

Business Plan :

Le nom de la Mini entreprise est UP &UP

Lycée Hubert Clement

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

Produits :

- Notre produit est une housse pour le Apple-Pen tout comme des portefeuilles et des petites pochettes. En effet, on produit aussi à demande, ce qui nous donne la possibilité de faire des produits spéciaux sur demande. Nos produits seront faits par de calicots recyclés.

U | P
—
P | U



Table de matières :

Page 1 :

Page Garde

Page 2 :

Table de matière

Page 3 :

Management summary

Le Produit

La clientèle visée

Page 4 :

Différence par rapport à la concurrence

Nos objectifs

Analyse de l'environnement

La concurrence

Page 5 :

Analyse SWOT

Stratégie de distribution

Page 6 :

Politique de prix

Politique de communication

Page 7 :

Aspects financiers

Management summary :

Norte équipe est composée de Dondlinger Kevin, Laera Noah, Weimerskirch Tun, Correia Moreira Marcos Paulo et Ferber Tom. Notre projet est de produire des housses, des pochettes et des portefeuilles à base de matériaux recyclés. On produit nous-mêmes à l'aide des machines à coudre professionnelles. Notre clientèle visée sont des élèves ou des professeurs des lycées du Luxembourg. On essaie de maximiser notre profit en réduisant nos coûts de production sans diminuer la qualité. Chacun de nos produits est unique, et par la production locale une proximité à la clientèle est garantie.

Pour les chiffres on a 150€ de la Bil, ce montant est utilisé pour acheter des matériaux de production, comme des tirettes. Puis, le bénéfice prévu après la première période de production est de ±800€

Projet d'entreprise :

I. Le produit :

Notre produit initial est une douille pour le Apple-Pen. Cette petite trousse sera faite de matériaux recyclés, comme des bâches en plastique ou de calicots publicitaires. Puisque chaque trousse sera faite d'un autre calicot, chaque trousse sera unique. On cherche à produire le plus régional possible. Les matériaux utilisés proviennent donc d'entreprises luxembourgeoises. La fabrication est faite par nous-même sur des machines professionnelles, mises à disposition par Marc Pesch Sàrl qui nous donne l'opportunité d'utiliser ses machines industrielles. Il ne s'agit pas d'un produit nouveau. Mais, sur le marché, il n'y a pas beaucoup de modèles, à base de matériaux recyclés. On a réussi à trouver une petite niche avec une concurrence limitée.

II. La clientèle visée :

La clientèle visée sont les élèves ainsi que le professeur(e)s qui étudient/travaillent dans des Lycées au Luxembourg. Il s'agit d'un achat spécial pour des acheteurs

ponctuels. Notre produit convient aux clients qui ne veulent pas acheter des choses nouvelles, mais plutôt des produits recyclés (second Hand).

III. **La différence par rapport à la concurrence :**

L'avantage principal de notre produit est qu'il est fait à la base des produits recyclés. De plus, la différence de notre entreprise par rapport à des entreprises qui produisent à grande échelle, est qu'on produit local et aussi sur demande, ce qui nous donne la possibilité de satisfaire encore plus les désirs de notre clientèle. Chacun de nos produits est unique, et par la production locale une proximité à la clientèle est garantie.

IV. **Nos Objectifs :**

On essaie de maximiser notre profit en réduisant nos coûts de production sans diminuer la qualité. On produit nous-mêmes avec des machines offertes par Marc Pesch Sàrl. Pour satisfaire nos clients on garde la proximité à l'entreprise, donc s'il y a un problème, les clients ont du contact direct avec les producteurs. Un autre but principal est de protéger l'environnement en utilisant des produits qui seront jetés si on ne les réutilise pas à nouveau.

Analyse stratégique :

I. **Analyse de l'environnement :**

Notre produit sera influencé par les matières de production, s'il y a un manque de matières premières on ne peut pas produire nos produits. De plus, la fabrication sera difficile si les membres de l'entreprise n'ont pas le temps pour produire. Il n'y aurait alors pas de produits, mais à cause de cela on fabrique sur demande. La production sur demande empêche qu'on ait trop de produits qui ne seront pas vendus, donc ce qu'on devrait alors jeter.

II. **La concurrence :**

Bien sûr il y a de milliers de producteurs de concurrence sur l'internet, qui produisent pour des prix beaucoup plus bas que le nôtre. Mais si on regarde les entreprises qui

font des produits pareils à partir de produits recyclés, leurs prix sont au moins le triple du nôtre.

