Dans le monde entier, les consommateurs désirent prendre soin d'eux en se tournant vers la nature, les loisirs sportifs... En parallèle, le yoga est une pratique centrale dans les habitudes de consommation des individus, qu'il importe d'où ils proviennent. C'est la raison pour laquelle nous avons décidé de la placer au cœur de notre offre. Ce secteur économique est très prometteur et continue de croître.

En conséquence, nous comptons répondre aux besoins de détente des consommateurs, afin qu'ils puissent échapper à leur routine professionnelle tout en découvrant la région Méditerranéenne sainement. YogiBoat invite à la découverte du paysage terrestre et marin, de la gastronomie du Sud de la France, de la culture et du patrimoine, des nombreux sports et loisirs réalisables dans la région, mais aussi de soi-même. De plus en plus, les individus ont besoin de se consacrer du temps précieux pour ces choses-là. En sociologie ou en psychologie, il est régulièrement annoncé que les individus cherchent pendant leurs vacances à échapper au stress de leur vie quotidienne. Notre offre avec Yogi-boat est centrée sur cela ; en réservant avec notre entreprise, le client souhaite avoir l'occasion de se détendre, de prendre soin de lui et de prendre son temps ; choses qui sont parfois impossible à faire durant la routine quotidienne. Le besoin de prendre des vacances s'est développé dans le temps jusqu'à devenir un véritable mode de vie en France. On constate que sur 10 français venant passer un séjour sur la Côte d'Azur, 3 proviennent de Paris. Ainsi, on peut en conclure que vivre et travailler quotidiennement dans une grande ville peut nourrir l'existence du besoin de se ressourcer dans une destination plus décontractée.

YogiBoat se situe donc sur le marché du loisir, mais l'entreprise est bien plus que cela : elle permettra aux clients de mieux comprendre leur intérieur, afin d'explorer l'extérieur en toute sérénité et cohérence. Le marché est tout aussi bien local, que régional, national et international dans l'idéal. Les frontières ne constituent pas une limite. Toutefois, dans un premier temps, YogiBoat se concentrera (dans sa stratégie) à une échelle réduite, avant de s'étendre progressivement.

Concernant les entreprises plus précisément cette fois-ci, qui seraient intéressées par l'offre délivrée par YogiBoat, elles sont réparties sur tout le territoire national, mais aussi international. Toutefois, s'il s'agit simplement d'une soirée ou d'une journée team building, il est probable que la demande provienne principalement et majoritairement de la France, et même de la région. Ces entreprises, et professionnels, doivent posséder un chiffre d'affaire

assez élevé pour offrir à ses salariés l'occasion de réaliser ces activités. Les bienfaits de ces derniers sont de plus en plus répandus.

En conclusion, le volume de la demande promet d'être conséquent : l'offre est en effet pensée pour répondre aux besoins de tous. De plus, cette demande promet d'évoluer positivement ; la Côte d'Azur étant une destination réputée pour passer ses vacances et reconnue dans le monde entier avec plus de 70 millions de nuitées en 2018. La fréquentation étrangère grandit elle aussi. A propos de l'offre professionnelle: en 2017, on observe que l'activité MICE (Meetings, Incentives, Conventions, Events), comprenant les team buildings, progresse de 3,8% par rapport à l'année précédente.

#### **Type de clientèle :**

<b>TYPE CLIENTÈLE</b>	<b>% CA</b>
<i>Consommateur individuel séjour</i>	20%
<i>Entreprise</i>	50%
<i>Propriétaire de voilier</i>	10%
<i>Consommateur individuel location</i>	20%

Chaque type de clientèle possède des attentes particulières mais chaque consommateur s'attend à un service de qualité, irréprochable et se déroulant dans les normes de sécurité. Il s'agit là du minimum demandé.

Concernant les consommateurs individuels, ils veulent pouvoir se détendre et se divertir, en profitant du cadre majestueux non seulement du paysage méditerranéen, mais aussi du voilier sur lequel ils voyagent. Leur motivation d'achat principale est la sensation de liberté et de détente que les individus espèrent ressentir au moment de l'activité. On peut aussi imaginer que dans leurs habitudes, ils sont plutôt aventureux, sportifs et adeptes du yoga, d'où leur attrait pour YogiBoat. Ils seront peut-être plus fluides et flexibles dans leurs comportements et attentes.

Alors que les entreprises, elles, désirent un service professionnel et irréprochable comme ils réservent l'offre dans un cadre de travail et non de loisir. Enfin quant à eux, les propriétaires de voilier souhaitent que les employées de YogiBoat prennent soin de leur bien et s'attendent à retrouver leur bateau dans le même état qu'ils l'ont laissé. Comme le type de clientèle précédent, ils seront intransigeants.

