

LE BILAN COMMERCIAL

Noms et prénoms de l'équipe entrepreneurial	Noms et prénoms de l'équipe entrepreneurial

L'objectif du bilan commercial est de vous aider à rechercher les informations indispensables à connaître tant sur les produits que sur les prestations de services que vous souhaitez vendre.

En clair, c'est tout ce qu'il faut savoir pour vendre le bon produit (bien ou service) sur le bon marché et dans de bonnes conditions.

Après avoir recueilli toutes ces informations sur votre produit, votre marché potentiel et vos concurrents, vous serez en mesure d'établir des prévisions de chiffre d'affaires.

L'étude de marché que vous allez élaborer doit vous permettre de répondre aux questions suivantes :

- Que vais-je vendre ?**
- A qui vais-je vendre ?**
- Quelle est ma concurrence ?**

Que vais-je vendre ?

Dans cette phase, il va s'agir de définir quels sont les **produits** ou les **services** que vous souhaitez vendre.

ÉTAPE 1 : DÉCRIRE SES PRODUITS OU SES SERVICES

Décrivez de manière détaillée l'ensemble des produits ou services que vous allez vendre (par ordre décroissant, c'est-à-dire du produit ou service principal au plus petit) :

1. Application de traduction en langues des signes. IA traductrice de la voix aux signes grâce au micro intégré du téléphone ou de l'ordinateur de l'utilisateur. Elle permet également de traduire dans le sens inverse et dans des langues étrangères (Anglais, Allemands et Espagnol).
2. Micro cravate de l'enseignant qui va être relié à l'application pour éviter les nuisances sonores
3.
4.
5.
6.

ÉTAPE 2 : RECHERCHER CE QUI MOTIVERAIT L'ACHAT DE CES PRODUITS OU SERVICES

A quels besoins répondent les différents produits ou services ?

Ex : Pénurie d'approvisionnement, effet de mode...

1. Communication en temps réel	7. Renforcement de la cohésion sociale
2. Intégration	
3. Accessibilité à l'information	
4. Autonomie	
5. Sensibilisation	
6. Support éducatif	

ÉTAPE 3 : CONNAÎTRE L'ENVIRONNEMENT JURIDIQUE DE MON PROJET

Quel est l'environnement de ces produits ou services ?

Dois-je posséder un diplôme spécifique pour vendre mes produits ?	Je dois prouver ma compétence dans ce domaine pour commercer avec l'Etat. Sur le site du ministère de l'éducation nationale, aucune mention spécifique relative à la possession d'un diplôme n'est mentionnée.
Existe-t-il une réglementation particulière pour vendre ces produits ?	<ul style="list-style-type: none">- accessibilité numérique- Protection des données- Normes sur l'utilisation de L'IA- RGAA
Quels sont les organismes professionnels, syndicats ou autres associations du secteur d'activité ? Quelles sont leurs recommandations ?	<ul style="list-style-type: none">- UNISDA (doit donner son label)
Existe-t-il des barrières d'entrée comme des contrats d'exclusivité, droits de licences...	<ul style="list-style-type: none">- Répondre à la loi de 2005 pour le marché public

A qui vais-je vendre ?

Il va s'agir ici de déterminer quelle sera ma clientèle, quels seront les bénéficiaires de mes produits ou mes services.

compensé = pas de personne physique mais un outil qui compense l'handicap et le met au même niveau que les entendants.

1 - À QUELLES CLIENTÈLES S'ADRESSENT LES PRODUITS OU LES SERVICES ?

VOTRE CLIENTÈLE	DECRIEZ VOTRE CLIENTELE
------------------------	--------------------------------

<p>A</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 1. Des particuliers, lesquels (personnes âgées, enfants, couples...)? ▪ 2. De quel milieu social ? 	<p>1.</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Enseignants et formateurs</i> dans les écoles et établissements spécialisés (notamment en Unité Localisée pour l’Inclusion Scolaire, ULIS). - <i>Directeurs d’établissements</i> (écoles primaires, collèges, lycées) qui doivent mettre en place des programmes d’inclusion. - <i>Les référents académiques pour le handicap</i>, responsables de l’intégration des outils pédagogiques inclusifs dans les différentes académies. - <i>Les AESH (Accompagnants d’élèves en situation de handicap)</i> qui soutiennent les élèves malentendants en classe. <p>2.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dans le cadre de l’Education nationale la cible ne correspond pas à une seule classe sociale. Cela concerne surtout les établissements scolaires de tous les niveaux (maternelle, primaire, collège, lycée, ...)
<p>B</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Des entreprises privées (grandes entreprises, PME, TPE) ▪ Dans quelles activités ? ▪ S'agit-il de donneurs d'ordre ? ▪ Quel est leur chiffre d'affaires ? 	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Associations et organismes d’inclusion scolaire</i> Associations de parents d’élèves, de malentendants ou sourds, qui militent pour une meilleure accessibilité. - Les académies et directions départementales de l’éducation nationale. - “Depuis 2017, le budget consacré par le ministère (éducation nationale) à l’inclusion scolaire des élèves en situation de handicap a plus que doublé, passant de 2,1 Md€ à 4,6 Md€. Grâce à cet investissement, 500 000 élèves en situation de handicap sont scolarisés en milieu ordinaire à la rentrée 2024.” (Education.gouv.fr) - Le ministre de l’éducation sera le donneur d’ordre de la diffusion à grande échelle de l’application.
<p>C</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Des collectivités ou entreprises publiques, des associations ? 	<p>Le principal acheteur de notre application sera l’éducation nationale pour équiper les écoliers qui en ont besoin.</p>

