

BUSINESS MODEL GROUPE 51 (DELTA)

PARTENAIRES CLES	ACTIVITES CLES	PROPOSITION DE VALEUR	RELATIONS CLIENTS	CLIENTS
<p><i>Qui sont vos partenaires et fournisseurs pour promouvoir votre produit/service, pour compléter votre offre de service?</i></p> <p>PARTENAIRES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Start-up dont on pourrait incarner les patrons au sein de notre jeu - peuvent bénéficier de notre image et faire partie de notre jeu de société. <p>Exemples de start-up au sein de l'incubateur de Sciences Po : <i>Kiwi</i> (amélioration de la qualité de vie au travail), <i>Nebulae</i> par rapport au numérique, <i>Délic et des trucs</i> (dans l'optique du développement d'un jeu pour les plus jeunes à long terme)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Entreprises partenaires dont le joueur pourra directement incarner le dirigeant : sponsoring - Ecoles de commerces, licence d'économie et de gestion, lycées (cours de SES, économie sociale) <p>FOURNISSEURS</p> <p>Entreprise Ferriot Cric, fabricant et éditeur de jeux de société en France</p>	<p><i>Que faut-il mettre en place pour que votre projet fonctionne? Quelles sont les activités clés? (chaîne logistique? développement logiciel? communication?)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Recherche et développement de l'idée du jeu - Communication auprès des parents et des institutions académiques - Gestion des stocks et des délais de livraisons (si flux tendu) 	<p><i>Qu'est-ce que votre projet va apporter à vos clients? Quels problèmes va-t-il résoudre? A quel besoin et/ou problème votre projet répond-il? Quelle est votre valeur ajoutée? Quels sont vos points forts par rapport à la concurrence? Caractère innovant, rapidité de livraison, prix, gain en image...</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Offrir aux écoles de commerce, lycées et universités, un support pédagogique pour sensibiliser de façon ludique les étudiants à la juste répartition des richesses de l'entreprise et au développement durable. - Formation en gestion d'entreprise effectuée par des professionnels qui viennent se placer en maîtres du jeu et apporter leur savoir complémentaire et compétences pour approfondir l'expérience de jeu. 	<p><i>Comment les clients savent que vous existez? Comment leur délivrez-vous la prestation? Comment les fidélisez-vous? Comment vous assurez-vous de leur satisfaction?</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Communication de masse auprès des institutions scolaires (lycées et facultés) pour faire connaître notre - Plateforme de e-commerce - Campagnes de publicités sur Google (Google Ads) - Un questionnaire de satisfaction sera envoyé par mail à chaque client 1 mois après l'achat du jeu de société - Fidélisation par le biais d'extensions, éditions de thèmes suivant l'actualité (extension en fonction d'un secteur d'activités précis, ex : secteur de la mode, édition spéciale start-up) 	<p><i>Pour chaque type de produits ou services, quels clients visez-vous? Quels sont leurs besoins? Quels sont les bénéficiaires s'ils sont différents des clients? (les clients financent le service, les bénéficiaires bénéficient du service)</i></p> <p align="center">CLIENTS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Parents peuvent acheter le jeu par un effet de "Mon enfant m'en a parlé". Bonne conscience par l'aspect à la fois ludique et profondément éducatifs <p align="center">BENEFICIAIRES</p>
<p><i>Quels sont les avantages de ces partenaires pour votre projet?</i></p> <p>PARTENAIRES</p> <p>Prendre part à un projet innovant et lié aux problématiques auxquelles les étudiants pourront faire face : apprentissage ancré dans le réel via le ludique. Peut renforcer le team building au sein de la classe qui participera à l'éventuelle formation.</p> <p>FOURNISSEURS</p> <p>Cherche à privilégier les circuits courts pour le choix des partenaires, ce qui pourrait les intéresser. Produit 100% français. Un des piliers de leur activité est le maintien de l'emploi, ce qu'on peut leur procurer.</p>	<p align="center">RESSOURCES CLES</p> <p><i>Quelles sont les ressources humaines, financières et matérielles nécessaires à la mise en place et au suivi de votre activité?</i></p> <p align="center">RESSOURCES HUMAINES</p> <p>Designer de plateau, équipe de conception des aspects techniques du plateau, équipe de recherche de l'idée, web designer, équipe de communication et de démarchage</p> <p align="center">RESSOURCES MATERIELLES</p> <p>Equipement informatique et local (mis à disposition par Sciences Po en cas d'incubation)</p> <p align="center">RESSOURCES FINANCIERES</p> <p>Les co-fondateurs assumeront les coûts nécessaires au lancement de l'entreprise dans un premier temps. Chacun investira 250€ pour le lancement de Delta ce qui représente une enveloppe de 2 000€.</p>		<p align="center">CANAUX DE DISTRIBUTION</p> <p><i>Par quel biais votre produit/service sera-t-il vendu? Sur Internet? Dans des magasins physiques, dans des salons professionnels? Les canaux de distribution peuvent être directs ou indirects</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Site Internet - Vente dans des magasins de jeux de société - Partenariat direct avec certains lycées, écoles de commerce, universités - Presse spécialisée (éducation, enfance, lifestyle) du type Femme Actuelle, Parents, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> - Elèves du lycée (cours de SES, éducation civique par exemple, présence dans les CDI) - Elèves d'écoles de commerce et de licence qui pourront y jouer pendant des cours de gestion, d'organisation et management, d'économie...
<p align="center">STRUCTURE DE COÛTS</p>		<p align="center">SOURCES DE REVENUS</p>		
<p><i>Quels sont les différents types de coûts pour votre projet? Investissements, coûts de fonctionnement, coûts fixes, coûts variables, économies d'échelle</i></p> <p align="center">Coût principal : coût de fabrication du jeu (devis en cours auprès du fournisseur)</p> <p align="center">Salaire : les co-fondateurs travailleront dans un premier temps sans salaire afin de permettre le lancement du projet.</p> <p align="center">Marketing : 100€ par mois de Facebook/Google ads.</p> <p align="center">Frais juridiques : 0€ (statuts, pacte d'actionnaires pris en charge par l'incubateur si nous y accédons)</p> <p align="center">Locaux : 0€ (nous tenterons l'incubation à Sciences Po)</p> <p align="center">Livraison : 0€ (assumée par le client). Coût du site internet : 100€/an</p>		<p><i>Comment générez-vous les revenus nécessaires à la viabilité de votre projet? Ventes en "one shot", abonnements, location, redevances publicitaires, subventions, crowdfunding</i></p> <p align="center">PRINCIPALE</p> <p align="center">- Ventes en "one-shot"</p> <p align="center">SECONDAIRE</p> <ul style="list-style-type: none"> - Animation en lycée/écoles de commerce/université (licences d'économie et gestion) autour du jeu - Possibilités de partenariat avec des marques (sponsoring) sur des éditions spéciales du jeu 		
<p align="center">COÛTS ENVIRONNEMENTAUX</p>		<p align="center">BENEFICES ENVIRONNEMENTAUX ET SOCIETAUX</p>		
<p><i>Quels coûts pour l'environnement et la société?</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Impression et fabrication du jeu - miser sur des fournisseurs européens et français dans la mesure du possible, c'est le cas avec Ferriot Cric, usine de fabrication en France qui utilise des matériaux recyclés comme du carton ou du papier pour la création des produits, récupère des énergies de l'entreprise pour le chauffage de l'atelier - Transport : fournisseur français ce qui limite l'empreinte carbone. Usine située dans la région de Troyes, à 220 km de Paris. 		<p><i>Quels bénéfices pour l'environnement et la société?</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Sensibilisation autour de la question du partage des richesses en entreprises - Via notre fournisseur, l'entreprise Ferriot Cric, souci du produit français, maintien de l'emploi dans le pays et limitation de l'empreinte carbone 		