

Business plan



Lycée Hubert Clément

2 Rue Général G.S. Patton, 4277 Esch-sur-Alzette

Service offert :

StuDu: Il s'agit d'un site web où les étudiants peuvent trouver des offres de travail vacances, ou donner des cours d'appui à d'autres étudiants. De plus, nous offrons la possibilité de vendre ou acheter des objets concernant la vie d'étudiant. D'autres mini-entreprises peuvent proposer leurs produits sur notre site.

Table de matières

A. Le « management summary »

B. Projet de l'entreprise

- I. Service
- II. Clientèle visée
- III. La différence par rapport à la concurrence

C. Analyse de l'environnement

- I. PEST
- II. Analyse de la concurrence
- III. Analyse SWOT

D. Stratégie marketing

- I. Stratégie de distribution
- II. Politique de prix
- III. Politique de communication

E. Organisation

F. Aspects financiers

A. Le « management summary »

StuDu est un service qui permet aux jeunes d'accéder à des personnes offrant de l'argent pour un job étudiant ou pour donner des cours de rattrapage à des élèves.

Les membres de l'équipe sont Andrei Nazarov, Daniel Gomes Almeida, Colin Gillé, Robert Polsinelli et Olivier Houot.

L'avantage de notre mini-entreprise est qu'elle est online et qu'on se concentre sur plusieurs marchés.

La clientèle visée est surtout les étudiants et des parents.

Les objectifs de StuDu sont de faciliter la vie scolaire des étudiants et parents, par exemple pour trouver des jobs d'étudiant.

On n'a pas besoin d'un capital très grand parce que le site n'est pas cher à maintenir.

B. Le projet de l'entreprise

I. Service :

StuDu est un service qui permet aux jeunes d'accéder à des personnes offrant de l'argent pour un job étudiant ou pour donner des cours de rattrapage à des élèves. Ce service sera un site internet autour duquel toutes les informations, les échanges et actions seront prises.

StuDu est avantageux car c'est un projet simple, facile et efficace. Beaucoup d'étudiants seront intéressés par les jobs offerts et/ou à vendre/acheter des objets concernant la vie d'étudiant. StuDu est pratique à utiliser pour le client. Avec quelques clics le client peut trouver des jobs ou des produits et il pourra facilement payer sur le site.

II. Clientèle visée :

La clientèle visée par StuDu est surtout les étudiants, mais aussi les parents d'étudiants qui peuvent demander des cours d'appui sur le site. De plus, des personnes âgées, des parents ou même des communes peuvent offrir des jobs de service sur le site pour les étudiants cherchant à gagner de l'argent.

La clientèle pourrait aussi être d'autres mini-entreprises, car ils peuvent exposer leurs produits à vendre sur notre site et même agrandir leurs champs de clients potentiels. Alors notre site est un service qui est accessible pour tout le monde.

III. La différence par rapport à la concurrence :

De nos jours, le e-commerce devient de plus en plus fréquenté, car le monde est de plus en plus digitalisé.

De plus, les conséquences de la pandémie isolent les consommateurs de la population et soutiennent le e-commerce. Alors comme notre service est online, cela est une plus-value et facilite les acheteurs. Notre site propose aussi beaucoup de possibilités, alors que la majorité des concurrents se concentrent sur un seul marché un aspect, qui attirent plus de clients. Donc on est omniprésent sur différents marchés. Les prix, qui influencent le comportement du consommateur, sont donnés par le vendeur, StuDu recevant un pourcentage de 10% supplémentaire sur la vente. La combinaison de ces aspects sont les critères qui nous différencient des autres entreprises qui proposent un service semblable.

IV. Les objectifs de la mini-entreprise :

Le premier objectif de StuDu est de faciliter la recherche des jobs, afin de simplifier la vie des parents et étudiants, car le temps nécessaire pour trouver un job ou des cours d'appui peut durer très longtemps. L'objectif est aussi de proposer un service qui n'existe pas dans le secteur d'Esch.