Toutefois, il existe des périodes de saisonnalité pour tous les types de clientèle car le fait même d'utiliser des voiliers comme service central présente certaines contraintes au niveau de la météo notamment. En plus de cela, les consommateurs individuels et entreprises sont plus enclins à effectuer une réservation lorsque le temps le permet et est doux, ensoleillé et agréable puisque le service est réalisé à l'extérieur. En conséquence, ce sera donc principalement l'été (ainsi qu'une partie du printemps et de l'automne) qui connaîtra le plus de clients.

## VII. Le Mix Marketing: la stratégie de l'entreprise

### Le positionnement

L'entreprise Yogi-Boat propose des services exclusifs, originaux et uniques sur la Côte d'Azur ; contrairement à ses concurrents, il ne s'agit pas simplement d'un séjour en voilier, mais bien d'une véritable expérience culturelle, sportive et humaine. En plaçant le yoga au cœur de son positionnement « bien-être », Yogi-Boat se différencie sur le marché. De plus, la possibilité de personnaliser les séjours et activités en fonction des désirs des consommateurs la rend abordable à une clientèle diversifiée ; il s'agit d'une véritable valeur ajoutée.

Ses services variés lui permettent d'atteindre aussi bien des particuliers (loisirs) que des professionnels (business), ainsi que des propriétaires de bateaux cherchant un gestionnaire pour prendre soin de leur bien. Ainsi, Yogi-Boat se positionne sur une grande partie du marché du bateau sur la Côte d'Azur.

Le contenu symbolique des services proposés tient aussi une place importante dans le positionnement choisi par l'entreprise. Comme nous l'avons précédemment démontré, la valeur immatérielle attribuée aux séjours *retreat* permet de se démarquer.

De plus, tout au long de son fonctionnement et de ses activités, Yogi-Boat accorde une grande importance à la relation directe avec la nature en réduisant au maximum sa consommation d'énergie ; le consommateur doit se sentir ressourcé physiquement et psychologiquement.

Cela fait partie d'une des promesses apportées à l'acheteur ; sortir de leur routine quotidienne (principalement urbaine) tout en prenant soin de soi et découvrir les richesses de la Côte d'Azur. La Yoga s'est notamment répandu ces dernières années en France et notamment dans la région Sud pour prévenir ou guérir le stress donc en apprenant à mieux se connaître pour répondre à ses besoins ; cette pratique est analysée comme une médecine. Cela doit rejoindre les valeurs véhiculées par l'entreprise ; l'esprit zen, vivre au rythme des vagues et du soleil.

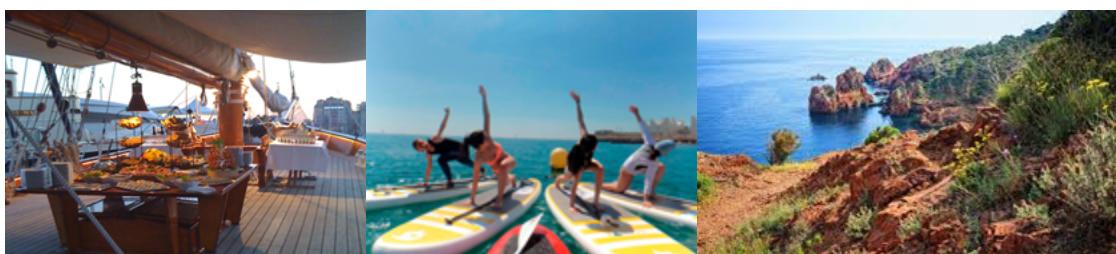
La différence et l'apport spécifique au consommateur repose donc sur cette image de bien-être en lien avec la nature.

### 1. Politique produit

La caractéristique de nos produits par rapport à ceux de nos concurrents et sans aucun doute le mélange entre découverte du territoire par voie maritime et le sport avec la navigation via des voilier et séance de yoga au plus près de l'eau.

De plus, nous offrons des séjour et évènement personnaliser, nos prestataires sont des locaux qui connaissent bien leur territoire et territoire. Les options disponibles sont donc presque infinies car elles s'adaptent à chaque demande (qu'il s'agisse des traiteurs, DJ, animateurs ou guide touristique et culturel...).

Tout d'abord, si l'on s'intéresse aux **séjours et excursions** pour les clients loisirs se focalisant sur une expérience entre terre et mer, fondée autour du yoga, le service rendu devra être parfaitement organisé pour que les clients profitent pleinement de leurs vacances. En conséquence, un certain professionnalisme de la part des employés de Yogi-Boat et de ses partenaires (hôtels, restaurants, intervenants et professeurs de yoga...) est attendu. Les consommateurs souhaiteront être accompagnés et guidés à chaque étape de leur séjour ou de leur événement afin de recevoir le meilleur service possible : le client devra être au cœur des démarches et ses demandes devront être satisfaites. Il va s'attendre à une fiabilité sans faille du personnel. Il ne s'agit pas de cours sportif banaux ; une valeur est ajoutée ici par le cadre et l'environnement dans lequel il sera réalisé.



Notre agence propose aussi la réalisation **d'événements professionnels**. Pour les salariés ou gérant d'entreprise souhaitant organiser un événement, YogiBoat assurera un gain de temps considérable.

