



Plan Marketing

**Trouvez un répétiteur et passez votre
cours en moins de 24h !**

1. Introduction

QuickCourse est une application mobile sur laquelle des étudiants en difficulté ou avec un manque de motivation pourront faire appel à des répétiteurs disponibles pour obtenir de l'aide et trouver des solutions à leurs problèmes en moins de 24h.

1.1. L'équipe

Nous sommes une équipe de quatre personnes motivées à mener ce projet à bout. Nous avons tous des connaissances dans le développement de logiciels et d'application mobiles et nous sommes tous complémentaires pour mener ce projet à bout.

1.2. Le projet

QuickCourse permettra aux étudiants ayant besoin d'une aide rapide de trouver un tuteur et de passer un cours dans un lieu choisi ou en virtuel.

1.3. Méthodologie

Nous avons commencé par regarder comment communiquait la concurrence. Nous avons ensuite réfléchi à des idées innovantes de communications à mettre en place pour notre startup.

1.4. Ce qu'on a appris en bref

2. Etude de marché

2.1. Offre

Nous proposons à nos clients un service rapide, pour qu'ils puissent être aidés le plus rapidement que possible.

Produits

Plusieurs types d'applications agissant dans le même domaine existent :

- Certaines applications proposent de gérer un suivi pour chaque tuteur
- Certaines applications proposent de noter les tuteurs ainsi que les tutorés
- Certaines applications proposent un système de certification des tuteurs

Producteurs

Dans chacune de ces catégories, nous pouvons trouver divers services concurrents:

Superprof.ch

- Propose un service d'évaluation une fois les cours passés
- Propose également un service de vérification
- Possède un site web ainsi qu'une application

yoopies.ch

- Propose des cours par webcam
- Indique les catégories pour lesquelles le tuteur peut aider le tutoré
- Possède un site web ainsi qu'une application

Tutor24

- Propose un système d'évaluation
- Possède un site web

ARA

- Trouve un tuteur pour nous
- Les tarifs sont fixes pour chaque tuteurs
- Des aides peuvent permettre de financer les tutorés

Notre application prendra ces différents aspects et les combinera pour donner un produit permettant de :

- Proposer des cours via différents moyens de communications
 - Téléphone
 - Visioconférence
 - Rendez-vous particulier
- Permettre au tutoré de choisir une catégorie d'aide adéquate
- Proposer un système d'évaluation de tuteurs, afin de garantir la qualité des services proposés
- Permettre différents moyens de paiements disponibles au tutoré
 - Carte de crédit
 - Paypal

- Twint

2.2. Demande

Nous orientons notre marché en B2C. Afin d'avoir un point de vue concret sur la demande, nous avons effectué un sondage auprès des potentiels clients de notre application.

Le nombre de réponses étant insuffisant pour pouvoir déterminer une analyse réelle et concrète, nous nous basons sur les résultats pour émettre des hypothèses.

Si vous souhaitez de plus amples informations concernant l'analyse, veuillez consulter l'annexe.

2.2.1. Etude quantitative

Public cible :

Afin de mieux connaître notre future clientèle, nous avons demandé qu'elle était les niveaux des tutorés et des tuteurs..

Tutorés :

- 55% des sondés ayant reçu du soutien scolaire ont été tutoré pendant leur Secondaire II Collège/Lycée/Gymnase
- 33 % pendant de le Secondaire I
- 20% pendant le Tertiaire Universitaire

Tutorants :

- 55% des sondés ayant donné du soutien scolaire ont été tutoré pendant leur Secondaire II Collège/Lycée/Gymnase
- 36% pendant le Tertiaire Universitaire

Investisseur :

Comme nous proposons un service orienté en parti vers les personnes mineures, nous avons demandé qui était les initiateures de leurs décisions

Tutorés :

- Pour les tutorés de moins de 15 ans, presque 100% des demandes ont été faite par les parents ou les profs
- Pour les tutorés durant le secondaire II, 50% des demandes on été faite par les parents et 50 % par les étudiants eux mêmes
- Pour les tutorés durant le Tertiaire, 100% des demandes ont été faite par les étudiants

Ces chiffres nous ont permis de mieux cibler et segmenter le marché.

