

Airsol



PLAN

Introduction

I-CONTEXTE ET HISTORIQUE DU PROJET

- 1- Identification de l'Idée du Projet**
- 2-Identification des entrepreneurs**

II-ANALYSE DU MARCHÉ

- 1-Description et perspectives du secteur d'activité**
- 2-Clientèle visée**
- 3-La concurrence**

III-LES ASPECTS TECHNIQUES

- 1-Évaluation des espaces nécessaires**
- 2-Besoins d'aménagement**
- 3- Plan des ressources humaines**

IV-PLAN MARKETING

- 1-Stratégie générale**
- 2-Stratégie de produit / service**
- 3- Stratégie de prix**
- 4-Stratégie de communication**

V-LES ACTIVITES DE L'ENTREPRISE

- 1-Les charges d'exploitations**
- 2-Les amortissements**

Conclusion

Introduction

Comme de plus en plus de marocains, et pas spécialement les résidents des villes côtières, optent pour l'installation de la clim chez eux, le marché est en plein boom.

La contrebande fait rage avec des appareils qui rentrent de Sebta et Mellilia alors que le circuit légal connaît l'intervention de nouveaux opérateurs. C'est pour profiter de cet essor que le géant américain Aeria Group a investi le marché marocain.

Il est désormais représenté par World Clim, un spécialiste des solutions de climatisation dont les systèmes de climatisation Trane.

CONTEXTE ET HISTORIQUE DU PROJET

Identification de l'Idée du Projet

Idée de projet: notre projet consiste en l'installation, maintenance et réparation des climatiseurs et froid.

Produits : Nos services se spécialisent en deux types de produit : froid commercial et industriel. Le froid commercial regroupe toutes sortes de climatiseur et le froid industriel regroupe les chambres froides.

Marche : notre marché cible sera toutes les nouvelles constructions, les bureaux, et les particuliers.

Concurrents/ Emplacement/ Moyens Matériels

Concurrents directs

Points forts : c'est l'expérience qu'ils ont déjà acquise sur le marché et leur carnet d'adresse clients.

Points faibles : c'est la lenteur des services fournies à cause du volumes des clients qu'ils ont.

Local

Mon projet se situe à complexe al Doha qui est facile à localiser par tous nos clients

Coût du Matériel : 48 745,00 DH

Moyen humain : Mon projet pour son bon fonctionnement nécessite un gérant, deux techniciens spécialisés et un commercial.

Financement

La Banque : 119 598 DH
Apport personnel : 13 289 DH
Total : 132 886 DH

Chiffre d'affaire :

année 1

476 620 DH

année 2

811 120 DH

année 3

892 232 DH

Le secteur du projet : Le secteur de mon projet est le froid commercial et industriel.

Le sous- secteur du projet : Le sous secteur de mon projet est l'installation, maintenance et réparation des climatiseurs et froid.

Analyse du marché

Les grandes marques de la Climatisation

TOSHIBA, DAIKIN, MITSUBISHI, TECNIBEL, CARRIER, SAMSUNG, LG, HITECSA...

Nous installons pour vous les plus grandes marques :



Description et perspectives du secteur d'activité

Particularités du secteur d'activité

Le secteur de la climatisation au Maroc est un secteur monopolisé par les grandes marques comme CARRIER, LG, HITACHI ... (marques d'importation) et pour se différencier et acquérir des parts de marché il faut avoir un savoir faire très compétent au niveau des ressources humaines et des services fournies aux clients.

Évolution du secteur d'activité depuis les trois dernières années.

Le marché de la climatisation au Maroc a connu une grande expansion au bout de ces trois dernières années parce que le climatiseur a commencé de rentrer dans la vie du consommateur marocain et devenu parmi les nécessités à avoir chez lui comme la télévision, machine à laver etc.

Possibilités de part de marché

La forte demande en la matière de la climatisation justifiée par l'évolution de la construction et le nombre des entreprises créées donne beaucoup de possibilités d'avoir des parts de marché et de les sauvegarder grâce à un très bon rapport qualité prix.

