

Cahier des charges



Equipe L
Meunier Axelle
de Belloy Domitille
Lot Nicolas

Sommaire

Abstract	3
Introduction	4
I – Présentation de l’entreprise	5
A. Le secteur d’activité de Goodwork	5
B. La hiérarchie de l’entreprise	6
II – Augmenter le chiffre d’affaires en développant des services	7
A. Les salles de réunions	7
1. <i>Séminaires d’entreprise</i>	7
2. <i>Proposer des cours du soir</i>	8
B. La domiciliation : augmenter le nombre de contrats	8
1. <i>Etude de notre clientèle</i>	8
2. <i>Réaliser des études de marché</i>	9
3- <i>Augmenter la visibilité à travers la communication</i>	9
III – Une entreprise en redressement : Analyser les coûts	9
A. Coûts réels et rentabilité	9
1. <i>Salle de réunion</i>	9
2. <i>Les Domiciliations</i>	10
3. <i>La Location de bureaux</i>	10
B. Etudier les coûts prévisionnels (quantitatif)	10
1. <i>Nouveaux services : nouveaux coûts</i>	10
2. <i>Argumenter face au redressement</i>	11
Conclusion	12

Abstract

Dans le cadre de notre projet tutoré, nous allons effectuer un stage mission de huit semaines au sein de l'entreprise Goodwork.

Goodwork est un centre d'affaires parisien qui doit faire face à plusieurs défis. Ses trois activités principales sont la location de bureau, la location de salle de réunions ainsi que la domiciliation d'entreprises. Ses clients sont des entreprises. Goodwork a de faible taux de remplissage au niveau de la location de salles de réunion et un nombre de domiciliation faible. De plus la société est en redressement judiciaire, elle doit supporter des charges trop lourdes par rapport à ses bénéficiaires. Notre mission va consister à augmenter la location de salles de réunions notamment à travers la prospection de nouveaux clients, augmenter le nombre de domiciliation en augmentant sa visibilité. Nous allons aussi étudier les charges et voir si certaines peuvent être réduites ou négociées avec les fournisseurs. Enfin notre maître de stage nous laisse la possibilité de lui proposer de mettre en place de nouveaux services pouvant générer du bénéfice. Les résultats de notre mission devront être visibles sur le chiffre d'affaires.

Introduction

Goodwork est un centre d'affaires parisien créée il y a quelques années par Bernard Gross. Cet ancien patron, d'un réseau de centres d'affaires appartenant désormais à la société Multiburo, décide de développer un nouveau concept de centre d'affaires à Paris.

Goodwork offre une technologie de pointe avec de la téléphonie IP, des réseaux informatiques inviolables et le personnel est attentionné et formé pour répondre aux attentes des utilisateurs les plus exigeants.

L'entreprise dispose d'un immeuble Haussmannien qui s'étend sur 6 étages en plein coeur du huitième arrondissement. L'entreprise exerce trois principales activités: la domiciliation, la location de bureaux et la location de salles de réunion.

Cette dernière rencontre quelques problèmes financiers dû à une difficulté de remplissage de certaines de ces salles.

Notre stage a pour objectif d'améliorer le système déjà mis en place, en développant les services déjà en place, en proposant de nouveaux services mais aussi en analysant les charges afin de les réduire. Cela doit se traduire par une augmentation du chiffre d'affaires.

Dans une première partie, nous présenterons l'entreprise et son fonctionnement. Ensuite, nous expliquerons la manière dont nous souhaitons augmenter le chiffre d'affaires de Goodwork. Enfin, dans une dernière partie, nous analyserons les coûts financiers actuels puis prévisionnels.

I – Présentation de l'entreprise

A. Le secteur d'activité de Goodwork

Goodwork est une société créée en 2009 par Bernard Gross. A la suite de la fermeture de l'entreprise NCI, disposant de 4 centres d'affaires en Belgique, et pour laquelle il était salarié, Mr Gross ouvre le centre d'affaires Goodwork dans le huitième arrondissement de Paris.

Le centre d'affaires se situe dans un immeuble Haussmannien, avenue Franklin D. Roosevelt. Il abrite 55 bureaux tout équipés et 5 salles de réunions pour une surface de 1 350m² répartie sur 6 étages.

L'entreprise exerce trois métiers :

La location de bureaux : tous les bureaux sont privés, loués pour trois mois au minimum. Le taux de remplissage est de 95% et le turnover est très faible. La grande majorité des bureaux sont loués par la même entreprise depuis l'ouverture. Ce constat est gage de la qualité du service proposé, de la satisfaction des clients au niveau du rapport qualité-prix et de leur fidélité. Le prix de la location des bureaux est pourtant assez élevé : entre 1600 et 1700 euros par mois alors que des concurrents comme Multiburo et Regus proposent des prix à partir de 600 euros. C'est un prix d'écémage qui permet de cibler une clientèle précise.

