



UNIVERSITÉ  
**PARIS**  
**DESCARTES**



# CAHIER DES CHARGES

AYAD Ilhem – DEL PICCOLO Alexandre – ENJALBERT Lucas

EQUIPE H

GMO 2

# SOMMAIRE

|  |           |
|--|-----------|
| Abstract.....  | 3         |
| <b>Introduction.....</b>   | <b>4</b>  |
| <b>I) L'environnement dans lequel évolue l'entreprise<br/>Café Branché.....</b>  | <b>5</b>  |
| A) Une nouvelle entreprise créée à l'aide du Starter.....  | 5         |
| B) Une entreprise de location et d'installation des<br>batteries pour les terrasses de cafés.....                            | 6         |
| <b>II) Des missions cohérentes s'adaptant aux lacunes de<br/>Café Branché.....</b>   | <b>8</b>  |
| A) Améliorer les performances de l'entreprise.....   | 8         |
| B) Améliorer la visibilité de l'entreprise.....  | 9         |
| <b>III) La réalisation d'une étude de marché permettant<br/>à l'entreprise de mieux maîtriser son<br/>environnement.....</b> | <b>11</b> |
| A) Analyse de la clientèle intéressée par le produit ...   | 11        |
| B) Analyse de la concurrence.....  | 12        |
| <b>Conclusion.....</b>   | <b>14</b> |
| Annexe.....  | 15        |

Le cahier des charges permet à notre équipe, de déterminer les étapes ainsi que l'organisation que nous allons suivre au cours des sept semaines de stage, pour mener à bien nos missions en entreprise. Notre entreprise d'accueil se nomme « Café Branché », c'est une nouvelle entreprise qui est spécialisée dans la location et l'installation de batteries externes pour les terrasses de Cafés. Les commandes qui nous ont été transmises par l'entreprise sont d'accompagner celle-ci dans son lancement, de gérer les tâches de gestion de l'entreprise, de créer ainsi que de s'occuper de la communication, mais surtout d'améliorer les relations de Café Branché avec son environnement, en lui amenant l'acquisition de nombreux clients. Un travail préalable a déjà été effectué pour ce qui est de la communication, ainsi que pour l'acquisition de nouveaux clients.

# INTRODUCTION

Café Branché est une très jeune entreprise créée en cette année 2017, par Amaury Baudoin, étudiant à l'Institut Universitaire de Technologie Paris Descartes. Dans le cadre de notre stage au sein de cette entreprise s'occupant de nouvelles installations de batteries externes pour les terrasses de Cafés, nous nous sommes donnés comme défi de réaliser des projets en accord avec les besoins de l'entreprise.

Café Branché rencontre donc, en tant que nouvelle entreprise, toutes les difficultés auxquelles doivent faire face les nouvelles entreprises. Son développement est limité à cause de deux principaux facteurs : les moyens de l'entreprise sont limités du fait de sa création récente, et sa notoriété est très faible. Elle possède donc un réel besoin de se faire connaître.

Par conséquent, des opérations de communication, ainsi que l'acquisition de nouveaux clients sont nécessaires au bon développement de l'entreprise. Il nous paraît essentiel de faire connaître le produit ainsi que les différents projets de Café Branché aux Cafés Parisiens, ainsi qu'aux clients de ces cafés.

En plus de cela, l'entreprise a besoin de savoir à qui elle souhaite définitivement s'adresser, quels sont les clients des cafés qui pourraient être les plus intéressés (quelle tranche d'âge, quelle catégorie socio-professionnelle) par le produit proposé par Café Branché, mais également quels sont les lieux fréquentés par les clients intéressés. Nous allons donc effectuer une étude de marché à ce sujet, pour déterminer quels cafés pourraient être les plus intéressés par le produit, du fait de sa clientèle propre.

Il y a donc plusieurs axes de travail que nous allons étudier et analyser, dans le but de répondre aux besoins de l'entreprise naissante Café Branché.

## **I) L'environnement dans lequel évolue l'entreprise Café Branché**

### **A) Une nouvelle entreprise, créée à l'aide du Starter**

L'entreprise Café Branché a été créée par Amaury Baudoin, en cette année 2017, grâce à l'aide du Starter.

