|  |
| --- |
| A close up of a logo  Description automatically generated |
| ElderWatch  Plan d’affaire |

# La compagnie

ElderWatch est une entreprise en démarrage fondé en 2020 par Élodie-Christelle Bebga et Félix Chenette-Stewart. Situé à Montréal, elle vise l’industrie de la santé, plus précisément les résidences pour personnes âgées en offrant un système de surveillance inégalé. ElderWatch a pour but de révolutionner l’industrie des bracelets et colliers pour personnes âgées avec son nouveau système : le Safen.

La compagnie compte présentement deux employés : Élodie-Christelle Bebga, la technicienne en microélectronique et Félix Chenette-Stewart, le programmeur informatique. La compagnie est entièrement dirigée par ces deux employés.

* **Markets, Products and Services:** Outline the market and the needs that your company will address. Include brief descriptions of products and services you will offer and what markets and customer types you will address. You will provide more details on this in a later section of this plan.
* **Operational Structure:** Describe the operational details of your business. List your management team and any employees that you may need on the payroll to make your business run.

# Le problème, la solution

Dans le monde des boutons d’appel d’urgence pour aînés, il y a trois problèmes présents chez presque tous les compétiteurs qui sont la source de plusieurs conversations. Voici les problèmes en question :

* Les prix sont absurdes (**58**$ à **160**$ par mois en plus de **30**$ à **80**$ par interventions médicales pour certaines compagnies)
* Le temps de réponse lors d’une urgence médicale est très lent (en moyenne 30 à 100 minutes)
* Les soins donnés ne sont pas toujours suffisants ou appropriés et une ambulance doit être appelée pour 2 appels sur 5.

ElderWatch a pour priorité de viser ces problèmes et de trouver une solution adéquate et abordable.

La solution de ElderWatch se démarque particulièrement des autres produits par son approche aux problèmes.

Puisque la majorité des compétiteurs vendent directement au client et non aux résidences, celles-ci sont rarement au courant que le client a besoin d’aide urgente. De ce fait, ElderWatch travaille directement avec les résidences afin de leur fournir un système de surveillance local.

En implémentant un tel système, le temps de réponse sera drastiquement réduit. De plus, puisque l’intervention sera faite localement et par le personnel de la résidence, il n’est pas nécessaire d’engager plusieurs premier répondant sur appels pour faire ces interventions. Ceci nous permet de complètement couper les frais associés à chaque intervention médicale. Certains compétiteurs ont mis en place une procédure qui consiste à appeler les membres de la famille avant d’avoir à faire intervenir un premier répondant sur appel afin de trouver quelqu’un pour venir en aide au client. Malheureusement, cette procédure a un impact négatif

# Safen de ElderWatch

Le Safen de ElderWatch est un produit révolutionnaire dans son industrie. Combinant un bouton d’urgence, un accéléromètre et gyroscope (détection de chute), un piezo, un moteur vibrateur et un logiciel de surveillance complet, Le Safen se démarque des autres produits présentement sur le marché. Voici une liste des caractéristiques du bracelet ainsi qu’une brève explication de leur fonction.

* Bouton d’urgence : Le bouton d’urgence est commodément situé sur le dessus du bracelet et permet à la personne d’appeler pour de l’aide.
* Détection de chute : Le système de détection de chute intégré est composé de deux capteurs; un gyroscope et un accéléromètre. En combinant les données que ceux-ci génèrent, le bracelet est capable de détecter une chute et alertera le personnel de la résidence.
* Alarme (piezo) : Lors d’une chute, une alarme sonnera afin d’aide le personnel de la résidence à localiser le client en détresse.
* Vibrateur : Sert à avertir le client lorsqu’il perd conection avec le système.
* Connection wifi : Permet de communiquer avec le logiciel de surveillance.

# Processus de fabrication du Safen

|  |  |
| --- | --- |
| Étapes de fabrication | Brève explication |
| Commande et fabrication du PCB | Processus sous-traité. Peut prendre jusqu’à un mois. |
| Commande des pièces | Délai de réception de 7 jours. |
| Montage du PCB (Soudure des composantes) | Processus durant environ trois heures. Soudure des composantes sur les PCB. |
| Inspection des soudures et des composantes | Inspection de la qualité des soudures et vérification de l’emplacement des composantes. |
| Inspection du fonctionnement sous tension | Vérification du circuit sous tension afin de détecter les circuits ouverts et les court-circuits. |
| Installation du microprogramme | Téléversement du microprogramme dans la montre |
| Mise en boitier | Installation du PCB dans le boitier du bracelet. |
| Inspection complète et test de fonctionnalité, contrôle de qualité | Inspection finale du produit et contrôle de qualité. Test final de toutes les fonctionnalités du produit dans différent scénarios. |
| Dépannage du produit (au besoin) | (Au besoin) Dans le cas d’un échec du test de fonctionnalité, cette étape consiste à inspecter le produit et réparer les défauts. |
| Emballage du produit | Après avoir réussi tous les inspections, tests et contrôles de qualité, le produit est emballé et préparé pour l’expédition. |

