

Nom des membres : KENFACK NGANKAM ROSTAND 21T2279
LEUGUEM DJOUWA FRANCK RHUNEL 21T2824

BUSINESS PLAN

1. Résumé exécutif :

- Vision et Objectifs commerciaux.

Vision

Avoir une entreprise indépendante agissant sur le plan national et multinationale

Objectifs

Transformer les matières premières en produits finis ou semi-finis

Créer de nouvelles méthodes de traitement des produits

Générer de nouveaux emplois et améliorer le tourisme au Cameroun

- Donnez un aperçu de l'industrie de la métallurgie au Cameroun

Au Cameroun le traitement des matières premières est une activité nouvelle voir peut développer pour la population malgré la richesse du sol d'où notre intérêt pour ce secteur d'activité

2. Description de l'entreprise :

- **Krcoop** est une entreprise locale spécialisée dans l'extraction et la transformation du métal dans le but d'avoir des produits finis ou semi-fini

- Matériaux spécifiques utilisé : aluminium, fer, cuivre, zinc.

- Approche : Extraction des matières premières par une filiale de l'entreprise.

Travail de près avec la population pour le recyclage des matériaux inutilisés

3. Analyse de marché :

- Tendances du marché de la métallurgie au Cameroun : une production de 260000 tonnes de fer pour une capacité installée de 450000 tonnes

- Évaluez la demande actuelle et future pour les produits en métal.

- Identifiez vos principaux concurrents et analysez leur modèle commercial.

ALUCAM, DZ Métal, Zinc industriel, Prometal

4. Analyse SWOT :

- Forces Matière première peut coûteuses et a porté de main, demande élevée

- Faiblesses : Connaissance limitée du domaine et équipements primitifs main d'œuvre peut qualifier. Absence de budget

- Opportunités : Apprentissage constant et possibilité de créer des partenariats avec des institutions externes et non affiliées au domaine d'activité

- Menaces : conditions de travail difficiles. Concurrence rude et évolutions difficile pour une entreprise nouvellement formée

5. Stratégie de marketing :

- public cible

Population plus précisément les ingénieurs

- Canaux de distribution pertinents : bouche à oreille, médias, presse

- Élaborer une stratégie de tarification compétitive : baisser le prix des produits actuel de 5%

6. Structure organisationnelle et gestion :

- L'entreprise sera divisé en quatre principales branches : une branche chargée du marketing, une spécialisée dans l'extraction des matières premières, une autre chargé de la transformation des matériaux en produit fini et une dernière collaborant avec la population pour le recyclage des produits

7. Plan financier :

- coûts de démarrage : 750 millions de francs