Le Starter est un incubateur d'entreprise dont peuvent profiter les étudiants effectuant leurs études en Institut Universitaire de Technologie, et ce depuis 2015. Le Starter apporte aux étudiants une expertise, un réseau, du conseil ainsi que les moyens de se lancer. Amaury a donc présenté son projet aux jurys du Starter, celui de créer une entreprise d'installation et de location de batteries pour les terrasses de cafés. Il a donc dû leur communiquer les informations suivantes : qui est-t-il, son idée (pourquoi, comment ça marche ?), ses cibles, sa valeur ajoutée, ses ambitions, ainsi que ses besoins (qu'attend-il du Starter ?). Après validation de son projet, Amaury a donc pu profiter d'une offre très intéressante. En effet grâce au Starter, son projet est suivi régulièrement par un tuteur, qui est lui-même chef d'entreprise.

La personne qui accompagne Café Branché se nomme Geneviève Bouche. Elle est dirigeante de Netwatz et du club Enove. C'est une entrepreneure qui est favorable au management par l'innovation. Enove accompagne les entreprises dans leurs projets d'innovation. C'est-à-dire, dans leurs expressions de l'idée, dans l'élaboration du business modèle, ainsi que dans la recherche de partenaires. C'est donc grâce au Starter que Café Branché peut bénéficier de l'accompagnement de Geneviève Bouche, entrepreneure expérimentée qui a su guider Amaury Baudoin au cours de la création de l'entreprise.

Le Starter met également à disposition de l'entreprise, un accès quotidien à un espace de travail professionnel, avec un coordinateur spécialiste de l'entrepreneuriat. Ce qui est très avantageux pour une entreprise naissante comme celle d'Amaury Baudoin, qui est étudiant. Un étudiant n'a pas forcément les moyens de s'offrir des bureaux de qualité pour travailler, c'est là où le Starter intervient et lui permet de bénéficier de ces bureaux.

En plus de cela, Amaury a également été accompagné dans l'aide à la constitution de son dossier, pour pouvoir obtenir son statut d'étudiant-entrepreneur, ce qui lui permet de transformer son projet en stage.

Le Starter a également aidé l'entreprise sur différents plans. En effet, le fait d'être accompagné au cours de la création par un entrepreneur professionnel et expérimenté permet de ne pas faire des erreurs et surtout d'apprendre à garder un fil rouge dans le projet nécessaire pour le bon développement de l'entreprise. Pour choisir la forme juridique de l'entreprise, Café Branché a été accompagnée par Francine TRAN, professeure à l'IUT Paris Descartes et qui a permis à l'entreprise de faire les choix les plus cohérents au projet de l'entreprise. Finalement, c'est donc sous la forme d'une EURL que l'entreprise a pris forme.

Mais surtout, le Starter permet à ses étudiants d'accéder à un véritable « pool » d'étudiants-entrepreneurs et de jeunes entrepreneurs en général, pour qu'ils puissent partager leurs projets et leurs expériences entre eux, ce qui permet de se procurer un début de réseaux professionnel dès le lancement de l'entreprise.

Café Branché a donc reçue une aide très importante de la part du Starter dans sa création. L'entreprise est désormais lancée depuis 2 semaines, et nous allons l'accompagner au cours de nos 7 semaines de stages pour qu'elle puisse bénéficier d'un bon développement. Notre objectif principal est, qu'à la fin des 7 semaines de stage, nous laissions l'entreprise dans une position agréable et qu'elle soit complètement lancée dans son marché.

## B) Une entreprise de location et d'installation de batteries

L'offre proposée par Café Branchée est très simple. L'activité de l'entreprise est de louer et d'installer des batteries externes pour les terrasses des cafés parisiens. Les batteries sont protégées par une boîte. Les câbles sont également fournis. Les câbles s'adaptent à tous les types d'appareils électroniques (Iphone 4, Iphone 5, câble universel, PC, Mac, appareil photo). L'offre de Café Branché comprend : la batterie, la boîte et les câbles.

Les batteries seront louées au prix de 29 euros par mois et par batterie aux cafés, qui, à leur tour, loueront ces batteries à leurs clients. Les cafés décideront de louer les batteries aux prix qu'ils souhaitent, mais Café Branché leur conseille de faire payer la location de la batterie à 1 euro par article branché (téléphone, ordinateur, appareil photo). A ce prix, il suffit d'un seul client par jour qui recharge son article pour rentabiliser le prix de la location de la batterie. Par conséquent il est très rentable pour un café de faire louer ces batteries au prix de 1€.

