

Titre du projet : CAMERCLOTHING, site de vente de produits de mode

## **I. PRESENTATION SYNTHETIQUE DE CAMERCLOTHING**

Camerclotthing est une startup de e-commerce spécialisée dans la vente d'articles de mode, ceci en offrant aux vendeurs un moyen d'écoulement de leur produit et aux consommateurs, un moyen uniforme d'achat et d'acquisition de leurs commandes. Il se veut également d'être une plateforme qui promeut les créateurs de mode locaux en leur offrant un espace en ligne où ils pourront exposer le fruit de leur inspiration. Nous offrons aux vendeurs une solution pour vendre en ligne leur produit physique et non périssable, en se focalisant uniquement dans le secteur de la mode jusqu'ici lésé par les différents acteurs du e-commerce déjà présents dans le territoire, Camerclotthing se positionne pour s'élever au sommet dans ce secteur.

Les services offert par Camerclotthing simplifient l'ensemble du processus vente, ils permettent aux vendeurs d'externaliser une grande partie de leurs activités, ce qui leur permettra de se concentrer sur leur compétence de base et d'améliorer leur rendement. Ce projet a pour objectif de réduire les dépenses (frais de déplacement, de communication et autres) des vendeurs, d'augmenter le service à la clientèle, de booster les ventes, de promouvoir les créateurs de mode locaux en accroissant leur visibilité sur la toile puis faciliter l'écoulement de leurs produits.

## **II. ANALYSE DU MARCHÉ**

### **1. Le Marché**

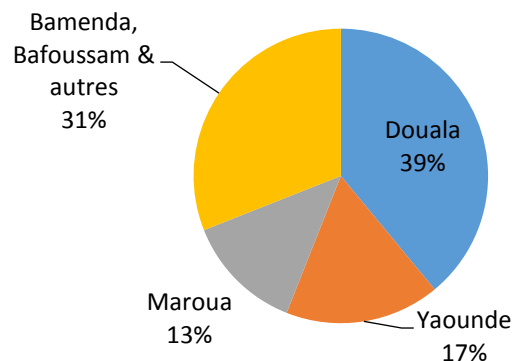
Avec une population estimée à 24,02 millions d'habitants, un taux de pénétration d'internet de 20% pour 5,01 millions d'internautes, le Cameroun présente un marché très intéressant pour les acteurs du e-commerce. La vente en ligne s'est développée dès 2013 et chaque année, on observe une expansion de plus en plus grandissante de celle-ci. Il est bien vrai qu'en 2013 seulement 2% de la population Camerounaise effectue des achats en ligne, mais avec le temps, au regard de l'expansion de cette activité on remarque une augmentation de jour en jour de ce pourcentage.

### **2. Comportement des Consommateurs**

Selon une étude menée par le site de e-commerce kamyu.cm (devenu jumia.cm) en mars 2016 sur ses visiteurs (500.000 visiteurs) de 2014 et 2015, on relève plusieurs chiffres qui vont s'avérer être très important dans le cadre de notre projet.

❖ En premier point, nous allons aborder la tendance géographique d'achat :

### Les villes où on observe le plus d'achat

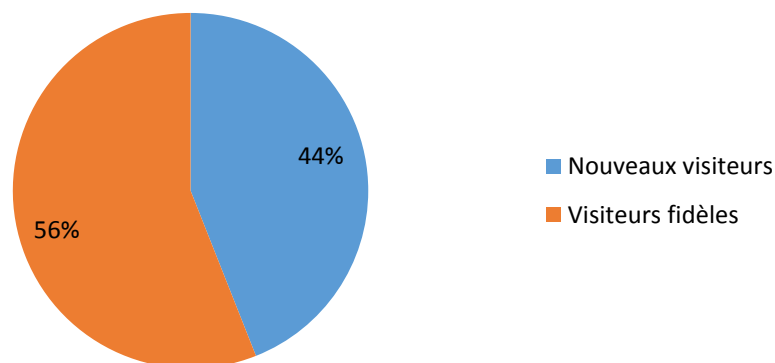


Donc plus de 69% des transactions e-commerces sont effectuées dans les 3 principales grandes villes (Douala, Yaoundé, Maroua). Quant aux villes de Bamenda et Bafoussam, elles occupent respectivement la 4ème et la 5ème position.

