

Wework

**Présenté à : Adam Neumann &
Rebekah Paltrow**

ConsULTants de l'Université Laval

Cimon Boily
Annabelle Brossard
Catherine Roy
Heidi Turcotte

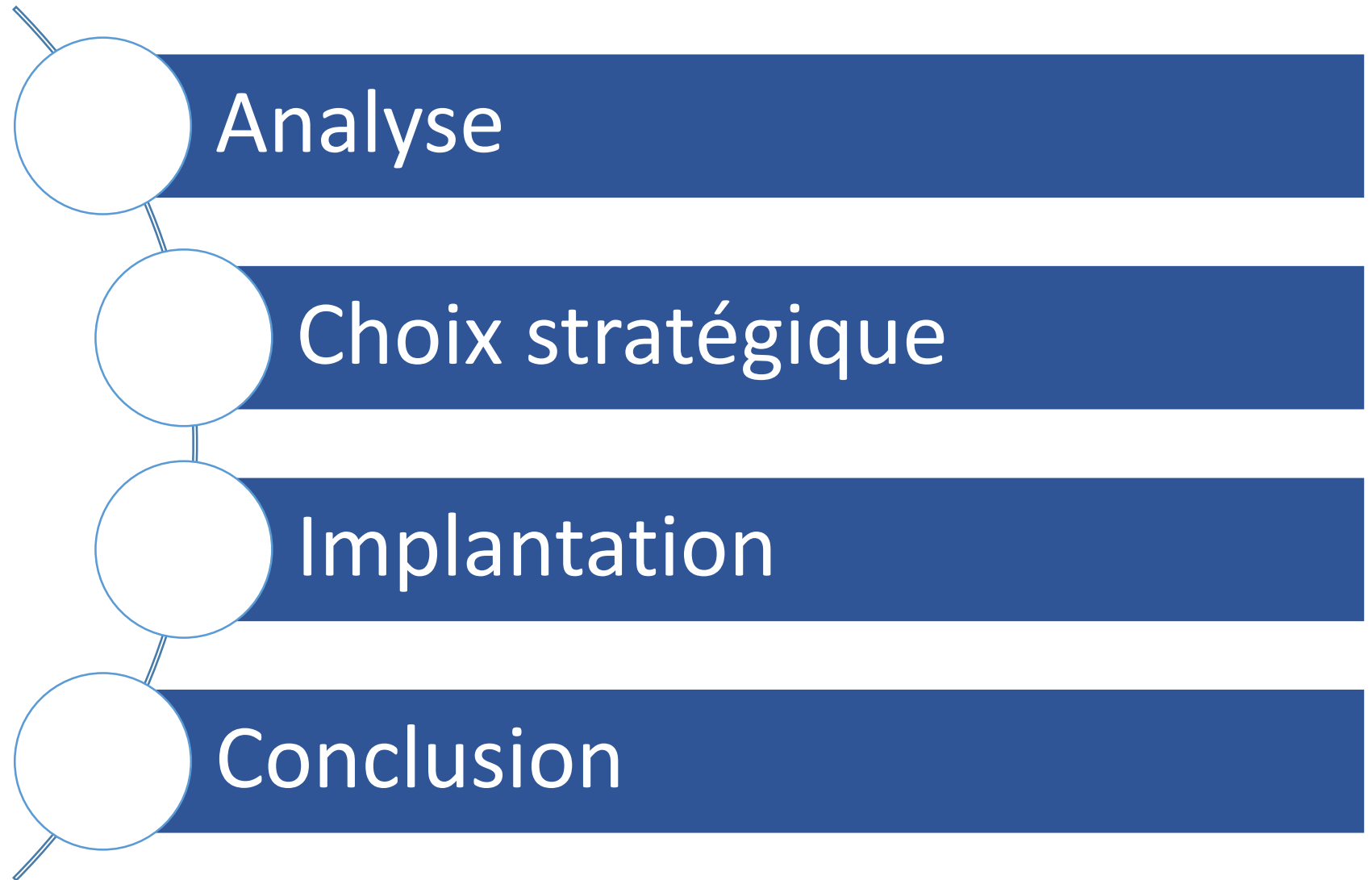
Mandat

De quelle manière peut-on accroître un portefeuille de produits, particulièrement dans le cadre d'une entreprise axé sur sa mission?

Enjeux secondaires

- Quels produits et services entraîne la plus grande incidence sur notre mission?
- Quels axes d'affaires font le plus avancer notre culture?
- Quels sont les caractéristiques et les besoins de nos membres?
- Quels sont nos attributs physiques et intellectuels?
- Quelles activités offrent des avantages stratégiques?
- Qu'est ce qui est le mieux pour nos résultats nets?

Agenda



Politiques et Légal

- Programme favorisant l'entrepreneuriat

Environnement

- On se soucie du sort de la planète et on veut porter des actions concrètes

Économique

- Importance des PME: pilier de l'économie (Création de plus de 70% des emplois privés au Canada – similaire au USA)
- Reprise de l'économie favorisant l'entrepreneuriat