Café Branché a décidé de louer ces batteries et de ne pas les vendre aux cafés. Cela permet aux cafés de ne pas investir et de pouvoir décider au fur et à mesure du nombre de batteries dont ils auront besoin en fonction de la demande des clients. Mais surtout, ils n'auront pas besoin de se soucier de la maintenance. L'installation des batteries est prise en charge par l'entreprise. En plus de cela, si les batteries ne fonctionnent plus, Café Branché s'engage à les remplacer gratuitement dans les 48h. En plus de cela, la location permet d'installer une relation de confiance entre l'entreprise et le client qui facilite la fidélisation de ce dernier. Pour les Cafés, il est plus simple et surtout plus sûr de rentabiliser 29 euros par mois plutôt qu'un gros investissement (215€ pour la batterie, la boîte et les câbles). Mais surtout, pour les cafés parisiens, cet investissement n'est pas considéré comme une immobilisation. En effet, s'ils décident d'investir directement dans les batteries, cela fera directement baisser leur Chiffre d'affaires car la batterie coûte mois de 500€. Les batteries ne peuvent donc pas être considérées comme une immobilisation.

Par conséquent, Café Branché considère qu'il est plus intéressant pour les cafés de louer plutôt que d'acheter les batteries.

Le projet de Café Branché est donc, dans un premier temps, de louer un maximum de batteries pour les tables de cafés et pour les terrasses. A la fin du mois de mai (fin de notre stage), l'entreprise possède pour objectif de profiter d'un environnement économique stable, avec une entreprise profitant d'un système qui fonctionne bien, lui permettant d'obtenir de plus en plus de clients.

Il est important de préciser que Café Branché n'est pas seul sur son marché, et que l'entreprise doit faire face à un sérieux concurrent qui se nomme Charli Charger. La politique de produit entre les deux entreprises est très différente. En effet Café Branché s'est adapté au produit proposé par Charli Charger pour ne pas proposer la même chose que cette entreprise. En effet, les batteries de Charli Charger sont décrites par les utilisateurs comme « fragiles » et surtout les câbles ne sont pas bien reliés au boîtier et ne fonctionnent pas tout le temps. Les câbles sont très fragiles et lâchent souvent. Le produit offert par Charli Charger n'est donc pas de qualité.

C'est pour cette raison que Café Branché insiste très fortement sur un produit de qualité. En effet les batteries de Café Branché sont dites « haut de gamme », et le packaging (boîte et câble) sont également de qualité. Avec un produit de qualité supérieure à celui de son principal concurrent, Café Branché entend se faire une place dans le secteur de la location de batteries.

Les batteries louées aux cafés parisiens sont de la marque « Novodio » et permettent de recharger, à charge pleine, une vingtaine d'appareils électroniques.

## **II) Des missions cohérentes s'adaptant aux lacunes de Café Branché**

Afin de lancer l'entreprise de manière efficace, nous allons nous concentrer sur les trois principaux axes de travail que nécessite l'entreprise ; l'axe de communication, celui du marketing et enfin l'aspect pratique.

### **A) Améliorer les performances de l'entreprise**

Avant de se lancer dans le marché, Café Branché souhaite mettre au point un produit de qualité. Pour cela nous avons fait appel à un designer, Joseph Roman afin qu'il crée une boîte sur mesure qui puisse à la fois accueillir les différents câbles chargeurs, mais qui protège aussi la batterie (CF Annexe 1). Afin de se différencier de ses concurrents, l'entreprise a misé sur un produit haut de gamme aux couleurs sobres.

Etant donné que nous avons le design de la boîte nous devons maintenant concentrer nos recherches sur de potentiels fabricants, négocier les tarifs et choisir les matériaux nécessaires pour la création de ces boîtes. Nous voulons à la fois créer des produits de qualité mais tout en respectant un budget de 215€ par pack (batterie, câbles et boîte). Le budget de la start-up étant faible nous souhaitons trouver la meilleure offre possible, nous allons effectuer différents devis et comparer les offres. Nous ferons de même pour trouver un fournisseur de câbles chargeurs. Concernant les batteries, nous nous fournirons chez Novodio car ils proposent des produits de qualité, une batterie nous coûte 150€.