Ensuite nous offrons un service professionnels, c'est cela qui nous différencie des agences venant d'une autre région qui n'ont pas les mêmes relations avec les prestataires locaux que nous. Nous connaissons en effet parfaitement notre territoire, nous pourrons donc répondre à la moindre demande de nos clients.

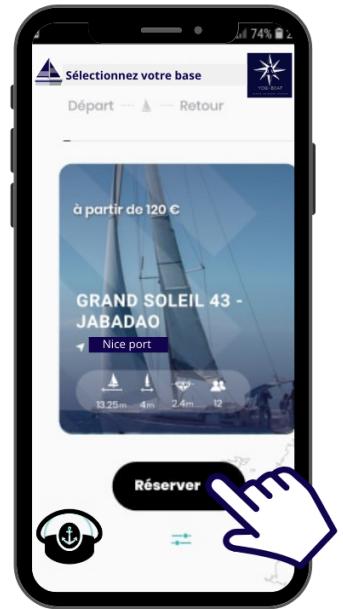
L'aspect dépaysant et distrayant des évènement est également un point que nos groupes trouveront en participant à un évènement organisé par nos soins.



Ensuite YogiBoat propose la **location de bateaux** pour les particuliers. Concernant les caractéristiques de celui-ci, les consommateurs s'attendent à avoir un bateau en très bon état de fonctionnement, confortable tout en se sentant en sécurité tout au long de leur réservation ; du paiement jusqu'à l'expérience. En conséquence, dans leur esprit, des produits et services auxiliaires seront à leur disposition afin de rendre leur location fluide (comme une carte de la Côte Méditerranéenne, des rafraîchissements...).

La location de bateaux, qu'elle soit réalisée via notre site internet ou par téléphone, est relativement simple ainsi le service sera facilement réservable. Il suffira en effet de choisir son lieu de location, le nombre de personnes, de sélectionner un type de bateau si le client en souhaite un en particulier. Un large sélection lui sera alors proposée. Il suffira d'en choisir un et de procéder à la réservation et au paiement.

Le service de location de bateaux assure également une initiation et un aspect éducatif, la sortie sera en effet encadrée d'un skipper qui saura répondre aux interrogations des clients. Le skipper pourra aussi donner des indications sur les sites visités, il donnera si nécessaire des explications sur la faune et flore marine.



En parallèle des services de location de bateaux que nous proposons, il y a aussi la **gestion de voilier** de particulier souhaitant proposer leur bien en location.

Dans un premier temps nous proposons la surveillance des bateaux sur leur place dans le port de Nice. Nous assurons ensuite au propriétaire la propreté de son bien. Notre équipe est accessible, pour joindre un équipier de YogaBoat il y a plusieurs moyens. Via le formulaire de contact de notre site internet, directement depuis l'application, ou encore par téléphone. Notre équipe est ouverte et répond en moins de 48h. Enfin, le point le plus important pour nos clients est probablement l'optimisation de leurs biens via leur location. Ils pourront ainsi rentabiliser leur bien tout en évitant les problèmes liés à l'organisation de ce type d'activité comme les déplacements, le nettoyage des espaces après la location, ou encore la fiabilité des locataires.

## **2. Politique de prix**

<b>PRODUITS/SERVICES</b>	<b>TARIFICATION</b>	<b>INFORMATIONS</b>
Excursion ½ journée	A partir de 55€	
Excursion 1 jour	A partir de 70€	
Location bateau ½ journée	A partir de 75€	
Location bateau	A partir de 100€	
Évènement	Sur devis uniquement	
Séjour 3 jours	à Partir de : 650/pax Sur devis	Chaque tarif pourra varier en fonction de la conjonction économique et de la saison.
Séjour 6 jours	à Partir de : 850/pax Sur devis	

La politique de prix que nous choisissons est une politique d'alignement, elle consiste à adopter les prix de la concurrence afin d'éviter une guerre des prix. Aussi, les prix que nous pratiquerons seront justes et permettront de rémunérer chaque acteur des services de manière juste et équitable. Les critères que nous prendrons en compte lors des prochaines session afin d'attribuer les prix seront :

- L'ensemble des coûts induits par le service lui-même et sa commercialisation notre budget marketing sera très élevé, cela se répercutera sur les prix
- Les prix pratiqués par la concurrence ; il faut se positionner par rapport à eux
- La marge commerciale attendue par notre entreprise (marge de 80% sur vente habits mais beaucoup plus faible sur la restauration)
- La sensibilité au prix de vos différents segments de clientèle (notion de prix psychologique, prix qui dépend suivant les catégories de personnes)

## **3. Politique de distribution**

Les canaux de distribution que nous allons développer nous permettront d'assurer une exposition pour Yogi Boat agence, la rendra plus crédible. Il est donc important que l'agence soit répertoriée aux bons endroits.

