

RECRUTEMENT JEUNES TALENTS DIGITAUX

EXECUTIVE SUMMARY

PROBLEME

Les entreprises ont de plus en plus de mal à recruter. Les processus de **recrutement** sont **fastidieux** et coûtent **trop chers**. Entre 5.000€ et 15.000€ pour un recrutement réussi. Entre **50.000€ et 80.000€** pour un **recrutement raté!**



Il est très difficile pour les entreprises de recruter **un profil sans expérience**. JUMP se sert de l'**empreinte numérique et de toutes autres informations** pour palier ce problème

SOLUTION

Finis les recrutements ratés! Grâce au **Big Data** et à des **algorithmes pointus**, les recruteurs trouveront les jeunes talents qui **correspondent à leurs attentes et à leurs entreprises!**

L'évaluation des jeunes reposera sur le plus de critères possibles tels que: l'empreinte numérique, l'expérience, l'école, la personnalité, les compétences... et bien plus!

Les recruteurs apprécieront cet ATS au sourcing et au processus de recrutement **ultra rapide**. Avec une politique de **paiement** seulement **en cas de recrutement!**

THE CEO



Après un parcours scolaire couplant l'**Ecole Supérieure de Gestion** et l'**Ecole Européenne des Métiers de l'Internet** j'ai décidé de partir **à l'étranger** pour élargir ma vision du monde. J'ai travaillé au **Luxembourg** (pour être honnête, ma vision du monde n'a pas vraiment changée sur ce coup là...), au **Vietnam**, en **Indonésie** et enfin en **Australie**. Fort de ces expériences, me voilà de retour en Europe, déterminé à créer **LE** service qui va **révolutionner le secteur du recrutement des "jeunes"**.

LE MARCHE

88% des entreprises recrutent au moins une fois dans l'année

75% des entreprises trouvent le recrutement trop difficile et long

69% C'est le pourcentage que représente les recrutements liés à l'informatique et au management digital sur le secteur numérique

50% Des profils d'ingénieurs en développement recherchés sont de niveau débutant

STRATEGIE

- Trouver des investisseurs/associés de renom pour apporter de la crédibilité au projet
- Différenciation sur l'offre, le prix, le paiement au succès
- Convaincre les étudiants que la plateforme est au service de leur futur
- Convaincre les écoles que le service va augmenter leur notoriété et leur crédibilité
- Développer des algorithmes fiables pour fidéliser les entreprises

FINANCEMENT

Pour se faire, le projet nécessite un financement de

350.000€

Retour sur investissement en 3 ans maximum!

Business Plan

1. Présentation personnelle
2. Présentation du projet
3. Le marché
4. La concurrence
5. Stratégie
6. Prévisions financières
7. Opportunité d'investissement
8. Annexes

1. Présentation personnelle



Paul Bontems

25 ans

Qualités personnelles: Valeurs familiales, joueur de golf, voyageur

Formations



"Entrepreneur dans l'âme avec un réel désir de créer, qu'importe les efforts à fournir"

Expériences professionnelles en tant que Chef de Projet Web



Luxembourg

e-commerce



Vietnam

Agence Web



Indonésie

e-commerce



Australie

Recrutement

2. Présentation du projet

Avec une évolution technologique constante, les entreprises ont besoin de recruter des profils "techniques", lesdits de plus en plus spécifiques et donc très durs à trouver.

Il existe une multitude de services sur le marché, spécialisés dans le sourcing et/ou le processus de recrutement (ATS), mais toujours est-il que les erreurs de casting arrivent bien trop souvent.

"Un recrutement raté représente une perte financière comprise entre 50.000€ et 80.000€"

source: INSEE

Comment des entreprises compétentes dans le secteur technologique, dépensant des sommes parfois astronomiques dans le recrutement, peuvent se tromper si souvent de candidat, même en ayant des ATS "pointus"?

Il est, premièrement, très difficile de recruter des candidats sortant de la même école, avec des profils similaires. Sans le savoir, un de ces candidats peut être bien meilleur. JUMP permet aux entreprises de voir au delà des expériences et des CV grâce à une étude complète des profils des candidats.

Avec l'essor des start-up et autres entreprises qui se doivent d'être réactives, les méthodes de travail ont changé et chaque entreprise a (presque) son propre mode de fonctionnement.

De nombreux services de recrutement sans recourt au CV ont fleuri ces dernières années, mais aucun ne réunit toutes les fonctionnalités nécessaires pour garantir un recrutement idéal (bien que beaucoup proclament avoir trouvé la solution...).

Voici en quoi le service que je vous propose répond aux problèmes suivants:

- Eviter les erreurs de casting
- Passer un minimum de temps à sourcer les candidats
- Les recruter en un temps record!
- Ne proposer que des candidats qui correspondent parfaitement au besoin
- Eviter que les nouvelles recrues ne quittent l'entreprise au bout de 2 mois
- Ne plus répéter les mêmes erreurs grâce au machine learning
- Palier au manque de compétences avec des MOOC certifiés
- Transformer chaque action en expérience professionnelle

De ces constats découle l'**idée du service JUMP**:

Une plateforme de recrutement prédictif prenant en compte toutes les composantes possibles du côté de l'entreprise comme du côté du candidat. Cette masse de données couplée à des algorithmes de recherche permettront aux entreprises de recevoir une short-list de candidats idéaux!

Pour se faire, les entreprises ayant besoin de recruter de jeunes talents devront définir leurs besoins sur la plate-forme: **compétences recherchées, personnalité, force du profil, école fréquentée, activité sur les réseaux sociaux...** Plus l'entreprise renseigne de données, plus le résultat sera pertinent (l'entreprise peut même demander à ses équipes de remplir des questionnaires de personnalité afin de s'assurer un matching parfait avec la nouvelle recrue.

Une fois ces données rentrées, nos **algorithmes** effectuent une recherche **scannant les profils** dans notre base de données afin de faire ressortir les candidats correspondant au mieux à la recherche.

Les profils des candidats sont les plus complets que l'on puisse trouver actuellement sur le marché, à savoir:

- **Informations générales:** (Photo, âge, lieu, parcours scolaire, expériences professionnelles, centres d'intérêts, poste occupé)
- **Empreinte numérique:** Le candidat pourra connecter autant de réseaux sociaux qu'il désire à son compte (les réseaux doivent avoir un rapport avec les compétences du candidat). On parle ici d'étudier son empreinte numérique.
- **Test de personnalité:** Le test n'est là que pour en savoir un petit peu plus sur le comportement et la personnalité du candidat, il n'y a pas de "bons" ou de "mauvais" résultats.
- **Projets réalisés:** Possibilité d'ajouter des documents (réalisés à l'école ou dans le cadre de missions), des portfolio, URL de sites personnels, URL de sites réalisés par le candidat...
- **Autres informations:** Cette section comporte tous les autres documents/informations que l'étudiant veut communiquer: en passant par les langues parlées, les pays visités, CV vidéo, salaire souhaité, type de films/livres/jeux vidéos préférés...

Une fois les profils sélectionnés, l'entreprise définit le **"pipeline" de recrutement: entretien physique/ téléphonique/ vidéo, tests techniques, questionnaires...**

L'entreprise peut organiser son processus de recrutement comme elle le souhaite, comme par exemple en effectuant 2 entretiens vidéos, un questionnaire, et un entretien physique. Il est possible d'enregistrer des processus de recrutement pour pouvoir les réutiliser plus rapidement.