❖ En second point on aura les intérêts des consommateurs :

En classant les tendances e-commerce au Cameroun selon les intérêts des utilisateurs, Kaymu a observé que les **technophiles** sont en tête du podium avec 6,5% de l'activité totale du commerce électronique dans le pays. Les fans de photographie, quant à eux, occupent la 2ème position avec à peu près 5%, suivis par les fans TV (5%), les cinéphiles (5%) et les accros aux réseaux sociaux (5%).

❖ Et en dernier point, le comportement des consommateurs en ligne :



Globalement, 56% des en un an des e-commerces proviennent des visiteurs fidèles, tandis que les 44% restants proviennent des nouveaux visiteurs.

Les visiteurs ayant passé de 0 à 10 secondes sur un site e-commerce représentent le pourcentage le plus élevé. Par ailleurs, les raisons pour lesquelles la plupart des visiteurs ne dépassent pas les 10 secondes sur l'ensemble du trafic d'un site e-commerce sont les suivantes :

- Les visiteurs sont intéressés uniquement par le prix des produits ;
- Après avoir cliqué sur un lien publicitaire, les visiteurs ne trouvent pas de réel intérêt à rester sur le site consulté ;
- Le résultat correspondant à la recherche effectuée n'est pas souvent satisfaisant.

### 3. Analyse de la concurrence

#### ➤ **Jumia.cm**

Les avantages :

- Site de e-commerce n°1 au Cameroun et en Afrique
- Site web achalandé
- Très bonne communication (Affiliation, SEO, Adwords, sponsoring)
- Partenariat avec opérateurs de téléphonie (Orange Cameroun, MTN Cameroun)
- Divers supports de communication (réseaux sociaux, mailing et sms)

Les inconvénients :

- Site internet non responsive
- Mélange de plusieurs produits de différentes natures sur le site

#### ➤ **Sellamquick.com**

Les avantages :

- Site web achalandé
- Site web responsive
- Possède son propre stock de marchandise

Les inconvénients :

- Produits de mauvaise qualité
- Photos de produit de mauvaise qualité
- Mélange de plusieurs produits de différentes natures sur le site
- Prix assez élevés
- Site web non ergonomique
- Supports de communication réduits (Facebook, Twitter)
- Pas de sponsoring, annonces, affiliation et de SEO

#### ➤ **africa-shops.cm**

Les avantages :

- Ergonomique
- Site web responsive
- Présence sur les réseaux sociaux

Les inconvénients :

- Lacunes techniques au niveau du site mobile
- Mélange de plusieurs produits de différentes natures sur le site
- Produits de mauvaise qualité
- Images de mauvaise qualité
- Prix assez élevés
- site pas ergonomique
- Supports de communication réduits (Facebook, twitter)
- Pas de sponsoring, annonces, affiliation et de SEO

#### ➤ **boogos.cm**

Les avantages :

- Ergonomique
- Site web responsive
- Présence sur les réseaux sociaux

Les inconvénients :

- Pas assez achalander
- Supports de communication réduits (Facebook, twitter)
- Pas de sponsoring, annonces, affiliation et de SEO

➤ **streetwear237.com**

Les avantages :

- Ergonomique
- Site web responsive
- Présence sur les réseaux sociaux

Les inconvénients :

- Pas assez achalander
- Site web pas actualisé
- Supports de communication réduits (Facebook, twitter)
- Pas de sponsoring, annonces, affiliation et de SEO

### **III. IDENTIFICATION DE L'ORPORTUNITE DU MARCHE**

Etant donné que nous somme nouveau dans le marché du e-commerce, Camerclotting arrive dans ce marché pour se positionner dans le secteur spécifique de la mode (vêtements, chaussures, accessoires, bijoux etc.). Secteur dans lequel nous allons nous concentrer et toucher un public spécifique et le fidélisé, tout cela grâce aux différents atouts que nous avons.

Le secteur de la mode par exemple représente environ 5% des achats effectué chez jumia.cm, site dont la rentabilité repose essentiellement sur la vente d'autres produits notamment, électronique, électroménager et bien d'autre. En profitant de cet abandon de la part de celui-ci, nous pourrons mettre donc en marche une campagne qui nous permettra d'attirer l'attention sur nous lorsqu'il s'agira d'achat de ce type de produit spécifique.