III. **Analyse SWOT :**

- **FORCES**

Proximité à la clientèle

Matière recyclée

Production locale

Nos produits sont des pièces uniques

Pas besoin d'un budget (on produit nous-même + matière première gratuite)

- **FAIBLESSES**

Production limitée par matière première limitée

Production limitée par temps (on produit nous-même)

- **OPPORTUNITÉS**

Produit de niche

Ventes dans la cadre de Jonk Entrepreneur

Possibilité d'ajustement grâce à la production sur demande

- **MENACES**

Covid (limitation des opportunités de ventes)

Dépendance des machines du couturier

Stratégie de marketing :

I. **Stratégie de distribution :**

Nos clients achèteront nos produits directement chez l'entreprise via Instagram. Donc, il s'agit d'une distribution directe par les membres de l'entreprise. De plus, on vend aux événements de Jonk Entrepreneurs. Une autre possibilité est de trouver un partenaire, magasin qui serait intéressé de vendre nos produits

II. Politique de prix :

Notre prix est plus cher que ceux de la concurrence à grande échelle. Mais par rapport ou concurrents du produit à base de matières recyclées, notre prix est beaucoup plus bas. De plus, on a un bénéfice de presque cent pourcent ce qui nous donne la possibilité d'ajuster librement nos prix en cas d'une demande trop basse. Nos prix initiaux sont 5€ pour les housses et 10€ pour les pochettes et les portefeuilles. Ces prix sont justifiés par le temps qu'il faut pour fabriquer nos produits.

Politique de communication :

Le principal outil de publicité au sein de notre entreprise sont les réseaux sociaux. En effet, on fait la plus grande partie de publicité sur notre compte Instagram. Tout de même, nous avons pris une approche plus directe pour communiquer notre produit aux clients. Ainsi, on essaiera de leurs présenter notre produit par des conversations face à face. Si jamais notre produit ne se vend pas aussi bien que nous l'espérons on mettra en place des promotions pour inciter les clients à en acheter. Ces derniers peuvent inclure des offres comme « buy two get one free ». En d'autres mots, achetez deux et recevez un troisième gratuit. Enfin, on essaie de garder une proximité avec nos clients afin de garantir leur satisfaction. Si jamais un produit ne satisfait pas leurs vœux ils auront toujours l'option de nous contacter sur notre site Instagram ou par courriel.

Organisation :

Dans notre mini entreprise il y a six départements principaux, à savoir les ressources humaines, le commerce, les finances, le secrétariat, la comptabilité, et le département du leader. Cependant, on a la particularité qu'on partage les tâches entre nous tous, donc on n'a pas de vrais responsables pour chaque département. Cela peut être vu comme faiblesse, mais on est d'avis que c'est le contraire. En partageant les rôles on a la possibilité de réviser le travail effectué par chacun d'entre nous. Ainsi, les tâches sont contrôlées et révisés cinq fois.

Aspects financiers :

Notre projet sera financé premièrement par la BIL qui donne 150 euros à chaque mini entreprise. De plus, on a la chance de pouvoir travailler chez Marc Pesch Sàrl, qui ne nous charge pas. Les matières premières utilisées dans la production sont des matières qui seraient autrement jetées. On a donc pratiquement pas de coûts de production. La seule chose qui sera nécessaire à acheter sont des tirettes pour fabriquer les troussees qu'on met en vente. Ces derniers ont couté jusqu'à présent 50 euros (60 tirettes). De plus, ce sont nos seules dépenses fixes pour la production, donc dès qu'on a vendu plus de 50 euros de marchandises on a un bénéfice. (À ce moment-ci on a déjà vendu den marchandise pour 70€ donc on est déjà dans le bénéfice)

Calcules : (Ces nombres sont basé sur la première production)

- Coût de revient : (prix du salaire 13,05€/h = 0,22€/min)
 - Pochettes = $(50 + (60 \times 5,48)) / 60 = 6,3$ 25min pour produire = $25 \times 0,22 = 5,48€$
 - Portefeuilles = $20 \times 3,26 / 20 = 3,26$ 15min pour produire = $15 \times 0,22 = 3,26€$
 - Housses = $80 \times 0,44 / 80 = 0,44$ 2min pour produire = $2 \times 0,22 = 0,44$
- Chiffre d'affaires = $(24 \times 10€) + (20 \times 10€) + (80 \times 5€) = 840€$
- Seuil de rentabilité :
 - Si on vend de chaque produit 2 pièces = $50€ / 6 = 8,3$
 - Si on vend que des housses = $50 / 10 = 5$
 - Si on vend que de pochettes ou portefeuilles = $50 / 5 = 10$