

GLO GUILÉO

Offres exclusives pour clients exclusifs



Pour les
plus
exigeants



Business Plan | Edition 2016

1. Executive summary	p. 3
2. Mission	p. 4
3. Vision	p. 5
4. Team	p. 6
5. Constat	p. 7
6. Solution	p. 8
7. Analyse de marché.....	p. 9
8. Avantages..	p. 10
9. Concurrents.....	p. 11
10. Business Economique	p. 12
11. Stratégie de développement.....	p. 13
12. Roadmap.....	p. 14
13. Prévision.....	p. 15

EXECUTIVE SUMMARY

Constat :

- Marché de l'optique hyper concurrentiel.
- Des produits et des magasins esthétiquement standardisés.
- Faible visibilité et de notoriété des opticiens indépendants
- Faible connaissance des montures de qualité et de créateurs par les consommateurs

Services :

Inspiré de Lafourchette.com et de Balinea, Guileo met en avant des opticiens indépendants authentiques dans le choix des montures proposées et dans l'accueil. En contrepartie, le partenaire s'engage à offrir des remises EXCLUSIVES, allant jusqu'à -30% sur les montures et verres.

Marché :

- 13M de paires de lunettes de vue / 5M de solaire vendues chaque année en France.
- 13 000 opticiens sur toute la France dont 50% des indépendants.
- 24M de personnes ont un trouble de la vue en France

Clients:

18-45 ans, homme / femme, portant des lunettes

Modèle économique

Sur résultat: 15€ de commission pour chaque client apporté aux partenaires.

Concurrents:

Groupon offrent des coupons de réduction chez des opticiens

Chiffres clefs:

Signature avec 30 opticiens de qualité dans Paris en 1 mois et demi.
90% des opticiens contactés adhèrent au projet.

Guileo recherche un investissement de 500k€ pour améliorer son produit, démarcher plus de partenaires, et communiquer sur Guileo.

Notre objectif est de rendre accessible au plus grand nombre, des lunettes de qualité et sans que cela ait forcément un coût supplémentaire.

MISSION

Chez Guileo, nous faisons partie des porteurs de lunettes depuis plus longtemps que l'on s'en souvienne à vrai dire et à force de côtoyer les mêmes enseignes au fil des années, nous avons eu envie de changement, de partir à la découverte d'un monde parfois méconnu, et pourtant bien talentueux : celui des opticiens indépendants ! Ces artisans de la lunette, qui ont fait le choix de ne pas faire partie d'enseigne, proposant essentiellement des montures d'une qualité irréprochable, de grande marque et parfois même, fabriquées sur mesure, à la demande du client !

Guileo souhaite mettre en avant des lunettes de créateurs et de grandes marques sans que cela ait un coût supplémentaire pour les clients. Bien au contraire, avec Guileo, cela devient accessible au plus grand nombre.

De plus, il y en a pour tous les budgets avec des lunettes de créateurs à partir de 100€.



VISION

Loin de l'image d'une boutique classique de lunettes, les artisans de la monture mis en avant à travers le réseau Guileo bénéficient tous d'un savoir-faire de qualité et tout à fait appréciable. Lorsque ces derniers ne proposent pas la vente de montures fabriquées de leurs mains, les produits sont d'une qualité irréprochable, issus le plus souvent de grandes marques et de créateurs, proviennent majoritairement de France, d'Italie, d'Allemagnes, des Etats-Unis ou encore du Japon. Bref, dans un pays au top du savoir-faire.. Ils vous permettent alors de profiter d'un choix, personnalisable à souhait, parce que oui, les lunettes s'adaptent à celui qui les porte, laissant retrancrire un peu de sa personnalité !



Equipe

Fondateur



Fabien Lui-Wen-Hua
Gestion / Finance

Diplômé de l'ESG, Fabien a travaillé pour plusieurs fonds d'investissement parisiens dont les plus connus sont Tikehau IM et Amiral Gestion. En 2014, il décide de rejoindre un family Office à Hong-Kong en tant que Gérant de Portefeuille. Passionné par l'investissement et l'entrepreneuriat, Fabien a le goût du challenge et met en avant son expérience sur la partie financière et stratégique. Il pratique le tennis, de la guitare et de la médiation.

