Présentation de l’entreprise et concept

Nous sommes l’entreprise Cindy Industries, nous sommes une start up moderne et futuriste.

Aujourd’hui nous vous proposons un concept innovant, le Doofy Cleaner.

Le Doofy Cleaner n’est pas seulement un aspirateur automatique comme les autres, il est un aspirateur hybride.

En effet, quel est le problème principal rencontré par la ménagère avec son robot aspirateur classique ?

On a toujours besoin d’un aspirateur traditionnel pour les escaliers, les recoins difficiles d’accès et autres situations complexes pour ce type d’appareils.

Avec le Doofy Cleaner, nous réglons ce souci de polyvalence en permettant à la ménagère de passer d’un mode automatique traditionnel, passant l’aspirateur de manière automatisée, à un mode manuel, en branchant un tuyau à son sommet permettant une utilisation “chariot”.

Clientèle et Concurrence

* Clientèle ciblée :

Notre cœur de cible est la ménagère de 30 à 70 ans dans une tranche de revenu de moyen à haut pouvoir d’achat.

* Analyse de la concurrence :

Pour la partie des aspirateurs robot :

Nous trouvons actuellement sur le marché, deux aspirateurs robot qui se démarquent par leurs chiffres (quantités vendue).  
Nous avons tout en haut le « Roomba » de IRobot et juste derrière, le « Kobolds » fabriqué par Vorwerk.

Pour la partie aspirateurs chariot (traditionnel) :

Ce marché est très encombré et beaucoup d’aspirateurs voient le jours chaque année, mais nous pouvons tout de même ressortir deux marques, en dehors de Dyson, qui sort du lot en vu de leurs CA et ventes effectuée.  
Nous avons en premier lieu Rowenta qui est une marque française reconnu depuis des années, ainsi que Hoover qui est l’un des leader en aspirateur chariot.

* Analyse de la méthode FFOM :

Nous avons réalisé une étude suivant la méthode FFOM (forces/faiblesses/opportunités/Menaces).  
Cette méthode est utilisé pour analyser la pertinence et la viabilité du projet ainsi que facilité l’analyse des risques par la suite.

* Forces :

Le produit étant unique sur le marché, cela faire notre force car nous serons impactant et innovant.  
Notre produit répondra à une demande en forte augmentation depuis l’apparition des aspirateurs robot, réunir le robot et le chariot.  
En effet, cela évitera à la ménagère d’avoir plusieurs appareils dans son placard.

Notre produit est polyvalent et écologique dans le sens ou, le client n’aura plus qu’à acheter notre produit pour toutes les pièces de la maison.

* Faiblesses :

Le seul point faible que nous avons ressortie de notre analyse est le prix de vente de notre aspirateur.  
Il sera dans le secteur du haut de gamme du marché du fait de son innovation et sa polyvalence.  
Cela pourrait avoir un impact direct sur les ventes au début, mais nous avons confiance que les ventes devraient s’affoler dans l’année de lancement.

* Opportunités :

Notre produit est une opportunité car non présent sur le marché.  
Nous allons créer la demande et seront les premiers positionnés sur ce type de produit.

* Menaces :

La plus grosse menace qui est été remontée est la non réceptivité de la clientèle ciblée, ainsi que le risque que la concurrence sorte un produit similaire.