Clientèle visée

Territoire où se retrouve la clientèle visée

En premier temps, je vais viser la clientèle installée sur Casablanca et les alentours pour en passer par la suite à Marrakech qui présente un marché potentiel très fertile à conquérir .

Les attentes et les besoins de la clientèle visée

Une bonne qualité de service et un bon rapport qualité / prix

Habitudes de consommation de la clientèle visée

En ce qui concerne les consommateurs du froid commercial, ils ont l'habitude de le demander fortement en période de l'été par contre les consommateurs du froid industriel, ils ont tendance à le demander au cours de toute l'année. Mais l'habitudes de consommation commune à eux, c'est une bonne qualité de produit et service avec un prix bas.

La concurrence

Concurrence directe

La concurrence directe provient des installateurs spécialisés dans le domaine et ayant une grande expérience sur le marché.

Concurrence indirecte

Cette concurrence provient des vendeurs qui ont une équipe technique chargée de l'installation et service après vente.

Grille d'analyse des principaux concurrents

Concurrent no 1 : World Clim		
Critères d'analyse	Forces	Faiblesses
Prix	*	
Qualité	*	
Service à la clientèle		*
Force de vente	*	
Publicité et promotion		*
Localisation	*	

Concurrent no 3 : Futur Clim		
Critères d'analyse	Forces	Faiblesses
Prix	*	
Qualité	*	
Service à la clientèle		*
Force de vente		*
Publicité et promotion	*	
Localisation		*

Analyse concurrentielle de l'entreprise

Mon entreprise : <u>AirSol Clim</u>		
Critères d'analyse	Forces	Faiblesses
Prix	*	
Qualité	*	
Service à la clientèle	*	
Force de vente	*	
Publicité et promotion		*
Localisation		*

LES ASPECTS TECHNIQUES

Évaluation des espaces nécessaires

Pour le bon fonctionnement de mon projet, j'ai choisi un local composé de deux étages d'une superficie de 50 m². Ce local va être utilisé comme direction et atelier de réparation.

Besoins d'aménagement

Aménagement extérieur et entretien

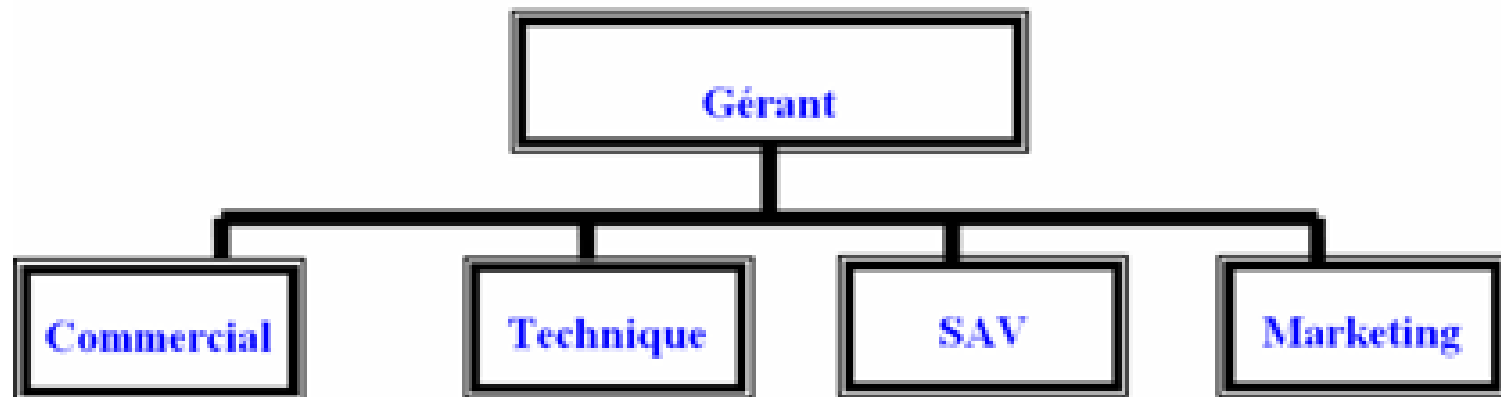
Les aménagements nécessaires sont l'installation d'un panneau publicitaire au dessus de la porte de l'établissement avec son éclairage et aussi la peinture de la façade.