### **❖ Les contacts à établir :**

Distribution avec un ou plusieurs partenaires de distribution ou intermédiaires afin d'apporter notre service jusqu'aux consommateurs. En raison du fait que Yogi Boat offre un service saisonnier et limité, il est préférable d'avoir un cycle de distribution court, nous aurons ainsi plus de contrôle sur les prix et l'inventaire.

Pour une distribution plus large de notre service, on peut les vendre par le biais d'un tiers, soit un détaillant ou un grossiste, qui revendra ensuite le produit à ses clients.

- **Office de Tourisme Côte d'Azur** pourra vendre une partie de notre offre, notamment les excursions. C'est aussi un formidable point de visibilité. En effet, de nombreux touristes passent par les points physiques ou sur le site internet de l'office de tourisme de la ville. Au fur et à mesure de notre développement, nous pourrons nous étendre aux office de tourisme environnantes et proposer nos services.
- **Les agences de voyages en ligne (OTA)** répertoriant les offres Yogi Boat sur leur site et permettront à leurs utilisateurs de rechercher et de cliquer pour réserver avec vous. Habituellement, cela se fait via un format de paiement par clic. TripAdvisor est sûrement la meilleure option.
- Airbnb Experience une nouvelle plateforme du Airbnb qui recueille toutes les activités, les expériences intéressantes et extraordinaires de destination
- **Les Tour-opérateurs et DMC locales/internationales.** Les acteurs du marché disposant déjà d'une large clientèle et connaissant bien leur comportement d'achat. Nice Voyages, O Tours, Rêve de croisière, Riviera tours,...
- **Les excursionnistes/croisiéristes.** Ces entreprises sont plus spécialisées et travaillent souvent en collaboration avec d'autres agences de voyages ou TO. Ce type de partenariat attirera les clients intéressés par les croisières et séjours sur bateaux. Ex : Alcyon Riviera Touring, Vacances Bleues.
- **Le service conciergerie** des hôtels de la côte. Il faudra donc déposer des brochures dans les hôtels à proximité et se faire connaître de ces derniers. On peut citer l'Hyatt Regency Nice Palais de la Méditerranée, le Negresco, Le Meridian, Best Western, Aston La Scanala, Radisson Blu, Boscolo Exedra Nice, Westminster Hotel&Spa, Novotel Nice..
- **Les cours de Yoga.** Afin de toucher des clients potentiels qui sont intéressés par des cours de yoga particuliers dans un cadre inhabituel, il faut contacter des centres de yoga spécialisés. Un tel partenariat peut conduire à une certaine clientèle régulière. Le bouche à oreille jouera également un rôle important dans ce schéma. Ex : Yoga Yoga

Nice, Nice Yoga Studio, Yoga Côte d'Azur, Yoganice, Art Yoga Studio Nice, Namaste Yoga Nice, Nissa Yoga.

Quelle que soit la nature de l'intermédiaire, en parlant de partenariat, on parle de **commission**. Fondamentalement, la commission est calculée par le pourcentage de prime sur la réservation ou par CPC/CPA lorsqu'il s'agit de vente en ligne. L'agence de voyage en ligne prélève auprès du propriétaire une commission de 15 – 17 % du montant de la réservation. Tandis que les tour-opérateurs et agence de voyage prennent parfois 20%.

#### ❖ La vente directe

La distribution directe n'a aucun intermédiaire entre Yogi Boat et le consommateur final. L'entreprise vend directement ses produits au client. L'avantage pour le producteur est d'être en contact étroit avec son consommateur dont il connaît les attentes et les besoins pour les satisfaire. Ainsi, la vente en direct est un bon point de départ. Elle nous permettra en outre de gérer la disponibilité et les attentes clients.

Les ventes en direct se réaliseront par les moyens suivant :

- **L'e-commerce sur le site propre du Yogi Boat.** En réservant directement sur le site Web, les clients peuvent avoir un aperçu des offres, demander des devis et poser des questions. En investissant dans un bon système de réservation en ligne, il est possible d'optimiser votre tarification en toute sécurité en sachant que vous n'avez aucun frais de commission externe. Il permet également d'avoir un contrôle à 100% sur la marque et la critique. L'essentiel est d'optimiser l'expérience de réservation des utilisateurs sur leurs propres sites Web pour garantir une conversion de réservation élevée.
- **Pages officielles sur les réseaux sociaux Instagram et Facebook** proposent l'achat directement sur ces plateformes ou bien via un lien attaché reliant au site propre du Yogi Boat.
- **L'application mobile Yogi Boat.** Pour un usage commercial, les transactions doivent idéalement s'effectuer au sein de l'application. Il faut valoriser et marketer l'application sur tous les autres supports utilisés par Yogi Boat. Elle sera notamment nécessaire pour la location de bateaux.
- **La vente sur place.** Installation des stands dans l'aéroport de Nice, port de Nice avec un conseiller des ventes. Cela aidera à mieux connaître votre client et son comportement d'achat, ainsi qu'à créer des relations avec le public.