Pour trouver notre futur fabricant, nous allons passer par internet, nous avons déjà un aperçu de quelques offres intéressantes. Nous nous attendons à conclure un accord avec un fabricant au bout de 7 jours de stage au plus tard car nous recevons les devis en général sous 24h et il faut aussi prévoir le temps d'échange et de négociation avec les fabricants. Ensuite nous allons lancer la commande et devrions recevoir les boîtes dans les 7 jours qui suivent étant donné que l'on ne va pas commander beaucoup de boîtes au départ.

Café Branché, à travers ses logos créés récemment (CF Annexe 2) et le design de ses boîtes met en place son identité visuelle. L'entreprise a besoin d'être connue et son identité visuelle lui permettra d'être facilement reconnaissable, le but étant de transmettre sa vision, son univers ainsi que son activité. L'entreprise va donc avec le temps, s'aider de son identité visuelle pour asseoir sa notoriété, attirer l'œil du client et rassurer les différents partenaires commerciaux sur sa crédibilité car si l'entreprise a besoin d'être populaire c'est bien évidemment pour attirer de nouveaux clients. Nous allons donc utiliser les mêmes couleurs et la même typologie pour les cartes de visites, pour les documents que l'on poste sur les réseaux sociaux ainsi que sur les fascicules que l'on distribuera. Sur chacun d'eux on retrouve du marron, du gris et un peu de blanc. Ces couleurs sont accompagnés d'une tasse de café avec un câble USB pour rappeler l'activité de l'entreprise. Nous voulons que lorsque les gens entendent Café Branché, ils



imaginent des batteries externes hauts de gamme. En faisant tout cela, nous allons créer l'image de Café Branché et lui assurer une identité visuelle.

Café Branché propose un service encore peu connu, peu d'entreprises se sont lancées dans ce type de projet. Les potentiels clients ne connaissent donc pas forcément ce genre d'offre et peuvent se montrer réticents devant une nouvelle proposition de produits ou de services méconnus jusqu'alors. Café Branché a donc besoin de bien expliquer son offre, de manière claire. Afin de présenter plus facilement et en détail l'entreprise ainsi que les produits aux potentiels clients, nous allons mettre en place un guide qui comportera toutes les informations nécessaires. Le guide présentera en détail nos produits mais aussi nos services d'installation et de maintenance, il contiendra les tarifs ainsi que les différentes garanties dont bénéficient les clients de Café Branché. Ce guide servira à répondre à toutes les questions que les potentiels clients peuvent se poser. C'est une manière de rassurer le client et de lui montrer que le projet est sérieux et fiable. Un client en confiance sera plus apte à signer un contrat.

Ces guides seront rédigés par nos soins et imprimés par un professionnel. A chaque visite nous souhaitons laisser un guide qui fait office de carte de visite. Ainsi si un patron n'est pas présent lors de nos visites, les responsables pourront lui en parler ultérieurement en s'appuyant sur ce support. Nous souhaitons, avec ces guides, faire connaître l'offre de Café Branché et attirer de nouveaux clients.

Café Branché a besoin de développer une bonne image. Nous voulons ainsi trouver les valeurs qui la définissent et les inclure dans le fascicule. Avoir une culture d'entreprise est aujourd'hui un plus, défendre l'esprit start-up, le bien-être au travail ou encore une cause en particulier montre que l'entreprise est engagée et qu'elle ne se préoccupe pas seulement de ses bénéficiaires. En ayant une culture d'entreprise forte, Café Branché pourra se différencier auprès de ses clients et développer une image positive.

Dans ce guide on retrouve également les différents contacts et réseaux sociaux pour rejoindre, suivre ou encourager Café Branché.

## B) Améliorer la visibilité de l'entreprise

La nouvelle entreprise Café Branché, arrive dans un marché très peu développé et monopolisé par un grand concurrent ; Charli Charger. Charli Charger occupe une grande partie du marché de location de batteries. Café Branché rencontre plusieurs obstacles puisque d'une part elle a un budget limité et faible et d'autre part elle est totalement inconnue des clients. Or Café Branché a besoin d'acquérir de nouveaux clients pour assurer sa pérennité et pour cela elle doit d'abord se faire connaître.

Notre objectif principal est donc de développer la visibilité de l'entreprise rapidement afin qu'elle se fasse sa place sur le marché et qu'elle puisse acquérir de nouveaux clients. Pour cela nous allons mettre en place et développer la communication. Nous allons d'une part agir virtuellement et d'autre part, démarcher physiquement des Cafés Parisiens.

