

DOSSIER CAHIER DES CHARGES



Enes AKDAG

Frikha BUTT

Ismahane FEDAILI

Khadija COULIBALY

Année universitaire 2016-2017

GMO1

SOMMAIRE

INTRODUCTION	1
Première partie : BTCoworking, l'ambition d'un espace plein	2
A) L'espace vert du partage collectif	2
B) Une startup optimiste en pleine expansion	3
Deuxième partie : des missions visant à améliorer la stratégie et la visibilité de l'entreprise	4
A) Une récolte d'informations permettant l'analyse des concurrents et des besoins clients	4
B) Organisation d'évènements incitant les échanges professionnels	7
Conclusion	9
Annexe 1 : Plannig des 7 semaines	10

INTRODUCTION

En 2009, le développement du coworking en France a entraîné la création de nombreuses entreprises spécialisées dans le coworking dont la société *BTCoworking* située dans le 14^{ème} arrondissement de Paris. Créée depuis deux ans et demi, la société propose aux particuliers et aux professionnels des espaces de travail et un réseau. Durant notre semaine d'observation effectuée durant le mois de décembre et les visites du vendredi, nous avons constaté que la société peine à accroître sa visibilité auprès des clients. Afin d'améliorer la situation de la société, nous effectuerons des missions qui seront axées sur les études de marché et sur l'analyse des besoins clients ainsi que sur le développement de partenariat dans le cadre d'organisation de soirées. A travers ce cahier des charges, nous exposerons dans un premier temps la situation de notre entreprise d'accueil *BTCoworking*, puis, dans un second temps, nous aborderons les démarches envisagées afin de répondre aux besoins.

I- **BTCoworking, l'ambition d'un espace plein**

A-L'espace vert du partage collectif

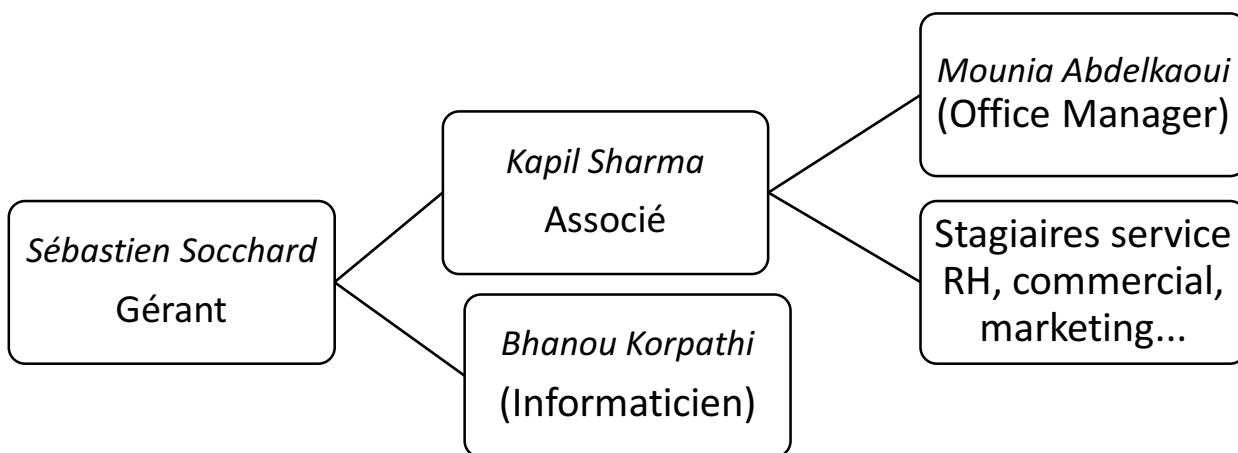
BTCoworking est une jeune entreprise fondée en juillet 2014 par *Sébastien Socchard*. « BT » sont les initiales de « Be Together » qui veut dire « être ensemble » et coworking fait référence au métier de l'entreprise : mettre à la disposition des travailleurs des espaces de travail partagés en leur proposant en plus un réseau.

