

ExploraBoard

Note d'intention

L'idée principale de mon projet est de **simplifier la découverte des jeux de société** pour toutes et tous. Le projet à comme porteur moi-même, Victor Neuville mais je ne suis pas seul à croire en celui-ci, une associée apporte son appui sur plusieurs aspects du projet. Les paragraphes suivants présentent différents aspects du projet pour mieux comprendre quels sont ses objectifs et comment il y répond.

• Le contexte :

Aujourd'hui les consommateurs centrent leurs **intérêts sur l'utilisation** des produits ou services et non plus sur la possession de ceux-ci. C'est-à-dire qu'un consommateur cherche la qualité du produit sans forcément l'avoir chez lui. Un modèle économique ce dégage donc des autres, **l'abonnement**. Une personne habitant en France possède en moyenne cinq abonnements différents. De plus, cette nouvelle habitude de consommation est justifiée par le manque de place chez soi et le désir d'en gagner, en effet, un objet que l'on ne possède pas **ne se stock pas**. Pourquoi ne pas adapter ce mode de consommation au monde du jeu de société.

Il y a **beaucoup d'idées reçues** sur le monde du jeu de société. Pour commencer, beaucoup de monde ne connaît qu'une partie de ce vaste domaine. Souvent les plus connus sont les « classiques »: Monopoly, Poker ou encore Cluedo. A l'inverse, d'autres personnes pensent que ce sont justes les jeux qui sont interminables où il faut passer beaucoup de temps à lire les règles puis à y jouer. La vision de mon projet peut donc être altérée. De plus, certaines personnes pensent que le jeu de société est dépassé, alors que la présence du **jeu de société n'arrête pas de grandir**. Mon projet se base également sur les box à abonnements qui elles aussi font face à plusieurs idées reçues. La plus courante est que l'on est souvent déçu du contenu dans une box mystère. Mon projet est donc là pour se battre contre ces idées reçues, pour les déconstruire et montrer que les jeux de société sont fait pour tout le monde, il suffit simplement de trouver les jeux qui nous correspondent parmi la très grande variété disponible.

Dans le monde du jeu de société il y a des sujets qui divisent, jeux d'occasion ou jeux neuf, location ou achat ou encore jeux d'ambiance ou jeux expert et bien d'autres. J'ai décidé de placer **mon projet aux coeur de ces conflits** pour que tout le monde découvre de nouveaux jeux et trouve ce qui lui plait. Mon projet propose donc plusieurs services qui répondent à toutes ces divisions.

• Le projet :

Étant un fan de jeu de plateau depuis longtemps, je possède beaucoup de jeux, cela prend de la place et je ne joue plus aux jeux au fond du placard ou que j'ai depuis longtemps. De plus, quand j'achète un jeu, il m'arrive d'être finalement déçu lors de la première partie. Je rencontre donc plusieurs problèmes: le manque de place, la perte d'argent, la consommation de matières premières et enfin la découverte des jeux de plateau. Mon projet, ExploraBoard, est donc né de la volonté de donner la **possibilité de découvrir de nombreux jeux à moindre coût et de gagner en espace de stockage**.

La solution que j'apporte est simple et change légèrement le mode de consommation habituel, elle est déjà exploitée dans d'autres domaines comme les cosmétiques par exemple. Il s'agit de l'**abonnement à des box mystère de test de jeux de société d'occasion** avec retour des produits après test pour en recevoir de nouveaux. L'achat des jeux neufs reste tout de même possible avec une réduction si vous l'avez eu dans votre box durant les derniers mois. Ma solution propose aussi **des services annexes**, le principal permet au client de donner une seconde vie à ces jeux de société non utilisés. Il peut nous les envoyer pour avoir des avantages sur nos services et pour que nous puissions remettre son produit à neuf et l'utiliser dans les box par la suite. Pour résumer, ExploraBoard est une plateforme qui propose plusieurs **services centrés autour de l'abonnement à une box personnalisable** de jeux de société d'occasion.