Pour l'achat de produits de mode le choix se fera porter sur Camerclotting car d'entrée de jeux nous aborderons une approche physique par le biais de supports de communications déjà lésé par une bonne partie de la concurrence, notamment les supports radio, affiches et flyers ; Aussi on utilisera les différents réseaux sociaux.

Notre politique en termes de qualité nous permettra de se distinguer de la concurrence car notre équipe se chargera de la qualité et de la validation des produits de chacun de nos fournisseurs et nous nous porterons garant de la qualité des produits que nous allons vendre sur notre site.

En terme de prix bas également se sera la plaque tournante de la qualité et du « low cost » dans la vente de produits de mode en ligne, ainsi, nous pourrons gagner le maximum de client venant de tous horizons dans nos rangs.

#### IV. PRESENTATION DES SERVICES DE CAMERCLOTHING

Les différents services que proposent Camerclothing vont de la vente de produits de modes à la livraison des dits produits.

S'agissant de la vente, nous assurons le rôle d'intermédiaire pour les différents vendeurs avec lesquels nous travaillons, l'opération de vente se déroulera de la sorte : dans un premier temps nous allons organiser des shooting chez les fournisseurs pour photographier leurs produits, ensuite nous ajouterons les produits sur le site web et pour finir nous assureront la promotion adéquate pour faciliter l'écoulement de ces produits.

La livraison quant à elle est un service gratuit à la base que nous offrons pour toutes les commandes effectuées par les clients présents dans les villes où nous serons basés. Par ailleurs le gain de Camerclothing pour tous ses services seront déduits à un pourcentage équivalent à 20% du prix de chacun des articles vendus sur le site.

En plus des services de e-commerce, Camerclothing se veut également d'être une plateforme de sensibilisation et de collecte dans le sens où, nous nous chargerons de collecter les articles (vêtements, chaussures et accessoires) que nos internautes ne voudront plus dans leur dressing pour les offrir en don aux différents orphelinats de la place. C'est le programme « **habiller un enfant** ».

Pour réaliser cela, sur le site web on aura une page dédiée où, les internautes désirant faire des dons d'articles (vêtements, chaussures et accessoires) pourront remplir un formulaire où ils laisseront les informations nécessaires à notre équipe pour les recontacter afin d'entrer en possession des articles à offrir.

#### V. PRESENTATION MANAGERIALE DE CAMERCLOTHING

Camerclothing est une startup constitué de six (06) membres, dont le fondateur est Mebenga Atanga Stéphane Cyrille, étudiant en 2<sup>e</sup> année à la faculté de génie industriel qui s'occupe de tout l'aspect technique (Webmastering, administration du site web, maintenance informatique et infographie).

Le reste de l'équipe est constituée de :

- Etoundy Alexis Joel, étudiant en 3<sup>e</sup> année à l'école supérieur de science économie et commerce (ESSEC) qui est le responsable marketing ;
- Bilounga Cecile Flavie, Etudiante en Master 2 en communication d'entreprise à l'école supérieure des sciences et technologie de l'information et de la communication (ESSTIC), qui est responsable de la communication ;
- Pippa Edouard Kinslay, Etudiant en Master 1 en marketing à l'institut supérieur des technologies appliquées et de gestion (ISTAG), qui est adjoint au responsable communication (Community Manager) et aussi le responsable Logistique ;

- Njoh Lea Eusebe Alex, Etudiant en Master 2 en Finance à l'institut supérieur des technologies appliquées et de gestion (ISTAG), qui est le responsable des affaires financières ;
- Owona Balla Augustin Stéphane, Etudiant en Master 2 en droit à l'université de Yaoundé 2, qui est responsable juridique.
- Franck Fosso, Etudiant en Master 1 en droit à l'université de Yaoundé 1, qui est adjoint au responsable juridique.

On a également les conseillers techniques :

- Mebenga Fabrice Herve, Responsable risque chez Bolloré Logistics ;
- Pie Claude Thierry Ottou, en thèse de doctorat à l'université de Yaoundé 2 ;
- Bemouiyme Thierry, Ingénieur Environnementaliste.

## VI. PREVISION FINANCIERE

### A.Première année

Pour la première année de Camerclothing qui sera une année de lancement, Nous miserons un peu plus sur la visibilité, c'est-à-dire accroître le nombre de visiteurs chaque mois pour avoir une certaine notoriété.