ElderWatch estime pouvoir produire (insérez un nombre) en un mois. Puisque le produit sera implanté dans une seule résidence pour personnes âgées, il n’est pas nécessaire d’en fabriquer une grande quantité pour les premiers mois.

# Description de l’entreprise

This section will first frame the business opportunity. It should answer the question: what problem are you trying to solve? Potentially use a case example to describe the customers’ pain point and how they solve it today. If your product or service addresses something the market hasn’t identified as a problem (E.g. a dental office that provides evening hours of operations for the working families), then also describe how your solution reduces stress, saves money, or brings joy to the customer.

After framing the opportunity, describe in detail your solution (product or service) and how it solves that problem, and benefits your customers. This portion should also describe in more detail the product or service, how it will be supplied, pricing, and if there is an upgrade or extension for it in the future. If there are other important participants in the market, such as suppliers or distributors or others, describe them in this section.

* **Opportunité:** Describe how you see the market for your product or solution. At a high level, what is the market and who are its participants; is it business customers or consumers; a specific geography, etc.? (For example, there is a lack of pediatric dental services in the suburban market.) Describe the current state of products or services available and how your product or service will improve patient care.
* **Product Overview:** Describe in as much detail as needed your product or service offerings. Are you utilizing technology that is improving the current medical process? Or delivering your services in a way that is standout?
* **Régulation:** ISO 1413:2016
* **Prix:** Provide your product’s or service’s pricing, gross margin projections, and any upgrade paths.

# Analyse du marché

Puisque les ventes se feront à distance (par téléphone, internet, courriel électronique, etc.), ElderWatch n’aura pas besoin d’un point de vente physique. De ce fait, la position géographique de l’entreprise n’est pas à prendre en considération lors l’analyse de marché et n’affectera en aucuns cas le succès de l’entreprise.

À ce jour, nous comptons un peu plus de 1.6 million de personnes âgées de 65 ans au Québec et un total de 6.59 millions pour le Canada entier. De plus, selon les projections de Statistiques Canada, le pourcentage de personnes âgées de 65 ans et plus pourrait atteindre entre 21.4% et 29.5% de la population totale dans les 50 prochaines années ce qui représente entre 11.77 et 16.225 millions de personnes. Ces données nous indiquent que la population canadienne est présentement vieillissante et le sera pour les 50 prochaines années.

Étant donné que la clientèle visée (les résidences pour personnes âgées) par ElderWatch, consistent principalement de personnes âgées de 65 ans et plus, ces projections représentent un très grand avantage pour la compagnie car la demande pour ce type de produit sera en constante augmentation.

Bien qu’il y ait plusieurs autres produits disponibles sur le marché, ElderWatch considère qu’il n’a aucuns produits pour lui faire compétition. En effet, il y a plusieurs produits sur le marché mais aucun d’entre eux n’offrent un système de surveillance conçu pour les résidences et c’est pour cela que ElderWatch n’a pas de réelle compétition.

* **Analyse FFOM**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Forces   * Produit compétitif * Prix très compétitif * Marge de profit élevée * Produit innovateur | FFOM | Faiblesses   * Petit Marché * Aucune expérience dans le domaine |
| Opportunités   * Population Viellissante * Augmentation du nombre de résidences. * Aucune innovation de la part des compétiteurs | Menaces   * Plusieurs compétiteurs établis * Actions des compétiteurs * Baisse de la demande |

# Plan d’opération

Furthermore, you need to outline how you currently and will continue to develop and maintain a loyal customer base. This will include management responsibilities with dates and budgets, and to make sure results can be tracked. What are the envisioned phases for future growth and the capabilities that need to be in place to realize growth?

The operating plan describes how your business works. Depending on the type of business you have, important elements of this plan should include how you bring products or services to market and how you support customers. It’s the logistics, technology, and basic blocking and tackling of your business. Depending on the type of business you are starting, you may or may not need the following sections. Only include what you need and remove everything else. Remember, try to keep your business plan as short as possible, so too much detail here could easily make your plan much too long.

