Compte rendu de la rencontre référent

28.09.2021

Les éléments parcourus

Notre projet ne doit pas seulement se focaliser sur le compost et notre démarche commerciale ne peut pas seulement se reposer sur l’argument que faire du compost c’est bon pour l’environnement, nous devons proposer aux mairies et entreprises différentes solutions de revalorisation du compost, le coût que chaque solution pourrait leur coûter etc. Ce que nous vendons aux mairies n’est plus un produit mais un « projet » de compostage.

Le travail restant à faire avec les ressources affectées et les échéances prévues

Il nous faut établir différents niveaux de services que nous pourrions vendre avec la compo-box aux collectivités et entreprises pour les aider à mettre en place un système de compostage qui leur soit avantageux. Ainsi la compo-box ne deviendrait qu’un simple support à nos services. Voici un exemple des différents niveaux de service que nous pourrions offrir :

1. Vente aux mairies des compo-box + communication de nos produits auprès des habitants
2. Vente aux mairies des compo-box + communication de nos produits auprès des habitants + donner différentes solutions aux mairies pour revaloriser le compost obtenu et quel sont les avantages (ex : produire de l’énergie locale) et inconvénients (coûts) de chaque solution.

Nous devrions également contacter une mairie pour savoir si elles ont déjà des systèmes similaires en place, si non pourquoi, si nos services serait susceptible de les intéressé et pourquoi etc.

Les risques du projet

La seule vente de la compo-box ne présente pas un grand intérêt, c’est pourquoi il faut que nous nous concentrions sur l’élaboration des services que nous pourrions proposer avec la compo-box.

Un des risques du projet est de ne pas réussir à avoir des solutions assez attrayantes pour les mairies car trop coûteuses.

L’élaboration de la maquette de la compo-box étant secondaire, il faut trouver des services innovants ; notre projet repose essentiellement sur cette idée de vente de prestations.