Le calendrier intégré au service, la possibilité d'envoyer des messages/emails ainsi que la version mobile de l'application permettent aux recruteurs de trouver **le candidat idéal, le plus rapidement possible.**

Voici une liste non exhaustive des fonctionnalités:

Entreprises	Candidats	Ecoles
Création/Importation d'un site carrière afin de renforcer la marque employeur	Découvrir les entreprises présentes grâce au site carrière/vidéos	Permettre aux étudiants de trouver le meilleur poste
Dashboard permettant de voir les statistiques, notifications, évènements... en un coup d'oeil	Dashboard avec accès rapide aux offres, notifications, profils...	Fournir les entreprises avec des candidats compétents
Recherche de candidats qui correspondent parfaitement à vos attentes	Rechercher une offre	Augmenter leur notoriété
Poster des offres originales avec leur propre canal de recrutement	Suivre une formation en ligne si l'entreprise le souhaite	Pouvoir se jauger face aux autres écoles
Processus de recrutement simplifié et automatisé	Renforcer leur profil: empreinte numérique, compétences, tests, missions	

Ce n'est pas tout: les entreprises changent leur processus de recrutement afin de toucher un groupe de candidats bien particulier... La génération Z. Leur aisance avec la technologie est l'une des raisons pour laquelle les entreprises sont prêtes à investir plus de temps et d'argent afin de mettre la main sur cette denrée rare... au comportement différent!

En effet, de nombreuses études (voir Annexes) montrent que la future génération marque un tournant dans l'évolution du mode de vie et de la perception du monde.

"Pour la génération Z, l'entreprise devra être plus Agile, avec une hiérarchie horizontale, et leur accorder beaucoup de confiance."

source: Etude BNP

Ces jeunes connectés depuis leur enfance peuvent apporter une véritable plus-value aux entreprises, tant sur le plan technologique que managérial. Un seul problème: ces jeunes individus n'ont pour la plupart pas ou peu d'expérience dans le monde du travail, il est donc difficile de pouvoir juger de leurs véritables compétences.

C'est là que notre service répond à une deuxième liste de besoins comprenant:

- Evaluation des compétences des étudiants/jeunes diplômés "techniques"
- Digitalisation des profils grâce à leur empreinte numérique
- Tests de personnalité permettant de faire matcher entreprises et candidats
- Missions online et MOOC si jamais l'entreprise n'est pas certaine des compétences du candidat

De plus, de nos jours la plupart des entreprises sont à la recherche de tels profils, c'est pourquoi le marché est très intéressant. Malgré la présence de plusieurs services, aucun n'est dédié au recrutement de jeunes profils (étudiants ou jeunes diplômés) aux compétences techniques grâce à de nouvelles méthodes de recrutement.

La différence avec les services présents sur le marché?

Service de sourcing + ATS, profils jeunes et techniques uniquement, profils candidats plus riches que ceux des concurrents, les prix les plus bas pour un ATS avec paiement seulement en cas de succès, Big Data au service du recrutement, algorithmes de plus en plus précis!

3. Le marché

Les types d'entreprises que le service peut toucher en premier sont les grands groupes ainsi que les start-up. En effet, bien que les clients finaux soient les entreprises qui souhaitent recruter de jeunes talents digitaux (c'est à dire tous les types d'entreprises), les deux structures citées ci dessus sont le plus souvent à la recherche active de ces profils.

Du côté des écoles, qui sont elles aussi des cibles bien qu'elles ne rapporteront pas d'argent directement, le service va se diriger vers: Ecoles digitales (Marketing, Développement, Design), les écoles d'ingénieurs, ainsi que les écoles qui proposent un Master (ou une formation) relatif au monde numérique.

Afin de toucher et séduire ces cibles, il sera facile de démontrer que **les méthodes de recrutement ont évolué**. Les entreprises ont de moins en moins recourt aux outils "standards" de recrutement, passant en revue des centaines de CV, sourcer les candidats site par site... C'est là qu'intervient le recrutement prédictif!

Il existe des services que l'on pourrait classer par fonction:

- Sourcing de candidats passifs
- Recrutement social
- Recrutement grâce au Big Data
- Recrutement mobile
- Recrutement grâce à la personnalité

Seulement, aucun de ces services ne regroupe toutes les fonctionnalités. Il y a donc une multitude d'offres similaires, mais celles proposées dans ce projet sont inédites dans le sens où elles regroupent les meilleurs aspects de chacun des meilleurs services présents aujourd'hui sur le marché (Recrutement par l'expérience, niveau d'étude, personnalité, empreinte numérique, le "matching" candidat/entreprise), le tout couplé à des **algorithmes** et du **machine learning** pour dénicher le **candidat parfait**!

De plus, ayant constaté une énorme difficulté à recruter de jeunes candidats au profil technique, le service se tourne exclusivement (au départ) vers ce genre de cibles.

Il s'agit cependant de démontrer que ce marché est assez ouvert et mûr pour pouvoir développer un tel service.

Et le marché l'est! Selon l'étude réalisée par italent.fr, le numérique est un secteur où le nombre d'embauches est supérieur aux autres: **88% des acteurs recrutent**, contre 51% dans les autres secteurs.

Par rapport à la même période il y a un an, **les recrutements de cadres** dans les entreprises IT ont augmenté selon l'APEC:

	Activités informatiques	Ensemble des secteurs
Plus nombreux	58	47
Moins nombreux	15	19
Aussi nombreux	27	34
Total	100	100

Source : Apec, Baromètre trimestriel de recrutement de cadres, octobre 2016

Selon "Le monde", le nombre d'offres d'emploi dans le secteur du numérique pourrait atteindre les 220.000, soit un taux de **création nette de 2%** par an. Cela s'explique, toujours selon eux, grâce à la création d'**écoles dédiées** qui forment ce genre de nouveaux profils. Les "geeks" étaient jusqu'alors des autodidactes et donc se faisaient très rares.

Les deux segments du marché de l'emploi informatique qui **embauchent le plus** sont **l'informatique de gestion** (Progiciels de gestion intégrée, Business Intelligences, Systèmes de gestion de bases de données...) avec 30% des recrutements, et le segment du **marketing et de la communication**, devenu central dans le numérique avec 29% des recrutements.

Dans le top 20 des métiers les plus recherchés sur LinkedIn (d'après leur propre étude parue en 2017), les 3 premiers sont d'ordre numérique: développeur logiciel, développeur web et Ingénieur SI.

Le marché du recrutement numérique est donc en pleine expansion selon les grands noms du secteur, mais bien que les entreprises aient des services à leur disposition afin de recruter ce genre de profil, il reste très difficile de dénicher la perle rare.

Voici, selon l'APEC, comment les entreprises voient le processus de recrutement:

	Activités informatiques	Ensemble des secteurs
...très ou plutôt facilement	24 %	35 %
...plutôt ou très difficilement	75 %	64 %
Ne sait pas	1 %	1 %
Total	100 %	100%

Source : Apec, Enquête de suivi des offres, octobre 2016

Pour remédier à ce problème, les entreprises sont à la recherche de nouveaux moyens de recrutement, simplifiés et rapides.

Voici les outils les plus utilisés actuellement lors d'un recrutement, selon l'étude de talent:



* Autres moyens utilisés : CVthèques, vivier de candidatures, chasse de candidat, ...

Les entreprises sont à court d'idées pour recruter: selon le JDN: elles reçoivent **1 réponse** en moyenne par offre sur des sites de recrutement "traditionnels". Sur les sites de recrutement social, les entreprises déplorent le manque de profils techniques, qui sont beaucoup trop sollicités par d'autres personnes.

- Elles se tournent donc vers les **sites communautaires** pour passer au crible tous les profils, une énorme **perte de temps**
- Elles se tournent vers la **cooptation** mais doivent tout de même déboursier un certain montant pour la personne qui a établi le lien entre les deux entités
- Les entreprises veulent être présentes aux **événements** relatifs à ces technologies/ personnes

Autre point très important: le profond désir des entreprises de recruter de jeunes profils. Il y a beaucoup de scepticisme face au recrutement de la "génération Z" puisque celle-ci a des habitudes bien particulières, mais c'est le défi des recruteurs de demain!