Aménagement intérieur et entretien

Mon local sera reparti en deux parties. Une sera réserver à la direction et une autre sera utiliser comme un atelier de réparation et dépôt pour tout mon matériel de travail. Pour cela, il faut faire des aménagements en terme de maçonnerie, faïence, menuiserie aluminium, menuiserie bois, peinture, plomberie et sanitaire.

Plan des ressources humaines

❖ Organigramme de l'entreprise



❖ *Personnel directement impliqué dans le processus de production*

Personnel direct.

Nom de la tâche	Resp. commercial	Resp. technique	Resp. technique
Niveau	BAC + 5	BAC + 2	BAC + 2
Chef direct	OUI	OUI	NON
Description sommaire de la tâche	PROSPECTION	<i>I M R*</i>	<i>I M R *</i>
Horaires	8 : 30 à 12 H 14 H à 18 :30	8 : 30 à 12 H 14 H à 18 :30	8 : 30 à 12 H 14 H à 18 :30

I M R : INSTALLATION, MAINTENANCE ET REPARATION.

Personnel indirect.

Nom de la tâche	COMPTABLE
Niveau	<i>TECH</i>
Chef direct	<i>NON</i>
Description sommaire de la tâche	<i>GESTION FIN</i>
Détail technique (si nécessaire)	

❖ *Salaires, avantages sociaux et normes du travail*

<i>Fonction</i>	<i>Nombre</i>	<i>Salaire de base</i>	<i>Observations</i>
<i>Resp. commercial</i>	<i>1</i>	<i>3000.00</i>	<i>Diplôme+ Exper.</i>
<i>Resp. technique</i>	<i>2</i>	<i>3000.00</i>	<i>Diplôme+ Exper.</i>
<i>TOTAL</i>	<i>3</i>	<i>9000.00</i>	

Philosophie de gestion des ressources humaines

La philosophie de gestion de mon équipe de travail sera basée sur l'esprit d'équipe. Chacun de nous va participer à la prise de décision pour avoir un sens de responsabilité et de motivation. Cette philosophie nous permet de travailler dans des conditions convenables et de déployer toutes nos compétences pour l'intérêt de notre entreprise.

PLAN MARKETING

AirSol

Stratégie générale

Description du logo ou de l'identité visuelle

Le logo est un élément de communication qui donne une idée claire et facile à mémoriser sur l'activité de l'entreprise et pour avoir une identité visuelle propre à chaque société. En ce qui me concerne, j'ai choisi le moment du couché de soleil qui couvre avec ses rayons l'ensemble de la carte du MAROC.

Signification du nom de l'entreprise

J'ai choisi pour mon entreprise le nom de AIRSOL CLIM parce que c'est un nom qui a une liaison avec le climat .

Choix des couleurs d'impression : Le choix des couleurs doit prendre en considération l'activité de l'entreprise. En ce qui me concerne, j'ai choisi trois couleurs. le jaune qui est en liaison avec les rayons de soleil. le bleu qui est un synonyme du froid dans le monde de la climatisation. le vert pour exprimer la joie et le confort.

Atouts de l'entreprise : Mon entreprise est située dans une zone urbaine moderne et très célèbre qui m'offre un marché juste à côté où je peux intervenir et répondre très rapidement aux besoins des clients parce que la rapidité en ce secteur compte beaucoup et présente un atout primordiale pour se différencier vis à vis de mes concurrents. un autre atout que j'ai, c'est le savoir faire et la compétence de mon équipe technique et commercial.

Stratégie de produit / service

Avantages de nos produits / services par rapport à la concurrence

Les avantages de nos services fournis à l'ensemble de nos clients sont la rapidité, la qualité, le prix et la réponse à toutes les réclamations des clients pour en pouvoir donner des solutions efficaces et améliorer par la suite la qualité de nos services.