Cependant pour avoir un profit, on doit avoir un pouvoir marquant sur les marchés. Donc le pouvoir sur le marché est aussi un objectif de notre service. Ensuite la satisfaction du client est primordiale, car s'ils sont satisfaits alors ils continuent à consommer sur notre site. Donc la satisfaction est une condition pour avoir un profit. En outre, notre service minimise les émissions, car tout est online et on peut vendre les produits sur notre site. Cela permet de réutiliser et de minimiser des déchets pour protéger l'environnement. Enfin on aimerait avoir une bonne relation entre le client et notre entreprise, car celui-ci permet d'avoir un profit et d'être plus performant en ce qui concerne la productivité.

C. Analyse de l'environnement

I. Analyse de l'environnement (PEST)

StuDu sera beaucoup influencé par le développement technologique et la digitalisation. Cela mènera au profit, car les cours d'appui traditionnelles vont devenir moins utilisés en vue de la popularité montant des cours d'appui organisés digitalement. StuDu servira d'intermédiaire entre le vendeur et le client dans ce monde digitalisé. En même temps, en exploitant cette opportunité, on prend en cours le risque que les changements scolaires comme les cours d'appui gratuits, ce qu'aurait comme conséquence la mort du marché.

II. Analyse de la concurrence

StuDu n'a dans l'ensemble pas beaucoup de concurrence comparable, car c'est un projet qui entoure beaucoup de sujets et de besoins.

Dans le secteur des job d'étudiants, on pourrait considérer comme concurrence une autre mini-entreprise de nom „JonkJob.lu“, qui offre à ses clients des jobs étudiants, donc aussi une méthode pour le client de gagner un peu d'argent. De plus, comme concurrence pour notre spécialisation en cours d'appui pourraient être les cours d'appui de l'école même, ou de personnes privées comme „D'Stäip“, qui pourraient d'ailleurs aussi être de potentiels clients de StuDu.

Dans le secteur marketplace de StuDu, on pourrait considérer comme concurrence indirecte le „LetzShop.lu“, et les marketplaces second-hand comme „Facebook-marketplace“ ou „eBay“.

III. Analyse SWOT

Forces :

Les forces de notre mini-entreprise sont :

- Elle ne nécessite pas beaucoup de travail pour la gérer ;
- Notre mini-entreprise est un service online, donc utilisable 24/7
- > Vu que notre mini-entreprise est online, elle est beaucoup plus facilement utilisable dans d'autres établissements et/ou dans d'autres pays. ;
- Pas une très grande concurrence de ce concept de mini-entreprise ;
- Sur notre site, on trouvera tout ce dont on aura besoin pour utiliser le service dans quelques clics ;
- Les services seront rassemblés simplement trouvables sur une place.

Faiblesses :

- Le profit par utilisateur n'est pas très élevé, donc il faudra une certaine quantité d'utilisateurs pour rendre notre mini-entreprise rentable.

Opportunités :

- On pourrait présenter notre service à des parents pendant les réunions de parents ;
- Au niveau commercial, faire de la publicité sur Facebook, Instagram, etc. ;
- Une opportunité d'agrandir notre marche serait d'étendre notre service à l'étranger/dans d'autres pays que le Luxembourg.

Menaces :

- JonkJob pourrait être une concurrence, car ils proposent aussi des jobs étudiants à leurs clients
- Une menace pourrait être que pas assez de gens pourraient connaître notre service et ne l'utiliseront alors pas. C'est pour cela qu'il faut faire de bonnes publicités dans le cadre des parents et dans le cadre des étudiants notamment avec Instagram, Facebook, etc. ;

D. Stratégie marketing

I. Stratégie de distribution

Comme notre service se trouve sur un site internet, on n'a pas besoin de distribution indirecte. On peut tout acheter sur notre site, peu importe qu'il s'agisse de matériaux d'école ou d'un job étudiant. On utilise donc la distribution directe.

II. Politique de prix

Les étudiants qui collaborent avec StuDu peuvent choisir leur salaire minimum, ce qui donne une certaine flexibilité aux clients et une option pour des étudiants avec plus d'expérience de charger plus pour leurs services professionnels. C'est aussi un aspect de différence entre StuDu et ses concurrents, qui ont des prix fixes pour un job d'étudiant donné. Nous chargeons de plus une somme de 10% sur les salaires des étudiants, cela suffit à payer la maintenance du site et ne fait pas une grande différence pour les clients. Après les étudiants ont donné leur prix minimum, et le client a donné les clarifications pour son travail, on lui propose quelques élèves qui répondent à ces conditions et le client est libre de choisir l'élève qui correspond plus aux conditions préférables pour le client. Le prix de vente des produits sur le marché du site est déterminé de la même façon.