Les jeunes sont très convoités dans le secteur: Selon l'Afdel, 50% des profils d'ingénieur en développement recherchés sont des débutants.

4. La concurrence

Il existe un bon nombre de concurrents sur le marché. Comme partout, un petit nombre d'entre eux détient une grosse part du marché, les autres se développent petit à petit, mais réalisent souvent des levées de fonds.

Nous pouvons classer les concurrents selon différentes catégories. En effet, chaque plateforme/service qui permet de trouver du travail ou de créer un profil professionnel sont à prendre en considération.

Ainsi, nous avons:

- Les plateformes de **recrutement vidéo** (VisioTalent, Seeqle, Easyrecrue...)
- Les plateformes de **recrutement affinitaire** (MonkeyTie, TalenToday...)
- Recrutement grâce au "**Big Data**" (TalentBin, SmartRecruiters, Reqrut.net...)
- Les **job board** traditionnels (Apec, Regionsjob, Cadremploi...)
- **Réseaux sociaux professionnels** (LinkedIn, Xing, Viadeo...)
- Recrutement **étudiants** (JobTeaser, Letudiant, Kudoz...)

Après une longue étude de tous les concurrents, leurs fonctionnalités, nombre de comptes créés, nombre de visiteurs mensuels et d'autres, nous pouvons constater que les services sont tous plus ou moins similaires (seuls Workable et Seeqle proposent des offres plus complètes) et que les prix le sont aussi!

Le **prix mensuel** d'exploitation de ces services (sans prendre en compte les cabinets de recrutement), en moyenne, varie entre **330€ et 730€**, pour une utilisation illimitée, ou pour poster quelques offres par mois.

Le coût d'utilisation est donc assez élevé, mais comme vu auparavant, les erreurs de casting coûtent TRES cher et donc les entreprises préfèrent payer pour plus de sécurité.

Assessfirst, qui est le leader du recrutement prédictif en France, a réalisé 18.000 recrutements en 18 mois, et vise un chiffre d'affaire de 3,6 millions d'euros en 2017... En proposant une offre plus pauvre et un abonnement mensuel. Ce marché est donc ouvert à d'autres acteurs.

Il existe donc au moins deux portes d'entrée dans ce marché qui ne cesse de grossir: proposer un service qui regroupe les points positifs de tous ces concurrents (et choisir un secteur niche tel que le recrutement de jeunes étudiants "digitaux") ou bien de proposer des prix légèrement plus bas, tant que les garanties d'un recrutement durable sont là.

Les entreprises citées ci dessus ont en moyenne 15 ans de vie (seulement pour les entreprises qui ont une grosse part de marché), mais nous pouvons aussi constater l'essor de nombreuses start-up ces dernières années, et plus particulièrement depuis 2015.

Pour illustrer les propos, job4.fr (qui fait état de toutes les levées de fonds chaque mois) recense plus de **21,3 millions d'euros** en levées de fonds investis dans le secteur du recrutement seulement au mois de juin 2017! Les résultats sont encore plus édifiants pour **Mai 2017** avec **48** millions d'euros investis dans ce même secteur!

Toujours selon job4, nous pouvons donc avancer que depuis le **début de l'année 2017** (Janvier-Juillet), ce sont **121,5 millions d'euros investis!**

Ce qui laisse à penser que le secteur a de belles années devant lui, et que bien que certaines entreprises ont beaucoup d'influence par rapport aux autres, il y a de la place pour les petites ou les grandes entreprises aussi.

5. Stratégie

Opportunités:

Comme nous l'avons vu, le marché du recrutement sur internet comprend beaucoup d'acteurs, mais reste très ouvert aux nouveaux arrivants.

Les services existants (acteurs majeurs ou nouveaux services) se différencient les uns des autres par leurs fonctionnalités, cibles, prix...

Il y a une réelle opportunité sur le créneau du recrutement sur internet d'étudiants digitaux:

- Le marché du recrutement de "millennials" va exploser d'ici 2 ans
- Le nombre d'entreprises nécessitant ce genre de profil va continuer à augmenter
- Aucun service ne propose une nouvelle alternative pour jauger les étudiants qui n'ont pas forcément d'expérience en entreprise
- Les prix pratiqués par les acteurs sont bien trop élevés
- Les écoles veulent promouvoir leurs élèves

Après avoir étudié les différents acteurs, il est facile de voir pourquoi ils réussissent tant, mais aussi leurs points faibles et leur manque de fonctionnalités. Le service proposé ici est la combinaison de tous les atouts des acteurs présents sur le marché, en ciblant uniquement une partie des étudiants pour favoriser la pénétration sur le marché, et avec des prix pratiqués inférieurs à la concurrence.

Prix:

En parlant du prix, les tarifs pratiqués par ces entreprises restent souvent bien trop élevés. Cela peut s'expliquer par le fait que les cabinets de recrutement, précédemment seul moyen de recrutement à disposition des entreprises, pratiquaient des prix très, très élevés.

Avec l'avènement d'internet et la réduction des coûts, les entreprises ont plus que baissé ces tarifs, mais restent tout de même dans la même zone de profit.

Sur près de 20 services présents en France ou dans le monde, la fourchette de prix est la suivante:

Fourchette basse:

472€/ mois ou par annonce

Fourchette haute:

922€/mois ou par annonce

Détails des chiffres dans l'Annexe

Les prix pratiqués par les autres acteurs sont donc assez élevés, mais nous voulons nous positionner sur un marché où un acteur détient une grosse part et dont nous devons nous différencier. En effet, Jobteaser est l'unique entreprise qui segmente le "même" type de cible, et pratique un prix plutôt bas: 190€ par annonce postée.

Seulement, leur service n'est pas aussi complet que le notre (une simple mise en relation avec les entreprises), et il n'existe aucune garantie de recrutement. De plus, notre service utilise les nouvelles technologies qui vont changer le secteur du recrutement: la donnée et le machine learning.

C'est pour cela que notre prix sera fixé aux alentours de **349,99€ par candidat recruté** (et non annonce postée).

Ce qui veut donc dire que les entreprises utilisant l'application ne payeront pas tant que le candidat n'est pas recruté (dit paiement "au succès" , "contingent fee" en anglais).

Cette méthode a été développée par les anglo-saxons lors de la crise économique de 2008, et permet aux clients de ne payer que si ils obtiennent un résultat.

Le service se positionnera donc sur ce mode de paiement puisque les entreprises seront plus enclins à essayer la plateforme, c'est un bon moyen de s'octroyer des parts de marché au lancement du service.

De plus, cela permet de pratiquer des prix un peu plus élevés (puisque si le recruteur n'est pas satisfait, il ne paye rien) pour plus de bénéfices, même si les pourcentages perçus restent plus bas que les autres acteurs du marché qui utilisent cette technique de rémunération.

Plan commercial:

Afin de pénétrer le marché, plusieurs atouts commerciaux vont être mis en avant:

- Le réseau de professionnels et d'écoles
- Séduire les écoles: Promotion de l'école sur un site tiers (le service), permet de les jauger entre elles avec le nombre d'étudiants sur la plateforme, leur note, le nombre de recrutements... Et ainsi pousser leurs étudiants à bien se vendre et engranger de nouvelles compétences afin de faire grimper leurs salaires ou obtenir un meilleur poste.
- Séduire les étudiants: Mêmes arguments que pour les écoles. Si les étudiants utilisent la plateforme, ils pourront obtenir un meilleur poste ou un salaire plus élevé. Le résultat sera meilleur si ils donnent un maximum de renseignements sur la plateforme (via leur profil)
- Séduire les entreprises: Argument de vente avec le paiement "au succès", prix moins chers que le marché actuel, le service peut être intégré à leur ATS, facilité de recruter de jeunes talents digitaux, possibilité de former les étudiants si leur profil n'est pas assez complet.