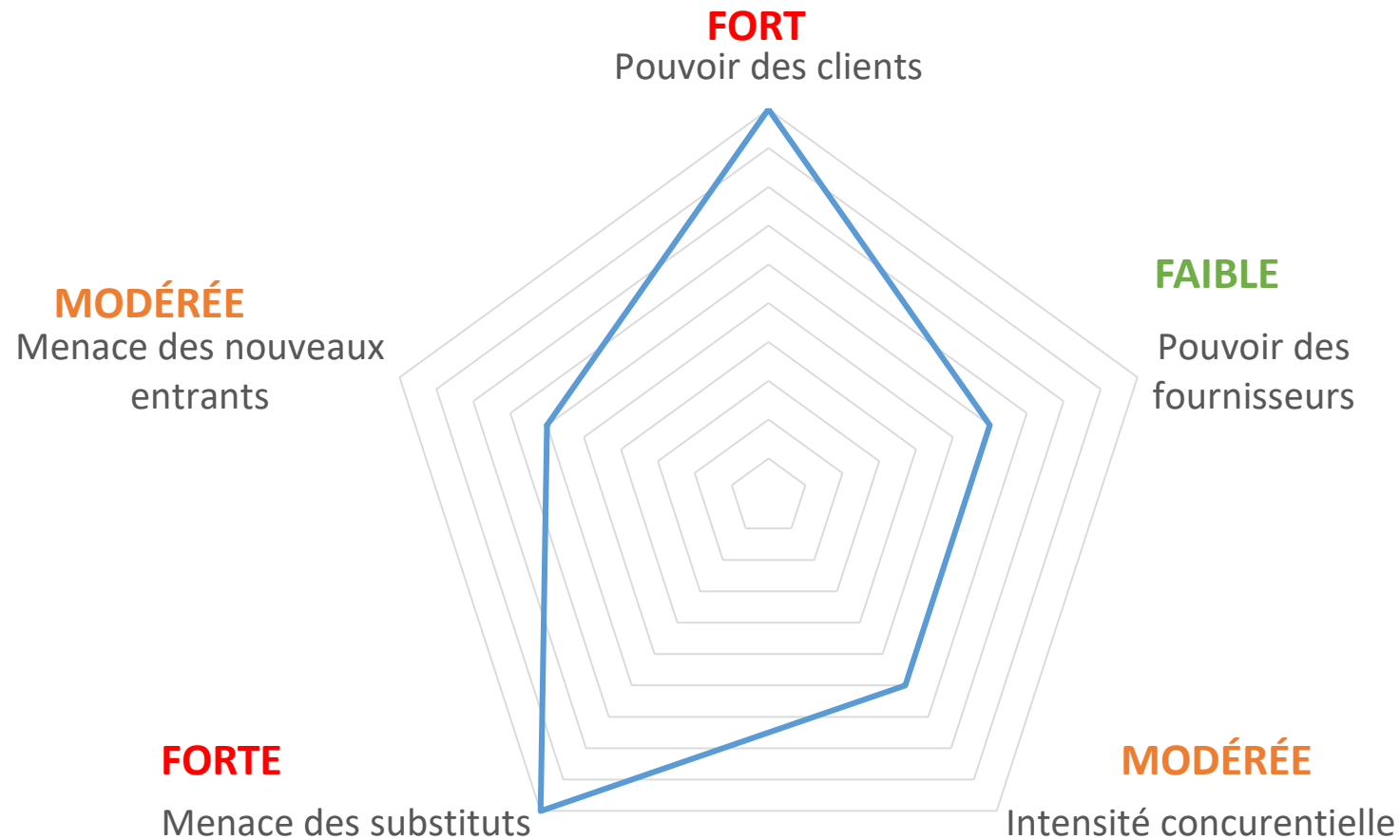
Technologie

- Nécessité constante d'être connectés
- Nouvelles technologies convoités par les entreprises

Social

- Génération Y qui préfère être son propre patron
- Génération Y qui prône l'économie de partage
- Génération Y qui communique moins face-à-face
 - Valeurs familiales
 - Population vieillissante

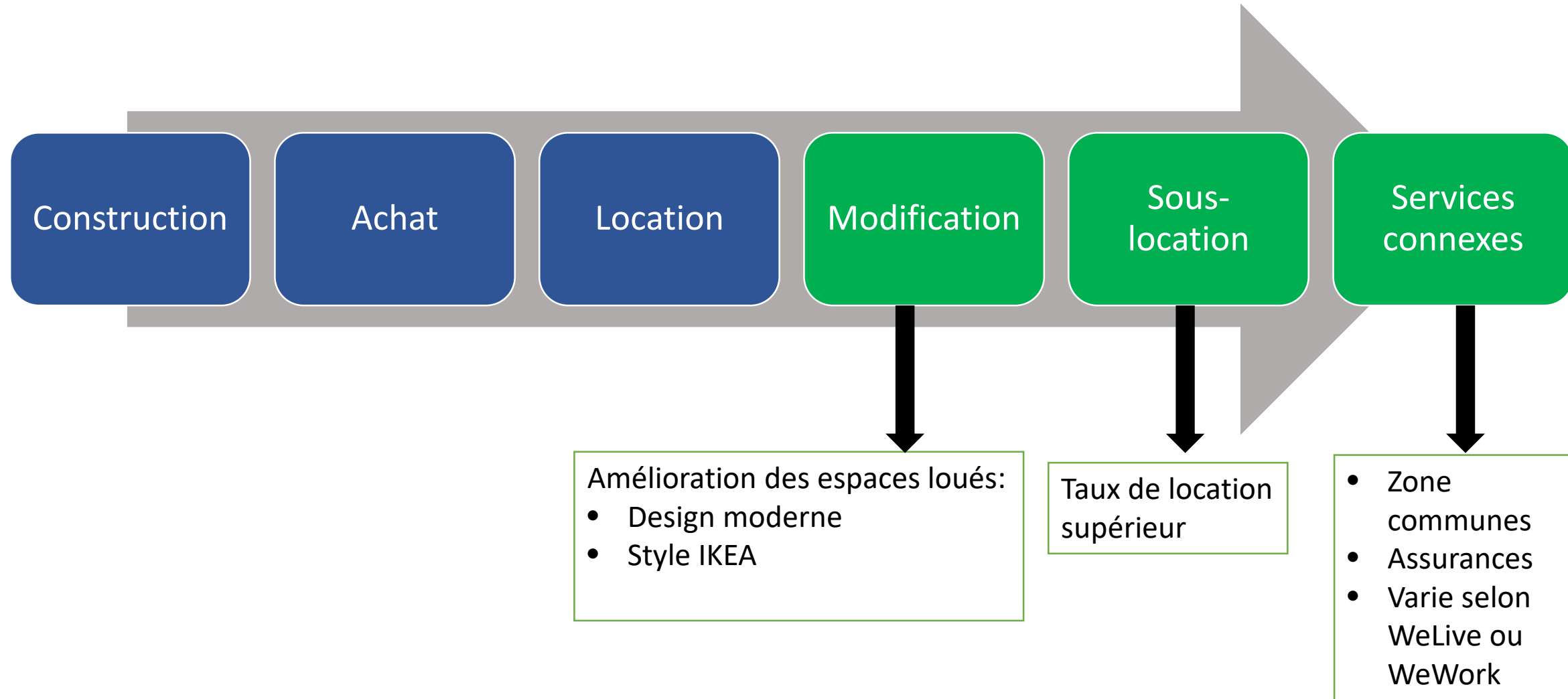
Bref, l'environnement favorise la flamme entrepreneuriale en même temps de proposer des clientèles diverses : familles, personnes âgées, etc.