Au cours d'une interview avec un blogueur, *Sébastien Socchard* livre l'idée créatrice de sa société. Il part du constat que la majorité des startups disparaissent pour trois principales raisons : l'isolement, le prix des bureaux qui coûte cher surtout sur Paris, et le manque de formation pratique.

Pour remédier à tous ces problèmes que peuvent rencontrer les entrepreneurs, *Sébastien Socchard* décide de créer un espace de coworking avec un décor original, basé sur le concept d'espace vert. Les locaux de *BTCoworking* sont donc décorés avec de nombreuses variétés de plantes, d'arbres et de racines afin de rendre les espaces le plus naturel possible. Le logo de la société reflète en effet, ce côté naturel et environnemental.



BTCoworking a commencé son aventure dans le 7^{ème} arrondissement de Paris. Dans le cadre du développement de la société, *Sébastien Socchard* a décidé de changer le lieu d'implantation afin de disposer de locaux plus grands, en passant ainsi de 400 à 650 m². *BTCoworking* est ainsi présent dans le 14^{ème} arrondissement de Paris, tout proche de la station de métro Plaisance (ligne 13).



BTCoworking propose aux coworkers un cocktail tous les jeudis soir. Ce rassemblement joue un rôle primordial dans la culture d'entreprise de *BTCoworking*. En effet, il permet aux coworkers de la société d'échanger entre eux, de faire des affaires et de se conseiller mutuellement dans une perspective de développement. *BTCoworking* propose également des séminaires, qui sont réalisés sur la terrasse au dernier étage du bâtiment, avec des entrepreneurs divers et variés.

BTCoworking est animé par des valeurs de diversité et de partage. *Sébastien Socchard* commente la diversité ainsi : « *BTCoworking* favorise la diversité des entreprises, des humains, la diversité culturelle (plus de 15 nationalités sont représentées). Pour cela, nous nous inspirons de la nature, des récifs coralliens à la forêt amazonienne. Ces idées viennent de mes différents voyages, la Thaïlande, le Brésil, Courchevel... Je veux réussir à amener la nature dans la ville et dans l'entreprise pour que chacun puisse s'en inspirer pour mieux travailler. » Le concept de partage est également une valeur très importante aux yeux de *Sébastien Socchard* car il permet aux coworkers de rester connectés et d'échanger leurs clients, leurs amis et leurs idées. Un « cerveau collectif » est ainsi créé.

B- Une startup optimiste en pleine croissance

Comme vu précédemment, *BTCoworking* s'est localisé dans le 14ème arrondissement de Paris afin d'agrandir ses locaux et passer ainsi de 30 à 120 places accessibles. Le but principal des entreprises spécialisées dans le coworking est de trouver le lieu d'implantation idéal afin d'attirer un maximum de personnes. Ainsi, *BTCoworking* a pour vision d'ouvrir deux nouveaux centres de coworking sur Paris. Parmi plus de 35 centres qui y sont déjà présents.

BTCoworking ne compte pas s'arrêter au niveau local. En effet, leur motivation au sein de la startup les pousse à établir une stratégie d'internationalisation pour assurer une notoriété mondiale.

Il ambitionne pour l'instant de s'élargir en Europe, en implantant un centre au Royaume-Uni, à Londres et un en Allemagne, à Berlin. Grâce à l'associé et certains employeurs, *BTCoworking* a la capacité d'être une startup parfaitement bilingue en anglais, ainsi ils peuvent communiquer facilement avec l'extérieur et donc récolter toutes les informations nécessaires à l'ouvertures de ces nouveaux centres de coworking.

Actuellement, *BTCoworking* a pour but principal de se différencier des autres centres français en établissant une stratégie de diversification horizontale. En effet, il va proposer de nouveaux services pour une clientèle identique à travers l'élaboration de trois projets. Le premier a déjà été créé depuis quelques mois. Il s'agit de *WeShare* (nous partageons) qui consiste à faire appel aux différentes structures telles que des hôtels, appartements en leur proposant d'apparaître sur leur site « www.weshare.pro » pour augmenter leur visibilité grâce aux dépôts d'annonces. En contrepartie, *BTCoworking* touche 10% de commission pour chaque client commandant sur leur site.