Le marché :

Les problématiques traitées par mon projet sont rencontrées par de nombreuses personnes. J'ai pu réaliser des études pour justifier mes propos. Une étude quantitative sur cinquante-six personnes à montrer qu'environ 35 % des personnes interrogées sont intéressées par une box mystère de jeux de société, ce qui est beaucoup pour un marché de niche comme celui que je vise. De plus, 90 % des personnes **jouent chez eux ou chez leurs proches**. Lors d'une étude qualitative sur sept personnes, plus de 75 % des personnes disent **devoir trouver des moyens secondaires pour tester les jeux** avant de les acheter, dans les bars à jeux ou les ludothèques par exemple. 90 % des personnes disent également jouer généralement aux mêmes jeux, car **manque de temps, argent ou connaissance** pour en découvrir d'autres. Les études ont été réalisées en grande majorité sur des personnes qui jouent aux jeux de société de quatre à moins d'une fois par mois. Ces études ont vérifié les caractéristiques majeures des cibles qui sont: des personnes jouant de temps en temps aux jeux de société, qui manquent de place, de budget, ayant une envie de découvrir et qui s'intéressent à l'éologie ou l'économie circulaire.

Mon projet a pour but de viser un **marché national**, mais pour le lancement il restera sur un **marché local** pour simplifier la mise en place des automatismes, des structures et des livraisons. Le marché national comme local comprend **plusieurs concurrents** directs qui sont des plateformes proposant déjà ce service mais de façon différente avec d'autres avantages et inconvénients. Ces concurrents sont Gameflix, ludum, MyLudikBox, laboxajouer, yacajouer. Il y a également les concurrents indirects qui sont sur le même marché, qui ont une cible similaire, mais qui ne propose pas les mêmes services. Ce sont les boutiques de jeux de société, les bars à jeux, les e-commerces de jeux de société et enfin les sites de revente d'occasion.

Les points de **différentiations** avec les concurrents sur le marché sont scindés en deux parties, une partie centrée sur les **services proposés** et l'autre sur les valeurs défendues. ExploraBoard propose plusieurs services supplémentaires qui ajoutent de l'attrait à la plateforme. Pour commencer, un service de test de prototypes pour récolter des retours des personnes voulant essayer en avant-première les jeux et voulant aider à la conception de ceux-ci. Un système de hasard sur les jeux reçus géré par un CRM gardant en mémoire les jeux aimés et les jeux déjà reçus pour garantir une satisfaction maximale sur les jeux reçus. Une adaptabilité de la box au besoin du client avec un système de personnalisation performant. Des avantages sur l'achat des jeux reçus dans les box. Des vidéos règles rapides d'accès pour simplifier la prise en main des jeux. Un service de récupération des jeux des clients en échange de différents avantages sur la plateforme. Ainsi que d'autres services annexes comme un système de parrainage. Ce projet est porteur de valeurs fortes basées sur le partage, la collaboration mais aussi sur des valeurs encore peu développées dans le monde du jeu de plateau notamment celles de l'éologie et de la circularité qui coincident avec les valeurs des clients qui souhaitent aller vers un mode de vie plus minimaliste et économique.

Les Technologies, la réalisation et l'équipe

La plateforme ExploraBoard nécessite de nombreuses compétences pour être mise en place. Tout d'abord il faut de grandes connaissances dans le monde du jeu de plateau pour apporter de la nouveauté et être sûr de la qualité des produits proposés. Il faut être en mesure de faire de l'UX design ainsi que du design pour que la plateforme soit agréable pour l'utilisateur, il faut ensuite la développer ainsi que le CRM. Par la suite, elle doit se faire connaitre. Il faut donc des compétences en communication et en référencement. Pour finir, les services doivent être vendus à l'aide de compétences de marketing. La majeure partie des compétences nécessaires pour mener à bien ce projet sont possédées par le porteur de projet, moi-même, ou par la collaboratrice. Pour les deux compétences manquantes qui sont le développement et le référencement je ferai **appel à mon entourage ou mes relations**, car je connais beaucoup de développeurs. Faire appel à des **freelances** serait également une bonne solution car les tâches à réaliser restent ponctuelles dans les deux cas.

