



UNIVERSITÉ
PARIS
DESCARTES

2018



kidiwe

Dossier environnement, stratégie et diagnostic

MARION CAVANNA | MARION GENAY | ANOUCK HOFMAN | MÉLANIE MADEIRA

Abstract

Lors de notre stage nous devons modifier et valider le business model en effectuant une analyse de coûts, une étude de marché, de secteur et de concurrence. Nous devons également réfléchir sur leur marketing et leur communication. En effet, la start-up KIDIWE, spécialisée dans l'organisation complète de sorties scolaires à plusieurs objectifs. Actuellement centrée sur les établissements scolaires, elle souhaiterait élargir son marché en passant au marché du grand public. C'est pourquoi, son changement de clientèle devra mener la start-up à s'ajuster aux contraintes de ce nouveau marché.

Table des matières

INTRODUCTION	1
I. <u>KIDIWE, UNE SOCIÉTÉ RÉVOLUTIONNAIRE</u>	2
MICKAEL KISSOUS, UN ENTREPRENEUR NE	2
KIDIWE, UNE ENTREPRISE INNOVANTE POUR FACILITER LES SORTIES SCOLAIRES	2
UNE CULTURE D'ENTREPRISE EN PLEIN ESSOR	3
II. <u>LES ÉTABLISSEMENT SCOLAIRES COMME MOYEN D'ATTEINDRE LE GRAND PUBLIC</u>	4
UNE ORGANISATION SIMPLIFIÉE	5
UNE STRATÉGIE DE FIDÉLISATION ET D'EXPANSION	5
III. <u>L'ORGANISATION INTERNE CHEZ KIDIWE</u>	6
LES FACTEURS D'ÉCHEC ET DE RÉUSSITE DE L'ENTREPRISE	6
UNE MODIFICATION DES BUTS DE GESTION ET DES FINALITÉS DE LA START-UP	7
CONCLUSION	8
ANNEXE	9

Introduction

Durant notre stage chez KIDIWE du 18 au 22 décembre 2017, nous avons pu découvrir la start-up et son fonctionnement.

Le « nom » start-up est composé de deux idées, la première de démarrage et la seconde de forte croissance. Tout n'est pas forcément une question d'âge ni de taille, cependant des conditions doivent être respectées. Tout d'abord, l'entreprise doit se distinguer des autres en ayant une forte croissance potentielle sur un nouveau marché dont le risque est difficile à évaluer. Son environnement en perpétuel changement, une start-up doit s'adapter aux nouvelles technologies ce qui implique un important besoin de financement.

Créée en 2016 par Maurice Mickael KISSOUS, KIDIWE est une plateforme innovante permettant aux enseignants de programmer des sorties scolaires sans s'occuper des autocaristes, paiements et autres contraintes pour ces-derniers.

A son commencement, M. KISSOUS, seul actionnaire, a pu intégrer l'incubateur d'Orsay à la suite d'une présentation de son projet. Cet espace de co-working lui a permis de perfectionner KIDIWE et de développer la technicité de sa plateforme. Par la suite, il a intégré l'incubateur The Schoolab à Paris dans lequel il a pu croître son réseau et par conséquent sa notoriété et sa légitimité. En intégrant The Schoolab, M. KISSOUS a recruté Jérémie COHEN en octobre 2017 ainsi que Raphael BAUM en décembre 2017. De plus, son fondateur et ses associés bénéficient de formations concernant différentes thématiques de la gestion d'entreprise.

Intégrer des incubateurs a été un réel tremplin pour KIDIWE, permettant à cette dernière d'accélérer sa création et d'être soutenue par une équipe qui croit en l'état d'esprit start-up. Portée par son fondateur sur un marché en création ou instable, elle ne dispose donc pas d'un business model fixe et explore toutes les possibilités. C'est pourquoi notre principale mission est de modifier et de valider le business model de KIDIWE. Cette tâche inclut une analyse de coûts, une étude de marché, de secteur, de concurrence ainsi qu'une réflexion sur le marketing et leur communication.

I. KIDIWE, une société révolutionnaire

A) Michel KISSOUS, un entrepreneur né

Michael KISSOUS est un entrepreneur expérimenté de 38 ans. En effet, il est président de trois sociétés : SARL MICHAEL K créée en 2006, M3A SAS créée en 2014 et KIDIWE créée en 2016. De plus il est associé au sein de la société HNSON, société familiale, dirigé par sa mère.