Nous entamerons notre entrée dans le marché avec un projet de communication qui s'effectuera sur une période d'un (01) mois, mois pendant lequel les objectifs que nous nous fixerons seront les suivant :

- Accroître notre notoriété et la présence à l'esprit ;
- Avoir 1500 visiteurs avec un taux de conversion de 1% soit 15 commandes pendant ce mois de campagne. (Taux de conversion : pourcentage de commande en fonction du nombre de visite);
- Augmenter notre visibilité.

#### a. Estimation du chiffre d'affaire (CA)

D'entrée de jeux nous considérons donc un taux de transformation égal à 1%, pour un panier moyen de 5.000 FCFA et une marge de 20% qui équivaut à 1.000 FCFA par commande. Sachant que le nombre visiteur sera de 1500 le premiers mois, ce qui nous fera 15 commandes le 1<sup>er</sup> mois.

Et supposons un taux de croissance du nombre de visiteur par mois de 10%. Cela nous fera 321 visiteurs en un an.

Donc le Chiffre d'affaire (CA) de Camerclothing sera :

$$CA = \text{nombre de visiteur par an} * \text{marge sur panier moyen}$$

$$1\ 000 * 321 = 321\ 000\ \text{FCFA}$$

Donc la première année **CA = 321 000 FCFA**

b. Calcul des charges

<b>Chargers fixes (CF)</b>			
		<b>Mois</b>	<b>An</b>
	Hébergement + certificat SSL	15 000 XAF	180 000 XAF
	Nom de domaine (.com et .cm)		15 000 XAF
	Communication de démarrage		100 000 XAF
	Communication		300 000 XAF
	Emballages*	10 000 XAF	120 000 XAF
	Papier, encre...		15 000 XAF
	Téléphone	10 000 XAF	120 000 XAF
	Internet	10 000 XAF	120 000 XAF
	Fournitures de bureau (imprimante)		20 000 XAF
	Divers & imprévus	10 000 XAF	120 000 XAF
	Realisation Polo, casquettes		50 000 XAF
	<b>Total charges fixes</b>		<b>1 160 000 XAF</b>

On a donc un total de charges fixe de **1 160 000 FCFA**

**Calcul des charges Variables (CV)**

Ici on aura les frais de transport pour la livraison. Donc on aura 3 jours de livraison par semaine, à raison de 3.000 FCFA la journée.

- Frais de port sur commande :  

$$3.000 * 3 * 4 * 12 = 288\ 000\ \text{FCFA}$$

Donc le total des charges variables (CV) est **288 000 FCFA**

c. Total des charges

Total charges = total charges fixes + total charges variables

$$1\ 160\ 000 + 288.000 = 1\ 448.000\ \text{FCFA}$$

Donc le total des charges est **1 448 000 FCFA**

**B. Deuxième année**

Pour la deuxième nous allons nous focaliserons sur :

- l'augmentation de notre taux de transformation (passer de 1% à 1,5%);
- l'augmentation du taux de croissance du nombre de visiteur (passer de 10% à 11%)

- La fidélisation de notre clientèle (Soldes, ...).

a. Estimation du chiffre d'affaire (CA)

Supposons donc un taux de transformation égal à 1,5%, un taux de croissance du nombre de visiteur de 15%, le tout pour un panier moyen de 5.000 FCFA et une marge de 20% qui équivaut à 1.000 FCFA par commande. Sachant que le nombre visiteur du 13<sup>e</sup> mois sera environ de 5178 visites, ce qui nous fera 104 commandes le 13 mois.

Et supposons un taux de croissance du nombre de visiteur par mois de 15%. Cela nous fera 4505 visiteurs en un an.

Donc le Chiffre d'affaire (CA) sera :

$$CA = \text{nombre de visiteur par an} * \text{marge sur panier moyen}$$

$$1\,000 * 4505 = 4\,505\,000 \text{ FCFA}$$

Donc la première année **CA = 4 505 000 FCFA**

b. Calcul des charges

<b>Chargers fixes</b>			
		<b>Mois</b>	<b>An</b>
	Divers & imprévus	10 000 XAF	120 000 XAF
	Hébergement + certificat SSL	15 000 XAF	180 000 XAF
	Nom de domaine (.com et .cm)		15 000 XAF
	Communication et Marketing		1 500 000 XAF
	Emballages*	15 000 XAF	180 000 XAF
	Papier, encre...		15 000 XAF
	Téléphone	15 000 XAF	180 000 XAF
	Internet	15 000 XAF	180 000 XAF
	Realisation Polo, casquettes		50 000 XAF
	<b>Total charges fixes</b>		<b>2 420 000 XAF</b>

On a donc un total de charges fixe de **2 420 000 FCFA**

**Calcul des charges Variables (CV)**

Ici on aura les frais de transport pour la livraison. Pour cela nous effectuerons les commandes sur 4 jours de la semaine, à raison de 5.000 FCFA la journée.