Constat

1/ Le marché de l'optique est hyper concurrentiel

2/ La plupart des magasins se ressemblent avec une décoration classique et des produits standardisés. Le groupe italien Luxottica possède la licence d'exploitation d'une grande partie des marques les plus connus (Persol, Ray Ban, Gucci, Dolce & Gabbana etc)

3/ Il existe des montures de qualité, fabriquées dans les pays avec un réel savoir-faire (France, Allemagne, UK, USA, Japon...), très souvent de créateurs mais peu connus par les consommateurs. On les trouve essentiellement chez les indépendants.

4/ Les opticiens indépendants font 2x moins de chiffres d'affaires que les grandes enseignes car ils ont moins de visibilité et peu de moyens de communication.



Solution

Inspiré de LaFourchette et de Balinéa, Guileo souhaite mettre en avant des opticiens indépendants, sélectionnés pour la qualité de leurs produits et de leur service.

Nos partenaires sont tous indépendants, rattachés à aucune enseigne. Ils ont la liberté de sélectionner les marques et les montures qu'ils souhaitent vendre dans leur magasin. Chaque magasin est unique. Les montures vendues sont propres aux goûts de l'opticien visagiste. Ils collaborent tous avec des créateurs lunetiers.

Certains d'entre eux font même des montures sur-mesure.

Au-delà d'un simple besoin de nécessité, Guileo veut promouvoir la lunette comme un objet de tendance, sans que cela ait une répercussion sur le prix.

Pour cela, nous avons négocié des offres totalement exclusives, allant jusqu'à -30% dans les magasins partenaires (sur les montures et les verres).



Analyse de marché

❖ Opticiens en France

Ils sont plus de 13 000 magasins sur toute la France dont 50%, ce sont des indépendants.

❖ 18 millions de lunettes vendues chaque année en France:

13M de lunettes de vue / 5.3M de lunettes de soleil

❖ 24 millions de Français présentent des troubles de la vision.

❖ Prix moyen d'une paire de lunette:

384€ avec des verres uni focaux / 589€ avec des verres progressifs

❖ Nouvelles réformes de la sécurité sociale et conditions de remboursement des mutuelles

Les mutuelles remboursement maintenant tous les 2 ans (VS tous les ans).

❖ Vente en ligne: 1% du marché

Les français sont attachés aux contacts humains et aux services.

Le client a besoin d'essayer la monture avant d'acheter. Question de feeling



Avantages

Pour les commerçants

1/ Faire partie d'un réseau exclusif d'opticiens de qualité

Nos opticiens ont l'impression de faire partie d'un groupement exclusif. La qualité du service est important pour Guileo.

2/ Comme une groupement d'opticiens: Guileo apport un support de communication. Les indépendants n'ont pas le temps et les moyens pour mettre en place en plan marketing et de communication. Ils n'ont pas de visibilité.

3/ Exclusivité dans leur zone de vente

Guileo ne travaille pas avec les enseignes et s'efforce de ne pas mettre deux partenaires côté à côté. L'opticien sait qu'il aura plus de chances de faire des ventes.



Pour les consommateurs

1/ Des montures de qualité et de créateurs à prix compétitif.

Avec la remise exclusive dans tous le magasin, nos consommateurs ont désormais la possibilité d'acheter une paire de lunettes tendance, sans que cela leur coûte forcément plus cher.

2/ Flexibilité

Tous nos consommateurs ont la flexibilité de visiter et faire un devis chez tous nos opticiens partenaires, jusqu'à qu'ils trouvent la monture qui leur corresponde.

3/ Un client VIP

Le site se veut exclusif sans pour autant être inaccessible, en sélectionnant les plus beaux opticiens indépendants.