Le deuxième projet *WeCare* est en création. Il consiste à trouver facilement et rapidement une personne rendant un service entre particulier tel qu'un plombier, femme de ménage, jardinier etc... Et le troisième, *WeCode*, s'adresse aux sociétés, startups, et entreprises qui souhaitent créer un site web ou une application mobile. Ainsi, la société propose la création de différents supports pour le développement de l'entreprise du client.

II- Des missions visant à améliorer la stratégie et la visibilité de l'entreprise

A- Une récolte d'informations permettant l'analyse de la concurrence et des besoins clients

En juin 2016, le site domaine-entrepreneur recensait 35 espaces de coworking sur Paris. Le coworking est donc un marché très concurrentiel. Une étude des concurrents s'impose afin de permettre à notre entreprise d'accueil de recenser ses concurrents directs actuels, d'identifier les différences stratégiques qui existent par rapport aux concurrents, d'identifier ses forces, ses faiblesses et d'anticiper les menaces qui pèsent sur son marché. Cela permettra à l'entreprise d'affiner sa proposition commerciale de services en intégrant certains éléments stratégiques des concurrents dans sa propre stratégie, comme par exemple l'intégration d'un nouveau service ou d'une nouvelle activité extra professionnelle, ou bien la modification des tarifs proposés.

Le but de cette étude est de comprendre les raisons pour lesquelles les clients vont chez le concurrent et non pas chez *BTCoworking* et de permettre ainsi à notre entreprise d'accueil de décoder la stratégie de ses concurrents. Pour effectuer cette étude des concurrents, nous allons devoir nous informer sur la concurrence en utilisant internet, qui est une mine d'informations et éventuellement contacter directement les concurrents. Nous relèverons ainsi les formules proposées par les concurrents en allant sur leur site internet. Nous établirons alors un document récapitulatif de l'ensemble des formules des différents concurrents, en les comparant avec les formules de notre entreprise d'accueil. Le but étant de voir ce que le concurrent propose de plus par rapport aux offres de *BTCoworking*, et d'éventuellement les intégrer dans nos offres. Nous étudierons également la politique de prix des concurrents, dans le but de voir si les prix proposés par *BTCoworking* sont cohérents et compétitifs. Nous essayerons également de répondre à différentes questions comme :

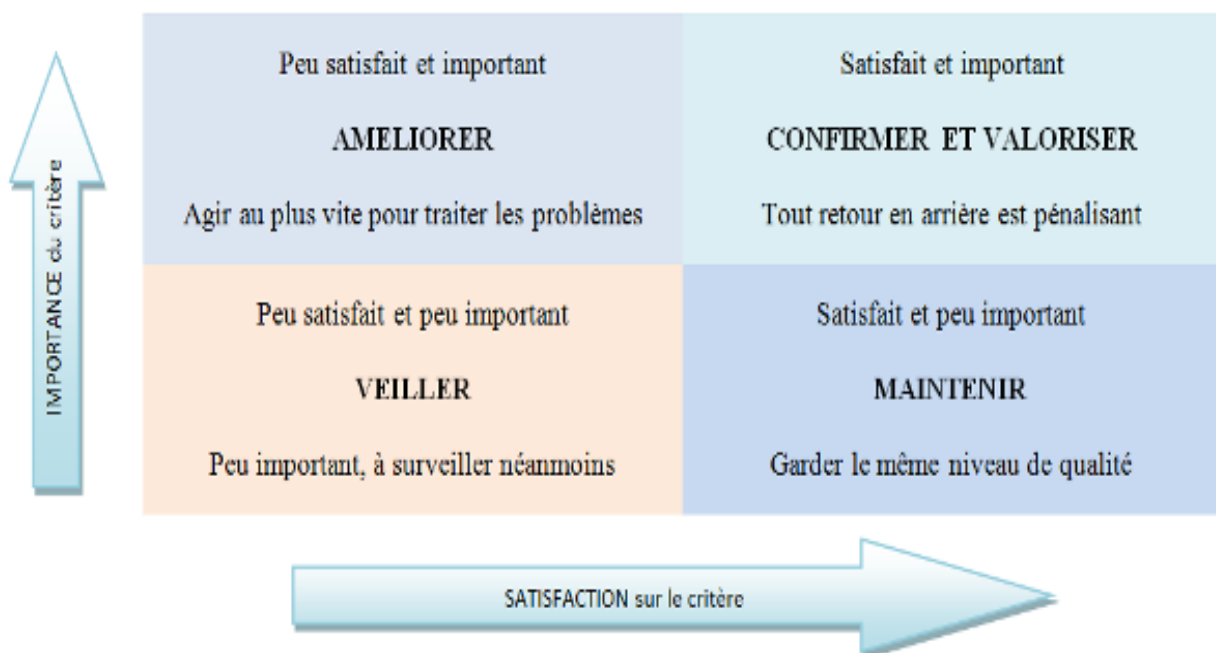
- Qui sont nos concurrents directs ?
- Quels sont leurs points forts et leurs points faibles ?
- Quels sont leurs objectifs ?
- Quelles stratégies ont-ils adoptées pour atteindre leur position d'aujourd'hui ?

