

FICHE PRATIQUE

Etude économique

OBJET DE L'ETUDE ECONOMIQUE

Concernant le volet financier (Description économique de votre projet.) que vous devez traiter dans la première phase du projet PI (cahier OSEO), vous vous limiterez à définir le modèle économique de déploiement ou de commercialisation du produit ou service correspondant à votre "idée" de départ :

- Chiffre d'affaires escompté, comment il est constitué, quelles sont les sources de revenus liées soit directement à la vente du produit ou du service (vente, abonnement, mix des deux) ou soit indirectement (ventes de licences, autres sources de revenus : publicité par ex),
- prix de vente du produit ou du service (vente, location, mode de tarification (à l'usage, au volume, à l'acte, ...),
- volumétrie et montée en charge.

Ceci dans le cadre de votre étude de marché et en positionnement par rapport à la concurrence si elle existe ou par rapport à des produits existants auxquels votre produit se substituerait en totalité ou en partie.

Vous n'avez donc pas à réaliser (même si ce serait le cas dans la réalité) une étude financière complète intégrant les coûts d'investissement, les prix de revient pour produire le service ou fabriquer le produit, les coûts de commercialisation, le niveau de marge pratiqué, etc...

SUPPORTS DE COURS UTILES

Les cours TC sur lesquels vous pouvez vous appuyer pour cette partie de l'étude sont les suivants :

- le cours FIN en 4TC : quelques éléments pourront vous être utiles dans le 3eme et dernier chapitre. Ce cours, même si il est très important dans le cadre de votre cursus global, n'est donc pas en lien direct avec le travail à réaliser dans cette étude économique.
- le cours COM en 4TC : totalement utile pour la partie étude de marché! (pour mémoire, support de cours en ligne sur Moodle).
- quelques éléments sont fournis dans le cours CTC, partie Olivier Brette, en 3TC (idem).

AUTRES REFERENCES UTILES

L'approche « *Customer Value Proposition* » est intéressante. Elle s'intéresse à l'utilisateur visé par le nouveau produit, à son besoin satisfait dans un contexte d'utilisation précis du produit, à l'offre correspondante et la façon dont elle est vendue.

Les ressources sur lesquelles il est possible de s'appuyer comprennent :

- Les RH
- La technologie
- Les briques matérielles, composants divers,
- L'information
- Les canaux de distribution
- Les partenaires et les alliances
- La marque.

Liens utiles (niveau plutôt vulgarisation, pour ceux que cela intéresse une littérature abondante existe sur le sujet) :

http://en.wikipedia.org/wiki/Customer_value_proposition

http://www.1000ventures.com/business_guide/crosscuttings/customer_vp.html

<http://davidelmollc.com/help.aspx>

Un document papier est également disponible auprès de Claude GUEDAT – 2^{ème} étage bat Claude CHAPPE.

Selon ce schéma tiré de Harvard Business Review – dec 2008, on voit que l'étude à réaliser porterait sur la partie Revenue Model, après analyse des Key ressources.