Gamme de produits / services

Les services offerts par mon entreprise se focalise à l'installation, maintenance et réparation des climatiseurs et froid.

Stratégie de prix

Politique de prix

La politique de prix que je vais appliquer est basée sur une analyse des prix de mes concurrents et la nature des services fournis pour que je peux avoir un rapport qualité / prix très compétitif et raisonnable qui prends en considération les coûts de reviens de mes services .

Politique d'escompte ou de crédit

La politique d'escompte ou de crédit de mon entreprise sera appliquée dans le cas où j'ai un marché important car je vais exiger 50 % de la valeur du montant du projet et le reste une fois que le travail est terminé. Mais pour les particuliers, cette politique ne sera pas utilisée car elle n'est pas rentable.

Stratégie de prix par rapport aux concurrents

Le prix est un élément décisif dans la réussite de chaque entreprise. C'est pour cela, il faut le bien calculer et bien sûr prendre en considération les prix de nos concurrents. Dans cette perspective, mes prix seront de 5 % moins chère concernant les services que je maîtrise très bien et dont je peux rationalisés mes coûts de reviens.

Stratégie de communication

Objectifs et motivation des choix

La communication est un moyen indispensable dans la vie de chaque entreprise car elle permet de faire connaître les produits et services offerts. Les moyens de communication que je vais utiliser sont les brochures et les cartes visites. Ces dernières seront distribuer porte à porte ou envoyer par courrier à l'ensemble de ma clientèle potentielle. J'ai choisi ces moyens de communication en raison de leur efficacité et de leurs charges que mon entreprise peut supporter.

Estimation du budget annuel

Publicité et promotion	9 532	16 222	17 845	19 629	21 92
-----------------------------------	--------------	---------------	---------------	---------------	--------------

Description des documents de présentation

Lettres d'affaires : Ce sont des lettres qui contiennent à l'entête toutes les informations sur mon entreprise comme le logo, le nom l'adresse, le téléphone, fax .et ce sont des lettres que je vais envoyer à mes clients potentiels pour les informer de mes services offerts.

Offres de services : c'est un document qui regroupe tout les services offerts par mon entreprise afin d'acquérir de nouveaux marchés

Liste de prix : c'est une liste qui précise le prix de chaque service et qui peut prendre la forme d'un devis ou une facture pro forma

Informations techniques : ces information vont être détailler par le biais d'un catalogue.

Carte d'affaires : je vais élaborer des cartes visites et des autocollants pour les coller sur chaque appareil installé.

Stratégie de service

Ma stratégie de vente consiste en premier lieu d'embaucher un technico - commercial très compétent qui va être chargé de la prospection par le biais du contact direct avec les clients en leur offrant nos services. En parallèle, je vais faire des promotions en basse saison afin d'encourager les clients à consommer nos services.

Stratégie de distribution

Comme mon entreprise est une société de service, ce sont mes fournisseurs du matériel (climatiseur, chambre froide) qui vont être chargés de la distribution.

Politiques de service à la clientèle

L'endurance d'une entreprise est assurée par la qualité des services et le sérieux. Dans cette perspective, je vais élaborer des contrats d'engagement où je signale la responsabilité de mon entreprise dans le cas où il y a une faille de mes services réalisés.

LES ACTIVITES DE L'ENTREPRISE

❖ *Les produits de la vente*

année 01	année 02	année 03	année 04	année 05
300 000	330 000	379 500	455 400	569 250

❖ *Les frais de personnel*

Fonction	Nombre	Salaire de base	observations
Resp commercial	1	3000.00	Diplôme+ Exper
Technicien	2	3000.00	Diplôme+ Exper
Gérant	2	3500 .00	Diplôme+ Exper
Total	5	14 000.00	

N.B : Le personnel est engagé dès le premier mois d'activité.