L'entreprise n'est actuellement pas référencée sur les moteurs de recherche, nous souhaitons donc développer sa notoriété sur les réseaux sociaux. Déjà présente sur Facebook, Café Branché a déjà récolté plusieurs centaines de « j'aime » sur sa page. En étant connue sur les réseaux sociaux elle augmente sa visibilité et peut atteindre une cible de clients. Pour augmenter sa notoriété, nous allons faire vivre sa page Facebook en postant régulièrement des statuts, mais nous souhaitons également tourner une petite vidéo qui met en scène le produit que l'on propose dans un Café Parisien. Ainsi tout le monde comprendrait rapidement le service que l'on propose sans pour autant qu'on ait besoin de se déplacer. En faisant cela nous agrandissant notre champ d'action, de plus nous permettons à nos clients de se projeter avec nos produits. Nous espérons donc atteindre les 1 000 « J'aime » en postant la vidéo de Café Branché.

Comme on le disait plus tôt, le défi majeur de Café Branché reste de se faire connaître auprès des Cafés Parisiens afin d'acquérir le maximum de clients. Nous devons donc effectuer un travail de terrain et se déplacer afin de convaincre les cafés parisiens de rejoindre Café Branché. Nous allons donc nous former et utiliser les techniques de vente apprises en cours pour avoir un discours clair et éveiller aussi la curiosité de nos futurs clients. A l'aide de nos fascicules, nous allons rassurer les clients et les convaincre que le service que nous proposons n'est pas superflu et qu'il sera nécessaire à la majorité des cafés dans un futur proche car il offre un confort supplémentaire à leurs clients. Pour construire notre argumentaire, nous allons nous appuyer sur l'étude de la concurrence et définir une cible précise. Nous souhaitons à la fin de notre stage avoir décroché au moins 30 contrats de locations. Nous nous fixons ce chiffre à atteindre car nous nous basons sur les vendredis où nous avons été sur le terrain. Nous avons effectué une moyenne sur 3 vendredi ; sur environ 10 cafés, 3 étaient intéressés, 2 étaient déjà équipés par Charli Charger et 5 ne souhaitaient pas donner suite à nos entretiens, or nous ne sommes pas sûrs que sur les 3 personnes intéressées, il y'en ait une ou deux qui signent un contrat. Décrocher un contrat semble plus compliqué qu'il n'y parait, voilà pourquoi nous nous fixons un objectif pas très élevé mais réalisable. En décrochant ces contrats nous répondons au besoin de croissance de l'entreprise car plus il y a de contrats et plus le chiffre d'affaire augmente.

Nous avons également pour projet de trouver des partenaires afin d'améliorer la visibilité de l'entreprise. Pour cela nous allons répertorier des entreprises à contacter et allons leur parler de nos projets pour savoir s'ils souhaitent être partenaires. En faisant cela, nous répondons au besoin de visibilité puisqu'on permet à l'entreprise d'agrandir son réseau professionnel.

Ayant un besoin de croissance, Café Branché souhaiterait étendre par la suite son offre aux hôtels, restaurants et grandes surfaces. Nous allons donc effectuer une étude là-dessus pour savoir si cela est faisable et intéressant pour l'entreprise. Nous mettrons ainsi une stratégie de développement en place ce qui répondra au besoin de développement de Café Branché. Pour effectuer cela, nous allons enquêter auprès des hôtels et restaurants afin de savoir s'ils sont intéressés, et tenter de comprendre leurs besoins pour savoir s'il y a une nécessité d'adapter nos produits ou non. Nous espérons à la fin de cette étude, mettre en place un plan afin de développer Café Branché et si possible étendre son offre à tous types de commerces.

### III) La réalisation d'une étude de marché permettant à l'entreprise de mieux maîtriser son environnement

#### A) Analyse de la clientèle

Toute création d'entreprise passe par une étude de marché. Cette démarche permet de mesurer la faisabilité du projet et de nous conforter, ou non, dans l'idée que notre projet correspond à un besoin des consommateurs. Cette étape fondamentale est un passage obligé pour tout futur chef d'entreprise, dans la mesure où elle permet de réduire au maximum les risques en nous permettant de mieux connaître l'environnement de notre future société. Une étape très importante dans cette étude de marché concerne l'analyse de la clientèle. Concevoir un produit qui est destiné à tout le monde est très compliqué, c'est pourquoi il faut bien savoir qui peuvent être les acheteurs et les consommateurs en se posant quelques questions : Quels sont leurs besoins ? Comment achètent-ils ? Où vivent-ils ? Comment se comportent-ils ?