Michael KISSOUS a grandi dans le monde entrepreneurial, il était donc naturel pour lui de devenir à son tour son propre patron. Il a alors commencé à l'âge de 26 ans en créant la SARL MICHAEL K spécialisée dans la fabrication de vêtement. Entrepreneur polyvalent, il crée une société de programmation informatique M3A SAS en 2014.

L'idée de créer KIDIWE lui vint en 2015, à la suite d'une perte d'argent pour une sortie scolaire de son fils. Il imagine alors un concept de plateforme d'organisation scolaire afin de faciliter les paiements des parents mais aussi l'organisation des enseignants.

B) KIDIWE, une entreprise innovante pour faciliter les sorties scolaires

En juillet 2016, Mickael Maurice KISSOUS enregistre et immatricule sa SAS à Evry au nom de KIDIWE. Deux actionnaires investissent respectivement 3 500€ et M. KISSOUS investie 8 000€. KIDIWE possède alors un capital de 15 000€ à sa création.

KIDIWE est une plateforme de sortie scolaire à la demande créée en 2016. Cette start-up innovante a vu le jour à l'initiative de Michael KISSOUS, un père de famille, qui était agacé de la mauvaise organisation des sorties scolaires de ses enfants. Ces derniers oubliaient souvent de le prévenir des sorties organisées par l'école, perdaient l'argent de la sortie scolaire. De là est née l'idée d'une plateforme innovante qui faciliterais l'organisation des sorties scolaires pour les enseignants et permettrait aux parents de payer dessus mais aussi d'être informé et donc rassurer concernant le déroulement de la sortie scolaire par mail ou SMS.

Avant le nom KIDIWE, Michael KISSOUS souhaitait appeler sa SAS Capitaine Group. Cependant cette idée n'a pas été retenue car elle ne correspondait pas à l'image que souhaitait véhiculer son fondateur, l'image d'une start-up qui bouge sans être trop infantilisée, étant

dans l'optique de se diversifier dans les années à venir. Lui est lors venu l'idée de KIDIUI, cependant ce nom existait déjà. Il a alors eu l'idée de changer le « OUI » en « WE » message d'unisson pour le consommateur.

A son commencement, le slogan de KIDIWE était « KIDIWE à une sortie scolaire », depuis février 2017 le slogan de KIDIWE est « Organiser des sorties scolaires devient un jeu d'enfant ! ». Toutefois, le slogan n'est pas totalement partie prenante de l'identité de l'entreprise car il n'est présent nulle part (site internet, logo). M. KISSOUS souhaite le modifier à nouveau.

Depuis décembre 2017, l'équipe KIDIWE s'est agrandie. Elle est composée de son fondateur et dirigeant, Michael KISSOUS ainsi que de Jérémie COHEN, un jeune community manager, qui a rejoint l'équipe en octobre 2017. Raphaël BAUM est le dernier à intégrer l'équipe en fin d'année. Il est chargé de s'occuper des questions scientifiques et techniques au sein de l'organisation (CTO).

La création du logo de KIDIWE a été fait par un graphiste indépendant. Il est bicolor : rose et bleu. Dans un futur proche, KIDIWE souhaiterait se développer et ouvrir son marché au grand public, mais pour le moment KIDIWE reste concentrée sur les établissements scolaires. C'est pourquoi selon un graphiste engagé récemment par la SAS, le logo serait trop froid et ne représenterais pas les enfants. L'équipe travail en ce moment sur un nouveau logo en forme de banane.

Toutefois, le logo original ne sera pas oublié, ce nouveau logo sera uniquement utilisé dans la rubrique pour les sorties scolaires.

C) Une culture d'entreprise en pleine essor

Start-up de moins de deux ans, sa culture d'entreprise est en pleine élaboration. Depuis sa création en juillet 2016, KIDIWE a accueilli deux nouveaux salariés, permettant ainsi à cette jeune start-up d'augmenter son capital humain et ses apports en industrie.

KIDIWE, au logo faisant vaguement référence au nom de famille de son fondateur, a été fondée dans le but de faciliter les sorties scolaires des enseignants. Cette start-up agit comme un véritable vecteur de changement et s'inscrit donc comme « social business », ou entreprise sociale, apportant une solution à un problème sociétal.