Facteurs clés de succès:

- Accessibilité
- Expérience
- Taux d'occupation
- Bouche-à-oreille
- Qualité-Prix

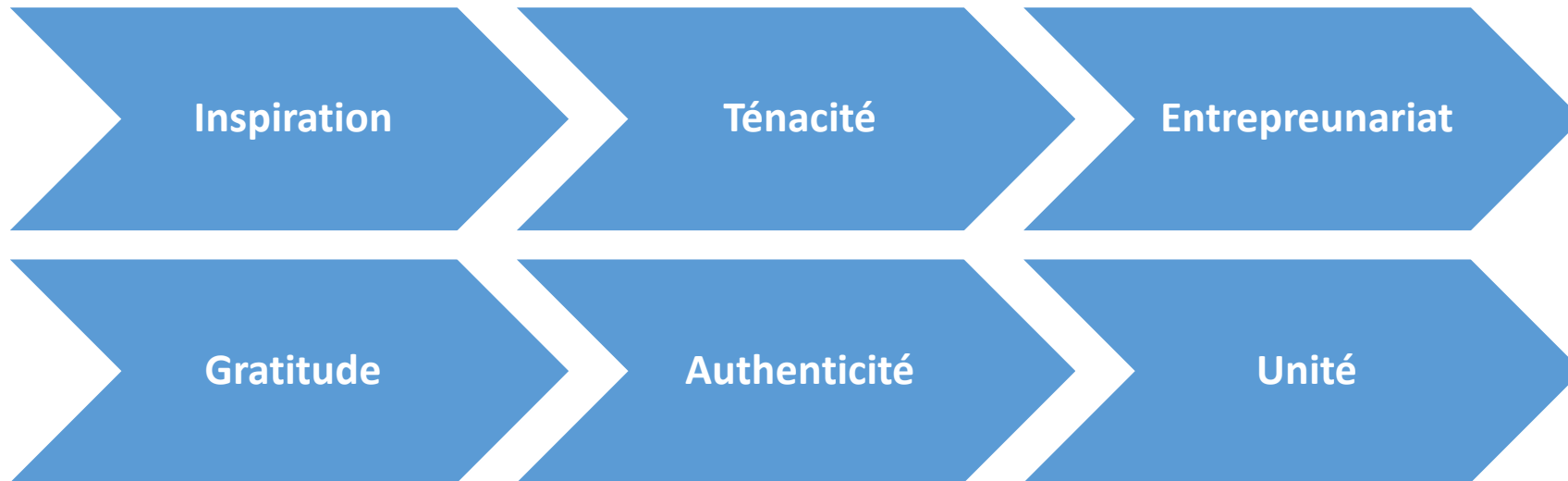
Bref, l'industrie est très dynamique et il faut demeurer très innovateurs.



L'entreprise est en mesure de **créer de la valeur** par les **améliorations locatives** qu'elle apporte et les **services connexes** qu'elle offre

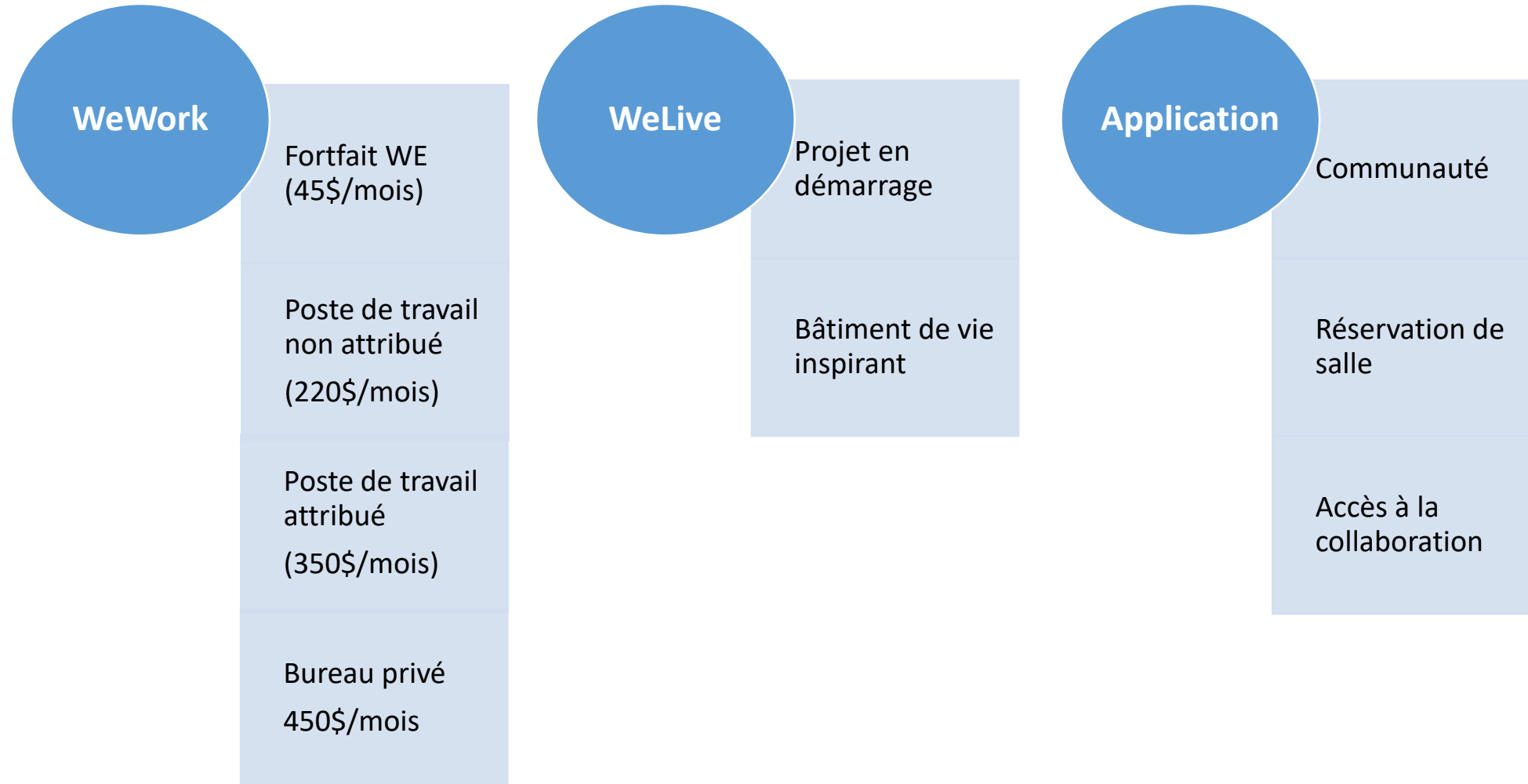
Mission:

Créer un monde où les gens travaillent pour vivre, pas juste pour survivre!



Bref, la force de l'entreprise est sa culture

WeWorld



Bref, WeWorld exporte son concept à l'international dans plus de 13 pays.

WeWorld

Actuellement!