Dans le cadre de notre stage en entreprise nous allons réaliser une analyse de la clientèle des cafés partenaires de *Café Branché* qui va nous permettre de savoir qui sont les clients potentiels prêt à louer une batterie externe sur une terrasse de café. Le but pour nous est de savoir quels cafés nous devons viser en priorité. Nous cherchons donc à restreindre notre activité aux cafés que nous jugerons adéquate suite à cette étude. D'un point de vue général et sans analyse notre projet concerne les personnes qui fréquentent les terrasses des cafés et qui possèdent un appareil électronique (téléphone, ordinateur, appareil photo...) soit une grande partie de la population française. Afin de restreindre ce résultat nous effectuerons donc une étude de marché poussée vers la clientèle. Voici les résultats que nous attendons sur le terrain, amenés à l'aide d'un questionnaire :

Nous allons comparer différentes catégories socio-professionnelles afin de déceler laquelle aurait le plus besoin de nos batteries. Tout d'abord nous pensons aux touristes qui envahissent les rues parisiennes d'Avril à Septembre. Ces touristes sont très friands des terrasses de cafés parisiens et peuvent avoir envie de recharger leur téléphone ou bien encore plus improbable, leur appareil photo. Les touristes chinois représentent à eux seuls une immense partie de ces visiteurs. On compte environ 2,2 millions de touristes chinois en France chaque année, la majorité allant principalement à Paris. Ces touristes chinois sont connus pour être les plus accrocs à leur smartphone, et à leurs appareils photos et nous trouvons que l'idée d'installer des batteries aux terrasses des cafés serait d'une attractivité sans nom pour ces personnes. D'autre part certains touristes n'ont pas de prise adaptable qu'ils peuvent brancher en France, mais ce ne sera plus un souci pour eux grâce aux prises USB universelles présentes sur nos batteries.

Deuxièmement nous espérons que notre étude nous mènera vers les cadres d'entreprise qui se réunissent souvent dans les cafés, que ce soit pour travailler ou pour faire une réunion. Dans les deux cas ces personnes peuvent avoir besoin de recharger leur portable, leur téléphone de travail ou leur ordinateur. Une seule de nos batteries au milieu d'une table peut suffire à alimenter 4 téléphones et un ordinateur simultanément ce qui peut être idéal lors d'un brainstorming.

Enfin nous aimerions voir s'il y a possibilité de fournir nos batteries aux cafés de type tendance et « hype » tel que le *Café de l'Homme* ou bien encore le *Café de la Gare* et où les clients trouveraient intéressant de pouvoir charger leur téléphone tout en prenant un verre. Le côté design de nos batteries serait d'après nous un avantage pour plaire à ces cafés.

Le lieu géographique est aussi important dans notre étude de cas, nous comptons faire le tour de Paris afin de voir si certains endroits peuvent être porteur de notre projet. Nous avons évoqué la clientèle touristique alors immédiatement nous pensons aux monuments historiques. Nous espérons que notre étude va nous mener vers les cafés bordant la Tour Eiffel, Notre Dame de Paris ou bien encore Le Sacré Cœur.

En ce qui concerne les cadres nous savons que certaines réunions ont lieu entre des personnes n'habitant pas la même ville. C'est pourquoi nous espérons conclure un contrat avec les cafés avoisinant les gares qui sont plus propices à accueillir des professionnels.

Enfin nous espérons viser les quartiers vivants de la capitale qui sont aussi très touristiques tel que le Marais, les Champs Elysées ou bien encore Pigalle. Nous pensons que l'idée pourrait plaire autant aux touristes qu'aux habitants de ces quartiers. En effet les terrasses de ces cafés sont prises d'assaut tous les jours, et encore plus l'été.

## B) Analyse de la concurrence

Autre étape très importante de l'étude de marché, l'analyse de la concurrence. On ne peut pas entrer sur un marché sans y connaître les acteurs déjà présent. Le fait d'identifier et d'analyser la concurrence permet de déceler les failles de l'ennemi et de trouver un avantage concurrentiel qui pourrait plaire aux clients. Le futur chef d'entreprise doit donc se poser quelques questions : Combien sont-ils ? Où sont-ils ? Que proposent-ils ? Comment se comportent-ils ?