Dans cette petite société, l'esprit d'entre-aide et la communication sont très présents, le dirigeant et les associés se réunissent autour d'un petit-déjeuner le matin et déjeunent le midi ensemble afin de discuter du programme de la journée, des rendez-vous et des nouveaux projets. Les décisions, idées sont partagées et chacun donne son avis même les stagiaires. Chaque membre de l'équipe est important et décisionnaire.

KIDIWE a la conviction que les activités pédagogiques sont primordiales pour l'épanouissement et l'éducation d'un enfant. C'est pourquoi, cette société permet à chaque enfant, élève, et étudiant d'accéder à la culture, à l'art, la science mais aussi l'entrepreneuriat avec des prix réduits grâce aux partenariats qu'ils possèdent avec les centres culturels, d'attractions.

L'accès pour tous à la culture, l'art, la science, au monde de l'entrepreneuriat est une valeur forte chez KIDIWE, qui souhaite dans un avenir proche s'ouvrir au monde du grand public mais aussi aux entreprises, qui seraient déjà intéressées par l'idée novatrice.

II. Les établissements scolaires comme moyen d'atteindre le grand public

L'organisation d'une sortie scolaire reste une tâche complexe pour les enseignants. Aujourd'hui deux sorties sur trois n'ont pas lieu par manque de temps. Souhaitant les simplifier pour les instituteurs ainsi que pour les parents, KIDIWE a mis en place une plateforme jouant le rôle d'intermédiaire entre ces acteurs.

A l'heure actuelle, KIDIWE est le seul sur le marché à proposer ce service et est la première plateforme dédiée aux sorties scolaires. Outre les mairies qui peuvent prêter des autocars gratuitement aux écoles, elle n'a pas de concurrents directs. Toutefois, la présence de cagnottes en ligne (création d'un événement et invitation des proches d'y participer financièrement), ainsi que les enseignants ne passant pas par la plateforme constituent une concurrence indirecte.

A) Une organisation simplifiée

Face à la complexité de l'organisation d'une sortie scolaire, l'entreprise a choisi une stratégie de prise en charge des différents éléments de gestion. Ces derniers étant la réservation des places dans un centre de loisir culturel, l'appel d'offres éventuel des autocaristes, la prévention des parents, le suivi des paiements et la relance.

Pour pallier cette complexité, KIDIWE a mis en place une plateforme facilitant la préparation de sorties scolaires. Tout d'abord, grâce à ses différents partenariats avec des établissements culturels comme la cité des Sciences et de l'Industrie, elle permet aux écoles de sélectionner la sortie depuis leur catalogue d'activités pédagogiques. Selon des demandes occasionnelles, KIDIWE s'adapte en faisant le lien avec le centre culturel qui répond à l'activité souhaitée par l'établissement et ce dernier.

A la suite de cette sélection, le responsable de la sortie doit indiquer le nombre de classes, d'enseignants et de parents accompagnateurs. L'encadrement des enfants lors de sorties pédagogiques étant réglementé, KIDIWE s'attache à ce que les normes soient respectées.

Enfin pour finaliser la demande, le choix de paiement doit être effectué selon les établissements : il peut être individuel ou collectif par le biais de l'école, de la collectivité ou de la mairie.

De plus, en fonction de la distance entre l'établissement scolaire et le lieu de l'activité, KIDIWE établit des contrats avec des fournisseurs prestataires de services comme les autocaristes.

B) Une stratégie de fidélisation et d'expansion

Afin de gagner une contrepartie de ses services, l'entreprise prend un euro par enfant par sortie et perçoit une rétro commission de la part des autocaristes comprise entre 5 et 8% des frais de transport. Ces revenus ne permettant pas d'assurer la pérennité de l'entreprise sur le long terme, celle-ci a estimé un besoin de financement à la hauteur de 1,3 million d'euros. Pour cela, des dossiers de levée de fonds doivent être établis afin de trouver des partenaires financiers tels que des Business Angels qui permettent d'apporter leurs connaissances, leur notoriété ainsi qu'un financement à l'entreprise. Enfin, de nombreux concours sont organisés

afin de remporter des subventions et/ ou une accélération du développement des entreprises par des incubateurs comme le Schoolab.

Ces investissements permettront à la société de développer la plateforme web, de créer une application pour smartphone sur iOS et Android et de financer les campagnes marketing sur les réseaux sociaux.

