

Date:

Top of Form

Bottom of Form

Lucie Agez, INGELAERE Emma, SOKI Valentin, SOUSA Quentin, BADDA Hamza, Roua Affes (groupe 1)

<p><b>Partenaires clés</b></p> <p>Qui sont vos partenaires clés ? Qui sont vos fournisseurs clés ? Quelles sont les ressources clés que vos partenaires proposent ? Quelles sont les ressources dans lesquelles vos partenaires excellent ?</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● <b>Grandes surfaces :</b> Auchan, Carrefour, etc..</li><li>● Épiceries</li><li>● Restaurants</li><li>● Grossistes</li><li>● Agriculteurs locaux</li></ul>	<p><b>Activités clés</b></p> <p>Quelles sont les activités clés nécessaires pour produire l'offre ? (logistique, marketing, production...) Quel lien avec les canaux de distribution ? Quel lien avec la relation client ? Quel coût, et pour quelles sources de revenus ?</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● Production de la sauce</li><li>● Marketing</li><li>● Logistique (transport de matière première, livraison...)</li></ul>	<p><b>Offre (proposition de valeur)</b></p> <p>Quelle proposition de valeur pour les clients ? Quelles solutions concrètes l'offre apporte-t-elle aux clients ? Quelles solutions l'offre apporte-t-elle à chacun des segments de clientèle ? Quelle réponse l'offre apporte-t-elle aux besoins concrets des clients ?</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● Gain de temps lors de la préparation de repas</li><li>● Gain d'argent</li><li>● Plus écologique : une boîte contenant plusieurs portions de sauce en cube, emballage écolo,</li><li>● Pratique d'emploi</li></ul>	<p><b>Relation client</b></p> <p>Quel type de relation chaque segment de clientèle attend-il de l'entreprise ? Lister les types de relations client. Comment la relation client s'intègre-t-elle au reste du modèle économique ? Quel en est le coût ?</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● <b>Service client</b> et la possibilité de nous contacter via nos réseaux sociaux afin d'avoir les différents avis des clients.</li><li>● Plateforme de sondage de la satisfaction des clients</li></ul>	<p><b>Segments de clientèle</b></p> <p>Quels sont les segments de clientèle cibles ? Pour qui crée-t-on de la valeur ?</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● <b>Personnes n'ayant pas le temps pour cuisiner</b></li><li>● Individus voulant économiser dans une démarche écoresponsable</li></ul>
---	--	--	---	--

	<p><b>Ressources clés</b>          Quelles ressources clés la production de l'offre requiert-elle ?          Quelles ressources sont nécessaires en fonction des canaux de distribution choisis, et du type de relation client visé ?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Humaines : dans la production et la transportation</li> <li>● Physique : machines tels qu'un lyophilisateur, usine...</li> <li>● Un réseau de partenaires : agriculteurs et grandes surfaces</li> </ul>		<p><b>Canaux de distribution</b>          A travers quels canaux de distribution souhaite-t-on atteindre les différents segments de clientèle ?          Comment les différents canaux s'intègrent-ils ?          Quel est le canal privilégié ?          Quels sont les canaux les plus adaptés aux habitudes des clients ?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Pub radio</li> <li>● Réseaux sociaux pour le marketing</li> </ul>	
<p><b>Structure des coûts</b>          Quels sont les coûts (dépenses) les plus importants générés par le modèle économique ?          Quelles ressources-clés sont les plus coûteuses ?          Quelles sont les activités clés les plus coûteuses ?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Dépenses sur l'année pour un local de 450m<sup>2</sup> à Lille:             <ul style="list-style-type: none"> <li>- loyer: 72€/m<sup>2</sup>/an =&gt; 32400€ par an</li> <li>- gaz: 6563€</li> <li>- électricité: 60 000€ - 671€( économisé suite à l'utilisation de panneaux solaires)</li> </ul> </li> </ul> <p>Total: 98 292€</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Transport: coût d'un camion par jour =&gt; 67€              Utilisation de transport 3 , 4 fois par semaine              Montant annuel: 14 000€</li> <li>● Coûts fixes             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Responsable de transport: 2000€*12</li> <li>- Chef de production: 2300€*12</li> </ul> </li> </ul>		<p><b>Sources de revenus</b>          Pour quelle proposition de valeur les consommateurs sont-ils prêts à payer ? Combien sont-ils prêts à payer ?          Quel est le mode de paiement préféré des consommateurs ?          Quelle est la part de chaque source de revenus sur le total des revenus ?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Aide d'état suite à l'utilisation de panneaux solaires</li> <li>● Don pour démarche écologique</li> <li>● Prêt bancaire</li> <li>● ACRE - Aide aux créateurs d'entreprises (exonération partielle de charges sociales).</li> <li>● NACRE - Aide à la création d'entreprise et au développement du projet.</li> <li>● Partenariats Régionaux d'Innovation (PRI) 200 000€</li> </ul>		

- 6 ouvriers: 1800€\*12 par ouvrier
- Comptable: 2700€\*12
- Communication: 2500€\*12

Total: 243 600€

- Investissement

- Lyophilisateur: 10 000€
- Transpalettes: 772.9€
- Palettes: 7€
- Tapis roulant: 2896€
- prix d'un kilo de tomates: 0.20€\* 100 000 Kg
  
- Installation panneaux solaires: 5900€
- Publicité pour réseaux sociaux: 150€ par mois, donc 1800€ par an.

Total: 43 675€

**Total des coûts: 399 567€**

- 399 567€ /50 000 boîtes = 7,99€ coût de production d'une boîte
- 1,21€ de bénéfice par boîte
- La boîte sera vendue à 9,2€

Bénéfice annuel: 60 500€

**Bénéfice sur 3 ans: 181 500€**