Les bureaux virtuels : il s'agit de la domiciliation, le centre d'affaires fournit une adresse professionnelle avec une boîte aux lettres à son client ainsi qu'un numéro de téléphone avec un standard disponible de lundi au vendredi de 9h à 19h30 et un accueil ouvert sur les mêmes horaires. A nouveau le prix proposé pour la domiciliation est assez élevé : de 75 euros à 150 euros par mois en fonction des services choisis contre des prix qui débutent à 8 euros par mois chez la concurrence. Goodwork souhaite à travers son prix se démarquer par un service de qualité, complet avec des personnes physiques disponibles.

La location de salles de réunion : Goodwork propose des salles de réunion pouvant accueillir de 4 à 22 personnes. Le taux de remplissage est beaucoup plus faible : seulement 40%. Ce n'est pas l'activité principale de l'entreprise mais un service annexe. Les bureaux se situent au dernier étage c'est-à-dire au plus loin

de l'accueil. Les salles de réunion sont surtout occupées en fin de journée (17h-19h) notamment pour du recrutement.

Goodwork met en avant l'importance de donner de la valeur aux services pour les consommateurs, ainsi que la nécessité de cibler et choisir la clientèle afin de garantir un service de qualité et de bonnes relations entre les clients.

Le centre d'affaires réalise un chiffre d'affaires de 1,8 millions d'euros par an, 800 000 euros de charges correspondent aux loyers. L'entreprise est locataire de la Roosevelt House.

B. La hiérarchie de l'entreprise

Malgré son faible nombre de salariés (trois salariés), la société Goodwork a opté pour un système hiérarchique plutôt vertical. En effet, les quatre membres de l'entreprise sont répartis sur trois différents niveaux de hiérarchie.

Viennent s'ajouter à eux deux prestataires indépendants opérants de manière ponctuelle pour l'entreprise : Le directeur financier, et le directeur informatique. Au vu de la taille de l'entreprise, il n'est pas nécessaire de salarié à temps plein ou partiels ce type de personnel.

Marc VERHOOGEN est le propriétaire de Goodwork, société dont il a hérité. Habitant en Belgique et étant impliqué dans d'autres sociétés, il a fait appel à Nicolas FALLET afin de diriger le centre à sa place. Nicolas FALLET ayant de nombreuses compétences, il est aussi responsable du marketing et commerciale de la société.

Afin de gérer le centre quotidiennement et de garantir un service de qualité aux clients, Aurélie et Gabriel s'occupent eux de l'accueil, du standard téléphonique, de la domiciliation et des autres tâches de secrétariat.

II – Augmenter le chiffre d'affaires en développant des services

La principale mission confiée par Nicolas Fallet à notre équipe est de trouver un moyen d'augmenter le chiffre d'affaires de l'entreprise. Lors de notre premier rendez-vous avec lui, nous lui avons donc demandé s'il souhaitait investir dans de nouveaux locaux afin d'agrandir sa structure. Ce dernier nous a fait comprendre que pour le moment il n'envisageait aucun agrandissement et qu'il fallait donc trouver d'autres moyens afin d'accroître ce chiffre d'affaires. Nous avons décidé de nous concentrer principalement sur la location des salles de réunion et la domiciliation pour la durée de notre stage étant donné le très bon fonctionnement des locations de bureaux. De plus nous envisageons de faire des études d'opportunité afin de proposer de nouveaux services.

A. Les salles de réunions : augmenter le taux de remplissage

1. *Proposer des séminaires d'entreprise*

L'entreprise rencontre des difficultés de remplissage notamment pendant des périodes tels que les week-ends et en période de vacances scolaire. Nous avons donc pensé à développer des séminaires d'entreprises au sein des locaux du 8^{ème} arrondissement. Il s'agirait ici, d'accueillir des groupes de personnes de moyenne envergure allant de cinq à vingt personnes. Nous souhaitons aussi proposer ces séminaires à des entreprises excentrés de Paris, en proposant par exemple des séminaires avec découverte de Paris.

La fonction principale d'un séminaire est généralement de réunir les collaborateurs et d'exposer les chiffres de l'entreprise ou encore de fixer les nouveaux objectifs à atteindre. Tout en restant dans une ambiance de travail, le séminaire professionnel a tendance à devenir ludique. Cela motive davantage les équipes d'une entreprise. C'est la raison pour laquelle nous avons imaginé proposer lors des séminaires différentes activités liées avec le nouveau service d'accueil de personnes à ce titre là. Le but des activités proposées seraient à la fois de créer une ambiance conviviale mais également de développer l'esprit d'équipe, une cohésion des salariés.