WeWork

Jeunes
génération Y
Entreprises en
démarrage
Petites
entreprises de
services et
ONG
Professionnels
accomplis
Autres
entreprises



WeLive

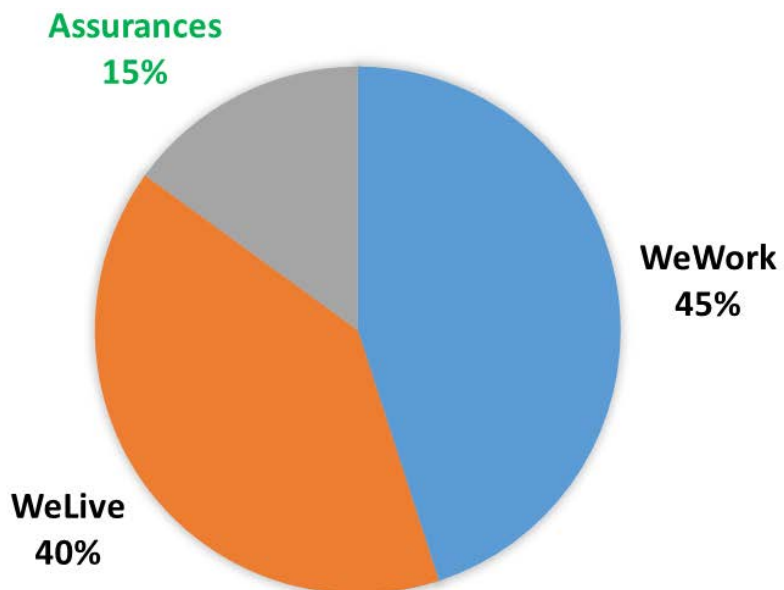
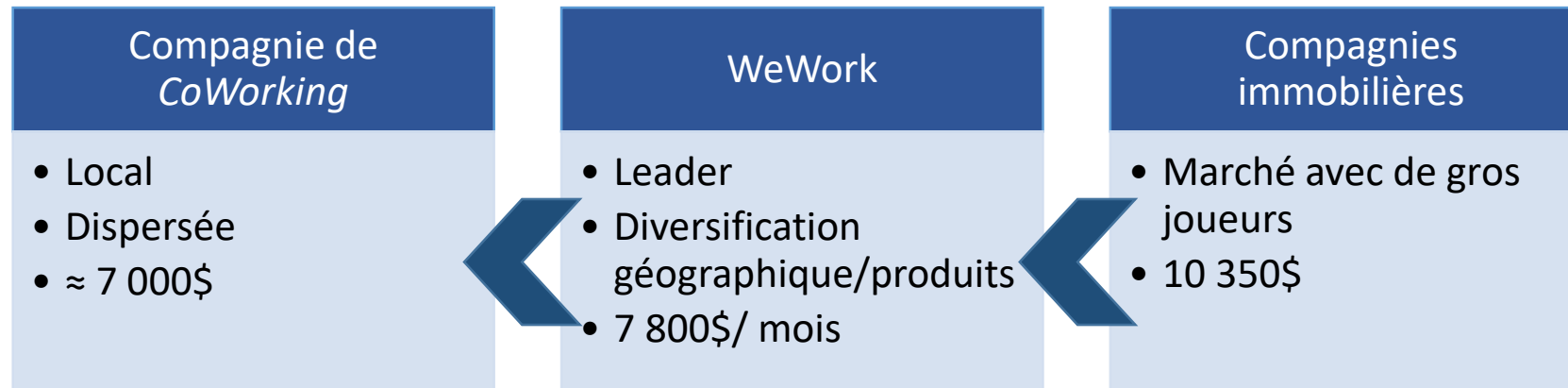
Vise
actuellement
la génération Y



Application

Vise la
communauté
WeWork

Forces de l'entreprise: marché diversifié, la collaboration, la multitude de services et architecture.



WeWork et WeLive :

produits directement liée à la mission (marges ≈5%)

Assurances : produit stratégique pour la rentabilité (marges 13%) et la liquidité

Bref, l'entreprise doit tout faire pour demeurer la leader dans son industrie

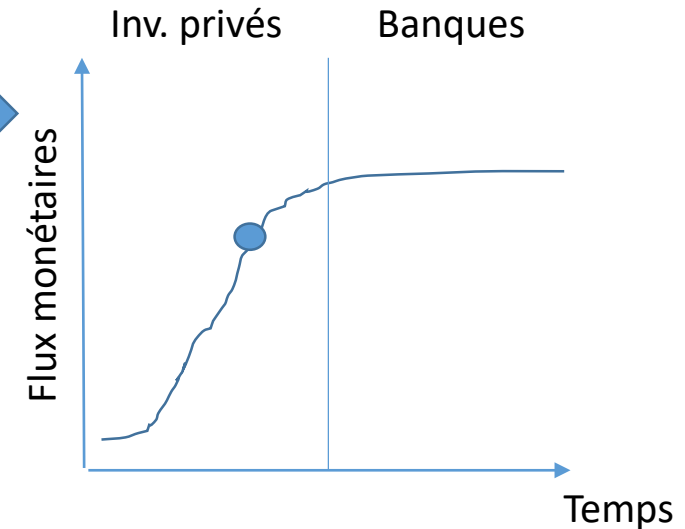
Rentabilité

Times Square :
Revenu : 160 \$/ p2
Coût : 58 \$/ p2
≈ 36%
Marge brute : 60%

Excellent

Solvabilité

Investisseurs privés
Pourquoi ?
- Aucune immobilisation
- Démarrage
Risqué
Aucune IPO



Actionnaire majoritaire (70%):
Adam Neumann & Rebekah Paltrow

ATTENTION : CROISSANCE EXPONENTIELLE

Mise de fonds:
300 000\$



Valeur marchande :
1.6 G\$

Bref, excellent potentiel pour l'entreprise mais **nécessité d'être prudent !**

Forces

- 6^e rang des entreprises en démarrage privées à l'échelle mondiale
- Culture d'entreprise
- Réseau mondial
- Expertise interne qualifiée
- Management
- ROI très avantageux
- Architecture
- La marque
- La communauté

Défis

- Projection ambitieuses qui ont eu mauvaise presse – reconnaissance des revenus reçus d'avance
- Connaissances spécifiques de chacun des marchés
- Difficulté à expliquer le concept sans le vivre
- Jeunesse de l'entreprise

Opportunités

- Génération Y = grand volume aux États-Unis
- Tendance au multigénérationnel
- Marché des Babyboomers
- Collaboration internationale

Crée des écosystèmes multigénérationnels

Crée des écosystèmes pour les familles

Menaces

- Économie oscillante = possibilité clients retournent dans les cafés (marché cyclique)
- Substitut: co-working existants
- Télétravail en vogue

Crée des écosystèmes pour les retraités

Développer les services pour les Y

Faisabilité

- Est-ce que l'entreprise dispose des **ressources nécessaires**?

Acceptabilité

















- Est-ce que la stratégie est en lien avec vos **valeurs** et votre **vision** ?

