En résumé, ce service permet aux écoles et aux étudiants de se promouvoir et donc de tirer des bénéfices de l'utilisation de la plateforme.

Elle permet aux entreprises de trouver les futures pépites de demain sans rien risquer! Le service est simple d'utilisation, pas de perte de temps avec le sourcing, et si il n'y a pas de retombées, aucun centime n'est dépensé.

Nous allons donc commencer par cibler les écoles situées en île-de-france qui forment aux métiers du digital ou qui possèdent un master (ou formation) digital.

Ensuite, les entreprises (start-up et grands groupes en priorité) toujours en île-de-france en leur montrant les partenariats avec certaines écoles.

Fort des premiers contrats, nous allons ensuite cibler la France entière pour atteindre au minimum 70 clients lors de la première année.

Plan de communication:

Même si au lancement du projet l'acquisition de clients et d'écoles se fera grâce à du démarchage, nous allons mettre en place une stratégie de communication qui reposera sur différents axes:

- Publicité sur les sites spécialisés (blog recrutement, exemple: parlonsrh.com) ainsi que sur les sites d'information IT (type JournalDuNet)
- Articles sur les mêmes sites cités ci-dessus
- Sur les réseaux sociaux compétents: Facebook, Twitter, LinkedIn, Dribbble, GitHub...
- Via référencement sur les mots clés relatifs au recrutement de jeunes étudiants digitaux
- Lors de salons et autres évènements
- Sous forme de mailing pour avertir les étudiants des nouvelles offres en ligne ou autre sorte d'information (salons, portes ouvertes...)

La stratégie de communication va s'axer sur deux cibles: les entreprises cherchant de jeunes talents, et les étudiants digitaux sans qui l'application ne peut exister. Il faudra donc dans un premier temps convaincre les étudiants de se créer un profil, pour enrichir notre base de données. La possibilité de mettre son profil "en recherche active" ou "en veille" va augmenter considérablement nos chances d'acquérir de nouveaux profils: les étudiants/jeunes peuvent se créer un profil juste pour se comparer à leur amis, ou simplement voir le résultat final.

Le nombre d'écoles "du web" est en constante hausse, le nombre de jeunes au profil technique aussi. C'est pour cela que l'objectif est d'atteindre le nombre de **25.000 profils créés au cours de la première année** (en se basant sur le nombre d'inscrits sur les autres plateformes concurrentes).

Du côté des entreprises, il sera bien plus facile de les faire venir sur le site: avec une garantie d'y trouver une multitude de profils techniques et ne payer seulement si elles effectuent un recrutement. Nous tablons de ce côté sur environ **700 entreprises** présentes sur la plateforme d'ici la fin de la première année d'activité.

JUMP a déjà **5 écoles digitales parisiennes** qui se disent prêtes à utiliser le service.

Plan d'action:

Actions immédiates:

- Créer l'entreprise:
 - Rédiger les statuts, les documents obligatoires à la création (CFE...)
 - Domicilier l'entreprise, ouverture d'un compte bancaire, ligne téléphonique=> 1 semaine pour la réalisation, 2500€ environ, à faire avec un avocat.

- Trouver les développeurs:
 - Via les écoles partenaires ou réseaux

- Développer la plateforme:
 - Penser au design, au développement des algorithmes
 - Héberger le site (BO) et acheter le nom de domaine
 - Rédaction des parties légales (CGU, Mentions légales)=> Temps de réalisation: 45 jours - 2 mois, à faire avec les développeurs ainsi que le designer freelance

- Développer les applications mobiles:
 - Trouver une agence web (à l'étranger plutôt comme au Vietnam), transférer le cahier des charges=> Temps de réalisation: 45 jours - 2 mois, coût d'environ 20.000€

- Faire des partenariats avec les écoles:
 - Jouer sur: Augmentation de la notoriété de l'école (au près du public et des entreprises), l'occasion de se jauger aux autres écoles, voir ses étudiants trouver un bon travail avec un salaire de départ élevé (bon pour les statistiques)

- Convaincre les entreprises:
 - Jouer sur: Base de jeunes profils qualifiés, paiement seulement en cas de recrutement
 - Hausse de la productivité des recrutés
 - Baisse du turnover
 - Sourcing et processus de recrutement simplifiés
 - Gain de temps
 - Faire connaître son entreprise aux "jeunes"
 - Lier le service à d'autres ATS (Applicant Tracking System) utilisés

- Attirer les étudiants/jeunes travailleurs:
 - Seulement dans le secteur "tech"
 - Ils ont la possibilité de se vendre au mieux pour trouver un meilleur travail/salaire
 - Mettre toutes les données disponibles pour améliorer leur futur
 - Se comparer aux autres étudiants
 - Trouver d'autres étudiants qualifiés pour monter une entreprise
 - S'assurer de travailler dans une entreprise qui leur correspond au mieux
- Mettre en place la stratégie de communication:
 - Faire connaître le service en postant sur les blogs spécialisés, les journaux en ligne, les salons et autres évènements...

Actions sur 3 mois:

- Réaliser les premiers recrutements, au moins 50.
- Avoir plus de 150 entreprises partenaires et continuer le démarchage
- Se préparer à recruter un chargé commercial si le service est en constante progression
- Avoir plus de 85% de recrutements réussis
- Avoir un système de machine-learning opérationnel
- Plus de 2000 étudiants inscrits

Actions sur 1 an:

- Être dans le top 5 des services qui recrutent le plus d'étudiants au profil digital
- Avoir réalisé plus de 600 recrutements au court de l'année
- Commencer à penser à exporter le service dans d'autres pays d'Europe (ou Asie), au minimum 2 pays pour commencer
- Réaliser une levée de fonds pour permettre cette internationalisation
- Avoir plus de 25.000 comptes étudiants
- Avoir plus de 1000 entreprises partenaires

Actions sur 2 ans:

- Être leader du recrutement de jeunes profils digitaux
- Avoir au moins 5 collaborateurs travaillant sur le projet
- Générer des bénéfices, minimum 75.000€ de bénéfice au court de cette année
- Avoir effectué plus de 1500 recrutements
- Avoir plus de 40.000 étudiants dans notre base de données
- Être présent dans au moins 3 pays d'Europe ou d'Asie

L'entreprise:

Lors de la création d'une startup, plusieurs statuts sont mis à disposition des créateurs. Voici un aperçu rapide des 3 statuts qui conviendraient dans notre cas:

EURL	SARL	SAS
<u>Avantages:</u> Responsabilité limitée, Possibilité d'opter pour l'IS, règles de gestion plus allégées que les SARL	<u>Avantages:</u> Responsabilité limitée, facilité de mettre en place des partenariats, pas de capital minimum	<u>Avantages:</u> Structure avec une liberté des associés, pas de capital minimum, non obligation d'avoir un commissaire aux comptes, choix entre impôt sur le revenu ou impôt sur les sociétés
<u>Inconvénients:</u> Fonctionnement plus lourd (secrétariat juridique), pas de TNS (Travailleur Non Salarié) pour le gérant	<u>Inconvénients:</u> Responsabilité dans l'entreprise en fonction du capital apporté, coût et formalisation de la création et du fonctionnement plus compliqués	<u>Inconvénients:</u> Statut de TNS non disponible, rédaction des statuts difficile, pas de cotisation en bourse possible

Dans le cadre de la création d'une telle entreprise, il serait préférable (à priori) d'opter pour le statut de SAS ou de SASU, qui ont quasiment les mêmes caractéristiques et qui offrent une plus grande flexibilité que les autres statuts. La possibilité de payer l'impôt sur les sociétés est très intéressante puisque les taux sont bas pour les premières années, et si l'entreprise ne dégagne pas de bénéfices, elle ne paye pas. L'EURL ne peut disposer de ce mode d'impôt.

