GNG2501 Livrable de projet G

**Modèle d’affaires et rapport d’économie**

Soumis par:

Défilement accessible FB6

Rosemarie Asselin, 300269029

Youssef Lahlou, 300258381

Alpha Diakité, 300084600

Viviane Ambamany,8437079

Aliou Wade, 300042017

Birahim Fall, 300088217

20 mars 2022

Université d’Ottawa

Table des matières

[1 Introduction - 2 -](#_Toc98686861)

[2 Modèle d’affaire - 3 -](#_Toc98686862)

[2.1 Type de modèle d’affaires - 3 -](#_Toc98686863)

[2.2 Description du modèle d’affaires - 3 -](#_Toc98686864)

[2.3 Hypothèses du modèle d’affaires - 4 -](#_Toc98686865)

[3 Rapport d’économie - 5 -](#_Toc98686866)

[3.1 Types de coûts - 5 -](#_Toc98686867)

[3.2 Compte de profits et de pertes - 5 -](#_Toc98686868)

[3.3 Analyse VAN - 6 -](#_Toc98686869)

[3.4 Hypothèses du rapport d’économie - 7 -](#_Toc98686870)

[4 Plan de projet - 7 -](#_Toc98686871)

[5 Conclusion - 7 -](#_Toc98686872)

**Liste des tableaux**

[**Tableau 1** | Description du modèle d'affaires - 4 -](#_Toc98687871)

[**Tableau 2** | Types de coûts reliés à la fabrication du produit - 5 -](#_Toc98687872)

[**Tableau 3** | Profits et pertes reliés à la fabrication et à la vente du produit - 6 -](#_Toc98687873)

**Liste des figures**

[**Figure 1** | Graphique de l'option 1 - 7 -](#_Toc98687887)

[**Figure 2** | Graphique de l'option 2 - 7 -](#_Toc98687888)

1 Introduction

Notre équipe travaille sur un dispositif permettant de remplacer complètement la souris de l’ordinateur afin de minimiser l’utilisation des muscles de la main lors du travail de bureau. Ce dispositif sera utile pour les personnes handicapées ou ayant subi des blessures au niveau des bras, et dont l’utilisation répétitive des muscles des membres supérieurs causent des douleurs chroniques. Cela permettra à la clientèle ciblée de pouvoir utiliser les fonctions de défilement et de clic qu’une souris permet, sans toutefois utiliser les muscles des membres supérieurs. Dans le présent rapport, nous présenterons le potentiel modèle d’affaires convenable à la vente de notre produit et nous développerons un rapport économique basé sur ce modèle d’affaires.

2 Modèle d’affaire

## 2.1 Type de modèle d’affaires

Le e-commerce est un modèle d’affaire qui semble bien convenir à la commercialisation de notre produit pour plusieurs raisons. Tout d’abord, il est important de rappeler que le produit que nous cherchons à vendre répond à la demande personnelle d’un client. Celle-ci, étant de réaliser un produit reproduisant les fonctionnalités des souris mais avec d’autres muscles que ceux des bras, on comprend que le marché visé est assez restreint. En effet, seul une minorité des personnes, souffrant de problème des bras en général, trouveront ce produit utile car l’usage de la souris usuel est pour la plupart des cas privilégiés. Ainsi, vu la popularité de ce produit il serait plus avantageux de le vendre sur une plateforme de vente en ligne qu’à travers un locateur. De plus, de nos jours, lorsqu’une personne est intéressée par un produit spécifique, elle ira d’abord sur internet pour se renseigner. Par conséquent privilégier la vente sur internet devrait augmenter la visibilité du produit.

## 2.2 Description du modèle d’affaires

Le tableau suivant montre une vision d’ensemble du modèle d’affaires choisi ainsi que ses principales caractéristiques.

**Tableau 1** | Description du modèle d'affaires

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ***Partenaires Clés***  Amazon  EBay  Les manufacturiers  Administration, Compagnie, Tech. (Centre de traitement de données) désirant aider leur personnel dans leur utilisation de souris | ***Activités Clés***  Mise en vente du produit sur les différentes plateformes  Mise à jour de la description du produit vendu  La gestion des demandes/réclamations client | ***Proposition de valeur***  Faciliter l’utilisation des ordinateurs a ceux souffrant de mal de bras.  Amazon, EBay:  Gain d’argent à travers les frais | | ***Relation client***  Une présence dans les commentaires du produit.  Une assistance par mail. | ***Segments Clients***  Personnes atteintes de mal aux bras  Personnes intéressées par des alternatives à la souris |
| ***Ressources Clés***  Matériaux  Accès aux différentes plateformes | ***Canaux de distribution***  Les plateformes web (ex: Amazon.com, Site web de la compagnie    Les camions d’Amazon ou EBay.  Marchand : Best-buy |
| ***Structure de Coûts***  Le budget marketing et communication  Les ressources humaines  Coûts des matériaux  Frais de placement du produit sur les différentes plateformes de vente en ligne | | | S***ources de Revenus***  Ventes des produits par le biais des différentes plateformes de ventes en ligne. | | |
| ***Coûts social et environnemental***  Couts des matériaux renouvelables | | | ***Avantage social et environnementale***  Produit réalisé à l’aide de matériaux renouvelables (Aussi pas sur de ça)  Meilleure qualité de vie pour les utilisateurs avec déficiences musculaires des mains dans leur tâches quotidiennes nécessitant une souris | | |

