

PLAN D'AFFAIRES

TABLE DES MATIÈRES

Ce plan d'affaires comporte les sections suivantes.

1	APERÇU DE L'ENTREPRISE	
	Description de l'entreprise.....	2
	Principaux facteurs démo-graphiques, économiques, sociaux et culturels	2
	Principaux acteurs (fournisseurs, distributeurs et clients)	3
	Réglementation gouvernementale	4
	LE MARCHÉ	
	Segment de marché	4
	Produits et services	5
	Prix et distribution	5
	Conséquences ou facteurs de risques	5
	LES CONCURRENTS	
	Concurrents et type de concurrence	7
	Forces et faiblesses des concurrents	7
	Avantages concurrentiels	7
2	PLAN DE VENTES ET DE MARKETING	
	Clients	8
	Fournisseurs	8
	Publicité et promotion	8
	Politique en matière de service à la clientèle	9
3	PLAN D'EXPLOITATION	
	Emplacement et exigences / avantages / détails concernant la location ou la propriété	10
	Équipement / technologie / recherche et développement / normes environnementales	10
4	PLAN DES RESSOURCES HUMAINES	
	Personnel clé	12
	Politiques et méthodes	12
5	PLAN D'ACTION	
	Plan d'action et échéances	13

PLAN D'AFFAIRES

Section 1

Aperçu de l'entreprise

Forme Juridique : S.A.R.L.

Nom commercial : E-Corps

Adresse : _____

Téléphone : _____ Télécopie : _____

Courriel : _____

Description de l'entreprise

E-Corps est une plateforme numérique dont le but est de mettre à la disposition d'une clientèle mutiple et diversifiée des produits et services, directement dans le confort de leurs foyers. E-Corps se distingue du traditionnel commerce en ligne par le fait qu'il ne va pas juste vendre les produits et services d'un supermarché en particulier, mais il offrira à sa clientèle un éventail de choix, selon le produit désiré. La décision finale reviendra au consommateur qui pourra se fier à un comparateur de prix, de la marque ou des frais de livraison pour décider du produit acheté.

Principaux facteurs démographiques, économiques, sociaux et culturels

Le Cameroun est un pays d'Afrique centrale, plutôt bien positionné géographiquement et à cause de cette position géographique il est souvent appelé « Afrique en miniature ». Il est situé directement sur l'équateur, lui permettant d'avoir tout type de végétation et de sol, des forêts, des savanes, des plaines et des plateaux. Cette nature généreuse lui permet de pouvoir réaliser différentes activités économiques et agricoles comme la production de cacao, la production de riz, la prospection minière et pétrolière. Ces différentes ressources naturelles permettent la création et l'installation de différentes entreprises qui pour fonctionner ont besoin d'une main d'œuvre nombreuse et qualifiée. C'est grâce à ces entreprises que le Cameroun a vu

ses classes moyenne et riche se développer et représenter 38% de la population camerounaise.

Quand on parle de classe moyenne et riche, on parle d'une catégorie de personnes pouvant se permettre de dépenser de 2\$ à 20\$ par jour, par personne. Quand ces montants sont convertis en FCFA, cela fait un montant de 1140FCFA à 11400FCFA par jour, et par année cela fait de 416.000FCFA à 4.160.000FCFA par année. Ces données qui viennent la CFAO, sont très conservatrices, ce qui veut dire que ces chiffres pourrait plus élevés. Il existe donc une population au Cameroun qui a un pouvoir d'achat suffisant pour se permettre d'avoir une très bonne qualité de vie.

Cependant, ces personnes ont la capacité d'avoir ce pouvoir d'achat grâce à leurs emplois qui entraînent de nouveaux défis. Ces travailleurs forment de jeunes familles, qui doivent apprendre concilier leur vie de famille et leur carrière. Elles n'ont donc pas souvent le temps de se promener dans différents magasins pour faire des emplettes, que ce soit vestimentaire, alimentaire ou autre. Il arrive qu'elles fassent venir des vêtements de l'étranger. Et cela est bien dommage parce qu'il existe de nombreux supermarchés situés au Cameroun qui pourrait répondre à leurs besoins, mais le temps pour y aller fait défaut. C'est pourquoi E-Corps, qui est le nom de l'entreprise présentée dans ce document, doit voir le jour.

Principaux acteurs

Comme principaux acteurs nécessaires à la concrétisation de ce projet, nous avons les fournisseurs, qui sont tous les supermarchés camerounais, la clientèle, qui est constituée de toute personne habitant au Cameroun, dans les provinces du Centre, Littoral et Sud-Ouest, ayant un pouvoir d'achat suffisant.

Les supermarchés avec lesquels nous comptons faire affaire sont:

DOVV, qui a deux succursales, une à Yaoundé et une à Douala. C'est un supermarché de grande surface qui vend des produits alimentaires, des articles de maison et des vêtements.

Mahima, qui possède quatre succursales, deux à Douala et deux à Yaoundé. C'est également un supermarché grande surface qui offre une diversité de produits.

Kado, un supermarché situé à Douala, avec deux succursales, une à Bonapriso et une à Bonamoussadi.

Carrefour Market, situé à Douala.

Santa Lucia, une succursale à Yaoundé et une succursale à Douala.

Casino, un supermarché situé à Bastos.

Grâce à la diversité de ces fournisseurs, nous pourrions offrir aux consommateurs une variété de produits, de marques et de prix. Tout le monde pourra trouver quelque chose qui correspond à ses besoins.

Notre clientèle est composée de jeunes professionnels branchés. Concrètement ce sont des personnes ayant un salaire leur donnant un pouvoir d'achat suffisant pour consommer des produits et service de qualité moyenne et supérieure vendus dans les supermarchés et ayant un accès à un ordinateur ou un téléphone intelligent, connecté à internet. Et selon un rapport paru en 2018, il y aurait six millions de personnes connectées à internet au Cameroun. Et il est certain que 95% de ces six millions de personnes appartiennent à la classe moyenne ou la classe riche parce payer une facture internet quand on a peine de l'argent pour payer son loyer ou sa facture d'épicerie n'est pas donné à tout le monde au Cameroun. Il faut faire partie de ces 38% dont nous avons parlé à la page du présent document.

Notre clientèle cible est donc de cinq millions; nous enlevons un million du six million qui utilisent internet parce que ces personnes pourraient résider en dehors des centres urbains où sont situés les supermarchés avec lesquels nous allons faire affaire. Avec ce bassin de personnes, nous donnons un accès inédit aux supermarchés afin de rejoindre un plus grand nombre de clients.

Un autre acteur important dans la concrétisation de ce projet est la compagnie de livraison. Il est évident que les supermarchés n'ont pas un tel service parce qu'ils ne font pas de vente en ligne. Nous nous proposons de sous-traiter la livraison à une compagnie de livraison avec qui nous avons déjà signé une entente de service.

Nature du secteur d'activité

Notre entreprise se situe dans le secteur d'activité appartenant au commerce en ligne. Il s'agit de mettre à la disposition des clients un ensemble de produits et services, sans que ces derniers aient besoin de se déplacer. Tout leur est directement livré à domicile.

Tendances du secteur d'activité

C'est un secteur en plein essor dans le monde, bien qu'étant encore presque inexistant au Cameroun. C'est pourquoi nous avons saisi l'opportunité de combler cette absence.

Réglementation gouvernementale

Ce secteur d'activité n'est soumis à aucune réglementation gouvernementale particulière à ce jour, à part évidemment l'obligation d'être une entreprise enregistrée selon les normes en vigueur.

LE MARCHÉ

Segment de marché

La population camerounaise dépense en moyenne 45,9% de son budget dans les achats alimentaires et la classe moyenne en particulier 20 à 35%. Et une certaine partie de pourcentage est dépensé dans les supermarchés, bien que présentement, cette clientèle perçoit encore ces supermarchés plus comme des lieux de loisirs que comme des endroits où se procurer leurs denrées alimentaires. C'est un lieu où, pour l'instant,

PLAN D'AFFAIRES

Section 1

Aperçu de l'entreprise

ils vont occasionnellement. Avec le commerce en ligne, on veut intégrer les supermarchés au quotidien des camerounais.

Produits et services

E-Corps proposera des denrées alimentaires frais, congelés, en conserve. Il proposera également des vêtements, des articles de maison et des accessoires comme des sacs, des ceintures. Il y aura également une collection de chaussures, des bijoux et tout le nécessaire pour répondre aux besoins d'une famille.

Les consommateurs ne seront pas déçus et les supermarchés non plus. En effet E-Corps permettra à ces derniers d'atteindre une clientèle plus grande, plus diversifiée. Toute la publicité, le marketing sera fait par E-Corps.

Nous offrirons également un service de livraison aux consommateurs.

Prix et distribution

Conséquences ou facteurs de risque

Selon une étude réalisée auprès des ménages camerounais, les supermarchés sont encore des entités qui ne font pas entièrement partie de leur quotidien parce que les produits qui y sont offerts viennent généralement de l'étranger. Et les camerounais qui sont très attachés à leur identité culturelle, tiennent à consommer des produits locaux. Cependant, compte tenu de la croissance de l'industrie agroalimentaire et du développement des maisons de couture au Cameroun, les supermarchés, qui ont quand même des standards élevés en matière de conception de produit, de conservation et de transport, commencent à vendre de plus en plus des produits locaux.

De toute façon nous comptons également affaire avec des artisans locaux, des créateurs individuels, si la qualité de leurs produits correspond à nos normes.

LES CONCURRENTS

Concurrents et type de concurrence

Jumia.cm, Afrimarket.cm, Pennsy.cm, Sellam Quick.cm, Sasayez.com sont des sites de commerce en ligne que nous avons répertorié et qui font affaire au Cameroun.

Forces et faiblesse des concurrents

La principale force de ces concurrents sont les années d'expérience qu'ils ont. Cependant deux d'entre eux ne sont pas des entreprises camerounaises et le seul site qui offre des produits alimentaires n'offre pas de livraison.

Avantages concurrentiels

E-Corps est une entreprise camerounaise, don't les bureaux sont dans le pays, ce qui permet aux clients de les rejoindre au cas où il y aurait un problème. De plus E-Corps offre une diversité de produits, y compris des denrées alimentaires et permet au client de recevoir les produits directement à son domicile.

PLAN D'AFFAIRES

Section 2

Plan de ventes et marketing

Clients

NOM / ADRESSE	COND. DE PAIEMENT	PRODUITS OU SERVICES VENDUS
1 Ménages		Denrées alimentaires, vêtements, articles de maison, produits électroniques
2 Hôtels		Denrées alimentaires
3 Restaurants		Denrées alimentaires
4 Entreprises		Produits électroniques,

INFORMATION SUPPLÉMENTAIRE

Fournisseurs

NOM / ADRESSE	COND. DE PAIEMENT	PRODUITS OU SERVICES VENDUS
1 DOVV		Aliments, vêtements, articles de maison
2 MAHIMA		Aliments, vêtements, articles de maison
3 KADO		Aliments, vêtements, articles de maison
4 SANTA LUCIA		Aliments, vêtements, articles de maison

INFORMATION SUPPLÉMENTAIRE

Publicité et promotion

La promotion de ce projet va être faite auprès des supermarchés et des consommateurs. Pour les supermarchés, la promotion se fera directement auprès des supermarchés, grâce à un document explicatif permettant de faire comprendre à de ces derniers les avantages qu'ils ont de mettre leurs produits et services sur E-Corps.

Pour les consommateurs, nous allons privilégier la publicité en ligne, qui se fera grâce aux réseaux sociaux et à GoogleAds. Nous allons également imprimer des dépliants et des T-shirts faisant la promotion de plateforme. Les dépliants seront distribués dans tous les supermarchés avec qui nous ferons affaire et les T-shirts seront envoyés aux 100 premiers clients.

Politique en matière de service à la clientèle

Parler des politiques de retour et d'échange

Parler de la livraison

PLAN D'AFFAIRES

Section 3

Plan d'exploitation

Emplacement

En ligne et un bureau pour la gestion administrative.

Superficie et capacité

Le bureau n' a pas besoin d'être grand, vu que pour la gestion opérationnelle quotidien, il ne faut que deux ou trois personnes.

Avantages et inconvénients

Le commerce en ligne ne demande pas un grand espace de travail. Il suffit d'avoir un ordinateur, de créer le site et de le mettre en ligne.

Détails concernant la location/propriété

Matériel et équipement

Il est nécessaire pour que ce projet se réalise d'avoir:

- un ordinateur avec lequel sera créé le site internet,
- un modèle graphique pour le site internet
- une base de données qui archivera toutes les données concernant les clients et les fournisseurs,
- un logiciel de comptabilité pour suivre tous les comptes (dépenses, revenus, fournisseurs, clients)

Dépenses futures/ besoins en matière de technologie

Acheter un nom de domaine et un abonnement à un serveur pour les sites de commerce en ligne

Prévoir un mode de paiement en ligne

PLAN D'AFFAIRES

Section 3

Plan d'exploitation

Avoir un abonnement téléphonique et internet

Conformité aux normes environnementales

La mise en place de ce projet n'a pas d'impact négatif sur l'environnement.

Autres renseignements

PLAN D'AFFAIRES

Section 4

Plan des ressources humaines

Personnel clé

NOM OU TITRE (Nbre DE POSTES)	PRINCIPALES RESPONSABILITÉS	COMPÉTENCES
1 Directeur général		
2 Service de comptabilité	Suivre tous les comptes(fournisseurs, clients, partenaires) Entrer les dépenses et les revenus Préparer les factures et les salaires Faire les dépôts à la banque	
3 Service technique	Apporter un soutien aux clients s'ils rencontrent des problèmes lors de leurs achats S'assurer du bon fonctionnement de tous les appareils	
4 Webmaster	Mettre en ligne le site en ligne Administrer le site en faisant des mises à jour hebdomadaires (ajouter des produits et enlever ceux qui ne sont plus d'actualité)	
5 Agent d'entretien	S'assurer de la propreté du bureau	
6 Gardien	Surveiller le bureau, les entrées et les sorties	

INFORMATION SUPPLÉMENTAIRE

POLITIQUES ET MÉTHODES

Heures de travail

Lundi au vendredi, de 8h à 17h, les heures de bureau. Il y aura un service technique disponible au besoin.

Nombre d'employés

6

PLAN D'AFFAIRES

Section 5

Plan d'action

Plan d'action

MESURE	ÉCHÉANCE
1 Trouver le financement	
2 Signer des partenariats avec les supermarchés	
3 Concevoir le matériel publicitaire	
4 Créer le site en ligne	
5 Tester le site	
6 Créer un évènement de lancement pour le site en ligne	
7 'Mettre le site en ligne	
INFORMATION SUPPLÉMENTAIRE	

PLAN D'AFFAIRES

Section 6

Sommaire exécutif