Afin d'analyser notre concurrent nous avons tout simplement visité son site internet dans lequel sont regroupées toutes les informations dont nous avons besoin. Pour le moment il s'agit d'une analyse légère, nous comptons par la suite nous renseigner de manière plus approfondie sur les moyens et techniques de *Charli Charger* en discutant notamment avec eux. Nous avons également discuté avec des restaurateurs qui ont recourt à ce dernier afin d'entendre leur ressenti. Le but pour nous est de déceler les techniques de notre concurrent et de trouver les failles de celui-ci pour pouvoir en dégager un avantage concurrentiel. Voici ce que nous avons trouvé pour le moment :

Dans le marché de la location de batterie dans les lieux publics le concurrent principal de *Café Branché* se nomme *Charli Charger*. Présent dans plusieurs pays européens tel qu'en Italie, au Royaume-Uni, en Autriche, en Belgique, en Allemagne et bien sûr en France, *Charlie Charger* compte 13 employés et un très grand nombre de clients. L'entreprise se veut locatrice de borne de rechargement pour smartphone dans les lieux publics. Leur borne, *Charli*, est présente dans les lieux de restauration, les hôtels, les concessionnaires automobiles, les banques, les grandes surfaces... Plusieurs contrats ont été signé avec *Monop'*, *Columbus Cafe* ainsi que *IdTGV*. Voilà à quoi ressemble leur borne *Charli*.



Cette borne se décline en plusieurs colories et peut être personnalisée. Elle propose 5 chargeurs de smartphones différents et peut recharger jusqu'à 40 appareils. Son prix à l'achat est de 249 € HT.

*Charli Charger* est très bien implanté sur ce marché, leur position et leur grand nombre de clients fait d'eux les leaders du secteur. Seulement notre entreprise *Café Branché* a un avantage concurrentiel fort sur certains points. Tout d'abord en ce qui concerne les objets à recharger : comme nous pouvons le voir sur la photo ci-dessus, la borne *Charli* propose 5 chargeurs exclusivement pour smartphones contrairement à notre borne qui peut recharger des ordinateurs ou bien encore des appareils photos. Nous pensons qu'une clientèle importante est ostracisée comme les touristes qui ne peuvent pas alimenter leur appareil photos ou les cadres en réunion qui ne peuvent pas recharger leurs ordinateurs.

Un autre point important concerne la fiabilité de la borne *Charli*. En effet après avoir longuement dialogué avec quelques restaurateurs nous avons pu faire une conclusion concernant la fiabilité de ces machines : les fils sont d'une sensibilité extrême et se cassent très souvent. En plus de cela la borne en elle-même est jugée comme laid par les bistrotiers et elle tombe parfois en panne. Avec ses puissants câbles quasiment incassables notre borne ne connaîtra pas ce genre de problème. Pour ce qui est du côté visuel nous avons fait appel à un designer, Joseph Roman, qui a tout fait pour donner de l'élégance et une touche d'originalité à notre boîte.

Si nous pouvons conclure nous pensons que nous pouvons nous démarquer sur ce marché du fait que nous avons un avantage concurrentiel fort sur certains points. Seulement il va falloir proposer d'autres idées innovante pour essayer de surprendre notre concurrent *Charli Charger* qui est tout de même le leader et présent dans plusieurs pays.

