

## NOTE DE CONJONCTURE



### Premiers choix à réaliser

Pour le mois de janvier, vous avez à prendre plusieurs décisions importantes :

- Le prix proposé et la durée de la séance
- Le mode de déplacement de Tess (voiture, vélo ou transport en commun)
- Les actions de communication, visant à conquérir les premiers clients
- Les études de marché, essentielles à la compréhension de votre environnement

Les procédures de création d'entreprise, même simplifiées, prennent du temps. Vous consaciez 15 heures de travail administratif en supplément en janvier afin de finaliser les démarches.



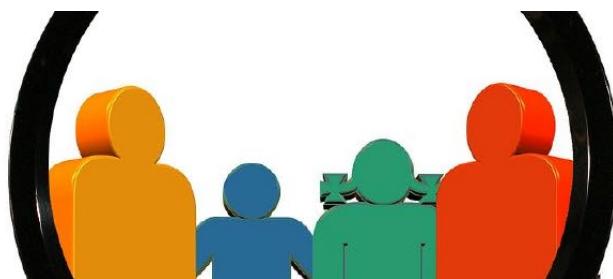
### Radio

En janvier, vous optez pour la communication sur une radio locale, moyen efficace pour toucher une majorité de prospects. Pour cela, vous devrez consacrer du temps à la réalisation du message et choisir une des trois offres de diffusion (fréquence plus ou moins importante). Le paiement se réalisera comptant.

## Mois 1

	Descriptif	Temps administratif	Coût de la campagne (HT)
Fréquence 1	1 fois par semaine pendant le mois	4 heures	500 €
Fréquence 2	2 fois par semaine pendant le mois	4 heures	700 €
Fréquence 3	4 fois par semaine pendant le mois	4 heures	900 €

Ce type de communication sera possible tous les mois, et nécessitera toujours la conception d'un nouveau message.



## Etudes de marché

Tous les mois, vous avez la possibilité de réaliser des études de marché, qui vous informeront plus précisément sur le comportement de vos concurrents, et les attentes des clients.

Etude	Descriptif	Temps administratif	Coût (HT)
Offre des concurrents	Détail de l'offre proposée par les concurrents et parts de marché obtenues	3 heures	50 €
	Comparaison des efforts de communication et de leurs impacts	1 heure	100 €

## Clientèle potentielle

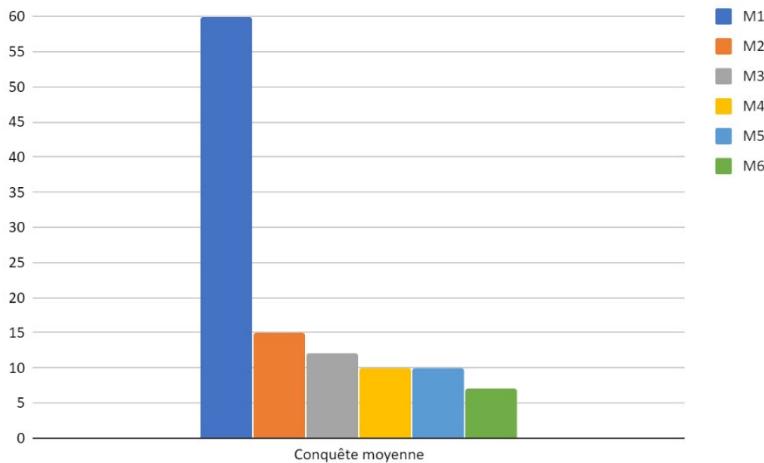
Tess a bien préparé sa création d'entreprise, et a veillé à vérifier la faisabilité du projet. Elle a réalisé une étude de marché préliminaire, qui lui a permis d'identifier la clientèle potentielle.

La zone de chalandise s'étend sur toute la ville, où le public cible est très large : vous savez que ce type de coaching peut concerner des personnes de moins de 20 ans, comme les personnes âgées.

Tess juge possible de réaliser sur les premiers mois entre 100 et 150 prestations chaque mois.

Chaque nouveau client consomme en moyenne deux séances par mois (panier moyen).

## Mois 1



### Evolution sur 6 mois du nombre de nouveaux prospects potentiels par entreprise

A noter que la baisse naturelle de la base client est estimée à 10 % en moyenne chaque mois sur ce secteur d'activité.

## Témoignages

### Corinne, 49 ans, cadre supérieur de la fonction publique

« J'attends de trouver une personne de confiance. On ouvre tout de même son domicile à quelqu'un, il ne faut pas l'oublier. J'envisage 3 séances par mois, de la gymnastique douce, pour mes articulations. Ce que j'attends ? Que l'on réponde à mon besoin avant tout, avec une durée de séance assez longue, et surtout que les prix soient connus à l'avance. Je déteste avoir à subir des augmentations de tarifs tous les mois ! »

### Maud, 36 ans, employée en assurance

« J'ai toujours pratiqué le sport, mais je cherche un soutien méthodologique avant tout, pour des séances hebdomadaires. Je suis prête à mettre le prix si je juge le coach responsable et bienveillant. La communication digitale est une priorité pour moi, c'est le moyen de communication le plus efficace pour la planification des séances. »

### Romain, 21 ans, en recherche d'emploi

« J'ai besoin d'un coach sportif pour m'aider à me relaxer. La recherche d'emploi est stressante, et je préfère moins sortir et consacrer un budget à cela. Je regarde l'ensemble de l'offre : le prix bien sûr, mais également la durée des séances. C'est important pour moi de choisir une petite entreprise, et pas un groupe qui ne cherche que le profit. C'est une manière pour moi de contribuer à l'économie locale, c'est important à mes yeux. »

## Mois 1



### Achat de matériel de fitness

C'est bientôt la fin des soldes ! Vous en profitez pour acheter du matériel de sport, indispensable à l'exécution des séances (ballons de fitness, cordes, haltères, tapis, ...).

Après avoir cherché sur Internet des fournisseurs possibles, vous avez identifié 3 offres, qui intègrent l'ensemble du matériel nécessaire :

#### Devis 1 :

Il s'agit d'une sous-marque distribuée en Belgique, d'un excellent rapport qualité/prix. Le circuit de distribution n'est pas le plus simple, et vous devez vous déplacer pour retirer la commande. Vous y consacrez 200 € HT et vous y passez 6 heures.

#### Devis 2 :

Il s'agit de matériel d'une marque internationale très connue. Le matériel sera fiable à n'en pas douter. Il est fabriqué en Asie du Sud-Est, et importé en France. La marque connaît des problèmes de réputation liés aux conditions de travail dans les usines de ses sous-traitants.

Vous y consacrez 350 € HT et vous y passez 2 heures.

#### Devis 3 :

Ce fournisseur propose du matériel fabriqué en France, de bonne qualité mais à des prix plus élevés. Vous y consacrez 600 € HT et vous y passez 4 heures.

	Descriptif	Temps administratif	Coût (HT)
Devis 1	Sous-marque (Belgique) – excellent rapport qualité/prix	6 heures	200 €
Devis 2	Marque internationale très connue	2 heures	350 €
Devis 3	Made in France – bonne qualité	4 heures	600 €

Le paiement de ces achats se fait comptant. Le temps sera déduit de votre temps administratif.