#### ❖ Délays et modes de règlement

Seule la réception du paiement par chèque, carte bancaire ou espèce valide définitivement la réservation d'une prestation au sein de nos services. En cas d'une validation de réservation par un acompte de 30%, applicable seulement au séminaire entreprise ou séjour personnalisé, le solde du montant total devra être remis, le jour de la prestation, par chèque à l'ordre de YogiBoat, virement ou règlement en espèces.

Pour la location de bateau la réservation est aussi effective une fois le paiement réalisé. Le client devra être averti qu'il n'y a pas de caution physique mais que nous conservons l'empreinte de la carte bancaire en cas de problème.

La gestion de bateaux : dispose de forfait par mois qui seront à négocier selon le type de bateau

Dans le cadre d'un dépassement du délai de paiement de la facture définitive, YogiBoat se réserve le droit de facturer les intérêts de retard au taux de 1.5% par mois. YogiBoat se réserve le droit d'annuler toute réservation en cas d'absence de règlement suivant l'échéancier fixé dans nos conditions particulières ci-dessous.

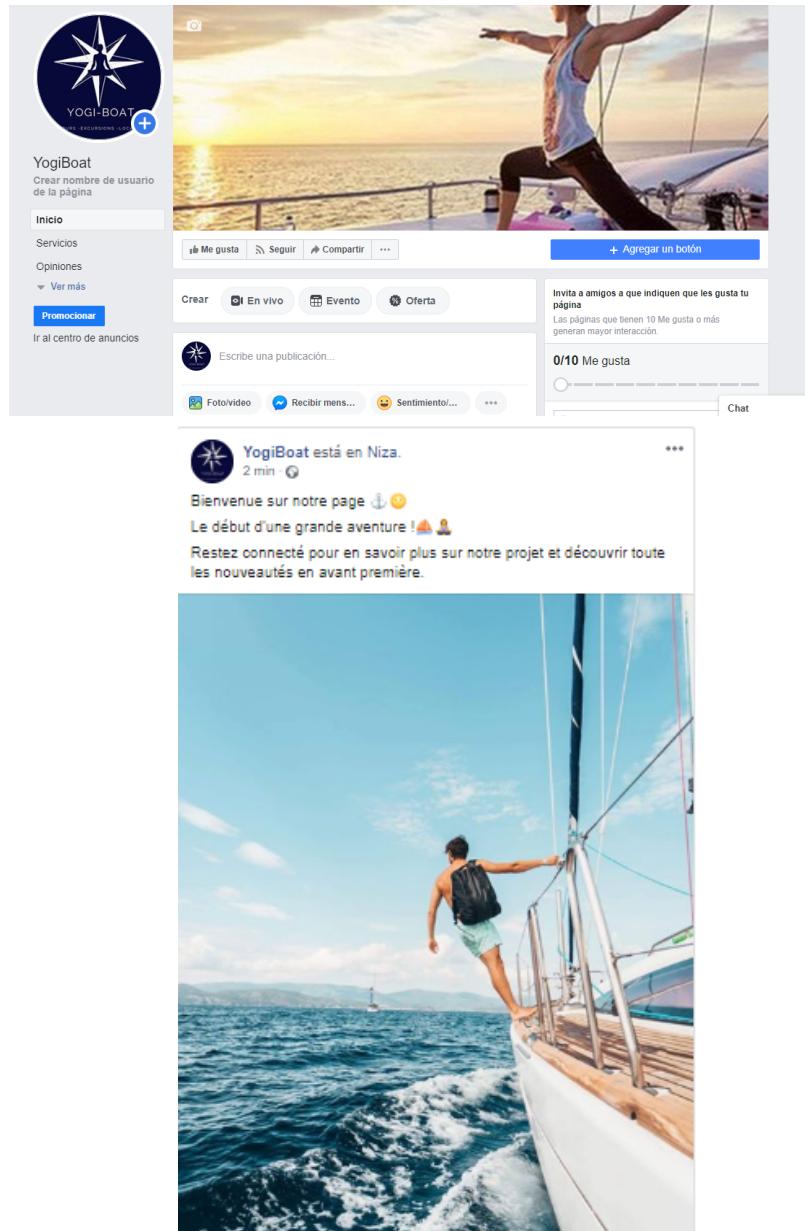
## 4. Politique de communication

#### ❖ Promotion hors média :

- Les **réseaux sociaux** pour un aspect affectif entre la marque et le client. Par exemple, mettre en lumière les intervenants professionnels et les employés de YogiBoat en action apportera un sentiment de proximité et donc de confiance entre le futur client et l'entreprise. De plus, il est important que le message soit répété mais différemment suivant les supports de communication. Nous nous concentrerons sur Facebook, Instagram et LinkedIn.

**Facebook** : il est le plus généraliste et contient l'audience la plus large avec une grande majorité de la population et des classes d'âges variées. Créer une page Facebook pour Yogi-Boat permettra donc d'accroître sa visibilité.