- Frais de port sur commande :

$$5\,000 * 4 * 4 * 12 = 960.000 \text{ FCFA}$$

Donc le total des charges variables (CV) est **960.000 FCFA**

c. Total des charges



Total charges = total charges fixes + total charges variables

$$2\,420\,000 + 960\,000 = 3\,380\,000 \text{ FCFA}$$

Donc le total des charges est **3 380 000 FCFA**

### C. Troisième année

Pour la troisième année nous allons nous focaliserons sur :

- l'augmentation de notre taux de transformation (passer de 1,5% à 2%);
- La fidélisation de notre clientèle (augmentation du nombre de soldes).

#### a. Estimation du chiffre d'affaire (CA)

Supposons donc un taux de transformation égal à 2%, un taux de croissance du nombre de visiteur de 10%, le tout pour un panier moyen de 5.000 FCFA et une marge de 20% qui équivaut à 1.000 FCFA par commande. Sachant que le nombre visiteur du 25<sup>e</sup> mois sera environ de 30 476 visites, ce qui nous fera 610 commandes le 25<sup>e</sup> mois.

Et supposons un taux de croissance du nombre de visiteur par mois de 10%. Cela nous fera 13 034 visiteurs en un an.

Donc le Chiffre d'affaire (CA) sera :

$$\text{CA} = \text{nombre de visiteur par an} * \text{marge sur panier moyen}$$

$$1\,000 * 13\,034 = 13\,034\,000 \text{ FCFA}$$

Donc la première année **CA = 13 034 000 FCFA**

#### b. Calcul des charges

<b>Chargers fixes</b> (annuelle)			
		<b>Mois</b>	<b>An</b>
	Hébergement + certificat SSL	15 000 XAF	180 000 XAF
	Nom de domaine (.com et .cm)		15 000 XAF
	Communicationn et Marketing		2 000 000 XAF
	Frais création société et administratifs		105 000 XAF
	Electricité	10 000 XAF	120 000 XAF
	Emballages*	20 000 XAF	240 000 XAF
	Papier, encre...		30 000 XAF
	Téléphone	20 000 XAF	240 000 XAF
	Internet	20 000 XAF	240 000 XAF
	Loyer	20 000 XAF	240 000 XAF
	Realisation Polo, casquettes		100 000 XAF
	Entretien, dépannage...	10 000 XAF	120 000 XAF
	Divers & imprévus	15 000 XAF	180 000 XAF
	<b>Total charges fixes</b>		<b>3 630 000 XAF</b>

On a donc un total de charges fixe de **3 630 000 FCFA**

### **Calcul des charges Variables (CV)**

Ici on aura les frais de transport pour la livraison. Pour cela nous effectuerons les commandes sur 4 jours de la semaine, à raison de 5.000 FCFA la journée.

- Frais de port sur commande :

$$10\,000 * 5 * 4 * 12 = 2\,400.000 \text{ FCFA}$$

Donc le total des charges variables (CV) est **2 400 000 FCFA**

### c. **Total des charges**

Total charges = total charges fixes + total charges variables

$$3\,630\,000 + 2\,400\,400 = 3\,380\,000 \text{ FCFA}$$

Donc le total des charges est **6 030 000 FCFA**

## ANNEXE

Tableau récapitulatif (Chiffre d'affaire, Charges)

	<i>Année 1</i>	<i>Année 2</i>	<i>Année 3</i>
<i>Chiffre d'affaire</i>	320 764 FCFA	4 505 473 FCFA	13 034 298 FCFA
<i>Charges</i>	<b>1 448 000 FCFA</b>	<b>3 380 000 FCFA</b>	<b>6 030 000 FCFA</b>
<i>Différence</i> (chiffre d'affaire – charges)	<b>-1 127 236 FCFA</b>	<b>1 125 473 FCFA</b>	<b>7 004 298 FCFA</b>

Evolution du chiffre d'affaire et des charges

