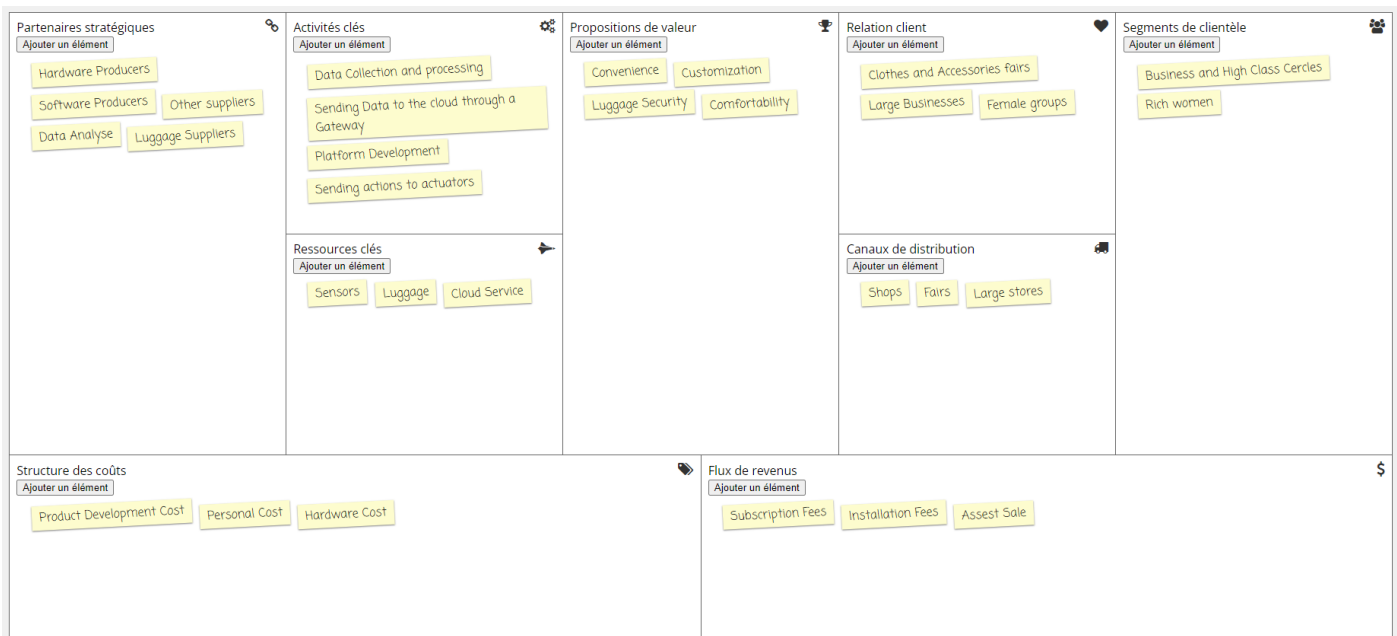


ScopeStatement

- **Qui va adopter et utiliser notre solution ?**
 - Les hommes d'affaires
 - Les femmes avec un bagage de voyage comportant des bijoux / des entités de valeur
 - Toute personne cherchant la garantie et la sécurité de ses propriétés
- **A quels besoins spécifiques répond notre concept ?**
 - Suivre son bagage d'après un téléphone et le géolocaliser
 - Un bagage doté d'une fonction d'anti-éloignement
 - Un bagage qui suit son propriétaire de manière autonome
- **A quelles occasions pourrait être utilisé notre concept ?**

Une valise connectée facilite les déplacements et révolutionne sans aucun doute notre façon de voyager. Géolocalisation, port USB, batterie amovible. Avec ces valises connectées et intelligentes, plus de crainte à avoir. En effet, dotées de puces, elles sont géolocalisables, par le biais de son smartphone et permettent surtout de recharger ses appareils numériques. Enfin, certaines offrent même plus une sécurité optimale grâce à l'empreinte digitale.
- **Quelles sont les limites fonctionnelles de notre concept ?**
 - Utilisation de la vision par ordinateur et des techniques de l'intelligence artificielle pour la détermination du trajet et reconnaissance des de la bonne voie

Business Model



- **Date de Lancement**

⇒ 30/01/2022

- **PM**

- Business Men
- High Class Women
- Business and High Class Segments

- National and International Fairs
- Female Groups
- Boutiques and Stores



Consumers can be purchase from the Online stores or the traditional ones (The suppliers we deal with) or directly through speaking with us

The cost is well studied to satisfy both the customer and his needs affordably and the producer and the charges he spent

- **Milestones**

- Project approval
- Requirements review
- Design approval
- Project phase milestones
- Final approval

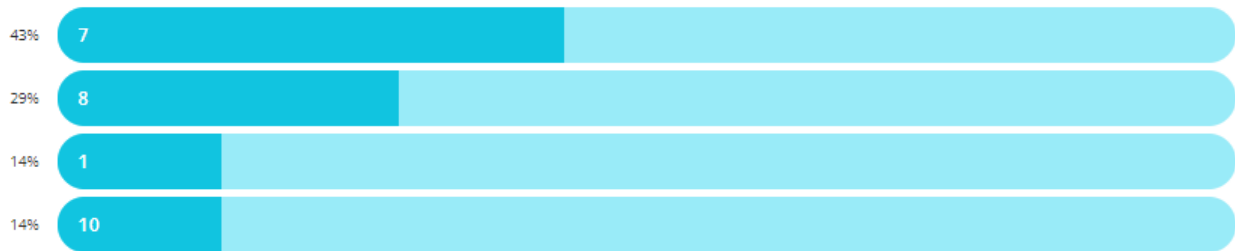
- **Etude de Marché**

Actuellement en Tunisie, on ne trouve pas un vrai concurrent ni un fournisseur de bagages intelligents sur le marché. Le projet est encore en cas d'étude et d'estimation. La question qui se pose n'inclut pas une startup concurrente ou une entreprise qui couvrirait déjà le marché mais elle impliquait la recherche d'avis sur le nouveau device est la potentielle satisfaction ou pas à son égard. Pour faire une étude de marché et trouver ce que les potentiels clients pensent de notre produit, on a fait un sondage à travers un formulaire en ligne et les questions posées étaient :

- Sexe, Age et Statut professionnel
- Revenu Mensuel
- Avis sue le produit
- Motivations de l'acheteur
- Points négatives par rapport à notre produit
- Notre emplacement par rapport aux concurrents s'ils existaient

Ceci nous a laissé avec les statistiques suivantes :

Recommanderiez-vous Notre Valise Connectée à un ami ou à un collègue?



Lequel des éléments suivants vous incite le plus à acheter Notre Connectée?



Lequel des éléments suivants vous éviterait d'acheter Notre Valise Connectée?



- **Stratégies de différenciation**

La focalisation ou stratégie de niche. Cette stratégie particulière repose sur une offre adaptée à une cible très spécifique, voire une niche. Que ce soit par le haut ou par le bas, le prix correspond à la singularité de la cible.

Cette offre nous convient très bien puisque même si on va proposer notre produit à tout le monde et à toutes les catégories mais on s'intéresse particulièrement aux hommes d'affaires, aux femmes riches et à une catégorie avec des propriétés valorisantes cherchant à les préserver.

LIVRABLES

- ➔ Cahier Conceptuel
- ➔ Des Sources
- ➔ Documentation technique
- ➔ Manuel utilisateur
- ➔ Supports Marketing
- ➔ Dossier de presse
- ➔ Compagne publicitaire