Les réseaux sociaux de nos concurrents (Facebook, Instagram, Twitter...) seront également analysés, afin d'avoir des informations sur la manière dont ils communiquent avec leurs clients. Les avis des clients seront également relevés, car souvent ils permettent de savoir la raison pour laquelle les clients satisfont leurs besoins chez tel ou tel concurrent. Un dossier détaillé sur la concurrence sera ainsi rédigé.

Une autre étude concernera l'étude des besoins clients de notre entreprise d'accueil. Cette étude permettra de vérifier que l'offre de l'entreprise correspond au besoin du marché et permettra à l'entreprise d'améliorer ses services et trouver des produits supplémentaires qui amélioreront ses offres. Cela permettra ainsi à l'entreprise de recueillir les points forts et les points faibles des produits et des services vendus. Pour effectuer cette étude des besoins clients, nous allons réaliser un questionnaire de satisfaction. Les clients auront tout intérêt à répondre au questionnaire car ce dernier aura pour but de trouver de nouvelles idées d'amélioration des services vendus ou de création de nouveaux services afin de répondre aux besoins non satisfaits ou partiellement satisfaits des clients (donc amélioration des conditions de travail des clients).

La cible du questionnaire sera les clients permanents de *BTCoworking*, qui sont en nombre de 20 environ. Le questionnaire sera élaboré et distribué en mains propres aux clients le plus rapidement possible, afin qu'on ait assez de temps d'analyser les résultats. Le questionnaire comportera 10 à 15 questions relatives aux services vendus et aux événements organisés par *BTCoworking*. Le questionnaire ne va donc pas être long afin d'éviter un taux de retour faible. Nous utiliserons des échelles verbales dans le questionnaire pour recueillir le niveau de satisfaction du client : très satisfait, satisfait, insatisfait, très insatisfait.

Le questionnaire comportera un mix de questions ouvertes et fermées. Les questions ouvertes laisseront la possibilité aux clients de donner leurs avis de manière écrite, ce qui permettra éventuellement à l'entreprise d'avoir des idées d'amélioration ou de création de nouveaux services et produits. Après avoir récupéré l'ensemble des questionnaires complétés, nous analyserons les résultats de chaque question qui a été posée.



La matrice ci-dessus sera utilisée afin de prioriser les actions à mener selon l'importance des critères du questionnaire. Après analyse du questionnaire, nous comptons communiquer aux clients les actions globales qui découlent de l'enquête de satisfaction. Cela permettra d'accroître leur satisfaction et de valoriser leur participation à l'enquête.