Les services pourront être alors détaillés, imaginés et mis en scène sur le mur de la page. C'est un moyen non négligeable pour entrer en contact avec ses prospects et leur donner la possibilité de nous poser des questions; nous guiderons nos clients à nous envoyer des messages via la messagerie instantanée. Pour réaliser la promotion de ses services en sponsorisant des publications par exemple, il est possible de réaliser des publicités très ciblées et détaillées en fonction d'une audience choisie et d'un budget défini. Le marketing digital sera au cœur de la stratégie de promotion.



**Instagram** : en activant la fonctionnalité « business » nous pourront obtenir non seulement des statistiques quant à la performance de la communication de l'entreprise, mais aussi pour récolter des informations sur les clients potentiels. Réseau social du beau, de l'artistique, de la photographie mais surtout de l'expérience, du tourisme et du voyage, Instagram est idéal pour promouvoir les services de YogiBoat.

L'entreprise se reposant beaucoup sur la beauté et la notoriété de son territoire, Instagram permettra de mettre cela en avant en communiquant sur ses atouts. Ainsi, il sera essentiel de poster régulièrement des photos montrant les différentes activités et itinéraires proposés afin d'influencer les décisions des futurs consommateurs.



Encore une fois, la messagerie instantanée est disponible pour faciliter le contact et la communication chaleureuse avec les individus. Sur cette plateforme, le ton employé devra être adapté et donc plus léger, en employant le langage de ses utilisateurs (avec des émoticônes notamment). Afin d'optimiser cette stratégie de promotion, il serait même intéressant de développer un hashtag prenant la forme de « #YogiBoat » par exemple afin d'étendre la communication et d'atteindre une audience plus large. Par la suite, les clients pourront reprendre cet hashtag dans leurs publications de leur expérience et ainsi faire la fonctionner exponentiellement. D'une manière générale, qu'il s'agisse de Facebook ou d'Instagram, YogiBoat pourra utiliser les contenus créés par ses consommateurs afin de les utiliser à son avantage ; c'est ce qu'on appelle **User Generated Content**.

**LinkedIn** alors que les deux précédents étaient majoritairement centrés sur une communication en directement d'une clientèle loisir, LinkedIn permettra d'établir une stratégie de promotion « business » à destination des entreprises, des professionnels. Cela n'empêche pas de continuer à utiliser les outils établis précédemment, comme l'hashtag par exemple, mais le ton devra être moins relâché. Sur LinkedIn, YogiBoat pourra se faire une place parmi les leaders des organisateurs de team building.

Un calendrier de contenu sera mis en place pour assurer des postes régulièrement. Des outils tel que Hootsuite ou socialshaker pourront être utilisés pour gérer les réseaux sociaux et préparer des concours.

- **Le site internet dédié** à l'entreprise est aussi indispensable pour réaliser la promotion des services délivrés par YogiBoat. Celui-ci permettra non seulement d'améliorer sa notoriété, mais aussi de réaliser des devis pour s'adapter aux désirs des consommateurs, grâce à la personnalisation des séjours. La limite géographique n'existe pas ; en mettant le site disponible en plusieurs langues, notamment en anglais, tous les potentiels clients pourront se renseigner.

La plateforme en ligne devra aussi être interactive avec un Chatbot automatisé. Il sera adapté à chaque support numérique.

Pour améliorer sa stratégie de promotion sur internet, YogiBoat devra se focaliser sur l'amélioration de son Search Engine Optimization, ou référencement naturel sur Google, afin d'apparaître dans les premiers résultats du moteur de recherche. Pour cela, la construction du site doit se faire dans les règles de l'art de Google afin de correspondre et de satisfaire son analyse de valorisation.

- Les relations publiques sont aussi une étape importante de la stratégie de promotion. Dans l'objectif de faire connaître l'entreprise et de créer un lien avec la communauté locale et les potentiels clients, YogiBoat prévoit un événement important pour son **inauguration** sur le port de Nice. En jouant sur l'aspect spectaculaire, les bateaux seront alors ouverts à la visite pour l'occasion et de petits ateliers et activités seront organisés pour accueillir et divertir les individus intéressés en conservant le thème du bien-être et du yoga.

- Le marketing direct personnalisé, caractérisé par l'envoi de **catalogues, de mailing courriers ou d'emailing** fait aussi parti de la stratégie de promotion mise en place par YogiBoat. Après avoir collecté les données clients lors de l'événement d'inauguration, ceux-ci seront utiles afin de recontacter les potentiels consommateurs.

- La participation de l'entreprise à des **salons et des foires** peut permettre de rentrer directement en contact avec les publics ou encore avec des partenaires. Cela participe encore à promouvoir les services de YogiBoat mais aussi du territoire, de la destination, en plaçant le bien-être du client au cœur de l'expérience. Des données pourront aussi être collectées ici.

Afin de juger l'efficacité de ces mesures prises dans la catégorie hors-média, il faut être capable de pouvoir mesurer les résultats de chaque action. Concernant les réseaux sociaux, il existe de nombreux outils de gestion (tels que Hootsuite, Iconosquare, Buffer...) ou de mesure avec **Google Analytics** ou les back office de chaque réseau qui fournissent eux aussi des statistiques révélateurs de la portée de chaque campagne de marketing promotionnel.

