**Odimo**

Florian Salord

**SWOT :**

|  |  |
| --- | --- |
| Strength  - Produit dans plusieurs langues  - Nombreux partenaires  - Gamme de produit large (variété des jeux) | Weakness  - Cible limitée  - Canaux de distribution limités |
| Opportunities  - Marché non exploité  - Reconnaissance externe : lauréats de concours et plusieurs prix | Threats  - Avancées médicales  - Concurrence émergente |

**Plan de marchéage :**

* Produit :
  + Console de jeu pour malvoyants
  + Cartouches de jeu
* Prix :
  + Prix de lancement : 320€ pour console + 6 jeux, puis 99€/an d’abonnement
  + Vente console édition limitée : 299€
  + Vente console seule : 199€
  + Vente console classic : 339€
  + Cartouches de jeu : 29€/unité
  + Sacoche de transport : 25€
* Distribution :
  + Site de l’entreprise
  + Association d’aide aux malvoyants
  + Cybermarchand Ceciaa
* E-commerce
* Communication :
  + Salon Autonomic
  + Association d’aide aux malvoyants
  + Journaux
  + Site officiel

**Positionnement :**

Fournir un moyen de divertissement aux personnes malvoyantes, ne pouvant pas profiter des moyens classiques de divertissement

**Qualités commerciales :**

* Euphonique : oui, agréable à entendre, avec assonance en « o ».
* Facilement mémorisable et prononçable : oui, nom court et facile à prononcer.
* Évocatrice : relation avec les mots avec « mo ».
* Déclinable : potentiellement mais il faut que le besoin soit existant.

Hors-sujet :

* Non contraire aux bonnes mœurs : oui
* Distinctive : oui, nom ne représentant pas d’objet courant
* Disponible : deux marques possèdent tout ou partie du mot « odimo » dans leur nom, mais sont sur des domaines d’activité différents du divertissement / console de jeu.
* Non déceptive : oui