Cette section est sujette à des changements, puisque la consultation d'un avocat sera de toute façon nécessaire pour la rédaction du statut, et que le choix de ce dernier sera discuté lors de sa rédaction.

6. Prévisions financières:

Tous les chiffres renseignés ci-dessous sont tirés du Compte De Résultat Prévisionnel que vous trouverez au complet dans les annexes. Les estimations du **chiffre d'affaire sont très pessimistes** afin d'être sûr que les prévisions financières tiennent la route. Un salaire m'a été attribué pour montrer que même dans ce cas de figure, le plan financier tient la route.

Voici un résumé des prévisions financières, avec les éléments les plus importants:

Estimation des revenus:

N: 220.500,00 €

N+1: 385.000,00€

Estimation des charges:

N: 209.814,00€

N+1: 225.635,00€

Résultat d'exploitation:

N: 10.686,00€

N+1: 115.323,40€ (après taxes)

Point mort / Seuil de rentabilité:

Le point mort sera atteint aux alentours du mois de **Décembre de l'année N**, quand le chiffre d'affaire atteindra **210.000,00€**

Taux de croissance (CA) entre l'année N et N+1: 74,6%

Plan de trésorerie:

TRESORERIE ANNÉE N	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai
CHIFFRE D'AFFAIRE CUMULE	3 500,00 €	12 250,00 €	22 750,00 €	38 500,00 €	57 750,00 €
CHARGES TOTALES CUMULEES	18 197,00 €	32 384,00 €	46 571,00 €	64 378,00 €	82 185,00 €
RESULTAT D'EXPLOITATION	-14 697,00 €	-20 134,00 €	-23 821,00 €	-25 878,00 €	-24 435,00 €

Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre
73 500,00 €	87 500,00 €	101 500,00 €	131 250,00 €	162 750,00 €	192 500,00 €	220 500,00 €
99 992,00 €	117 799,00 €	135 606,00 €	157 413,00 €	188 512,00 €	201 356,00 €	218 908,00 €
-26 492,00 €	-30 299,00 €	-34 106,00 €	-26 163,00 €	-25 762,00 €	-8 856,00 €	1 592,00 €

Nous pouvons donc observer ici que la trésorerie sera négative toute l'année. Seulement en fin de première année (Décembre), les revenus et les charges vont s'équilibrer. Nous ne tenons pas en compte ce résultat en tant que bénéfices puisque le chiffre d'affaire est approximatif, qu'il vaut mieux être prudent et donc avoir comme objectif d'avoir une trésorerie égale à 0 en fin de première année d'activité.

7. Opportunité d'investissement:

Plan de financement:

Afin de pouvoir mettre le service en place et ne jamais être en manque de trésorerie, un financement de **350.000,00€** est recherché. Cette somme servira de lancer le projet durant l'année N pour pouvoir dégager les premiers bénéfices durant l'année N+1. Les années suivantes, les bénéfices seront en constante hausse puisque le service a besoin d'une certaine crédibilité et notoriété afin de s'imposer comme outil incontournable pour recruter de jeunes profils digitaux.

Le retour sur investissement se fera en fonction du bénéfice final réalisé (après investissements en R&D lors des années suivantes). L'investissement initial peut donc être récupéré au bout de la troisième année.

Ayant une idée claire et simple du service et une vision générale du marché, l'entreprise n'est pas vraiment sujette à un revirement de situation. Si nous parvenons à séduire les étudiants et les entreprises, il n'y a aucun risque pour que ces derniers arrêtent subitement d'utiliser le service.

Le rachat du service par un des gros acteurs présents sur le marché ou toutes autres structures n'est pas à exclure, à condition que toutes les parties décisionnaires soient d'accord.

Annexes

Etude concurrentielle



Présentation:

- Créée en 2002
- 9,730 employés
- 3 Milliards de chiffre d'affaire en 2016
- 166 Millions de profit en 2016

Cibles:

30-49 ans, CSP+, avec un salaire de plus de 75.000\$ par an (source: evolution.net)

Stratégie de développement:

Beaucoup de levées de fonds pour développer plus de services payants. De 2003 à 2007, LinkedIn a levé plus de 100 millions de dollars.

Rachat de LinkedIn par Microsoft en 2016 pour 21,6 milliards de dollars.

LinkedIn est le leader du marché, avec des ressources et une base de données impressionnante. Ils jouent donc sur des services complémentaires payants pour générer du profit. Les services les plus lucratifs sont les services RH et Marketing.

Détails des fonctionnalités:

Relatives au profil:

- Créer un compte, gérer compte...
- Consulter la liste des profils répertoriés
- Renforcer son profil (CV, photo, expériences...)
- Page entreprise
- Nombre de vues du profil (avec le nom, évolution des vues)
- Personnaliser l'URL du profil
- Ajout de compétences + recommandations d'amis

Relatives au recrutement:

- Poster une offre
- Service de messagerie InMail
- Consulter des offres
- Postuler pour une offre
- Sauvegarde de recherche
- Recherche avancée

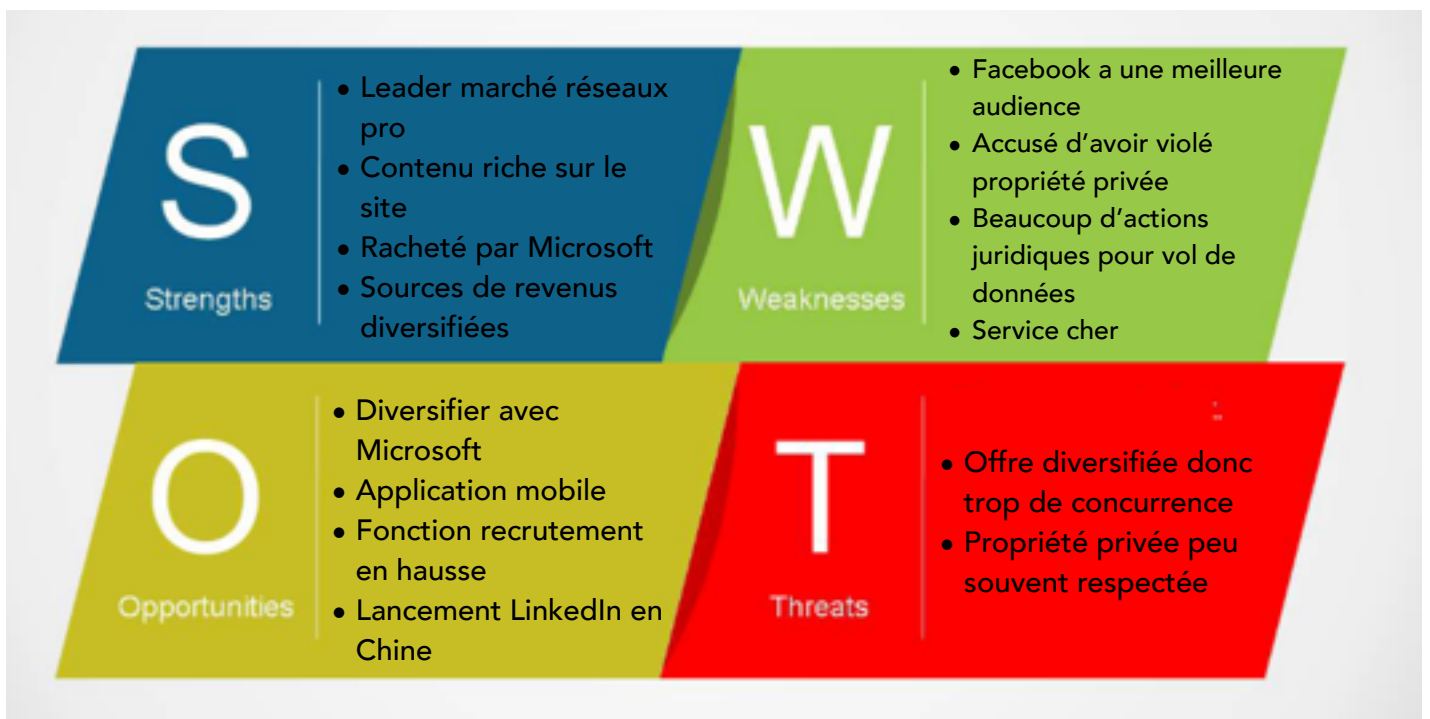
Relatives au social:

- Poster des news, partager
- Consulter la newsfeed
- Ajouter des amis/rerelations
- Recommander des contacts (où les suivre)
- Demande à un tiers de mettre 2 personnes en relation
- Partager des nouvelles LinkedIn sur Twitter
- Bulk messages
- Bouton "suivre l'entreprise"

Relatives aux services payants:

- Accès Premium
- Créer un badge (redirection vers profil) à ajouter sur d'autres pages
- LinkedIn PULSE
- LinkedIn Ads

SWOT:



à mettre dans ANNEXES:

Etude concurrentielle

MONSTER

Présentation:

- Créée en 1994
- +/- 5000 employés
- 666,9 millions de chiffre d'affaire en 2015
- 144,8 millions de profit en 2015

Cibles:

Depuis l'année dernière, cibles jeunes 18-25 ans, étudiants en tous genres

Stratégie de développement:

Tournant stratégique en 2014: Monster décide d'agréger et de centraliser "toutes" les offres présentées sur la toile et de rediriger l'utilisateur vers le site émetteur par la suite.

2014 toujours, Monster change de logo et adopte une nouvelle mascotte.

Aujourd'hui, Monster veut se tourner vers la génération "millennial" qui selon Gilles Cavalari (président Monster France) va représenter 85% de la population active d'ici 2025.

Pour se faire, Monster veut diffuser un maximum d'annonces et communiquer sur tous les réseaux sociaux où les jeunes sont susceptibles de se trouver: Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat, Youtube.

Détails des fonctionnalités:

Offres d'emploi:

Poster une offre d'emploi
Poster une offre de stage
"Audience +" pour élargir la diffusion de l'offre (payant)
Remise en tête de la liste d'annonce (payant)
Offres spécialisées: Artisanat, Hôtellerie, Service à la personne...
Poster des offres "chartées"
Ajouter un logo sur l'annonce ou sur la pré-visualisation de l'offre

Recherche:

Power CV Search
TalentBin

Media:

Monster Media
Target Mail

Social:

Monster Twitter Cards (tweets automatisés)
Monster Social Job Ads (poster directement sur les réseaux)

Communication:

Monster Employer Branding (favoriser la marque employeur)

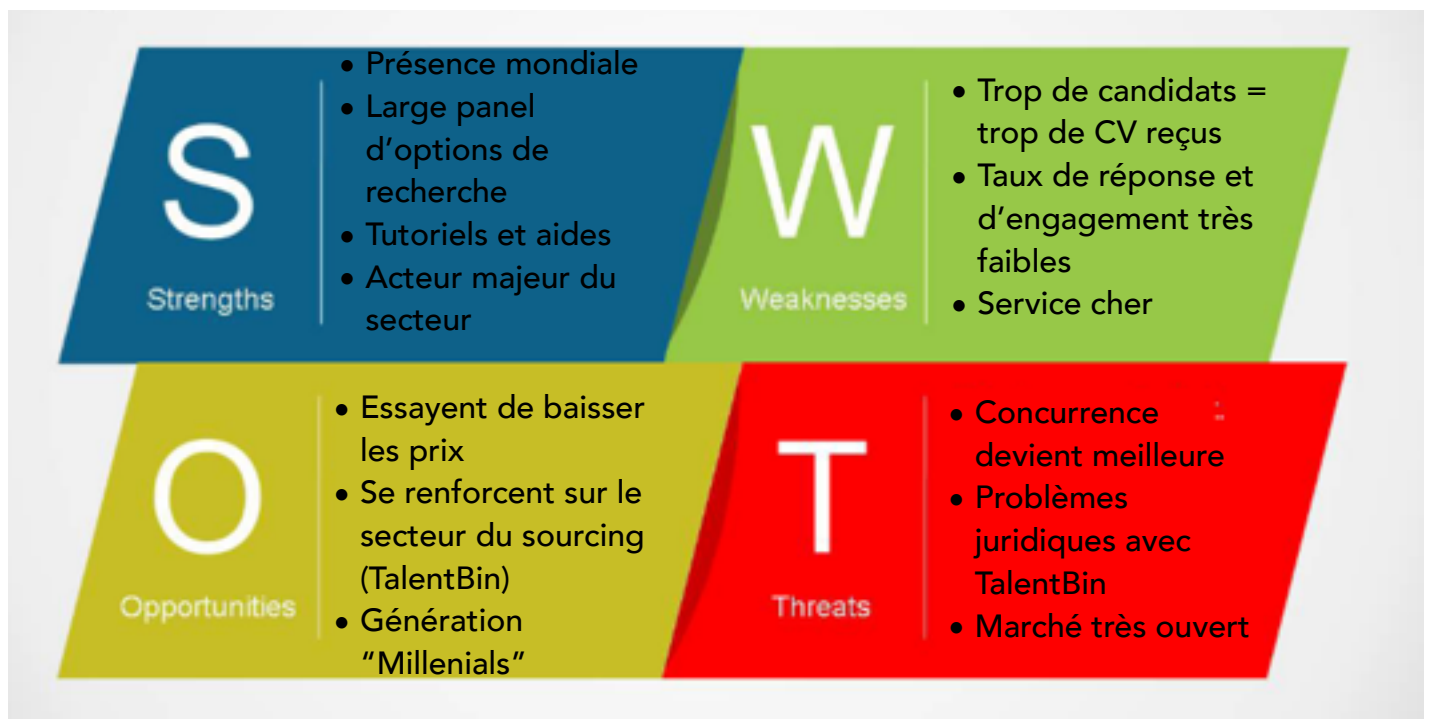
Cloud Software:

Cloud Search & Analytics

Services:

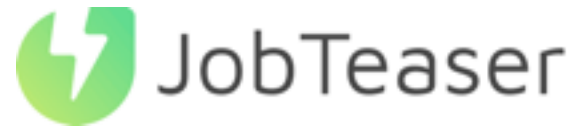
Monster chat
Monster Talent Consulting
Tutoriels, Conseils, témoignages, Blog

SWOT:



à mettre dans ANNEXES:

Etude concurrentielle



Présentation:

- Créée en 2008
- 70 employés
- 1,4 millions de chiffre d'affaire en 2014
- 4 millions de chiffre d'affaire en 2016

Cibles:

Cibles: jeunes 18-25 ans, étudiants en tous genres qui souhaitent découvrir les différents emplois qui s'offrent à eux

Stratégie de développement:

La stratégie de JobTeaser a été il y a 3 ans de se diversifier vers le sourcing et le recrutement. Allant d'écoles en écoles, la base de donnée de JobTeaser ne cesse de grossir.

Grâce à leur dernière levée de fonds, ils veulent s'imposer en tant que leader dans toute l'Europe sur le secteur du recrutement d'étudiants.