L'approche financière et la faisabilité du projet

Le projet a un modèle économique centré sur le service majeur, un abonnement mensuel de valeur variable en fonction des options activées. Les services secondaires, comme l'achat de jeux ou encore le test des prototypes n'ont pas pour but de générer des bénéfices, mais ont pour but d'enrichir le service d'abonnement pour inciter le prospect à s'abonner. Les jeux seront donc presque vendus au prix coûtant avec la réduction de l'abonnement. Le modèle de **génération de chiffre d'affaire** est donc **l'abonnement mensuel avec tous les services gravitants autour** de celui-ci. Pour plus de détails, consulter l'annexe 1 contenant le business model Canvas.

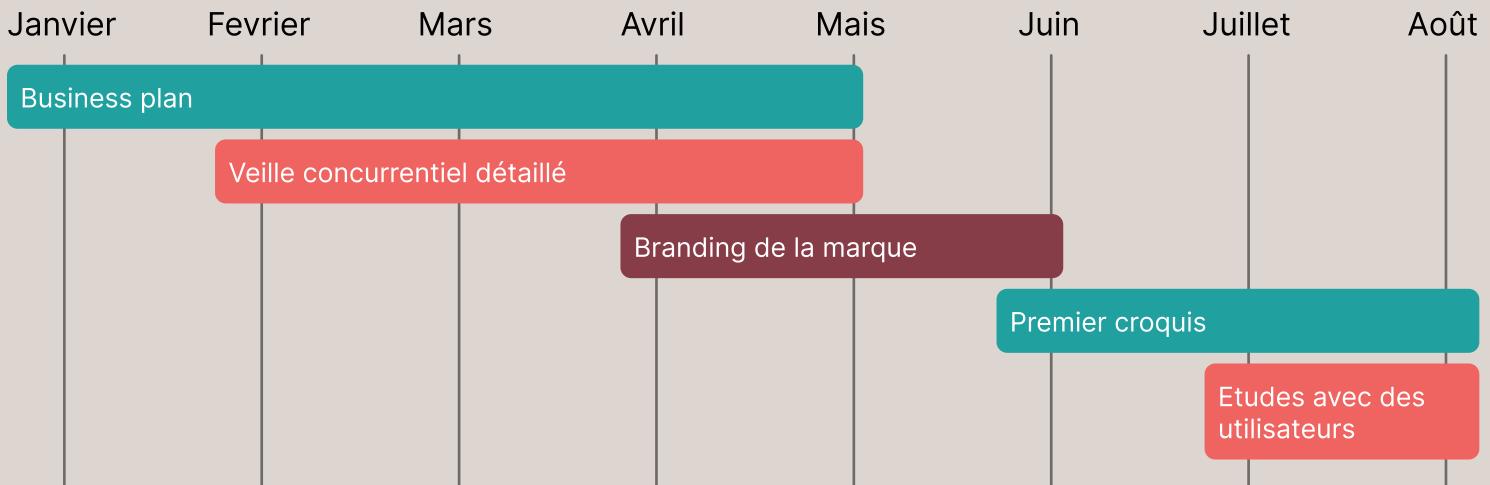
Le risque majeur jouant sur la faisabilité du projet est que le marché soit trop de niche, donc un **manque de clientèle** pour le lancement. À l'inverse un **trop grand nombre de clients** dès le départ serait également un risque, car, le stockage et la main d'œuvre actuel restent limités pour le lancement. Le **coût de lancement** est également un risque important, car il faut faire un stock de jeux pour commencer, mais surtout il faut **lancer la communication**, ce qui demande un budget assez conséquent. Enfin, il reste d'autres risques secondaires qu'il faut tout de même notifier, comme un potentiel changement de réglementation en matière de e-commerce qui pourrait tous remettre en question, ou encore la mise en relation avec des éditeurs pour l'achat des jeux neufs pour la boutique e-commerce.