## 2.3 Hypothèses du modèle d’affaires

A l’aide du tableau produit pour notre modèle d’affaire, il sera plus facile de prédire les difficultés, les besoins et les succès que rencontrerait le produit. La clientèle cible reste singulière car elle s’adresse à ceux-là avec des déficits musculaires des membres supérieurs mais tout de même incitera tout type d’utilisateur à la découverte d’une autre forme de souris. Il est important de favoriser l’échange vendeur-acheteur en proposant une immersion du client en tant que membre non pas seulement comme un acheteur. Ceci se traduira par un excellent service à la clientèle pour tous potentiels et clients reconnus. Cela va faciliter l’accès à l’information pour l’utilisateur et donnera l’occasion aux concepteurs et fabricants d’être plus à l’écoute de leurs besoins et adaptations au produits. Cela permettra une résolution plus effective des potentiels problèmes d’utilisation selon le consommateur. Pour la révision des coûts, il est prévu un budget qui prend en compte la main d’œuvre, car les frais généraux (électricité, loyer, publicité…) représentent des couts énormes pour une clientèle qui se veut aussi restreinte. Quant à la campagne de Marketing, la communication par courriel semble la plus appropriée et accessible pour la relation client car lors de l’achat des produits nous pourrons proposerons à l’acheteur de se connecter en ligne sous demande d’une adresse courriel sur laquelle une confirmation de création de compte sera envoyée. Des publicités permettront à nos clients de rester à jour concernant le produit. Aussi lors de l’envoi par la poste il sera possible donner l’occasion à l’utilisateur de souscrire à notre site afin de pouvoir bénéficier de la nouveauté et des codes promotionnels. Les modèles publicitaires visés sont les spots publicitaires sur les plateformes comme YouTube, les médias sociaux. L’utilisation d’agence publicitaire pour promouvoir le produit auprès d’organisme de santé pourrait d’avantage propulser le produit services de santé. L’ascension fulgurante du E-commerce, résultant de l’accès facile à internet aussi peut s’avérer un moyen efficace pour rester en permanence connecter à notre clientèle et donc leurs informations de contact. Les médias sociaux, les messages textes/appels représente des moyens efficaces pour apprivoiser le monde de l'électronique. Le E-commerce par sa fiabilité est sécurisé et contient toutes les options pour suivre nos utilisateurs et leur appréciation du produit et si possible les façons dont celui-ci pourra être innover ou améliorer. Nous nous sommes basés sur des plateformes comme EBay, Amazon déjà existantes, et nous avons amélioré encore plus pour obtenir une meilleure plateforme dédiée à la promotion de produits.

# 3 Rapport d’économie

## 3.1 Types de coûts

Les principaux coûts reliés à la fabrication du produit ont été déterminés. Le tableau suivant montre les différents coûts associés au produit et classés selon leur type.

**Tableau 2** | Types de coûts reliés à la fabrication du produit

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Coûts | Type | Classification |
| 5 000 $ de publicité | Frais généraux | Coût fixe et indirect |
| 90 000 $ de main d’œuvre | Main-d’œuvre | Coût variable et direct |
| 90 $ pour les matériaux | Matériaux | Coût variable et direct |
| 28 800 $ de loyer | Frais généraux | Coût fixe et indirect |
| 5 000 $ de dépréciation | Frais généraux | Coût variable et indirect |
| Intérêt | Frais généraux | Coût fixe et indirect |
| Impôt | Frais généraux | Coût variable et indirect |

## 3.2 Compte de profits et de pertes

Supposons que le produit est vendu 150 $ à l’unité. Puisque la clientèle visée est assez restreinte, environ 3 000 dispositifs seront vendus par années. Chaque dispositif coûte 90$ à produire.