3 - QUELS SONT LES BESOINS, LES EXIGENCES ET LES HABITUDES D'ACHAT DE CETTE CLIENTÈLE ?

	VOTRE CLIENTÈLE	DÉCRIVEZ SON COMPORTEMENT
A	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Quelles sont les attentes : gain de temps, de place, d'argent, besoin de sécurité, confort, nouveauté, qualité ? 	<ul style="list-style-type: none"> - Nouveauté : il s'agit d'une innovation qui permettra de gagner en efficacité pour aider les autres types de handicap. - Inclusion et confort : l'élève pourra suivre un cours classique sans avoir besoin de faire des heures de route. Il pourra aussi choisir son parcours de scolarité plus librement. - Gain de temps : L'application permet de faciliter les échanges et de permettre aux professeurs d'aider directement leurs élèves.
B	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Quels sont les processus d'achat ? 	<p>Voici le processus d'achat de l'Education nationale comme décrit par la chef d'établissement (collège) de Fontenay-Thrésigny (Mme. Chichportich) Lorsque que l'on propose un produit à l'éducation nationale, il se doit de respecter certaines étapes. Dans un premier temps, l'État doit s'assurer du besoin réel auquel répondrait le produit ou le service proposé. Dans un second temps, l'Etat doit établir un cahier des charges strict afin de s'assurer qu'il corresponde exactement à ce dont ses équipes ont besoin. Dans un troisième temps afin de favoriser l'économie et l'égalité entre les entreprises (PME ou grande entreprise), le gouvernement doit réaliser un appel d'offres. Il peut être public, ouvert ou restreint. Dans un quatrième temps, le ministère sélectionne le projet qui lui semble le plus adéquat. Pour ensuite négocier et conclure un contrat et s'assurer de sa bonne exécution.</p> <p>Dans notre situation nous partirons du postulat que nous démarcherons l'Education nationale afin d'attirer leur attention sur une innovation technologique qui permet de compenser (terme utilisé par l'éducation nationale pour définir les outils et les techniques mis en place pour permettre à l'élève de devenir autonome) une situation de handicap.</p> <p>Le ministère devra en théorie tout de même suivre son processus d'achat classique et soumettre un appel d'offres. L'application tout comme geogebra (application pour faciliter l'apprentissage de la géométrie au collège) devra également être reconnue d'utilité publique.</p>

C	▪ Qui achète ?	L'éducation nationale achètera l'application afin de la mettre à disposition des enfants concernés. Toutefois en fonction de la qualification de l'outil, un reste à charge peut être à prévoir par les familles.
D	▪ Qui prescrit ?	<ul style="list-style-type: none"> - Les référents pour le handicap au sein des académies, - les inspecteurs académiques, - les responsables des ULIS - les associations de malentendants
E	▪ Qui influence ?	Les prescripteurs et les influenceurs seront sensiblement les mêmes personnes pour notre projet.
F	▪ Où achète-t-on ?	<ul style="list-style-type: none"> - Via un appel d'offre - Une plateforme en ligne - Un catalogue de ressource pédagogique certifié par le gouvernement
G	▪ A quel prix ?	<ul style="list-style-type: none"> - Un modèle de licence par établissement ou par utilisateur pourrait être proposé, avec un coût annuel adapté au budget des écoles et académies. - Des réductions de volume pour plusieurs établissements ou pour des académies entières pourraient encourager une adoption à large échelle.
H	▪ Par quelles quantités ?	La quantité est variable en fonction du nombres d'élèves malentendants par académie ou par établissement.
I	▪ Faut-il accorder des délais de paiement ?	L'Etat achète content.
J	▪ L'achat est-il réalisé par catalogue, dans un local... ?	<ul style="list-style-type: none"> - Via un appel d'offre - Une plateforme en ligne - Un catalogue de ressource pédagogique certifié par le gouvernement
K	▪ Quel est le niveau de consommation ou le taux d'équipement ?	l'intégration du dispositif se fera progressivement. Il ciblera dans un premier temps les établissements concernés par cette problématique puis deviendra une norme pour tous.
L	▪ Existe-t-il une saisonnalité dans les ventes ?	Rentrées scolaires ou selon la date de rentrée de l'élève / étudiant

Quelle est la situation de la concurrence ?