Concurrent

Groupon est notre principal concurrent. Ils ont aussi des partenariats avec des opticiens.

Malgré un concurrent déjà présent, l'approche de notre business modèle diffère par :

- ❖ Guileo est dédié uniquement aux opticiens indépendants de qualité. On est sur un positionnement haut-de-gamme. Ce qui va nous différencier des opticiens indépendants « classiques » et des grandes enseignes.
- ❖ Guileo a négocié un contrat d'exclusivité auprès de ses partenaires.
- ❖ Beaucoup de nos partenaires ont travaillé avec Groupon, il y a 5-6 ans. Ils ont eu beaucoup de clients mais ont préféré arrêter de collaborer avec eux car Groupon était trop gourmand en commission et sur la remise imposée. Mais surtout, l'image de la société s'est détériorée car Groupon signe avec tout le monde.
- ❖ Beaucoup signe ce type de partenariat pour la première fois. Ce côté sélectif les a convaincus.
- ❖ Guileo met l'accent sur les opticiens de qualité, passionnés par la lunette. Notre mission est de rendre accessible les lunettes de créateurs et de valoriser leur savoir-faire.



Business Economique

Etape 1: Notre client paie un sésame à 15€, leur donnant accès chez tous nos opticiens et de bénéficier des offres exclusives pour l'achat d'un paire de lunettes

Etape 2:

Avec ce sésame, nos clients peuvent se rendre chez n'importe quel opticien référencé sur notre site. On veut donner la flexibilité à chaque client de trouver la monture qui lui plait et de supprimer la frustration si il ne trouve pas une monture chez un opticien en particulier.

Etape 3

Finalement lors de l'achat chez l'un de nos opticiens, le client bénéficie de la remise mentionnée + 15€ offerts de bienvenue (soit le remboursement du sésame) déduits directement de la facture.



Stratégie de développement

La démarche commerciale:

A Paris, cela a pris un mois pour signer les partenariats (Plus de 800 opticiens démarchés) pour une 30aine de signatures.

L'objectif est de développer un réseau d'opticiens dans les autres villes de France.

Marketing :

Notre communication est accès sur le côté exclusif de notre site. Tous nos partenaires n'affichent jamais aucune remise dans leur magasin car il travaille avec des produits haut-de-gamme. La sélection des partenaires est l'argument clef.

Pour le moment, la communication se fait à travers les réseaux sociaux. Mais, avec une équipe, nous souhaitons faire le tour des campus universitaires pour attirer ceux qui sont moins bien remboursés par la mutuelle: les étudiants.

Les bloggeurs « mode/lifestyle » sont aussi des influenceurs intéressants.

Les moyens humains :

Actuellement, Fabien est le seul fondateur de Guileo.

Pour assurer le développement, un développeur full-stack, un responsable marketing et un business developpeur sont indispensables.

ROADMAP



Prévision

	en k €	2016	%	2017	%	2018	%	2019	%	2020	%
CA	1.5			324		1 782	450 %	3 312	86%	5 400	63%
Loyer	0			30		100		200		400	
Personnel	0			208		681		1 272		1 638	
Communication	2			100		600		1 000		2 000	
Charges externes	15			20		50		70		100	
EBITDA	-15.5			-34		351		770		1 262	
dotation amortissements						10		28		62	
EBIT	-15.5			-34		341	19%	742	22%	1 199	22%

Prévision

	2016	%	2017	%	2018	%	2019	%	2020	%
Nb d'utilisateurs	100		21 600		119 000		220 000		360 000	
Part de marché	0,00%		0,12%		0,65%		1,21%		1,97%	
Partenaires	50		150		300		400		500	
Part de marché	0,04%		1,2%		2,3%		3,1%		3,8%	

Nous vous remercions pour l'attention que vous portez à notre dossier et restons à votre disposition pour toutes questions complémentaires.



Stoksy Studio stocksy.com@45195

Nos coordonnées:

Fabien Lui-Wen-Hua
06 20 10 55 45
hello@guileo.fr