#### ❖ Promotion média :

- **la radio** : cette dernière pourra relayer l'événement d'inauguration dont nous avons parlé précédemment et réalisera par la même occasion, la promotion de YogiBoat. Les messages de promotion devront être diffusés en fonction des heures d'écoute afin d'atteindre le plus de personnes à la fois. A travers la radio, nous souhaitons viser les actifs au moment de leurs déplacements (en voiture ou dans les transports en commun à travers un média du quotidien) donc entre 6h et 9h et de 18h30 et 20h30. De plus, certaines grandes radios ont un support national doublé d'un support local (comme Virgin Radio, Europe 1, Nostalgie...) ; il est donc possible d'étendre la promotion au pays entier. Toutefois, l'attention des individus est limitée puisqu'avec la radio, le contact est uniquement sonore. On fait donc appel à l'imaginaire pour la suite.

- des brochures, flyers et plaquettes seront distribué aux différents partenaires commerciaux et présentés sur les foires et salons. Ce sont des cibles intermédiaires qui peuvent diffuser le message de YogiBoat pour attirer l'œil d'individus plus éloignés. Ainsi, ces documents devraient aussi figurer dans des magazines de voilier ou de sport.

❖ **Budget pour la première année :**

<b>Actions</b>	<b>Détails</b>	<b>En €</b>
Post Sponsorisé	Budget dédié, sur plusieurs périodes selon le calendrier de publication, l'actualité etc.	5000
SEO	Temps passé à optimiser le contenu du site internet 15h/mois	2000
Site internet	Intermédiaire contracté pour la construction du site et sa maintenance	45 000
Événements	Budget prévisionnel	5000
Emailing + Newsletters	Temps de travail consacré à leur création. 1 de chaque par mois au minimum, 2h pour créer 1 article.	2500
Plateforme de gestion	Pour la gestion des réseaux sociaux l'envoie d'e-mailing, et le ROI de nos actions. C'est plateforme sont payante après avoir dépassé un certain nombre de compte admin et nombre de clients.	3000
Salon et foire	Entrée à certains salon touristiques; 2 minimum.	1500
<b>Total Promotion hors média</b>		<b>64 000</b>
Radio	Création du spot et diffusion radio sur une certaine période	1000
Flyer, brochure ..	Impressions flyer, brochures et distribution chez nos partenaires	400
<b>Total Promotion média</b>		<b>1400</b>

<b>TOTAL PROMOTION</b>	<b>65 400</b>
------------------------	---------------

## 5. Les moyens de production

### ❖ Les moyens en immeubles et terrains

Nous disposons tout d'abord d'un local aux abords du port, ce local pourra accueillir du public. L'équipe organisatrice y sera présente. L'esprit de ce bureaux sera très épuré avec des matériaux que l'on retrouve dans des bateaux. Pour le lancement, seul une 50aine de mètres carrés sont nécessaires. En effet, un grand bureau s'y tiendra.

### ❖ Les moyens en matériel d'exploitation

Pour assurer la production de nos services, YogiBoat aura besoin de 3 bateaux, de produits d'entretien et de nettoyage, de stocks de boisson et de nourriture ainsi qu'un réfrigérateur mais aussi de 3 bureaux accompagnés de leur chaise et fournitures respectives (dont un canapé pour accueillir confortablement les clients). De plus, il est aussi nécessaire de compter le matériel de snorkeling, les paddles, tapis de yoga, serviettes de plage et autres objets nécessaires à la réalisation des activités.

Ces investissements sont avantageux car ils sont à long terme.

### ❖ Les moyens incorporels

Pour la création de YogiBoat, les moyens incorporels sont composés de :

- le dépôt de la marque après de l'INPI : coût de 270 €
- des frais de publication (journal d'annonces légales) : coût moyen de 230 € (montant variant suivant les départements)
- l'immatriculation au Registre du commerce et des sociétés (comprenant le dépôt d'actes) : 39,42€
- l'immatriculation au Répertoire des métiers : coût moyen de 130€ (montant variant suivant les départements)
- l'immatriculation Atout France : 100 €

## Les fournisseurs et les sous-traitants

L'entreprise YogiBoat nécessitera différents fournisseurs et sous-traitants pour réaliser son activité:

- Skipper
- Prof yoga
- Animateur supplémentaire
- Traiteur
- Hôtels
- Restaurants

A mesure que l'entreprise s'étend, cette liste va s'agrandir car YogiBoat aura besoin de plus de fournisseurs et sous-traitants. Toutefois, cette évolution ne sera pas nécessairement flagrante les 3 premières années.

Nous avons l'intention de travailler avec les sous-traitants comme tous les hôtels et restaurants nécessaires lors du séjour ou de l'évènement, sachant que le nombre varie à chaque réservation. Grâce à notre connaissance de la région, nous connaissons certains sous-traitants personnellement, ce qui facilite non seulement nos relations professionnelles, mais aussi le bon déroulement de l'entreprise.