De plus, afin de faciliter l'organisation, ce nouveau service se complètera par une aide au niveau des arrivées et départs des clients ainsi que des propositions de différentes activités à effectuer le soir en groupe ou seule en fonction des

préférences. Théâtres, concerts, restaurants, ballet ou autres feront parti des idées proposées.

2. Proposer des cours du soir

L'entreprise d'accueil ressent également une perte au niveau du taux de remplissage le soir. Nous avons donc décidé de développer davantage les cours du soir dans les locaux. Cela existe déjà mais les réservations pour ce type de travail sont très faibles, or elles sont très avantageuses puisqu'elles sont régulières et durables. Nous engager avec des entreprises d'aide aux devoirs pourrait, par exemple, augmenter significativement le taux de remplissage des salles de réunions. Pour cela, nous contacterons pendant plusieurs jours certaines associations qui effectuent cette activité. L'idée serait de leur présenter le fonctionnement de l'entreprise et de leur proposer éventuellement une rencontre afin de leur expliquer davantage le fonctionnement. Il faudra cependant prendre en compte le calme nécessaire au sein du bâtiment et sélectionner des associations fiables afin de ne pas pénaliser les clients permanents.

B. La domiciliation : augmenter le nombre de contrats

1. Etude de notre clientèle

La domiciliation est une activité très répandue dans le 8^{ème} arrondissement et de manière générale aussi. Par ailleurs, de nombreuses entreprises effectuant seulement de la domiciliation proposent ces services à des prix très attractifs. Lors de notre première semaine de stage nous avons contacté tous les principaux concurrents afin de bien comprendre leur mode de fonctionnement. Le service proposé est d'une qualité inférieure à celle proposée par notre centre d'affaires mais la concurrence est rude. En effet, entre une domiciliation à partir de 8 euros à une domiciliation à minimum 35 euros, le choix des clients est rapidement effectué.

Pour pallier à ce problème majeur, nous allons réaliser une étude de marché de notre clientèle bien précise. Il faudrait également savoir la manière dont les clients ont connu le centre d'affaires ainsi que les raisons de travailler chez Goodwork.

2. Réaliser des études de marché

Nous ferions ensuite une seconde étude de marché globale. Nous avons déjà bien avancé sur ce point lors de notre première semaine de stage. Nous étions allés voir les concurrents et avons rassemblé de nombreuses informations sur la concurrence directe et indirecte de notre entreprise. Cependant nous souhaiterions continuer et affiner notre étude de marché afin de connaître nos clients potentiels et réellement comprendre les attentes de ces derniers sur le marché. Pour cela, nous envisageons d'effectuer une étude qualitative en contactant des clients potentiels et essayer de comprendre leur mode de fonctionnement, leur comportement. Nous aurions au préalable préparé notre questionnaire afin de rentrer en profondeur dans notre problématique.

3- Augmenter la visibilité à travers la communication

Goodwork ne met en place que très peu de campagnes de communications. Les clients connaissent l'entreprise plutôt via le bouche à oreille, cependant pour un service comme la domiciliation nous pensons qu'il est essentiel de faire plus de communication pour rendre ce service plus visible. Le prix de la domiciliation chez Goodwork étant plus élevé que la moyenne, il faut une communication épurée qui évoque la qualité du service de manière à justifier le prix. Cette communication se fera par une plus grande visibilité sur le site web et par l'élaboration d'une plaquette de présentation du service qui pourra être distribué.

III – Une entreprise en redressement : Analyser les coûts

Goodwork est une entreprise en situation de redressement judiciaire. Il s'agit de laisser une dernière chance au dirigeant de sauver sa société en mettant en place un plan d'action pour réorganiser l'entreprise. Notre maître de stage étant resté très discret sur cette situation, nous avons décidé de nous informer davantage sur les problèmes financiers de l'entreprise en effectuant une étude sur les coûts actuels et les coûts prévisionnels.

A. Coûts réels et rentabilité

1. Salle de réunion

Les salles de réunion sont situées au 6^{ème} centre d'affaires. Il s'agit de louer des salles à différentes entreprises afin de diversifier les clients et les services. Ainsi,

nous retrouvons des services de recrutement, conseil, coaching. Le taux de remplissage est de 40%. Selon notre maître de stage, Nicolas Fallet, la visibilité est trop éloignée entre l'accueil et ce dernier étage. Le taux de remplissage est trop faible et notre mission consiste donc à l'améliorer. Cette activité ne paraît pas rentable pour l'entreprise. Nous allons étudier les charges directement liées à cette activité et faire des tableaux afin d'étudier la possibilité de revoir les tarifs, de prévoir de meilleures marges, de limiter les dépenses sur cette activité. Pour cela nous allons avoir un rendez vous avec le directeur financier qui nous fournira les documents comptables (bilan, compte de résultat, charges).