Intérêt pour le projet de soutien dans rapide :

Nous proposons aux tutorés d'avoir accès à un coup de main rapide, apportant une touche inédite au soutien scolaire.

- 58.2% montrent un intérêt à payer un tuteur afin d'obtenir un coup de main rapide

2.2.3. Etude qualitative

Place dans le marché

Afin de connaître les besoins des clients concernant l'utilisation de notre application, nous nous sommes demandé pourquoi les étudiants ne devenaient pas tuteurs ou tutorés.

- 50% des sondés n'ont jamais été tuteurs car ils n'avaient pas le temps
- 10% des sondés n'ont jamais été tutoré à cause d'un manque d'argent

2.3. Environnement

Afin de déterminer les forces et faiblesses du projet et ainsi trouver une alternative pour y remédier, le format PESTEL propose une analyse claire des points positifs et négatifs dans plusieurs domaines.

	P	E	S	T	E	L
	Politique	Économique	Socio-Culturel	Technologique	Écologique	Légal
++		Emploi facile pour les jeunes non diplômés	Encouragement aux études par une aide extérieure	99% des étudiants ont un téléphone (selon le ZHAW)	Application : donc pas de locaux, pas de matériels, pas de transports	
+		Application Facile à entretenir, demandant moins de personnel		Utilisation de services déjà existants (Serveurs, Plateforme de vente)		
-			Beaucoup d'entreprises proposent un service similaire	Manque de confiance aux paiements en ligne par 37% des sondés	Déplacements des tuteurs et tutorés engendrant de la pollution	Surveillance et monitorer le comportement des tutorés et des tuteurs
--	Distanciation sociale et timide déconfinement dû au COVID-19		Méfiance quand à la rencontre de nouvelles personnes à cause du COVID-19		Risque de propagation du COVID-19 à chaque rencontres.	

Le point négatif majeur de l'utilisation de l'application est celui du contexte unique et contraignant du COVID-19. De ce fait, la mise en place de cours en vidéoconférence permet de palier à ce soucis. Les tuteurs et tutorés se mettront d'accord sur l'utilisation en simultané d'une plateforme de vidéoconférence de leur choix pour ensuite effectuer un cours normalement.

3. Diagnostic stratégie

	Forces	Faiblesses
Interne	Les étudiants peuvent recevoir de l'aide rapidement.	Un revenu faible pour chaque prestations.
	Les étudiants peuvent recevoir de l'aide entre les cours.	Les étudiants ont déjà accès à des solutions rapides et gratuites (Internet, les amis, les parents selon le sondage).
	Pas besoin de beaucoup de personnel à payer.	
	Opportunités	Menaces
Externe	Beaucoup de personnes sont prêtes à payer des personnes qualifiées pour obtenir de l'aide (58,8% des sondés).	La fraude est plus difficile à contrôler, les tuteurs n'étant pas nos employés.
	Beaucoup de personnes sont intéressées de donner du soutien scolaire (53,6% des sondés).	Il y a une forte concurrence sur Genève (ARA, superprof.ch, yoopies.ch, Tutor24).

4. Axe stratégique

4.1. Segmentation

Le marché, ce dernier se divise en 5 catégories :

- Les jeunes élèves doués : - de 16 ans, ne nécessitant pas de soutien scolaire mais ne pouvant pas être répétiteur
- Les jeunes élèves en difficulté : - de 16 ans, nécessitant du soutien scolaire
- Les étudiants doués : 16-25 ans, ne nécessitant pas de soutien scolaire et pouvant être répétiteur
- Les étudiants en difficulté : 16-25 ans, nécessitant du soutien scolaire
- Les adultes diplômés : + de 25 ans, pouvant être répétiteur
- Les parents d'élève doués : pouvant être répétiteur
- Les parents d'élève en difficulté : nécessitant du soutien scolaire

4.2. Ciblage

4.2.1. Tutorés

Nous ciblons **étudiants d'Universités publiques en difficulté (18-25 ans)** ainsi que les **parents d'élèves d'école obligatoire et post-obligatoire en difficulté (35-50 ans)**. Les étudiants en difficulté peuvent faire appel à de l'aide par eux-même, tandis que ce sont les parents qui demandent de l'aide pour les jeunes élèves.¹

4.2.2. Tuteurs

Nous ciblons les étudiants doués **(16-25 ans)** et les adultes diplômés **(25-65 ans)** qui souhaitent donner des cours.