Levées de fonds: 3 millions en Janvier 2015 et 15 millions en Mai 2017

Détails des fonctionnalités:

Offre pour les entreprises:

Push évènement: Portail d'information des évènements relatifs aux entreprises et écoles

Page entreprise: Améliorer la marque employeur (avec un service vidéo, création de page web, hébergement)

Display: Les entreprises peuvent sponsoriser leur contenu (se faire de la pub) en diffusant leurs annonces sur d'autres pages

Amphithéâtre virtuel: Possibilité de faire des visio conférences avec plusieurs étudiants

Vidéo de présentation de métiers

Offre pour les étudiants:

Vidéo de présentation de métiers pour l'aide à l'orientation

Rechercher une offre (contrat, secteur, mots clés, location...)

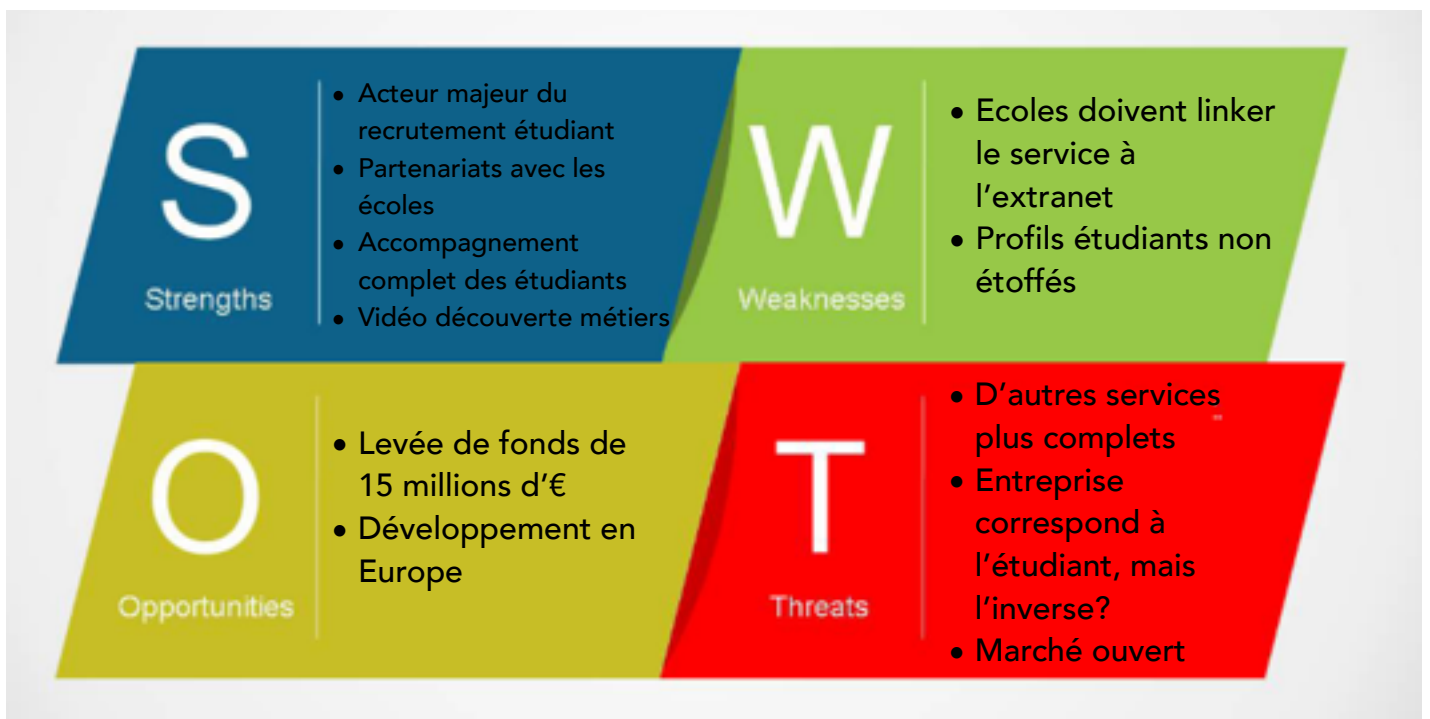
Découvrir les entreprises grâce aux "fiches entreprises"

Évènements de recrutement avec la page évènements, calendrier

Conseils en recrutement (liste de vidéos avec filtre)

Profil candidat

SWOT:



Étude BNP sur la génération Z: <https://group.bnpparibas/actualite/grande-invasion-etude-generation>

Étude LinkedIn sur les profils les plus recherchés: http://www.lemonde.fr/campus/article/2016/09/19/les-developpeurs-rois-du-marche-de-l-emploi-en-france_4999772_4401467.html

Rapport entreprise / Génération Z: <https://demarchetfc.com/2017/01/19/notre-etude-sur-la-generation-z-et-leur-rapport-a-lentreprise/>

Recruter la génération Z selon le Journal Du Net: <http://www.journaldunet.com/management/ressources-humaines/1172476-outils-pour-recruter-la-generation-z/>

Étude Jobteaser sur le recrutement 2.0: corporate.jobteaser.com/fr/recruitment-study-2017/

Étude italent et Monster: <http://www.italent.fr/recrutement-informatique-tendances-2016-2017/>

Étude APEC sur le marché de l'emploi: <https://fr.slideshare.net/Apecfr/etude-apec-le-march-de-lemploi-cadre-dans-les-activits-informatiques-novembre-2016>

Recrutement "Tech" selon le JDN: <http://www.journaldunet.com/management/ressources-humaines/1192601-recruter-des-profils-tech-mission-impossible/>

Étude de l'AFDEL: <http://www.techinfrance.fr/publications>

Rapport de job4 sur les levées de fonds: <http://job4.fr/levees-de-fonds-de-lhexagone-juin-startup>

Prix pratiqués par la concurrence:

Les prix ci dessous sont exprimés en euros (€) et correspondent soient: Au post d'une offre, soit au prix de l'abonnement mensuel. La première ligne correspond au tarif minimum, la seconde aux offres plus élaborées (premium).

LinkedIn	JobTeaser	SmartRecruiter	RegruL.net	TalentToday	VisioTalent	Workable	TalentBin
250 €	190 €	346 €	100 €	600 €	250 €	19 €	439 €
900 €	190 €	346 €	200 €	2 500 €	350 €	500 €	439 €

TalentBin	Assessfirst	RegionsJob	Monster.com	Cadremploi	DogFinance	Jobintree	CarrierBuilders	Lesjeudis
439 €	190 €	550 €	740 €	870 €	900 €	600 €	750 €	750 €
439 €	430 €	800 €	1 390 €	1 010 €	3 500 €	700 €	750 €	750 €

TOTAL BAS	472 €
TOTAL HAUT	922 €

CDR prévisionnel:

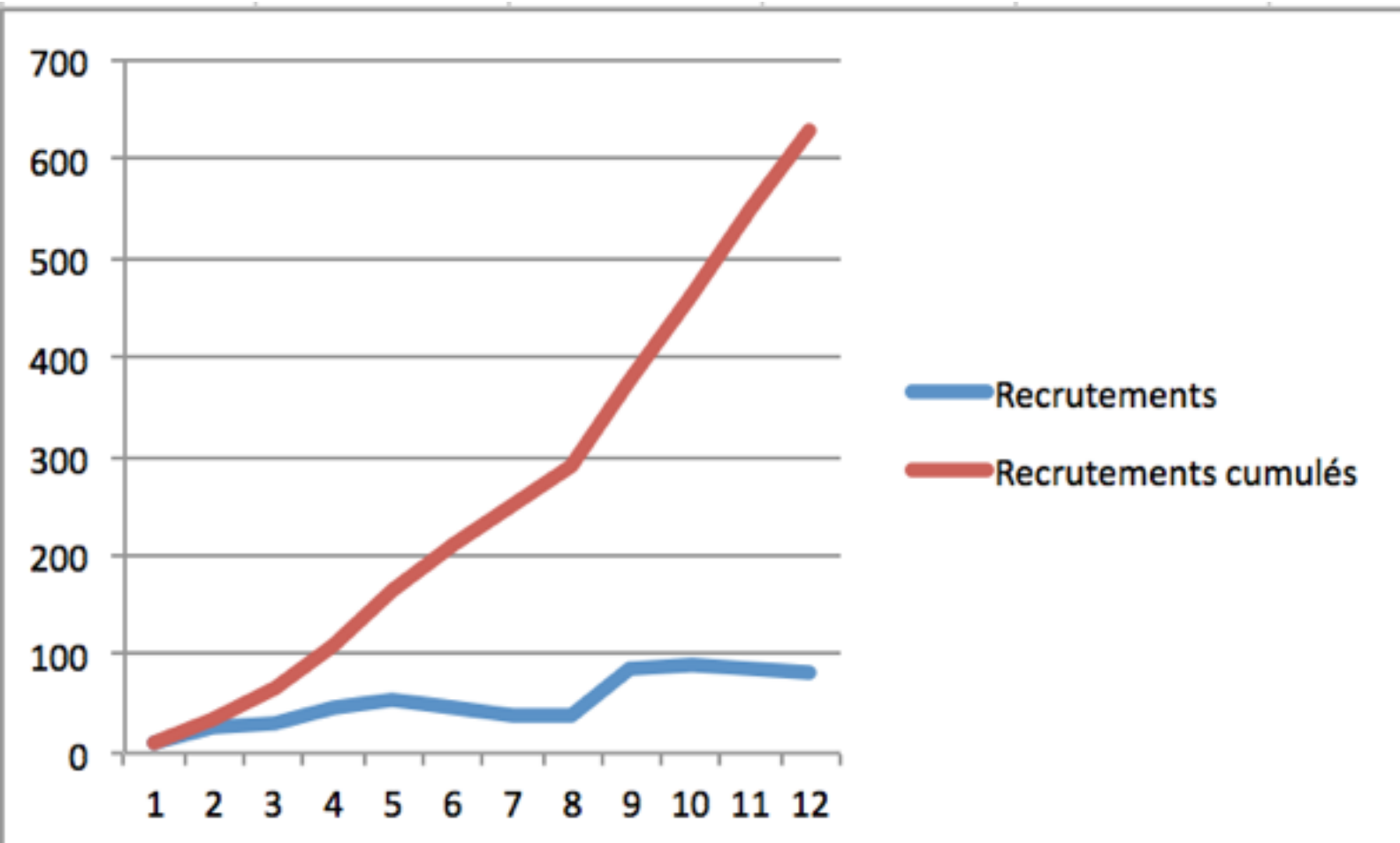
Designation	Année 1	%	Année 2	%				
Vente de marchandises	220 500,00 €	+/-10%	385 000,00 €	+/-10%				
CHIFFRE D'AFFAIRE	220 500,00 €	+/-10%	385 000,00 €	+/-10%				
Local	7 200,00 €		7 200,00 €					
Téléphone	240,00 €		240,00 €					
Assurances	384,00 €		384,00 €					
Avantages Personnel	300,00 €		450,00 €					
Application mobile	20 000,00 €							
Hébergement site/BO	150,00 €		150,00 €					
Dépôt de marque	210,00 €							
Statut création	50,00 €							
Dossier CFE	60,00 €							
Annonce légale	200,00 €							
Avocat	2 000,00 €							
Charges personnels	129 800,00 €		143 750,00 €					
Charges patronales	44 699,00 €		50 531,00 €					
Impôts et Taxes	0,00 €		880,00 €					
Licences	1 800,00 €		2 000,00 €					
CHARGES FIXES	207 093,00 €		205 585,00 €					
Marketing / Communication	10 150,00 €	5% CA	17 500,00 €	5% CA				
Frais déplacement	1 015,00 €	0,5% CA	1 750,00 €	0,5% CA				
Frais bancaires	650,00 €		800,00 €					
CHARGES VARIABLES	11 815,00 €		20 050,00 €					
RÉSULTAT D'EXPLOITATION	1 522,00 €		159 365,00 €					
Impôt sur les bénéfices	0,00		44 041,60 €					
RÉSULTAT DE L'EXERCICE	1 522,00 €		115 323,40 €					

Charges patronales:

(exemple à partir du 1er Janvier 2018)

[illegible][illegible]

Nombre de recrutements pour l'année N:



Détail des charges externes:

Poste	Charges annuelles consolidées	
	Année 1	Année 2
Frais de déplacement	1 015 €	1 750 €
Marketing / Pub	10 150 €	17 500 €
Locaux	7 200 €	7 200 €
Téléphonie	240 €	240 €
Assurance	384 €	384 €
Frais bancaires	650 €	800 €
Avantages	300 €	450 €
Hébergement site / BO	150 €	150 €
Dépôt de marque	210 €	0 €
Avocat	2 000 €	0 €
Statut création entreprise	50 €	0 €
Dépôt dossier CFE	60 €	0 €
Annonce légale	200 €	0 €
Licences	1 800 €	1 800 €
Test personnalité	3 600 €	3 600 €
Application mobile	20 000 €	
TOTAL	48 009 €	33 874 €

Business Model Canvas

Designed for:
JUMP

Designed by:
PAUL BONTÉMS

Date:
01/10/17

KEY PARTNERS 	KEY ACTIVITIES 	VALUE PROPOSITION 	CUSTOMER RELATIONSHIPS 	CUSTOMER SEGMENTS 
<p>Développeurs</p> <p>Agence Web pour les applications mobiles</p> <p>Investisseurs</p> <p>Etudiants / Entreprises</p>	<p>Recevoir une base de données quantitatives et qualitatives</p> <p>Développer les algorithmes</p> <p>Implémenter Machine Learning pour des résultats plus précis</p> <p>Améliorer la prédictibilité des résultats à chaque feedback clients</p>	<p><u>Entreprises</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Recruter jeunes profils digitaux qui vont correspondre à leurs besoins et resteront dans l'entreprise - Création de sites carrières - Augmentation de la notoriété - Processus de recrutement simple - Placement "à succès" avec les prix les plus bas du marché <p><u>Candidats / Ecoles</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Découvrir de nouvelles entreprises - Se vendre auprès d'elles - Trouver le meilleur job avec le salaire le plus élevé possible - Augmentation de la notoriété - Renforcer les compétences (MOOC) - Découvrir ses points forts 	<p>Assistance online 24/7</p> <p>Envoi des statistiques hebdomadaires ou mensuel</p> <p>Mail: Profils pouvant intéresser, Alertes calendrier, salaires/événements</p>	<p>Marché: Entreprises souhaitant recruter de jeunes personnes au profil technique</p> <p>Ciblage entreprises: Se concentrer au lancement sur les startups ainsi que les grands groupes. Puis toutes sortes d'entreprises</p> <p>Ciblage candidats: Etudiants allant de la première année d'études supérieures jusqu'aux jeunes diplômés (4 ans après l'obtention du diplôme)</p> <p>Ciblage écoles: Toutes les écoles spécialisées dans l'enseignement digital ainsi que les écoles proposant des masters "digitaux"</p>
KEY RESOURCES 		CHANNELS 		
<p>Investissement financier</p> <p>Equipe de développeurs</p> <p>Partenariats (entreprises et écoles)</p> <p>Etudiants</p> <p>Technologies (algorithmes, serveurs...)</p>		<p>Via le site web</p> <p>Via les applications mobiles (Android et iOS)</p>		
COST STRUCTURE 		REVENUE STREAMS 		
<p>Développement des applications mobiles</p> <p>Salaires (développeurs, designer freelance...)</p> <p>Hébergement site / BDD</p> <p>Mises à jour, améliorations, Recherche et Développement</p>		<p>350€ par recrutement effectué</p> <p>Publicité online (très peu)</p>		

Arborescence des principales pages:

