

# BÓBONBIO



BOUGANIM MARTHE - COURADET MÉLISSA - MOURUT ANAELLE - TEIXEIRA ÉMELINE - VEYSSIERE LOUISE

# **SOMMAIRE :**



## **I. Bobonbio, qu'est ce que c'est?**

- a. Une idée géniale!
- b. Notre équipe de choc

## **II. Comme on est belles**

- a. Notre combi
- b. Notre com'

## **III. Notre terrain de jeu**

- a. Nos propositions
- b. Pour vous
- c. Nos amis
- d. Nos ennemis

## **IV. Parlons argent**

- a. Des chiffres, beaucoup de chiffres
- b. Encore des chiffres ...

## **V. Nous, on respecte la loi**

## **VI. Pour résumer**

## **Conclusion**

# I. BÔBONBIO QU'EST-CE QUE C'EST ?

## a. Une idée géniale

Avant de trouver notre idée nous avons fait un brainstorming pour savoir dans quel type d'entreprise nous allions nous lancer. Nous avons pensé tout d'abord à un food truck vegan, mais cette idée ne plaisait pas à l'ensemble de l'équipe.

Étant toutes passionnées par le maquillage et par le bio, nous avons décidé de faire un van itinérant qui proposerait des cosmétiques naturels et des prestations maquillages. Cette idée a été validée par Madame Arnal qui nous a parlé du « Boudoir des cocottes », qui est également un van itinérant de beauté, spécialisé sur le maquillage, le nail art et la coiffure.

Pour nous démarquer de leur concept nous avons décidé de proposer trois activités différentes:

- Un atelier maquillage où l'on proposerait différents types de maquillage en utilisant uniquement des cosmétiques d'origine bio et naturelle.
- Un atelier DIY (Do It Yourself : à faire soi-même), où l'on proposerait à nos client(e)s de réaliser leurs propres cosmétiques, comme des crèmes et des gommages, fabriqués à partir d'ingrédients naturels que tout le monde peut retrouver dans les magasins bio. Ainsi les client(e)s participants à cet atelier repartiront avec leur propre produit.
- Un atelier cuisine : la beauté passe avant tout par ce que l'on mange. Manger plus sainement permet par exemple d'avoir une meilleure peau et donc, d'être plus beau !

Notre concept est donc de proposer ces activités pendant la période estivale aux habitants et aux touristes des côtes Basques, Landaises et d'Azur. Pour la première année nous avons prévu de parcourir quarante villes en treize semaines.

Une semaine type serait donc de parcourir trois villes par semaine :

Lundi/mardi dans la première ville, mercredi/jeudi dans la deuxième et le reste dans la troisième ville qui serait une ville avec une plus grande affluence. Nous commencerons notre parcours le premier lundi du mois de juin.

Si le concept marche, nous étendrons notre zone de travail les années suivantes jusqu'à faire le tour de toutes les côtes de France.

## **b. Notre équipe de choc.**

Notre équipe est composée de cinq filles. Comme dit précédemment nous sommes toutes passionnées par les soins et maquillages naturels, mais aussi par la cuisine saine.

La répartition pour la création du projet a été la suivante :

- Une équipe de communication, composée de Louise, Mélissa et Anaëlle, qui se sont également chargées d'étudier la concurrence, les produits à utiliser, les partenaires éventuels et les éléments de communication (logo, réseaux sociaux...).

- Une équipe de gestion de projet composée de Marthe et Émeline qui se sont chargées de gérer le projet en imaginant le trajet du van, la durée, les coûts d'un tel projet (plan de financement, compte de résultat) et l'aspect juridique.

Pour le projet lui-même :

- Marthe & Louise seront les conductrices du van.
- Emeline sera la maquilleuse.
- Anaëlle & Marthe seront les animatrices de l'atelier cuisine.
- Mélissa & Louise seront les animatrices de l'atelier DIY.

Dans la réalisation du projet, Marthe & Emeline continueront à gérer l'aspect juridique et financier du projet. Louise et Mélissa s'occuperont des partenaires et de l'alimentation des réseaux sociaux. Anaëlle continuera à s'occuper de notre communication visuelle et de la création d'événements.

Pour la réalisation d'un tel projet, il nous faudra faire des formations en maquillage et cuisine naturelle. Nous utiliserons aussi l'ensemble des compétences acquises au cours de notre DUT Métiers du Multimédia et de l'Internet : nos compétences audiovisuelles pour le Vlog (blog vidéo), nos compétences en design et en web pour la partie communication, nos compétences en gestion de projet. Les points abordés en marketing et droit nous seront également utiles.

Nous savons que nous n'avons que très peu d'expérience dans ce domaine, mais grâce à notre motivation et à nos formations nous pensons réellement que nous pouvons réussir un tel projet.

## II. COMME ON EST BELLES !

### a. Notre Combi

Nous avons donc choisi de prendre un camion Volkswagen de type combi. Celui-ci évoque une image d'été, de voyages et de naturel car il était principalement utilisé par les communautés hippies. Ce véhicule est donc totalement dans l'esprit de l'entreprise et dans l'image que celle-ci veut transmettre. Il sera peint de la même couleur que sur le logo et portera le nom de l'entreprise sur l'arrière ainsi que le côté gauche, qui ne pourra pas s'ouvrir. Un QR code sera positionné en dessous de celui-ci, permettant d'atteindre notre site facilement.

Le fourgon sera donc aménagé de sorte qu'il nous permette d'accueillir des groupes de quatre personnes à l'intérieur, grâce à un équipement fait sur-mesure et amovible. On retrouvera ainsi à l'intérieur, un coin maquillage avec tablette et miroir, mais aussi un coin cuisine composé de plaques de cuisson électriques, d'un mini-frigo et bien sûr de tous les ustensiles nécessaires au bon déroulement des activités. Tous ces outils seront bien sûr amovibles et pourront être disposés en extérieur lorsque le temps le permettra. Un auvent pourra être placé, créant ainsi un lieu ombragé et convivial devant l'ouverture du camion.

### b. Notre com'

Notre entreprise sera spécialisée dans les cours de cuisine et produits de bien être DIY (Do It Yourself), concept permettant de réaliser des produits soi-même sans trop de difficultés. Nous proposerons aussi des maquillages à base de produits naturels et cruelty free (non testé sur les animaux), le tout en itinérance autour des côtes françaises durant la période estivale.

Notre communication permettra de faire connaître ce concept, la marque, mais aussi d'intriguer autour de cette idée.

Nous visons donc les vacanciers mais aussi les habitants des villes ciblées, hommes ou femmes.

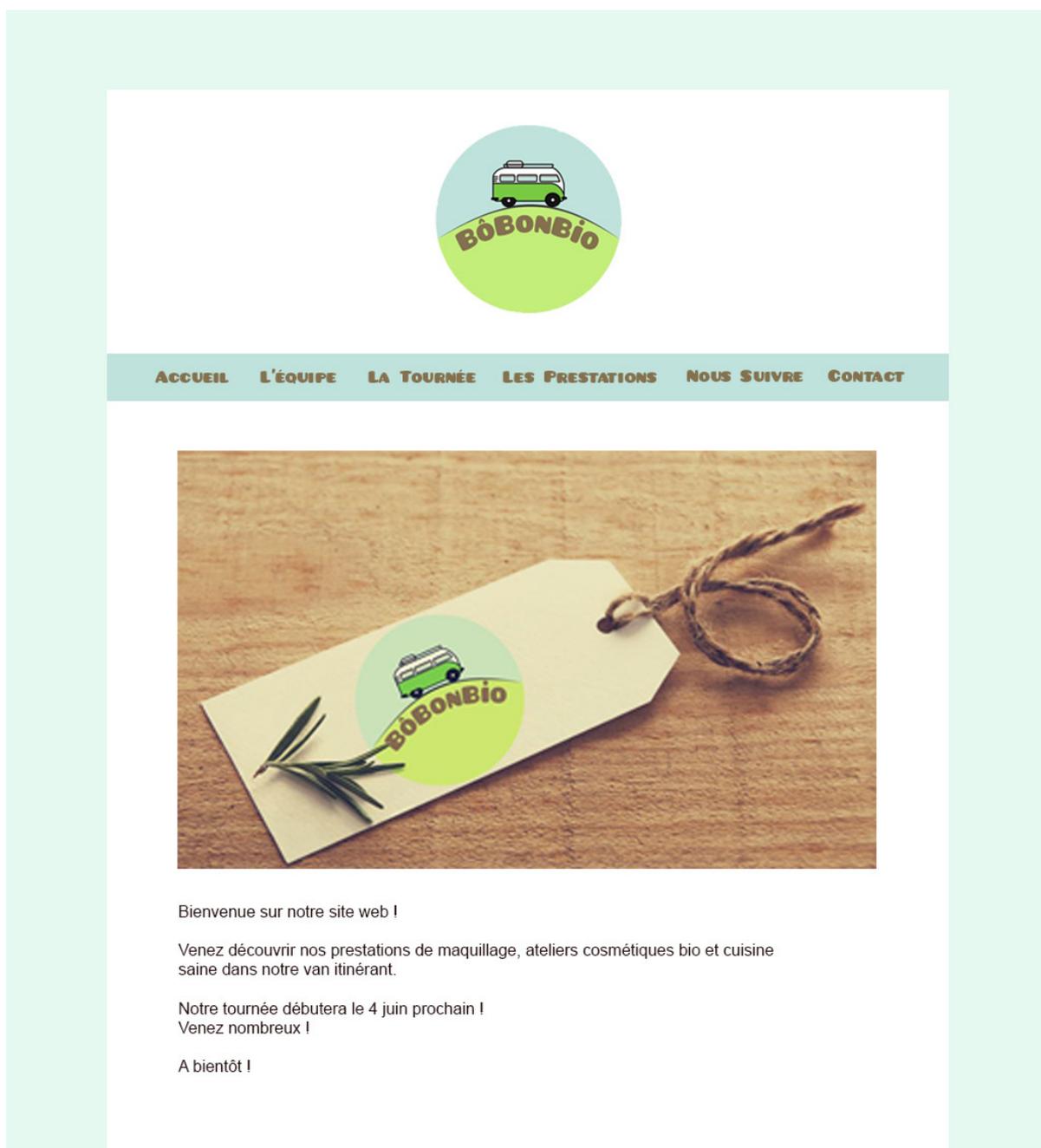
Le message que nous voudrions principalement faire passer au travers de nos actions est que le bien-être bio est facile et accessible pour tous.

Pour faire passer ce message nous allons donc communiquer au travers de plusieurs moyens:

- Une page facebook, qui nous permettra de donner des informations sur le camion, les futures villes et ateliers, mais aussi de mettre en ligne, pour ceux et celles qui acceptent, des photos des participants durant les activités, qu'ils pourront ainsi partager ou récupérer.



- Un site web, qui donnera des informations plus détaillées sur le camion et le concept. On retrouvera bien-sûr les villes visitées et les villes prévues, ainsi que les ateliers passés et à venir, un livre d'or où les participants pourront donner leur avis sur les activités, un mail pour nous contacter, réserver un atelier. On trouvera également les photos des participants aux différents ateliers qui seront, grâce à un code donné lors de l'activité, récupérables. Enfin, un système de géolocalisation du camion pour pouvoir suivre notre avancement sur les routes en temps réel sera présent sur le site.



- Un Vlog (blog vidéo) sur Youtube nous permettra de donner des conseils depuis le camion pour créer des produits, cuisiner, se maquiller, mais aussi filmer les gros événements qui auront lieu durant notre périple.

- Un compte Instagram nous permettra de communiquer sur tout le backstage, c'est-à-dire l'ambiance dans le camion durant le voyage, les rencontres avec les habitants si nous dormons chez eux, notre arrivée dans les villes, etc. Ce compte nous permettra de créer un lien privilégié avec nos abonnés et ainsi de toujours être présentes, même si nous sommes loin d'eux et toujours en mouvement.
- Un compte Pinterest nous servira à montrer les résultats des ateliers.
- Nous pourrions aussi inviter des Youtubeurs, Youtubeuses, bloggeurs, bloggeuses dans notre camion pour qu'ils puissent par la suite donner leurs avis et nous faire connaître auprès de leur communauté.
- Des flyers seront distribués avant notre arrivée dans les villes, pour donner envie aux vacanciers et habitants de venir découvrir notre camion.



### c. Lancement

Pour lancer notre campagne de communication, nous avons fait le choix d'une campagne mystérieuse. Celle-ci se dévoilera et se démystifiera au fil du temps pour, le jour du lancement, découvrir complètement notre concept. Nous espérons ainsi attirer la curiosité et créer un buzz.

On trouvera donc une communication énigmatique sur les réseaux sociaux composée d'infographies révélant de plus en plus d'informations avec un compte à rebours permettant d'indiquer le lancement du camion sur les routes. Un teaser sur Youtube dans la même dynamique sera proposé, ne montrant que quelques éléments du camion. Des jeux concours seront également organisés autour d'énigmes permettant d'en apprendre un peu plus sur le concept mais aussi sur les produits utilisés, et des ateliers et produits seront à gagner.

Enfin des Youtubeurs, bloggeurs seront invités à découvrir le projet et à le tester en avant-première tout en respectant notre communication énigmatique, ils ne pourront ainsi révéler que leurs impressions et leurs avis sur l'activité proposée.

### **III. NOTRE TERRAIN DE JEU :**

#### **a. Nos propositions**

En réfléchissant à nos prestations, nous devons d'abord étudier la concurrence qui s'oppose à notre projet. Notre entreprise se trouve sur le marché des beauty truck. Il s'agit d'un marché émergent, par exemple en Ile-de-France, le Boudoir des Cocottes propose des soins rapides réalisés en 15 minutes maximum, pour des tarifs compris entre 7 et 35 euros.

Le beauty truck se démarque vraiment de l'institut par sa mobilité, il se trouve souvent là où l'on ne l'attend pas (université ; locaux professionnels...).

Pour l'instant il n'y a pas de défaillance, c'est un concept qui séduit les working girls, dû à sa mobilité et à l'endroit stratégique où il s'arrête.

Même les grandes chaînes telles que Sephora, Marionnaud ou encore Lancôme se lancent dans le beauty truck et proposent des cours de maquillage gratuits pendant de courtes périodes.

En vue de notre projet, on compte deux beauty truck importants qui s'opposent à nous: le Boudoir des Cocottes et le nail art de Gloss'up.

Nous sommes cinq nous ne pouvons donc pas nous permettre de créer beaucoup d'activités, nous nous sommes dit que trois seraient idéales.

On s'est inspiré des goûts de chacune pour choisir nos ateliers.

Emeline qui aime le maquillage, Marthe qui aime la cuisine et Louise qui se passionne pour les DIY. C'est Emeline qui maquillera nos clientes. Nous avons décidé de créer trois prestations de maquillage.

- Une mise en beauté à 8 euros qui consistera à un maquillage simple avec retouches.
- Un maquillage Nude à 25 euros qui sera un maquillage naturel de tous les jours.
- Un maquillage Le Grand Soir à 40 euros qui sera un smoky ou un maquillage pour une grande occasion.

Marthe et Anaëlle animeront les ateliers de cuisine. Ce seront des ateliers théoriques de 40 minutes par groupe de 4 maximum. Le tarif est de 20 euros par personne.

Le but de ces ateliers est de montrer des aliments bios et comment les préparer à nos clients afin de manger sainement.

Mélissa et Louise animeront les ateliers DIY cosmétiques qui seront des ateliers pratiques de 40 minutes également par groupe de 4 maximum. Le tarif est de 20 euros par personne.

Ils auront pour but d'apprendre aux clients comment fabriquer des cosmétiques bio (crèmes, gommages).

Nous envisageons de changer nos prestations suivant l'actualité, les produits et les recettes tendances du moment dans le but que les clients reviennent pour de nouvelles découvertes.

Avec ces trois activités nous pensons attirer plusieurs types de clients.

## **b. Pour vous**

Nos prestations conviennent à tous types de personnes : hommes, femmes, vacanciers, locaux, de tous âges (enfants accompagnés).

Nous cherchons à faire connaître le bio au travers d'activités que nous pratiquons tous (cuisiner, se maquiller, fabriquer), c'est avec ce point que l'on peut se démarquer des autres entreprises.

Nous ne cherchons pas à être rapides, nous voulons que les gens s'intéressent à ce qu'on leur propose et nous voulons leurs donner envie de revenir.

## **c. Nos amis**

Nous nous sommes entourées de plusieurs partenaires qui nous permettront d'avoir des prix préférentiels sur certains produits. En contre partie, nous leur ferons de la publicité : nous vendrons leurs produits, ils se feront connaître grâce à nous et nous nous ferons connaître grâce à eux en parallèle.

Nous nous sommes entourées de plusieurs partenaires qui nous permettront d'avoir des prix préférentiels sur certains produits. En contre partie, nous leur ferons de la publicité : nous vendrons leurs produits, ils se feront connaître grâce à nous et nous nous ferons connaître grâce à eux en parallèle.

copie la phrase

Par ailleurs, nous nous entourerons de partenaires ayant les mêmes valeurs que les nôtres en privilégiant les commerces locaux. Nous serons donc en partenariat avec des marques de cosmétiques bio et naturels comme Aroma-zone et Couleur Caramel, et également avec des coopératives de produits bio et locaux comme biocoop ou les maraichers locaux. Nous développerons également un partenariat avec les mairies et les offices de tourisme pour distribuer notre communication avant notre arrivée. Enfin, pour le logement, nous aurons comme partenaire une plateforme communautaire de locations et de réservations de logements comme airbnb.

## **d. Nos ennemis**

Nous nous sommes intéressées à ce qu'il se faisait déjà sur le marché du beauty truck, nous avons donc analysé nos possibles concurrents, pour se baser sur la même gamme de prix et ligne directrice tout en se démarquant.

### **Voici nos principaux concurrents :**

- Le Boudoirs des cocottes : Parmi les services existants on y trouve : beauté des mains, maquillage express ou élaboré, coiffure (chignon, tresse, pony tails) ou encore de petites épilations du visage, et du nail art.

Ces services se concentrent plutôt sur le côté bien-être et beauté des personnes (créer un moment de détente pour les working girls), sans forcément utiliser des produits bio, à la différence de notre entreprise. Les tarifs vont de 7 à 35€, elles se déplacent uniquement en région parisienne mais pensent à s'étendre en province.

- Institut locaux : Les habitués ne vont peut-être pas vouloir changer leur routine, les instituts sont connus et ont un emplacement fixe facilement retrouvable.

Les grandes chaînes lancent aussi leur beauty truck :

- Sephora : L'été 2014 ils ont fait la tournée des plages, leurs prestations étaient gratuites. En septembre 2014 ils ont fait la tournée des campus pour sensibiliser les 18-25 ans. Les prestations sont toujours gratuites. Le reste de l'année 2014, le beauty truck tournait en région parisienne.

- Marionnaud : En 2014 tout comme Sephora, ils ont proposé des prestations gratuites dans Paris uniquement.



## IV. PARLONS ARGENT

### a. Des chiffres, beaucoup de chiffres :

Plan financement initial :

#### PLAN DE FINANCEMENT INITIAL

BESOINS		RESSOURCES	
<b>Frais d'établissement</b>		<b>Apports personnels ou capital social</b>	
<i>Frais d'enregistrement</i>	250	Création du site web & des réseaux sociaux	2000
<i>Honoraires</i>	1000	Matériel informatique	3000
<i>Dépôt de marque INPI</i>	210	Investissement personnel	10000
<i>Publicité au démarrage...</i>	2000	<b>Comptes courants d'associés</b>	
<i>Droit d'entrée franchise</i>		(s'il y a lieu *)	
<hr/>		<hr/>	
<b>Immobilisations incorporelles</b>		<b>Prêts d'honneur</b>	
<i>Brevet, licences</i>		<b>BISE</b>	
<i>Création site internet</i>	2000	3 prêts NACRE	15000
<i>Logiciel</i>		<b>PCE**</b>	
<i>Fonds de commerce ou droit au bail</i>			
<b>Immobilisations corporelles</b>		<b>Emprunts à moyen ou long terme</b>	
<i>Travaux / aménagements</i>	5000	Prêt bancaire Banque Ethique: La NEF	9000
<i>Véhicule</i>	20000		
<i>Mobilier</i>	200		
<i>Matériel informatique...</i>	3000		
<i>Outillage (appareil photo, trépied...)</i>	1200		
<b>Immobilisations financières</b>			
<i>Garanties sur loyers</i>			
<i>Garanties professionnelles (ex : agent immobilier, transporteur)</i>			
<i>(ex : agent immobilier, transporteur)</i>			
<b>Stock de marchandises</b>			
<i>Maquillage, nourriture ...</i>	3000		
<i>Conditionnement ( sac recyclable, rafia, cartes)</i>	140		
<b>Tresorerie</b>			
<i>(ou fonds de caisse)</i>	1000		
<b>TOTAL</b>	<b>39000</b>	<b>TOTAL</b>	<b>39000</b>

\* cas des sociétés (EURL, SARL, SAS, SA...)

\*\* Prêt à la création d'entreprise

\*\*\* BFR : Besoin en fonds de roulement

Nous avons fait une estimation de nos besoins et ressources pour mettre en place notre projet.

Concernant les besoins, le montant total de nos dépenses s'élèverait à 39 000 euros. Cela inclut notamment des frais d'établissement, la création du site internet, l'achat et l'aménagement du van, l'achat de tout le mobilier ainsi que du matériel informatique et audiovisuel. Nous avons également compté le stock de maquillage et accessoires associés, les produits alimentaires et les emballages nécessaires pour les ateliers.

Nous avons donc établi, après l'étude de ces besoins, un détail des ressources dont nous pourrions disposer :

Tout d'abord, nous ferons un apport personnel de 2 000 euros par salariée. Le site web sera également réalisé par un membre de l'équipe, et nous aurons nos ordinateurs personnels. Tout ceci nous permet un apport de 15 000 euros.

Nous pourrions également obtenir trois prêts NACRE de 5000€, avec remboursement à taux zéro, ce qui nous permettra de disposer de 15 000 euros supplémentaires.

Nous avons également choisi une banque éthique, La Nef, qui finance des projets ayant une utilité sociale, écologique et/ou culturelle, pour faire un emprunt de 9 000 euros. Les besoins et les ressources s'équilibrent donc, ce qui nous permet de partir sur de bonnes bases.



## b. Encore des chiffres

Compte de résultat prévisionnel :

Budget ou Compte de résultat prévisionnel en HT							
CHARGES				PRODUITS			
	N	N+1	N+2		N	N+1	N+2
<b>Charges d'exploitation (A)</b>				<b>Produits d'exploitation (E)</b>			
Appro (Matériaux, Gazoil)	5 460 €	6 844 €	7 528 €	Chiffre d'affaires	49 775	54 753	60 228
Sous-traitance				ateliers	43 680		
<b>Charge de personnel (B)</b>				prestations maquillage	4 095		
Salaires bruts (slrs nets+part sal)	/			partenariats publicitaire	2 000		
Charges sociales (42 %)	/						
<b>Fournitures consommables (C)</b>							
Eau, électricité	0 €	0 €	0 €				
Fournitures d'entretien	100 €	100 €	100 €				
Fourniture de bureau	150 €	150 €	150 €				
Fournitures diverses	50 €	50 €	50 €				
<b>Autres charges externes (D)</b>							
Crédits Bails	/	/	/				
Loyers et charges locatives	3 640 €	4 200 €	4 200 €				
Travaux, entretien	500 €	500 €	500 €				
Assurances	600 €	600 €	600 €				
Entretiens Répa (locaux, matériel)	/	/	/				
Honoraires (comptable et juriste)	1 500 €	1 500 €	1 500 €				
Publicité	2 000 €	1 500 €	1 500 €				
Emballage et conditionnement	100 €	264 €	287 €				
Frais de poste, téléphone	129 €	129 €	129 €				
Suite Adobe	840 €	840 €	840 €				
<b>Sous Total Charge</b>							
<b>Revenu entreprise (E)-[A+B+C+D]</b>							
<b>Impôt et taxes</b>							
Taxe d'apprentissage 0,4%							
CFE							
Impôt sur les sociétés ( IS)	2 655 €	836 €	2 503 €				
<b>Charges Du Dirigeant</b>							
Rémunération Dirigeant	/	/	/				
Charges sociales du dirigeant	5 000 €	20 000 €	13 654 €				
<b>Charges financière</b>				<b>Produits Financiers</b>			
Intérêts sur emprunts	11 000 €	11 000 €	11 000 €				
Agios bancaires	/	/	/				
<b>Dotations aux amortissement et prov</b>							
<b>Charges exceptionnelles</b>				<b>Produits exceptionnels</b>			
<b>Total des CHARGES (X)</b>	<b>34 724 €</b>	<b>50 013 €</b>	<b>46 041 €</b>	<b>Total des PRODUITS (Y)</b>	<b>49 775</b>	<b>54 753</b>	<b>60 228</b>
<b>Résultat</b>	<b>15 051 €</b>	<b>4 739 €</b>	<b>14 186 €</b>				

Nous avons réalisé un compte de résultat prévisionnel pour évaluer l'évolution du projet sur trois ans.

Nos charges s'élèveraient à 34 724 euros pour la première année, 50 013 pour la deuxième année et 46 041 pour la dernière année. L'augmentation des charges après la première année s'explique par l'augmentation des charges sociales du dirigeant, qui passent de 5 000 à 20 000 euros sur la deuxième année.

Les charges incluent par exemple les assurances, les différentes fournitures et logiciels informatiques, les frais de comptable, les travaux d'aménagement du van, la publicité, mais aussi les frais d'essence qui, étant donné le projet, sont assez conséquents.

Pour calculer le chiffre d'affaire, nous avons estimé le prix, le nombre de client(e)s par jour et nous en avons déduit que nous pourrions gagner 43 680 euros pour les ateliers, 4 095 euros pour les prestations maquillage et 2 000 euros grâce à des partenaires publicitaires (les marques de cosmétiques par exemple). Nous avons ensuite envisagé une augmentation de 15 % sur la deuxième année, résultat d'une augmentation de notre activité, puis à nouveau une augmentation de 15 % sur la troisième année.

Nos résultats, correspondant à la déduction des charges du chiffre d'affaire, s'élèvent alors à 15 051 pour la première année, 4 739 pour la deuxième année et 14 186 pour la troisième.

## **V. PARLONS ARGENT**

### Choix de la forme juridique :

Nous avons décidé de monter notre entreprise sous la forme d'une SCOP (Société coopérative de production ou société coopérative et participative) de type SARL (Société à responsabilité limitée).

Nous avons choisi ce statut juridique car il est en accord avec notre projet, dans le sens où nous développons une aventure collective, avec un partage équitable du pouvoir et des décisions.

Notre CFE compétent sera la Chambre de Commerce et d'Industrie de Tarbes, car nous serons basées à Tarbes.

### Incidences fiscales et sociales :

Nous serons soumis à l'impôt sur les sociétés, mais pas à l'impôt sur le revenu.

Les salariés détiennent un minimum de 51 % du capital social et 65 % des droits de vote.

### Obligations au démarrage :

Les salariés sont généralement tous associés. Les fondateurs doivent être en phase avec des valeurs comme la démocratie, l'égalité, l'équité et la solidarité. La loi impose la présence de deux salariés « équivalents temps plein » (peut correspondre à plusieurs temps partiels).

L'engagement financier doit être composé d'au moins deux parts d'une valeur minimale de 15 €. Les apports au numéraire doivent être libérés d'au moins un quart de leur montant au moment de la constitution de la société.

Nous devons également obtenir des autorisations pour vente au déballage dans chaque ville pour lancer le projet.

# VI. POUR RÉSUMER

## Business Model Canvas

<p><b>Partenaires clés</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Marques de cosmétiques bio et naturels</li> <li>Coopératives de produits locaux</li> <li>Coopératives de produits bio</li> <li>Maries et offices de tourisme</li> <li>Plateforme communautaire de location de logements</li> </ul>	<p><b>Activités clés</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Communication</li> <li>Audiovisuel</li> <li>Partage des savoirs</li> <li>Prestations esthétiques et culinaires</li> </ul>	<p><b>Offre</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Ateliers cuisine et bien-être (théoriques et pratiques)</li> <li>Ateliers cosmétiques (DIY : Do It Yourself)</li> <li>Prestations maquillage</li> <li>En itinérance, pendant la période estivale, le long des côtes françaises</li> </ul>	<p><b>Relation client</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 15 % de réduction sur réservation</li> <li>Vlog (blog vidéo, pour garder le contact)</li> <li>Jeux sur les réseaux sociaux pour gagner des cadeaux</li> </ul>	<p><b>Clients</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Vacanciers</li> <li>Locaux</li> <li>Hommes</li> <li>Femmes (en majorité)</li> <li>Tous âges (enfants accompagnés)</li> </ul>
<p><b>Coûts</b> </p> <p>39 000 euros :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Van, fournitures cosmétiques et alimentaires, logement, essence, charges diverses, communication, assurances...</li> </ul>	<p><b>Revenus</b> </p> <p>Prestations + partenaires</p> <p>Prix fixes : maquillage : 8, 25 ou 40 € ateliers cosmétiques et culinaires : 20€ / personne pour 40 min</p>			
<p><b>Canaux</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Réseaux sociaux et site web</li> <li>Affiches, flyers, Radios locales</li> <li>Guest star</li> <li>Communication de lancement</li> </ul>				

## CONCLUSION :

Cette expérience de création d'entreprise fut une bonne expérience bien que cela ait été un peu court pour mettre en place un tel projet. Nous avons donné notre maximum pour réussir à créer un beau concept qui puisse marcher.

Grâce à cette expérience nous avons vu comment se crée une entreprise et nous avons pu en déduire que l'on ne peut créer une entreprise en ayant seulement les bonnes idées : nous avons besoin d'aide ! Il faut faire appel à des professionnels pour les plans de financement ou le compte de résultat. Il faut également demander de l'aide au niveau juridique.

Nous avons également pu constater que gérer une équipe de cinq personnes n'est pas aussi simple que l'on pourrait l'imaginer. Il a fallu que l'on se motive les unes les autres pour que chacune réussisse l'ensemble des tâches qui lui étaient assignées.

Nous sommes quand même fières de nous, car nous avons réussi à faire l'ensemble des choses que nous souhaitions réaliser et nous avons réussi à créer notre propre concept.