4.3. Positionnement

Nous proposons à des élèves et étudiants en rush, de matcher avec un tuteur et le rencontrer en moins de 24h, grâce à notre application QuickCourse.

Des élèves et des étudiants en rush pourront matcher avec un tuteur et le rencontrer en moins de 24h, grâce à notre application QuickCourse.

5. Objectifs

Nos objectifs marketing globaux sont les suivants:

- Faire connaître l'application
- Convaincre les tutorés d'utiliser l'application
- Convaincre les tuteurs d'utiliser l'application

L'objectif chiffré serait de 4000 cours par mois au bout de 3 ans d'existence.

¹ Annexe 1 "Analyse du sondage"

6. Plan d'action

Action	Résultat attendu	Mesure	Action détaillée	Qui	Quand	Budget
Publicité pour étudiants	Augmentation de la notoriété chez les étudiants	Augmentation du nombre d'étudiants inscrits sur l'application		MD		6'000.-
Publicité pour parents	Augmentation de la notoriété chez les parents d'élèves	Augmentation du nombre de parents inscrits sur l'application		MD		3'000.-
Site Web	<ul style="list-style-type: none"> - Servir de carte de visite numérique pour les personnes cherchant des informations sur notre bar. - Tenir à jour les intéressés de nos activités 	Statistiques de fréquentation du site	<ul style="list-style-type: none"> - Développement du site internet - Action continue mettant en avant la progression et l'évolution de l'établissement 	SG		0.-
Réseaux sociaux	<ul style="list-style-type: none"> - Tenir au courant les utilisateurs du développement de l'application - Tenir à jour les intéressés de nos activités, faire de la publicité, publier des annonces et donc amener du monde 	Nombre de suivis et réactions aux publications	<ul style="list-style-type: none"> - Action continue mettant en avant la progression et l'évolution de l'établissement de manière plus légère et plus régulière que les blogs 	LF		0.-
Affiches dans les Universités	- Augmentation de la notoriété chez les étudiants	Augmentation du nombre d'étudiants inscrits sur l'application	<ul style="list-style-type: none"> - Installer 50 affiches visant les tuteurs dans les universités de Genève - Installer 50 affiches visant les tutorés dans les universités de Genève 	MD		100.-
Affiches dans les Écoles	Augmentation de la notoriété chez les parents d'élèves	Augmentation du nombre de parents inscrits sur l'application	- Installer 50 affiches visant les parents d'élèves dans les écoles de Genève	MD		50.-
Concours	Augmentation du nombre d'inscriptions sur l'application chez les étudiants	Augmentation du nombre d'étudiants inscrits sur l'application	- Mise en place d'un système de parrainage permettant aux utilisateurs d'avoir des réductions lors de l'invitations de nouveaux membres	SF		1600.-
Concours Connaissance	Augmentation du nombre d'inscriptions sur l'application chez les étudiants	Augmentation du nombre d'étudiants inscrits sur l'application	- Mise en place d'un concours mensuel à l'intérieur de l'application			

			permettant de gagner des réductions sur les cours, des goodies			
Salon de l'Etudiant Genève	Augmentation du nombre d'inscriptions sur l'application chez les étudiants	Augmentation du nombre d'étudiants inscrits sur l'application	- Installation d'un stand dans les salons destinés aux étudiants (Cité des métiers) - Distributions de flyers			
Prestation de soutien dans les écoles			- Proposition d'aide au soutien scolaires dans les écoles permettant de faire connaître l'application			

Légendes :

SF : Sébastien Feser
MD : Maxime Demalte
LF : Luca Floreau
SG : Stéphane Grosjean
A : Tout le monde

Sx : Semestre x à partir du début de développement

7. Contact

8. Annexe