Fonction	<u>Nbr</u>	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11	M12
Gérant	1	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Resp. commercial	1	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Technicien	2	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Total	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

Charges patronales totales annuelles: (pour la 1^o année)

Accident du travail : 4 416 ,00

Sécurité sociale : 21 748,80

COUT TOTAL = 26 164 ,80

Congés: déjà compris dans le calcul des salaires de base.

Les amortissements

Amortissement des investissements de départ

|

<u>* frais immobilisés:</u>	
montant des frais:	8860
durée de l'amortissement:	3ans
1 ^o annuité d'amortissement	2953.33

<u>* frais d'aménagement:</u>	
montant des frais:	28 090
durée de l'amortissement:	10 ans
1 ^o annuité d'amortissement	2 809

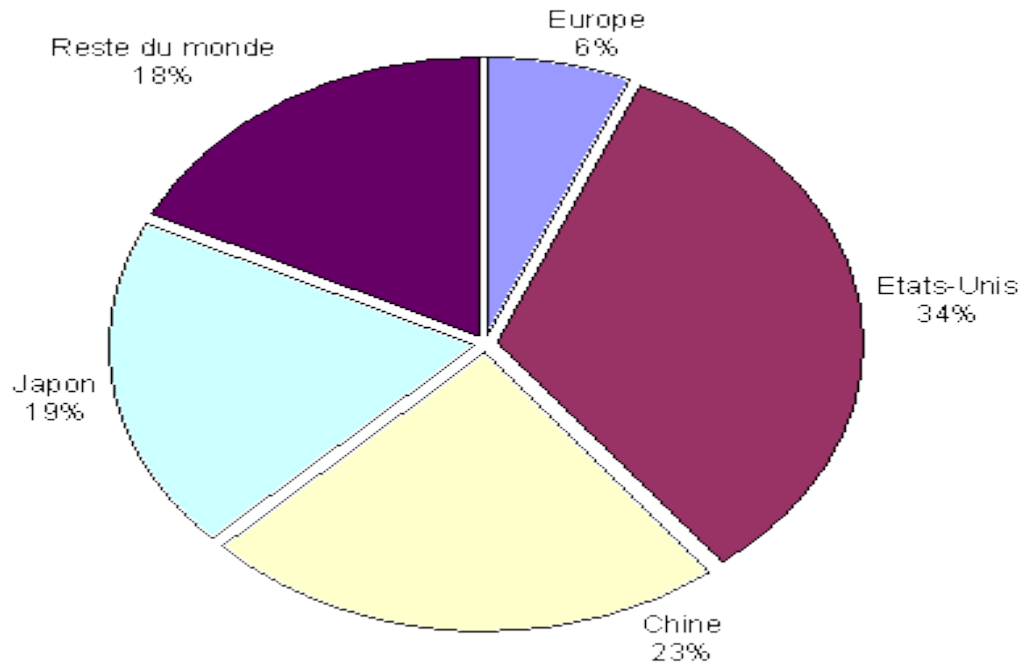
<u>* matériel de production:</u>	36 124.25
matériel amorti en:	10 ans
1 ^o annuité d'amortissement:	3612.425

<u>* Outillage:</u>	12 621.00
matériel amorti en:	5 ans
1 ^o annuité d'amortissement:	2524.20

<u>* matériel de bureau:</u>	
<i>montant des frais:</i>	<i>12 450</i>
<i>durée de l'amortissement:</i>	<i>5ans</i>
<i>1^oannuité d'amortissement</i>	<i>2 490</i>

<u>* matériel Informatique:</u>	
<i>montant des frais:</i>	<i>22000</i>
<i>durée de l'amortissement:</i>	<i>5ans</i>
<i>1^oannuité d'amortissement</i>	<i>4400</i>

Conclusion



On constate que l'Afrique occupe une place minime dans le marché de la climatisation, encore plus le Maroc. Or, ça devient une nouvelle tendance et un marché promoteur, malgré la concurrence rude, AIRSOL, essayera de se démarquer aussi au niveau du marché marocain.