1 - L'ÉTAT DE LA CONCURRENCE

	VOTRE CONCURRENCE	DÉCRIVEZ CET ENVIRONNEMENT
A	Qui sont mes concurrents ?	<ul style="list-style-type: none"> - Elix ou LeDicoElix - Ava - Pause LSF - HiFive
B	Combien sont mes concurrents ?	4 concurrents
C	Quelle est leur notoriété ?	<ol style="list-style-type: none"> 1. LeDicoElix enregistre plus de 6 000 visites chaque jour et compte 70 000 utilisateurs réguliers. 2. Ava a conquis environ 50k personnes aux Etats-Unis. 3. Pause LSF compte 859 avis sur app store (avec une moyenne de 4,8 étoiles), l'application est sur "JustUseApp" et est notée: <ul style="list-style-type: none"> - Légitimité : 100/100 - Évaluation 4.8/5 - Sécurité : 60.2/100 4. HiFive, sorti en 2022, 86 avis sur app store.
D	Quelles sont leurs structures ?	Site web et applications sur AppStore et GooglePlay
E	Quelles sont leurs tailles ? (de nombreux petits ou quelques grands)	<ol style="list-style-type: none"> 1- Association de taille moyenne avec un large réseau en France 2- Entreprise tech de taille moyenne avec une expansion croissante dans plusieurs pays 3- Start Up ou petite entreprise innovante en France 4- Petite à moyenne, avec un modèle flexible en croissance

F	Quels sont leurs produits ? Leurs prix ? Leurs conditions de vente ? Leurs pratiques commerciales ?	<ul style="list-style-type: none"> - LeDicoElix, application de dictionnaire en ligne qui traduit un mot en une vidéo de langue des signes = gratuite. - Ava, facilitateur et traducteur de langue des signes lors de réunions à distance (sous-titres en direct) = 14,99€/mois. - Pause LSF, application axée sur l'apprentissage de la langue des signes (avec des quiz et des situations du quotidien) = 90€/an ou 47€ pour 3 mois. - HiFive, application axée sur l'apprentissage de la langue des signes = premiers niveaux gratuits sinon c'est 5€/mois.
G	Quelle est leur zone d'action ?	<p>1- Principalement la France et les pays francophones. Elix propose un dictionnaire LSF en ligne pour faciliter l'accessibilité des contenus en LSF, ciblant le public français et la francophonie</p> <p>2- Amérique du Nord, Europe et Australie. Ava est très présente aux États-Unis, mais elle s'étend aussi en Europe</p> <p>3- Principalement la France</p> <p>4- Principalement en France, avec des ambitions pour des extensions internationales</p>
H	Quelle est leur politique de communication, de publicité ?	L'intégration, l'inclusivité, l'accessibilité.
I	Existe-t-il un moyen de s'associer avec eux pour des achats groupés de marchandises, de la publicité ou du partenariat en période de forte activité ?	Par exemple, un partenariat avec un des concurrents pour promouvoir l'apprentissage de la langue des signes dans notre démarche de sensibilisation.

2 – VOTRE VALEUR AJOUTÉE PAR RAPPORT A LA CONCURRENCE

Par rapport à cette concurrence, il est *indispensable* que vous arriviez à indiquer :

	VOTRE VALEUR AJOUTÉE	DÉCRIVEZ VOTRE DIFFÉRENCE
A	Quels sont les avantages concurrentiels de vos biens et/ou de vos services ?	<ul style="list-style-type: none"> - Traduction en images des signes en direct grâce à une recherche vocale sur des phrases entières.
B	Pourquoi vos clients achèteront votre bien ou service plutôt que celui de vos concurrents ?	<ul style="list-style-type: none"> - Notre application sera en partenariat avec l'Éducation nationale (+ de confiance). - Elle permet un remplacement des éducateurs spécialisés à partir d'un certain âge. Le nombre d'AESH baisse et n'est pas suffisant pour aider l'ensemble des élèves en situation de handicap. Notre application permettrait une autonomie complète des élèves sourd ou malentendant dès le collège permettant ainsi une meilleure répartition des ressources humaines sur l'ensemble des situations de handicap et du territoire. Pendant le primaire nous préconisons un suivi avec une AESh afin de bien prendre en main l'application pour les plus jeunes. - C'est un complément des appareils auditifs.
C	Quels sont les points faibles de votre offre par rapport à celle de vos concurrents ?	<ul style="list-style-type: none"> - L'application n'est pas créée pour apprendre la langue des signes, elle ne touche pas une cible aussi large que nos concurrents.