### Les moyens humains

	Année 1	Année 2	Année 3
Présidente	1	1	1
Vice-président	1	1	1
Responsable compta	1	1	1
Chef de projet	-	1	1
Responsable location	-	-	1
Responsable Marketing / Community Manager	-	1	1

Commercial	-	-	1
Responsable Relation Clientèle	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>7</b>

## VIII. Le dossier financier

### 1) Détails des prestations

Séjour Retreat 3J base 6pers	Prix Unitaire	Quantité (nb jours)	Coût / forfait 1 pers
<b>ACTIVITES</b>			
Séances de yoga 1 à 6 pax 1h30	20	3	60,00
Skipper à la journée	115	3	38,33
Restaurant Graziella	25	1	25,00
Visite de Monaco forfait 6pers			8,33
Visite de Menton			8,33
Visite San Remo			50/6
Ballade/ initiation paddle 1h30	10	1	10,00
Snorkeling matériel	3	1	3,00
Visite Fragonard	0	6	0,00
Cours de voile = Skipper	10	1	10,00
<b>RESTAURATION</b>			
Traiteur 1 = crustacés	20	1	20,00
Petit-déjeuner	6	2	12,00
Traiteur 2 pic nic	10	1	10,00
Traiteur 3	15	1	15,00
<b>HEBERGEMENT</b>			
Restaurant hôtel du Chateau Eze	125	1	
Nuit Hôtel du chateau Eze	434	1	
<b>PLACES PORT</b>			
Place au Port Menton (nuit)	70	1	11,67
Place au port San Remo (court)	45	1	7,50
Place au port Eze (nuit au large)	0	1	0,00
Place au Port Monaco (court)	50	1	8,33
<b>TOTAL</b>			247,50

Location bateaux <10m journée	
Nettoyage	20
Skipper /jour	345
Carburant forfait 8H navigation	208
Place au port	50
Rémunération propriétaire	
<b>TOTAL</b>	623

<b>Séminaire soirée</b>	
dj/ animation	800
Traiteur	20€/pers
Bateaux greollant	1000
Décoration	250
<b>TOTAL</b>	

<b>Séminaire Journée</b>	
Animation	1000
Traiteur	20€/pers
Bateaux	1000
Carburant	208
Place au port	55
Pause Café	10
Fourniture	
Sécurité	
<b>TOTAL</b>	

Il s'agit ci-dessus de tableaux que nous avions réalisé en amont, afin d'avoir une idée plus précise de nos prestations. Cependant, il est délicat d'établir des prix et coûts fixes sachant que chaque prestation change en fonction des devis.

## 2) Plan de financement

<b>BESOINS</b>	<b>Démarrage</b> <b>N1</b>	<b>N 2</b>	<b>N3</b>
<b>IMMOBILISATIONS INCORPORELLES</b>	<b>136 149,62</b>	<b>20 000</b>	<b>25 000</b>
Frais de premier établissement (immatriculation RCS/RM,, dépôt de la marque INPI, immatriculation atout france)	749,62	0	0

Publicité de départ	65 400	20 000	25 000
Droit au Bail	70 000	0	0
<b>IMMOBILISATIONS CORPORELLES</b>	<b>564 270</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Terrains/maison : location bureau	43 500	43 500	43 500
Véhicules ( “ bateaux) => Semi rigide 35 000 + first 53 = 480 000, vieux gréement :250 000 )	765 000	40 000	40 000
Installation téléphonique / internet ( forfait 40 + installation 60)	540	480	480
Outilage ( caisse à outils basique )	70	50	50
Matériel : ( imprimante, 3 ordinateurs)	3 200	1 200	1 200
Mobilier de bureau (Bureaux 1500 + 6 chaises 400 + 3 lampe 60 )	1 960	500	500
Autres : matériel snorkeling (300), paddle (2 500), tapis yoga (70), serviettes de plage (50) ...	3 000	1000	1000
<b>TOTAL INVESTISSEMENTS</b>	<b>700 419,62</b>	<b>86 730</b>	<b>86 730</b>
<b>T.V.A. SUR IMMOBILISATIONS</b>	<b>249 003,62</b>	<b>17 346</b>	<b>17 346</b>
<b>BESOIN DE TRÉSORERIE/BFR</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>TOTAL DES BESOINS</b>	<b>451 416</b>	<b>69 384</b>	<b>69 384</b>

RESSOURCES	Démarrage N1	N 2	N 3
<b>CAPITAUX PROPRES</b>	350 000	15 000	15 000
Apports créateur	250 000	5 000	5 000
Apports Associés	100 000	10 000	10 000
<b>EMPRUNTS LONG &amp; MOYEN TERME</b>	101 416	54 384	54 384
Banque	101 416	54 384	54 384
<b>CAPACITÉ D'AUTOFINANCEMENT</b>		0	0
<b>TOTAL DES RESSOURCES</b>	451 416	69 384	69 384