**Tableau 3** | Profits et pertes reliés à la fabrication et à la vente du produit

|  |  |
| --- | --- |
| Ventes | 1 350 000 $ |
| Coûts des produits vendus | 810 000 $ |
| Profit brut sur les ventes | 540 000 $ |
| Frais d’exploitation   * Publicité * Dépréciation * Salaire * Loyer | 5 000 $  5 000 $  90 000 $  28 800 $ |
| Total des frais d’exploitation | – 128 800 $ |
| Profit d’exploitation | 411 200 $ |

## 3.3 Analyse VAN

En utilisant l’analyse VAN, un seuil de rentabilité a été déterminé. Le seuil de rentabilité étant le point ou les revenus deviennent supérieurs aux dépenses, après les trois années d’exploitation, on aura :

> 128 800 $

Cela signifie que pour atteindre le seuil de rentabilité pour que l’entreprise devienne rentable, il faut vendre au minimum 716 dispositifs par années pendant les 3 prochaines années.

Analyse VAN : Supposons un taux d’intérêt composé de 10% par an avec des ventes de 128 880$ pour les 3 prochaines années.

Option 1 : Un dépôt de 120 000$ à l’avance et des frais annuels de 2960$ pour les trois prochaines années.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 120 000$ | 2960$ | 2960$ |

0 1 2 3 Year

2960$

**Figure 1** | Graphique de l'option 1

Option 2 : Un dépôt de 100000$ à l’avance et des frais annuels de 9627$ pour les trois prochaines années.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 100000$ | 9627$ | 9627$ |

0 1 2 3 Year

**Figure 2** | Graphique de l'option 2

> , par conséquent l’option 2 est la meilleure.

## 

## 3.4 Hypothèses du rapport d’économie

Le rapport d'économie fourni est principalement basé sur le type de produit que nous avons (un outil technologique et physique) ce qui nécessite essentiellement une plateforme pour la vente et distribution du produit et un meilleur résultat en terme faisabilité. Le choix du type de modèle d’affaire e-commerce s’est fait parce qu’il représenterait une meilleure vulgarisation de notre produit et ceci à moindre cout. Il faut noter que durant ces dernières années celui-ci a pris de l’ampleur, les compagnies telles qu’Amazone génèrent d’important revenus dans la distribution des produits. Pour la révision des coûts, il est prévu un budget qui prend en compte la main d’œuvre et les frais généraux (électricité, loyer, publicité…) représentant des couts énormes pour une clientèle qui se veut aussi restreinte.

Il faut savoir que dans les hypothèses établis des estimations bruts ont été faites pour avoir une estimation de la budgétisation maximale nécessaire. Parmi ces hypothèses , nous anticipons des acheteurs utilisateurs occasionnels et d’autres qui seront assez fréquents (entreprises, compagnie technologique). De ce fait nous misons sur la distribution auprès des plateformes existantes mais aussi par la création d’une plateforme exclusivement dédié à la promotion du produit et permettre une rapidité d’achat pour nos utilisateurs.

Une souris simple en moyenne vaut 50$ pour gagner considérablement en confort par rapport à un modèle premier prix. Si nous évaluons le fait que nous produisons des souris adaptables et pour une clientèle réservée. Nous mettons une marge pour le prix de vente de notre produit à 150 $ l’unité. Puisque la clientèle visée est assez restreinte, environ 3 000 dispositifs seront vendus par années. Chaque dispositive coûte 90$ en terme production. Ce qui s’avère faisable, au bout du compte les profits seront assez élevés. En ce qui concerne les autres frais tels que les frais de loyer/électricité ils représentent des frais envisageables et surtout variable. En somme, toutes les dépenses établies dans le rapport sont réalisables car la vente produirait largement de revenus et aussi du fait que nous avons une quantité de production limitée et contrôlée par la demande des clients.

# 4 Plan de projet

Voici le lien pour notre plan de projet mis à jour:

<https://www.wrike.com/frontend/ganttchart/index.html?snapshotId=URQWmN0ZLSaACvV6POYlr5Xf4R0msye9%7CIE2DSNZVHA2DELSTGIYA>

Ce plan comporte toutes les tâches en cours, réalisées, ainsi que celles à venir en date du 20 mars 2022. Ce plan nous aide à maintenir une organisation du travail adéquate et une vue d’ensemble sur les tâches à réaliser prochainement.

# 5 Conclusion

Pour conclure, nous pouvons voir que le processus de commercialisation d’un produit est aussi, ou sinon plus fastidieux que le processus de développement et de gestion. Cette étape est importante car elle nous fournit un portrait de la performance de notre entreprise et de notre produit dans le marché, mais aussi de bien gérer nos profits/pertes, trouver du financement et d’éviter des risques entrepreneuriaux qui nous conduiront à notre perte.

À présent, notre travail restant consiste à assembler notre prototype final, le tester et préparer la présentation du produit à notre client, professeur et TAs lors de la journée du design.