Pertinence

- Est-ce que la stratégie est en lien avec vos **objectifs**?

Facteurs clés de succès - Rappel:

- Accessibilité
- Expérience
- Taux d'occupation
- Bouche-à-oreille
- Qualité-Prix

	Crée des écosystèmes multigénérationnels	Crée des écosystèmes pour les familles	Crée des écosystèmes pour les retraités	Développer les services pour les Y
Faisabilité				
Acceptabilité				
Pertinence				
Facteurs clés de succès				

	Crée des écosystèmes multigénérationnels	Crée des écosystèmes pour les familles	Crée des écosystèmes pour les retraités	Développer les services pour les Y
Faisabilité				
Acceptabilité				
Pertinence				
Facteurs clés de succès				

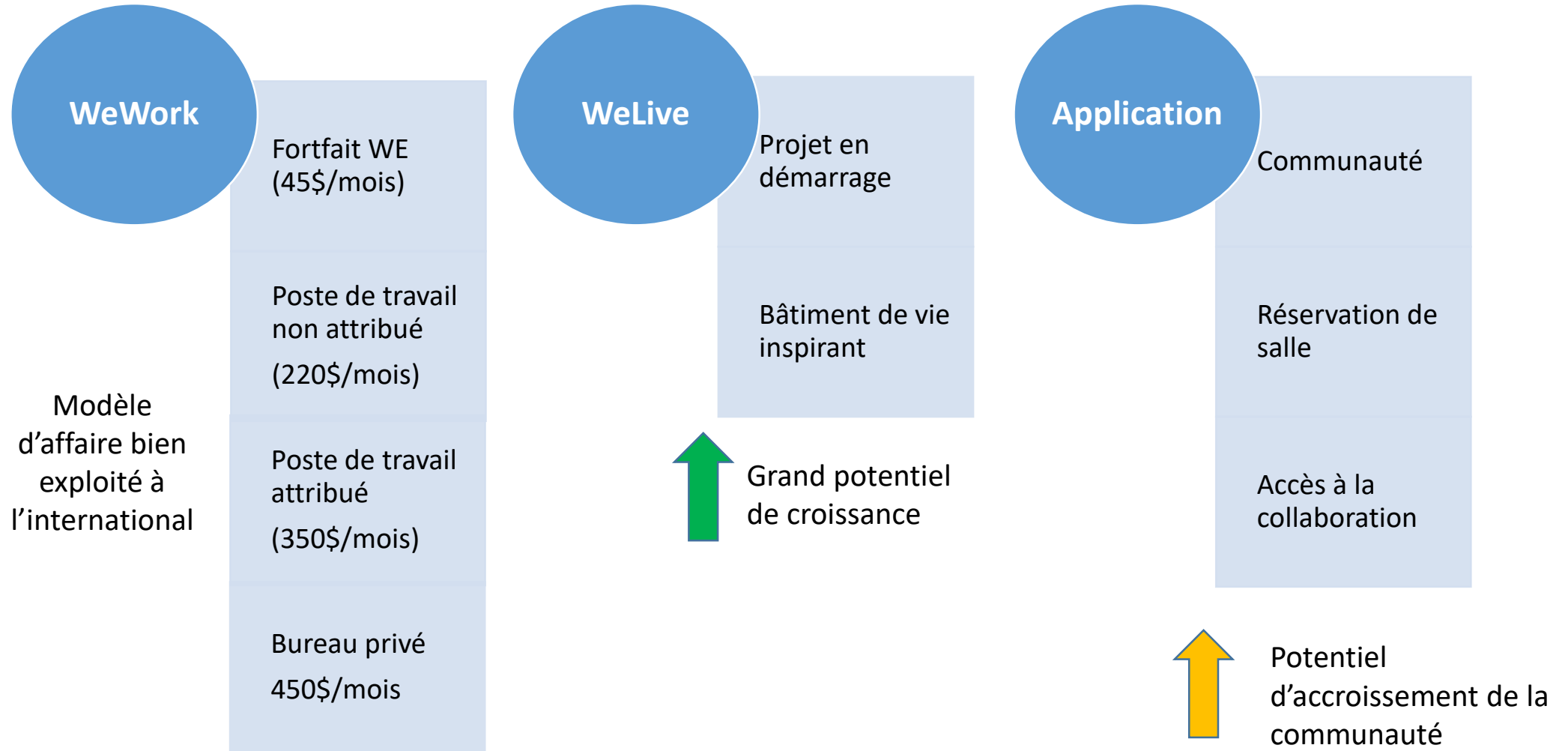
Crée des écosystèmes multigénérationnels	Crée des écosystèmes pour les familles	Crée des écosystèmes pour les retraités	Développer les services pour les Y
<ul style="list-style-type: none">• Marché porteur• Service complet• Représente la mission de l'entreprise <p>RISQUE INTÉRESSANT</p>	<ul style="list-style-type: none">• Trop segmenté• Ne représente pas la mission de l'entreprise• Risque d'innoculation élevé <p>RISQUE ÉLEVÉ</p>	<ul style="list-style-type: none">• Concurrence• Clientèle très différente et aucune expérience avec celle-ci pour se limiter uniquement à celle-ci• Problématique d'innoculation <p>RISQUE TROP ÉLEVÉ</p>	<ul style="list-style-type: none">• Marché moins porteur• Moins de services associés <p>STRATÉGIE PEU ADAPTÉE</p>



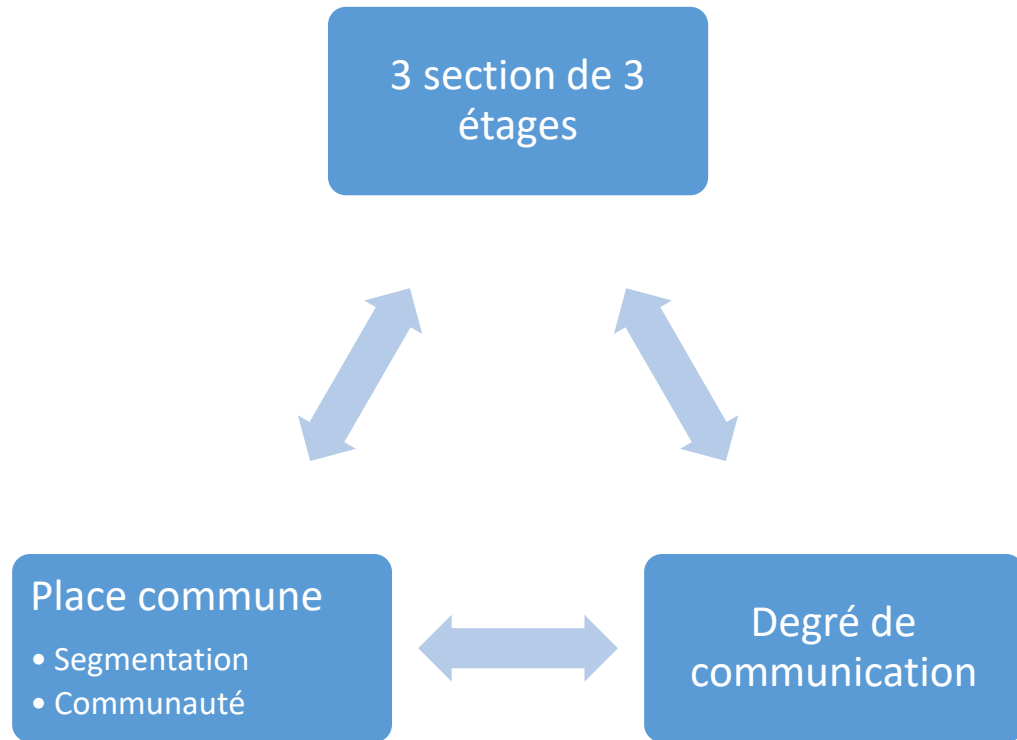
Faire
tomber les
murs!