Prochaines étapes et plan d'actions

La plateforme n'est encore qu'à sa genèse, ce qui signifie qu'il reste de nombreuses étapes à réaliser avant de la mettre en production. Les prochaines seraient dans l'état actuel, une veille concurrentielle détaillée pour activer les bons leviers par la suite. Réaliser le Business plan précis et chiffré pour pouvoir faire des prévisions. Réaliser le branding de la marque pour savoir comment communiquer avec les prospects. Commencer à faire des croquis de la plateforme pour pouvoir commencer à la présenter autour de moi pour que ExploraBoard commence à se faire connaitre et pour pouvoir évaluer l'intérêt pour le projet. Les croquis vont également me servir pour faire des entretiens, pour définir le parcours utilisateur idéal. Avec toutes ses étapes à réaliser, je peux me fixer pour objectif que dans les prochains mois le **business model**, la **veille concurrentielle** et le **branding** soit fait **pour avoir toutes les clefs en main** pour commencer la création et les études d'organisation. Mon objectif plus lointain est d'avoir une direction artistique qui attire ma cible et que **l'accessibilité de la plateforme soit un élément fort** pour fidéliser un maximum de clients.



Planning prévisionnel



ExploraBoard est donc une plateforme proposant plusieurs services gravitants tous autour de l'abonnement à une box mystère de jeux de société. Le but de ce projet est de répondre à la problématique suivante « Comment simplifier la découverte de jeux de société pour toutes et tous à moindre coût ». Pour mener à bien ce projet, il faut investir un montant conséquent pour le lancement. Le projet étant de niche, il faut développer la plateforme et surtout la faire connaître. Les concurrents déjà présents sur le marché montrent que celui-ci n'est pas fermé. De plus, aucun d'entre eux n'a le monopole car ils proposent tous des choses différentes. Pour résumer, « **nous sommes impatients de vous aider à découvrir de nouveaux jeux et à améliorer vos connaissances dans ce domaine.** »

Victor Neuville

Annexe 1 : Le Business Model Canvas

Partenaires clés <ul style="list-style-type: none">• Des petits éditeurs / Des petits créateurs• Des éditeurs de jeu de plateau• Des bars à jeu• Des magasin de jeu de société• Chaîne YouTube de vidéo règle• Système de livraison	Activités clés <ul style="list-style-type: none">• Gestion logistique et des stocks (CRM)• Gestions et maintenance du site• Bon choix de produits• Bonne connaissance du milieu• Abonnement à la box	Propositions clés <ul style="list-style-type: none">• Faire découvrir aux clients un maximum de jeu• Les clients pourront personnaliser leurs box• Les clients auront un parcours utilisateur très simple• Les clients peuvent se débarrasser de leurs jeux inutilisé avec un avantage en retour• Les clients ne stock pas• les clients auront des offres sur les jeux qu'ils ont testés dans la box• Les clients retrouveront des QR code vers des vidéos règle dans la box• Les clients pourront parrainer ou faire des cadeaux leurs amis	Relations clients <ul style="list-style-type: none">• Sur les réseaux sociaux• Sur la messagerie et le service après vente du site• Lors des événements• Lors de la réception des boxs• Avec une newsletters	Segments de clientèle <ul style="list-style-type: none">• Ne veux pas stocker chez lui• Tester les jeux avant de les acheter• Acheter seulement des jeux qu'elle aime• Aider des créateurs de jeux dans leurs conceptions• Découvrir des jeux pour changer des jeux habituels.• Joue de moins de 1 fois par mois a max 4 fois par mois• Joue généralement de 2 à plus• Trop occupé pour passer du temps à chercher de bons nouveaux jeux.• Classe moyenne• Aime les bons moment entre amis
Ressources clés <ul style="list-style-type: none">• Plateforme de service• E-commerce• CRM• Service de livraison• Stock de jeux d'occasion• Stock de jeux neufs	Canaux <ul style="list-style-type: none">• Sur les réseaux sociaux (Insta, FB, twitter,...)• Sur des sites de référencement et comparateur• Avec des cartes de visite et des cartes cadeau• Avec des partenariat ou collaboration• Avec un système de parrainage• Lors d'événements			

La structure des coûts

- Design et développement du site web et du CRM
- Communication
- Achat des produits
- Maintenance de la plateforme

Flux de revenus

- Abonnement à la box (centre des revenus)
- Achat de jeux par les clients