Leur stratégie actuelle est de cibler le cycle 1 2 et 3 des établissements privés (maternelle, primaire et collège), où l'on compte 5 000 établissements de ce type en France dont 800 en Ile de France ainsi que les établissements publics.

Par la suite, KIDIWE souhaite conquérir de nouveaux marchés tels que les CE (Comités d'Entreprises), les centres de loisirs et le grand public. Pour cela, l'entreprise fait des établissements scolaires un moyen de parvenir à cette première finalité. C'est pourquoi elle a pour objectif l'accroissement quantitatif des établissements clients et partenaires par des actions de bouche à oreille, réseaux sociaux, mailing et prospection.

Par ailleurs, la réduction des prix par la négociation des tarifs de groupe et les prévisions annuelles de volumes pour bénéficier de remises permettent de fidéliser les partenaires. S'ajoutant à cela, la gratuité de la plateforme a pour but d'attirer un maximum de clients utilisateurs.

Depuis sa création, KIDIWE a permis à environ 1 000 élèves de concilier loisir et culture au cours d'une sortie scolaire.

III. Organisation interne chez KIDIWE

A) Les facteurs d'échec et de réussite de l'entreprise

Le but de notre entreprise est de simplifier l'organisation d'évènements, ici scolaires, dans un premier temps. Cependant, celle-ci a pour but d'élargir son champ de travail et souhaiterait passer au marché du grand public afin de ne non plus seulement organiser des sorties scolaires mais aussi des loisirs, séjours pour les particuliers et leur famille. En effet, l'avantage de la plateforme KIDIWE est qu'elle ne s'arrête pas à la recherche d'évènements culturels, de loisirs ou de promotions sur tel ou tel évènement, comme pourrait le faire un site concurrent, mais à la simplification de toute l'organisation du processus concernant une offre. C'est

pourquoi KIDIWE n'a pas de concurrents en ligne directs, mais elle a toutefois, des concurrents indirects comme les cagnottes en lignes pour par exemple, la création d'un événement et l'invitation des proches à y participer financièrement. C'est donc l'un de ses facteurs de succès.

Sa communication peut être son facteur d'échec principal. En effet, la start-up n'a pas élaboré de politique de communication mais compte sur le bouche à oreilles de ses clients actuels que sont les écoles et donc les élèves, ainsi que sur la confiance des parents qui connaîtront déjà le système. Cependant la plateforme ne détient par exemple, pas de pages sur les réseaux sociaux, ce qui pourrait entraver son développement. De plus, l'actuelle situation d'état d'urgence sur le territoire français peut également être un frein aux sorties.

B) Une modification des buts de gestion et des finalités de la start-up

Kidiwe souhaitant changer de clientèle, devra mener à un ajustement aux contraintes de ce nouveau marché. En effet le marché du grand public est davantage plus attractif et représenterait une plus grande rentabilité que le marché scolaire que l'on peut qualifier dans le cas de la plateforme Kidiwe de marché EdTech. Celui-ci consiste en un marché de l'éducation technologique où les start-up concernant ce secteur innovent. La stratégie de l'entreprise devra être en adéquation avec sa conquête de nouveaux marchés.

C'est pourquoi l'une des premières commandes de l'entreprise est la validation et la modification si nécessaire de son business model.

En effet, en suivant le business model de Canvas, nous pourrions travailler sur la relation client déterminant ainsi la communication auprès de nos clients potentiels et actuels. Mais aussi sur les sources de revenus ainsi que sur les partenaires clés en montant un dossier de levée de fonds afin de promouvoir la plateforme et de l'améliorer mais également de permettre aux salariés de toucher un revenu.

Nous devons donc l'adapter en fonction du nouveau marché de consommateurs à acquérir.

Nous effectuerons pour cela des études de marché, de secteur et de la concurrence afin de nous aider dans le développement de la start-up.

Conclusion

La start-up KIDIWE, actuellement intermédiaire dans l'élaboration de sorties pédagogiques, a établi une plateforme dédiée aux établissements scolaires afin de simplifier l'organisation de ces sorties. Elle vend donc un service permettant aux professeurs l'obtention d'un gain de temps et une simplification de cette tâche.