2. Les Domiciliations

Nous allons étudier la rentabilité de la domiciliation, faire des estimations chiffrées sur le nombre de domiciliations nécessaire pour que l'activité soit rentable. Nous allons analyser la possibilité d'investir afin d'obtenir des retombés plus grandes. Par exemple investir 2% des chiffres d'affaires en communication pour récupérer X domiciliations supplémentaires.

3. La Location de bureaux

Avec un taux de remplissage à 95% et aucun turnover malgré des prix plus élevés que la moyenne du marché, la location de bureaux apparaît comme l'activité la plus rentable, ce que le gérant nous a confirmé. Cependant nous allons effectuer une étude de rentabilité afin d'analyser les bénéfices générés grâce à cette activité. De plus nous allons étudier la rentabilité des services annexes proposés : pack impression et café, afin de s'assurer que ces deux services n'entraînent pas de pertes.

B. Etudier les coûts prévisionnels (quantitatif)

Pour répondre à notre mission il est nécessaire d'analyser les coûts, dans un premier temps afin de comprendre le plan de redressement et de le mettre en place, certains coûts peuvent éventuellement être réduits, certains problèmes peuvent ressortir de cette analyse. Les coûts prévisionnels nous permettront de nous assurer de la pérennité de l'entreprise.

Dans un second temps l'analyse des coûts va permettre de nous rendre compte de la rentabilité des nouveaux services.

1. Nouveaux services : nouveaux coûts

Afin d'améliorer le chiffre d'affaires, nous allons chercher à développer les services existants et à en proposer de nouveaux. Pour cela nous allons devoir estimer les coûts et la rentabilité. Nous allons chercher à réduire les charges au maximum pour obtenir le plus de rendement. Ces nouveaux services devront être innovants et en phase avec l'identité de l'entreprise.

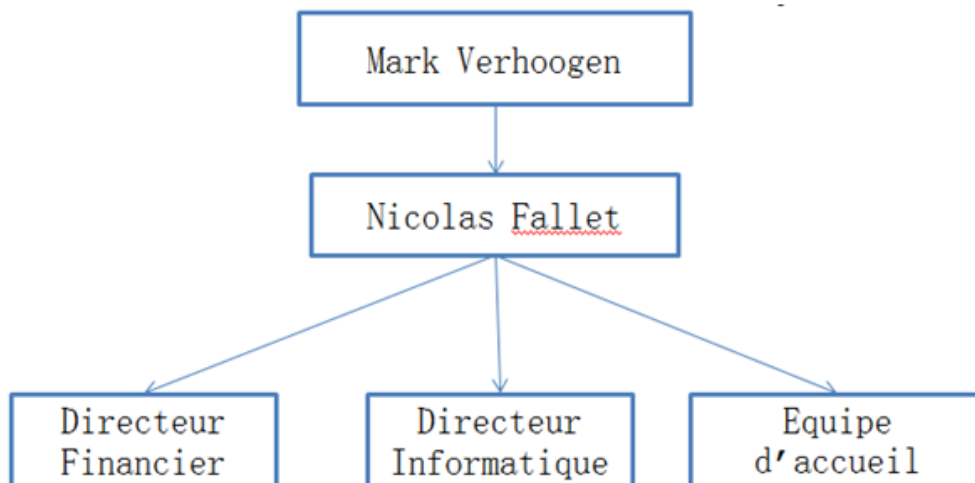
2. Argumenter face au redressement

Nos études des charges permettront de commencer à préparer un argumentaire pour éviter la continuité de la procédure de redressement. L'entreprise est pour le moment en phase d'observation, en analysant les charges un plan pourra être mis en place si la situation ne permet pas de mettre fin à la procédure.

Conclusion

Notre première semaine de stage nous a permis de nous documenter sur notre entreprise d'accueil et son marché. En effet, nous avons réalisé une étude de marché puis nous avons comparé les offres des concurrents avec les nôtres. Nous avons remarqué que nos prix peuvent être un facteur d'hésitation pour la clientèle. C'est la raison pour laquelle il nous semble essentiel de réaliser une communication discrète comme le souhaite notre maître de stage tout en se concentrant sur la qualité des services proposés. Mettre en évidence la différence des résultats entre deux centres d'affaires paraît importante. Par ailleurs, notre mission consistera également à réaliser des études sur la clientèle afin de comprendre ses attentes et de mettre au point le contact avec nos éventuels nouveaux clients: organisation de séminaire d'entreprise, association d'aide aux devoirs. Enfin les études de coûts actuels que nous aurons réalisées nous permettront de comprendre les problèmes financiers de l'entreprise et de calculer des coûts prévisionnels avec les nouveaux services.

Annexe 1 Organigramme du centre d'affaires Goodwork



Annexe 2 Notre planning prévisionnel