Le concept: Utiliser votre **mission comme pivot de développement**. On brise l'isolement et favorise la cohabitation en construisant **des bâtiments multigénérationnels** avec votre **division WeLive**.

WeWorld



Bref, la division WeLive est un pivot de développement pour l'entreprise.



Génération Y Technologie Proximité du travail
Familles Services de garderies Communauté
Personnes âgées Accès aux services pharmaceutiques Proximité des services
Place commune

Bref, offrir une communauté riche et diversifié.

1. Avancement de la mission et de la culture

2. Taille de marché

3. Avantage concurrentiel

4. Valeur stratégique

Priorité nu 1: Construction du multigénérationnel

- Promouvoir les valeurs et design

Priorité nu 2: Services connexes

- Alimentaire, pharmaceutique, garderie

Priorité nu 3: Services financiers

- Assurances

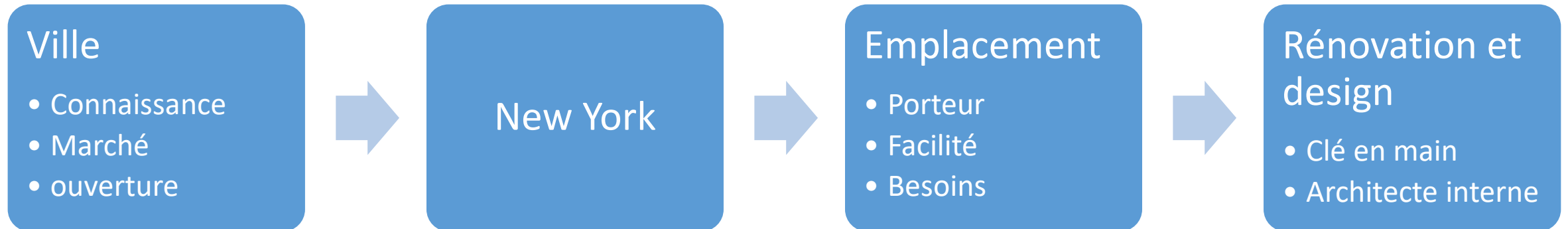
Bref, possibilité d'offrir une gamme de services complémentaires au projet afin de créer de la valeur pour le client.

Court terme

Moyen terme

Long terme

Projet pilote

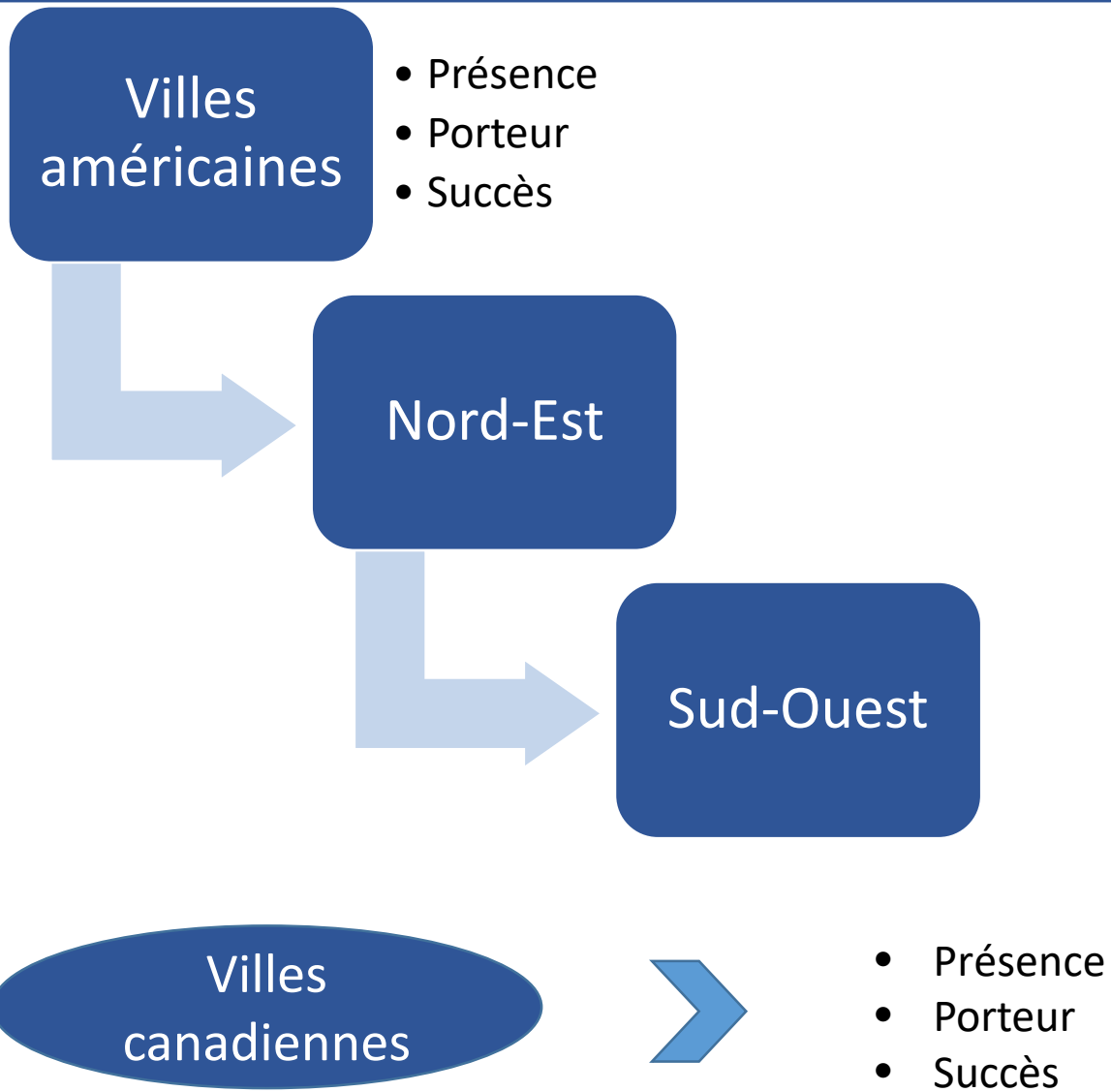


Bref, installer les bases de la communauté.