## CONCLUSION

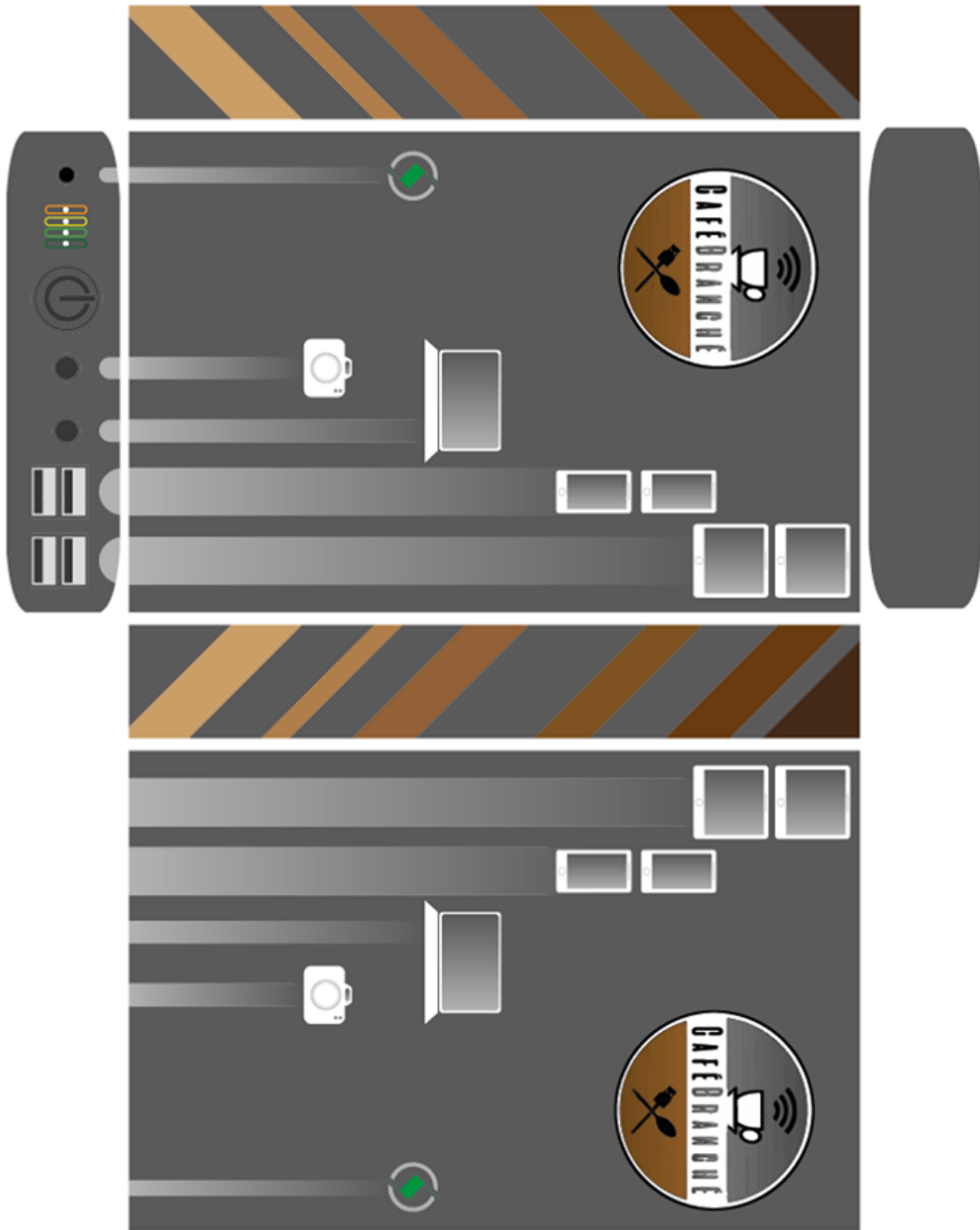
Café Branché est donc une nouvelle entreprise qui va essayer de se faire une place au sein du marché de la location de batterie. Une concurrence déjà en place est à parfaitement analyser pour pouvoir se faire une véritable place au sein de ce marché. Des opérations de communication et de recherche de clientèle sont également nécessaires au bon développement de l'entreprise. Nous allons également effectuer une analyse approfondie de la clientèle des cafés qui serait intéressée par le produit que l'entreprise propose.

C'est à travers ces divers missions que nous allons essayer de parfaire le développement de Café Branché. Et de laisser une entreprise avec un bon environnement, lui permettant d'être performante à court et à long terme. Nous avons pour but de laisser l'entreprise avec plus de moyens, et surtout une plus grande notoriété qui lui permettrait d'être performante dans son activité.

Nous allons donc répondre à la commande qui est d'accompagner l'entreprise dans son lancement, de gérer les tâches de gestion de l'entreprise, de créer ainsi que de s'occuper de la communication, mais surtout d'améliorer les relations de Café Branché avec son environnement, en lui amenant l'acquisition de nombreux clients.

# ANNEXES

## ANNEXE 1 : LE DESIGN DE LA BOITE



ANNEXE 2 : LE LOGO





ANNEXE 3 : LA BATTERIE



ANNEXE 4 : EXEMPLE DE DIFFERENTS BRANCHEMENTS POSSIBLES