B- Organisation d'évènements incitant les échanges professionnels

Dans le but d'augmenter la visibilité de notre entreprise d'accueil, nous organiserons divers évènements qui permettront les échanges entre professionnels. En effet, l'objectif principal est d'organiser des soirées à fréquence d'une fois par mois, dans notre cas se sera tous les jeudis soir, afin de contribuer à la notoriété de *BTCworking* qui a la volonté de se faire connaître du grand public. Un premier évènement professionnel aura lieu dès notre arrivée au cours du mois d'Avril. Cette soirée professionnelle d'une durée de deux heures, débutera à 19h et se terminera à 21h. Le thème choisi s'intitulera « *L'ère du numérique* » et concernera ses évolutions. Pour cela, nous ferons intervenir avec leur accord, des intervenants de différentes entreprises. De plus, nous ferons aussi appel à des artistes tels que des comédiens, des musiciens ou des chanteurs et à des fournisseurs pour accueillir au mieux notre clientèle.

Cet évènement se déroulera en deux parties, au cours de la première heure, nous assisterons à la présentation du concept du numérique et aux différents projets des startups invitées, puis à la deuxième heure, un intervenant interviendra pour présenter les évolutions du numérique. Cette soirée professionnelle permettra aux clients de rencontrer des professionnels, de communiquer avec eux et d'échanger leurs idées, ce qui leur permettra de développer leur connaissance et éventuellement leur réseau professionnel. Pour *BTCworking*, cet évènement sera l'occasion d'accroître sa notoriété et d'augmenter sa visibilité dans le but d'attirer toujours plus de clients. Pour pouvoir attirer notre clientèle cible, nous publierons des annonces via les réseaux sociaux tels que Facebook , Twitter et Instagram concernant les différents évènements organisés au sein de l'entreprise. En effet, nous organiserons au cours des deux mois, diverses soirées à thèmes variés en fonction des périodes de l'année telles que des afterworks comedy, des conférences sur les entrepreneurs, sur l'élaboration de business plan, sur les services d'aides juridiques et comptables, des activités à but lucratif comme la participation à des associations caritatives ou aux dons...

Le décor de *BTCworking* restera inchangé excepté en période de fêtes telles que Noël, Halloween, Pâques, l'ascension, la fête du travail...Nous déterminerons ainsi les moments de la journée qui seront les plus favorables à l'échange pour nos membres tels que les horaires du petit-déjeuner, le déjeuner ou le dîner.

En outre, l'un de nos objectifs est de rechercher des présentateurs de soirées professionnelles afin d'animer des meetups c'est-à-dire des réunions à thèmes prédéfinis, organisées par des professionnels. Pour y parvenir, nous contacterons les différentes entreprises du secteur via mails et téléphones afin de leur proposer de nous présenter leur projet d'entreprise au sein de *BTCoworking*. En outre, nous organiserons différents workshops c'est-à-dire des réunions entre plusieurs représentants de l'entreprise et des intervenants invités dans le but de construire une réflexion autour d'un sujet, de faire partager ses idées et un savoir particulier. Pour cela, nous contacterons des animateurs qui seront en charges de s'occuper de ses événements. En effet, le networking appelé réseautage permet aux coworkers de se constituer un large réseau professionnel et d'élargir leur carnet d'adresse. Grâce à ce système, les coworkers peuvent communiquer, échanger des idées et rencontrer des professionnels.

Dans le cadre du projet *WeShare*, *BTCoworking* a besoin de partenariat pour développer son projet. Pour cela, nous devons chercher des partenaires auprès de différentes entreprises. En effet, l'organisation de ces divers événements tels que les soirées professionnelles vont permettre à l'entreprise d'accroître leurs réseaux de partenariats et d'élargir par là-même son carnet d'adresse. Ceci permettra à l'entreprise d'accroître la visibilité du projet *WeShare*.

CONCLUSION

En conclusion, l'analyse de la situation de l'entreprise nous a révélé des problèmes que rencontre l'entreprise. L'enjeu de ces deux mois consistera à mettre en place des solutions pour résoudre ces problèmes à travers les différentes missions que nous allons effectuer. Nous tenterons ainsi de développer le projet *WeShare* de la société ainsi que l'organisation de soirées professionnelles. Enfin, nous effectuerons l'analyse de sa concurrence ainsi que de ses clients afin de pouvoir mettre en place des méthodes permettant de satisfaire notre clientèle et attirer de nouveaux clients. L'objectif final sera d'accroître la notoriété de la société ainsi que le développement des partenariats de la société.