III. Politique de communication

Notre politique de communication se concentra en premier temps sur les réseaux sociaux comme Instagram, TikTok et Facebook pour communiquer avec notre clientèle, qui sont de la plus grande partie des élèves. En menant régulièrement un blog sur le développement de l'entreprise, on peut créer une base clientèle engagée avant la finalisation du site. Pour communiquer le message aux parents, notre entreprise va parler à la « National Elternervertriedung » pour gagner de clients. La transmission de bouche à l'oreille parmi des parents sera aussi d'avantage. Si on reçoit la permission dans les écoles, on peut de même créer des flyers ou posters avec un code QR pour faire publicité pour le site.

E. Organisation

Administration : Andrei Nazarov

- Responsable pour la prise des décisions finales, la prise de l'initiative et la planification des réunions. La tâche de l'administrateur est aussi de s'assurer qu'il y a toujours du progrès par rapport à l'objectif final. Il est aussi le représentant de l'entreprise dans les affaires professionnelles.

Commerce : Robert Polsinelli

- Responsable pour les publications et la mise en public de notre service. Créateur et gère des comptes réseaux sociaux et responsable de la transition vers le marché public et du développement de notre projet.

IT-département : Colin Gillé

- Responsable de la plupart des choses concernant le site internet et aussi la création de ce site.

Finances : Daniel Gomes Almeida

- Responsable de la comptabilité et le budget de l'entreprise, alors tout ce qui est lié à aux bénéfices, aux pertes ou aux dépenses de l'entreprise

Ressources humaines : Olivier Houot

- Responsable de communiquer avec des entreprises

Secrétariat : Olivier Houot

- Personne de contact de l'entreprise, responsable de gérer les collaborations

F. Aspects financiers

Investissement nécessaire	~15,8€ pour commencer le site et le maintenir pour 2 mois
Financement	Finances personnelles
Exemple moyenne	Job payant 15€/heure à un étudiant, donc coutant 16,50€ au client

Charges Variables HTVA pour 100 heures

Intitulé	Quantité des heures	Coût unitaire pour 1 heure	Montant Total
Salaires des étudiants	100	15€	1500€

Charges Fixes HTVA pour 100 heures

Intitulé	Quantité	Coût unitaire	Montant Total
Coût de site (par mois)	1	7.9€	7.9€

Coût de revient total :

Charges variables totales	1500€
+	
Charges fixes totales	7.9€
=	
Charges totales pour 100 heures de travail	1507€

Charges variables par pièce	15€
+	
Charges fixes par pièce	0,079€
=	
Coût de revient unitaire	15,079€

Prix de vente HTVA et TTC :

Salaire de l'étudiant par heure	15€
+	
Marge bénéficiaire 10%	1,50€
=	
Prix de vente HTVA par produit	16,50€

Calcul du seuil de rentabilité pour 100 heures de travail (dans 1 mois) :

Chiffre d'affaires total	1650€
-	
Charges variables totales	1500€
=	
Marge sur coût variable	150€
-	
Charges fixes totales	7,9€
=	
Bénéfice	143€

Chiffre d'affaires	1650€
/	
Marge sur coût variable	150€
=	
Taux de marge	0,1

Charge fixes	7.9€
/	
Taux de marge	0,1
=	
Seuil de rentabilité	79€
/	
Prix de vente	16.5
=	
Heures de travail d'étudiant	4.78

Verso du dossier



Membres de l'équipe StuDu, de gauche à droite :

- Olivier Houot
- Colin Gillé
- Robert Polsinelli
- Andrei Nazarov
- Daniel Almeida Gomes

Enseignant : M Jasovic Sulejman

Coach : Mme Anne Marie Thiébert

Contacts :

- Instagram : [studu.team](https://www.instagram.com/studu.team)
- Facebook : <https://www.facebook.com/StuDdu.Team/>
- TikTok : [StuDdu.team](https://www.tiktok.com/@studu.team)
- Adresse email : studu.edu@gmail.com