Etant une idée innovante, la start-up n'a pas rencontré de concurrents directs, hormis les mairies, ce qui peut être considéré comme un facteur de réussite. C'est pourquoi, fonctionnant sur le marché scolaire, KIDIWE cherche aujourd'hui à se diversifier et à atteindre de nouveaux marchés ; celui du grand public, des CE et des centres de loisirs, à l'aide de la plateforme.

Cependant nous retrouvons certains facteurs d'échec, concernant, principalement, la politique de communication de l'entreprise.

En conséquence, notre mission principale sera de modifier et réorganiser le business model de l'entreprise en agissant sur plusieurs axes selon le modèle de Canvas.

Annexe

Annexe 1 : Compte rendu de la semaine

Nous avons passé la majeure partie de la semaine au Schoolab, incubateur situé à Paris II, avec notre tuteur de stage et président de KIDIWE, M. KISSOUS. Lors de notre arrivée, nous avons récapitulé, ensemble, l'intérêt de notre stage. Certaines propositions de missions ont été évoquées mais elles ont évolué tout au long de la semaine afin d'arriver, vendredi, à une liste finale d'éléments à apporter à l'entreprise. Durant cette première matinée, deux d'entre nous ont participé à un rendez-vous avec Henri Lachmann, ancien PDG de Schneider Entreprise. Actuellement, il propose son aide aux nouveaux entrepreneurs présents dans l'incubateur en leur apportant des conseils mais aussi des contacts pouvant aider les jeunes entreprises. Suite à cela nous avons effectué un compte rendu de ce rendez-vous et nous avons entamé les premières recherches sur de potentiels investisseurs.

Le mardi, nous nous sommes retrouvées toutes les quatre à l'IUT car M. KISSOUS n'était pas disponible, en raison de différents rendez-vous. Nous avons donc continué nos recherches sur les différents moyens de levée de fonds et sur des concours auxquels ils pourraient participer.

Le mercredi, de retour au Schoolab, nous avons rencontré Jérémie COHEN, le second salarié de KIDIWE. A ses côtés, nous avons mentionné différents sujets concernant l'entreprise qui ont permis de nous éclairer sur certains points. M. KISSOUS était également très présent et disponible afin de répondre aux questions que l'on a pu se poser. Par la suite, nous avons commencé à établir un dossier¹ concernant les différents moyens afin d'effectuer une levée de fonds, tandis que nous continuions à chercher différents concours.

Le jeudi, pendant que certaines se sont occupées de finaliser le dossier concernant les différents moyens de levée de fonds, en y ajoutant des exemples concrets afin de faciliter la tâche au maximum, l'une d'entre nous s'est occupée d'effectuer l'executive summary de l'entreprise. Ce document sert de présentation de l'entreprise pour les futurs potentiels investisseurs. Il est donc important qu'il soit clair précis et original afin de retenir leur attention.

¹ Voir annexe

Et enfin, le vendredi, nous avons tout d'abord assister à un « work shop » (présentation par des intervenants proposée aux membres de l'incubateur) sur les moyens d'atteindre une nouvelle clientèle. Ensuite nous avons finaliser tous les projets que nous avons entamer dans la semaine. Pour finir, nous avons, avec M. KISSOUS, défini clairement les différentes missions que l'on pourrait effectuer durant notre stage et nous les avons hiérarchisées afin de savoir sur laquelle nous pencher en premier.

Cette semaine nous a permis de nous intégrer à l'équipe de KIDIWE, en apprenant de nombreuses choses à son sujet qui nous seront utiles pour la suite de notre stage.

Fiche entreprise KIDIWE

Dénomination sociale	KIDIWE
Forme juridique	Société par actions simplifiées
Adresse	KIDIWE, 86 RUE DE PARIS 91400 ORSAY
SIREN	821 463 783
SIRET (siège)	82146378300018
Activité (Code NAF ou APE)	Traitement de données, hébergement et activités connexes (6311Z)
Date immatriculation RCS	11-07-2016
Tranche d'effectif	Dirigeant : Michael Maurice KISSOUS Community manager : Jérémie COHEN CTO : Raphaël BAUM
Capital social	15 000,00 €
Associés	Loïc FRISSARD Moulou MOUCHINE
Subvention BPI	18 000,00 €
CA 2017	518 €
Tuteur de stage	Michael Maurice KISSOUS
Téléphone	06 16 98 23 32
Site internet	www.kidiwe.fr
Contact du président-fondateur	michael.kissous@kidiwe.fr