Court terme

Moyen terme

Long terme

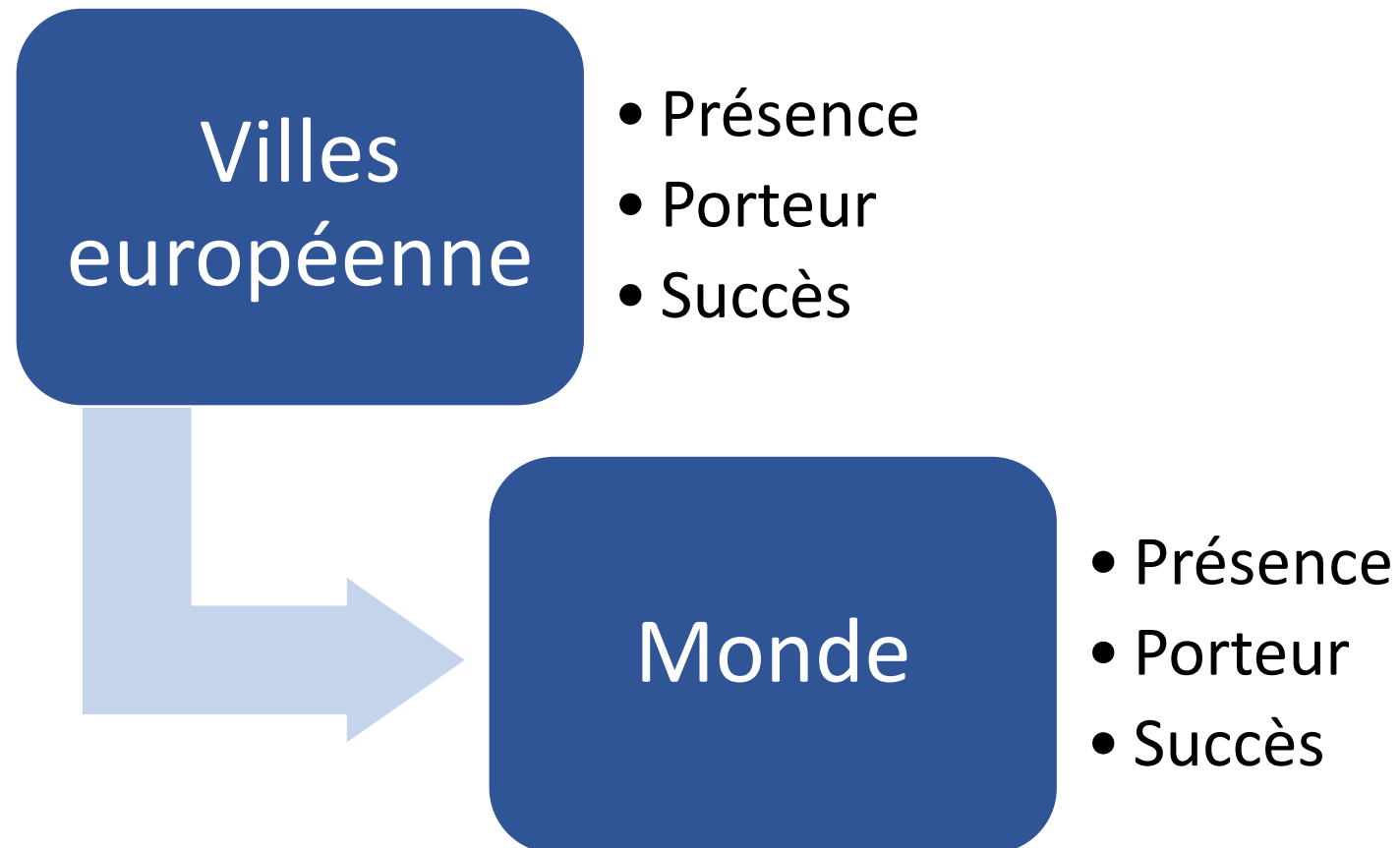


Bref, crée des communauté partout en Amérique du Nord

Court terme

Moyen terme

Long terme



Bref, crée des communautés partout dans le monde

Prévisionnels 5 ans

Implantation

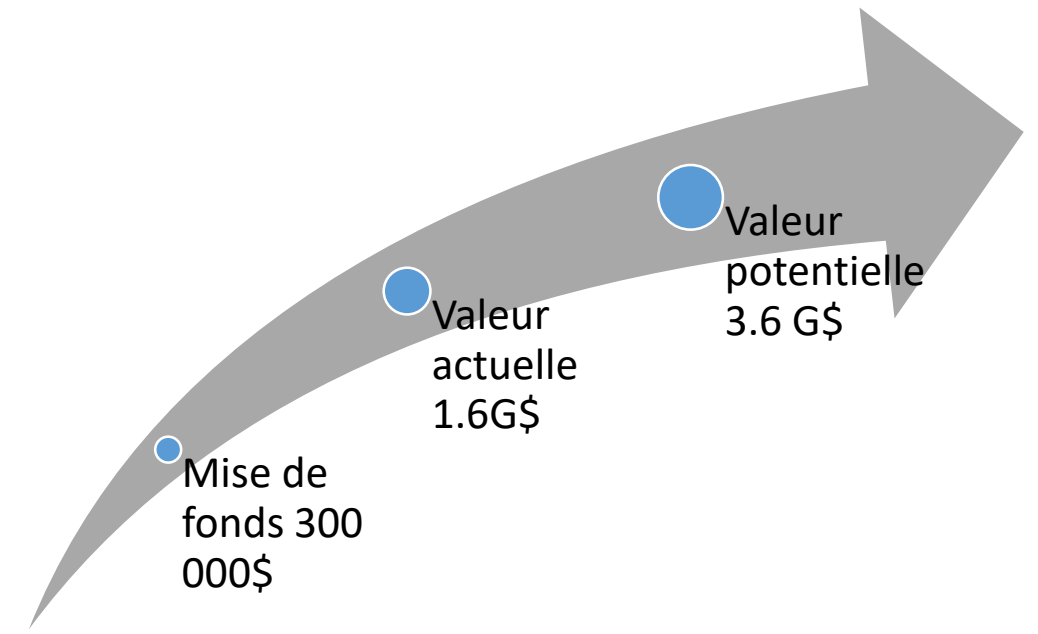
En millions de USD	2016	2017	2018	2019	2020	2021
WeWork	195 \$	450 \$	486 \$	525 \$	567 \$	612 \$
WeLive	174 \$	400 \$	452 \$	511 \$	577 \$	652 \$
Assurances	65 \$	150 \$	162 \$	175 \$	189 \$	204 \$
Ventes totales	434 \$	1 000 \$	1 100 \$	1 211 \$	1 333 \$	1 468 \$
Coûts directs	174 \$	400 \$	440 \$	484 \$	533 \$	587 \$
Bénéfice brut	260 \$	600 \$	660 \$	726 \$	800 \$	881 \$
Coûts indirect						
Salaires	65 \$	150 \$	165 \$	182 \$	200 \$	220 \$
Marketing	22 \$	80 \$	88 \$	97 \$	107 \$	117 \$
Autres (Électricité, Internet, chauff)	152 \$	300 \$	319 \$	351 \$	373 \$	396 \$
Total	239 \$	530 \$	572 \$	630 \$	680 \$	734 \$
Bénéfice d'Exploitation	22 \$	70 \$	88 \$	97 \$	120 \$	147 \$
Impôts	8 \$	25 \$	31 \$	34 \$	42 \$	51 \$
Bénéfice net	14 \$	46 \$	57 \$	63 \$	78 \$	95 \$
	3,3%	4,6%	5,2%	5,2%	5,9%	6,5%