* **Sourcing and Order Fulfillment:** Based on the type of business you operate, describe if you are buying finished products or components from vendors and include details on how these are delivered and the contracts in place to acquire them. Also, describe your company’s procedures for delivering products or services to your customers. If inventory of goods is an important part to your company’s success, be sure to include a review of how you store, manage, and track key items.
* **Payment:** Describe your standard payment terms and the payment methods you accept. Describe the pricing plans (one-time fixed, recurring, mixture, or other) and any impact on cash flow.
* **Technology:** If technology is critical to your business, whether it is part of the product offering or is fundamental to delivering a product or service, describe the key technologies use that are proprietary. If your business data (company or customer) might be at risk, describe the data security plan in place, as well as any backup or recovery in the case of a disaster or outage.
* **Key Customers:** Identify any customers that are important to the success of your business, whether because of a partnership, volume, or pathway to a new market. It might also be important to identify any customers with more than 10% of revenues for your company.
* **Key Employees and Organization:** Describe any unique skills or experiences that are required of your current team. If important, describe any proprietary recruiting or training processes in place. List any key employees for success. Include any organization chart that would support this section.

# Marketing et mise en marché

Promoting your business, whether generating leads or traffic to a website or store, is one of the most important functions of any business. In this section of the plan, provide the details of how your market your business. Describe the key messages and channels you use for generating leads and promoting the business. This section should also describe your sales strategy. Depending on the type of business you have, you may or may not need the following sections. Only include what you need and remove everything else.

* **Key Messages:** Describe the key messages that will elevate your products or service in your target customers’ eyes. If you have sample collateral or graphical images of some messages, include them.
* **Marketing Activities:** Which of the following promotion options provide your company the best chance of product recognition, qualified leads generated, store traffic, or appointments?
  + Media advertising (newspaper, magazine, television, radio)
  + Direct mail
  + Telephone solicitation
  + Seminars or business conferences
  + Joint advertising with other companies
  + Word of mouth or fixed signage
  + Digital marketing such as social media, email marketing or SEO
  + Free initial consultation or cleaning for new clients
  + Health group seminars and meetings
* **Stratégie de vente** If needed, what will be your sales approach? Will there be full-time commissioned sales people, contract sales, or another approach?

# Plan Financier - Dépenses

| START-UP COSTS – MEDICAL OFFICE | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| COST ITEMS | DATE DUE | BUDGET | ACTUAL | UNDER/UNDER |
|  | | | | |
| ADMINISTRATIVE/GENERAL |  |  |  |  |
| Licenses/Registration |  |  |  |  |
| Permits |  |  |  |  |
| Insurance |  |  |  |  |
| Legal |  |  |  |  |
| Business Consultant |  |  |  |  |
| Training |  |  |  |  |
| Software (General) |  |  |  |  |
| Miscellaneous |  |  |  |  |
| LOCATION/OFFICE |  |  |  |  |
| Space Rental/Lease |  |  |  |  |
| Utility Costs |  |  |  |  |
| Telephone Set up & Annual Cost |  |  |  |  |
| Furniture |  |  |  |  |
| Medical Equipment |  |  |  |  |
| Hardware |  |  |  |  |
| Software (CRM, imaging etc.) |  |  |  |  |
| Installation Fees |  |  |  |  |
| Start Up Inventory (pharmaceuticals) |  |  |  |  |
| Nurse Supplies (gloves, etc.) |  |  |  |  |
| Miscellaneous |  |  |  |  |
| MARKETING |  |  |  |  |
| Logo, branding, website |  |  |  |  |
| Advertising/listing fees |  |  |  |  |
| Printed Marketing materials |  |  |  |  |
| Internet/Web marketing |  |  |  |  |
| Trade Shows |  |  |  |  |
| Networking events |  |  |  |  |
| Miscellaneous |  |  |  |  |
| LABOR EXPENSES |  |  |  |  |
| Payroll |  |  |  |  |
| Training |  |  |  |  |
| Miscellaneous |  |  |  |  |
| OTHER |  |  |  |  |
| Miscellaneous (Contingency reserve/launch party/etc.) |  |  |  |  |
| ESTIMATED START-UP BUDGET |  |  |  |  |

# Sources d’information

* <https://www.statcan.gc.ca/fra/sujets-debut/aines_et_vieillissement>
* <https://publications.msss.gouv.qc.ca/msss/fichiers/ainee/aines-quebec-chiffres.pdf>
* <https://www150.statcan.gc.ca/n1/daily-quotidien/190917/dq190917b-fra.htm>