Hypothèses	
Coûts	
Coûts directs	40%
Salaires	15%
Marketing	5%
Autres	35%
Impôt	35%
Croissance	
Inflation	2,0%
WeWork	8,0%
WeLive	13,0%
Assurances	8,0%
Long terme	5,0%
Taux de rendement	7,1%

La croissance est principalement expliquée par les **nouveaux espaces fournis** mais également l'amélioration des coûts vu le **pouvoir de négociation** sur les coûts

Taux de rendement: si IPO

Taux de croissance	6,0%	6,5%	7,1%	7,5%	8,0%
4,0%	4 046 \$	3 234 \$	2 573 \$	2 312 \$	2 025 \$
4,5%	5 306 \$	3 976 \$	3 009 \$	2 652 \$	2 275 \$
5,0%	5 306 \$	3 976 \$	3 009 \$	2 652 \$	2 275 \$
5,5%	15 386 \$	7 686 \$	4 677 \$	3 843 \$	3 077 \$
6,0%	#DIV/0!	15 106 \$	6 606 \$	5 034 \$	3 779 \$



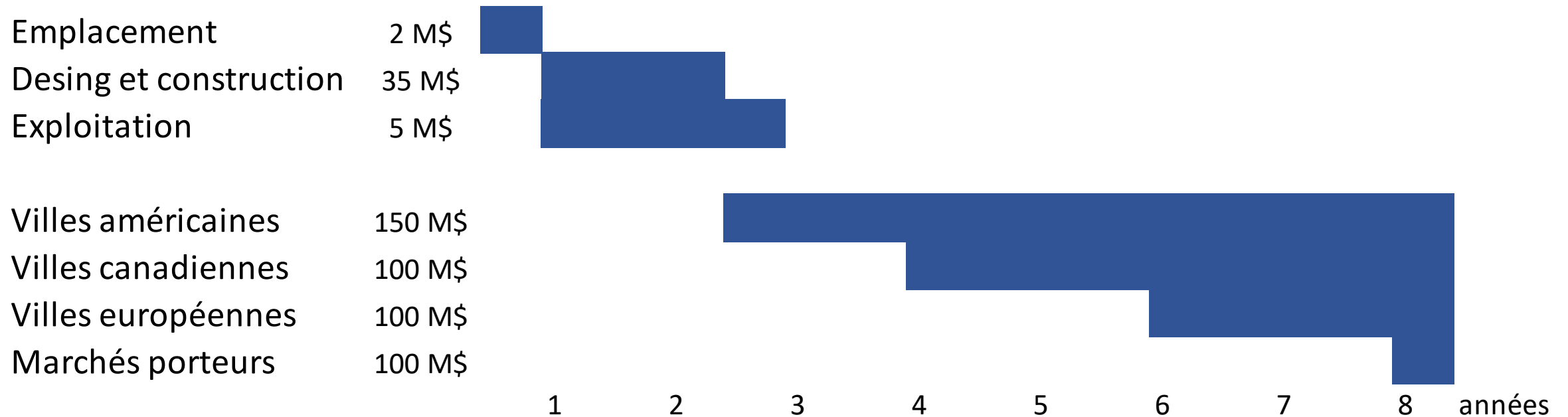
Financement possible des coûts

Investisseurs privés

IPO :

- capitalisation le permet
- moins dispendieux
- Divulgarion d'information

Bref, optimisation de la structure financière



Bref, avec cet échéancier, la stratégie sera implantée correctement

	Risques	Mesure de suivi
Financiers	<ul style="list-style-type: none">• Croissance exponentielle• Taux de change	<ul style="list-style-type: none">• Limitation de la dette et baux avec option de sortie pour être flexibles• Contrats futures
Opérationnels	<ul style="list-style-type: none">• Force de l'entreprise sur deux dirigeants sans relève• Inoccupation	<ul style="list-style-type: none">• Former un conseil consultatif et mettre en place un plan de relève DEMAIN !• Augmenter le marketing pour des occupations court terme
Stratégiques	<ul style="list-style-type: none">• Mauvaises presse• Engouement pour les familles multigénérationnelles faibles	<ul style="list-style-type: none">• Miser sur la transparence• Promotion des bénéfiques

Mandat

De quelle manière peut-on accroître un portefeuille de produits, particulièrement dans le cadre d'une entreprise axé sur sa mission?

Faire tomber les murs !

Enjeux secondaires

- Quels produits et services entraîne la plus grande incidence sur notre mission?
- Quels axes d'affaires font le plus avancer notre culture?
- Quels sont les caractéristiques et les besoins de nos membres?
- Quels sont nos attributs physiques et intellectuels?
- Quelles activités offrent des avantages stratégiques?
- Qu'est ce qui est le mieux pour nos résultats nets?
- Concept de collaboration : WeWork et WeLive
- WeWork et ultimement WeLive
- Briser isolement, collaboration, réseautage
- Design des bâtiments et le partage de connaissances
- Assurances
- Assurances