

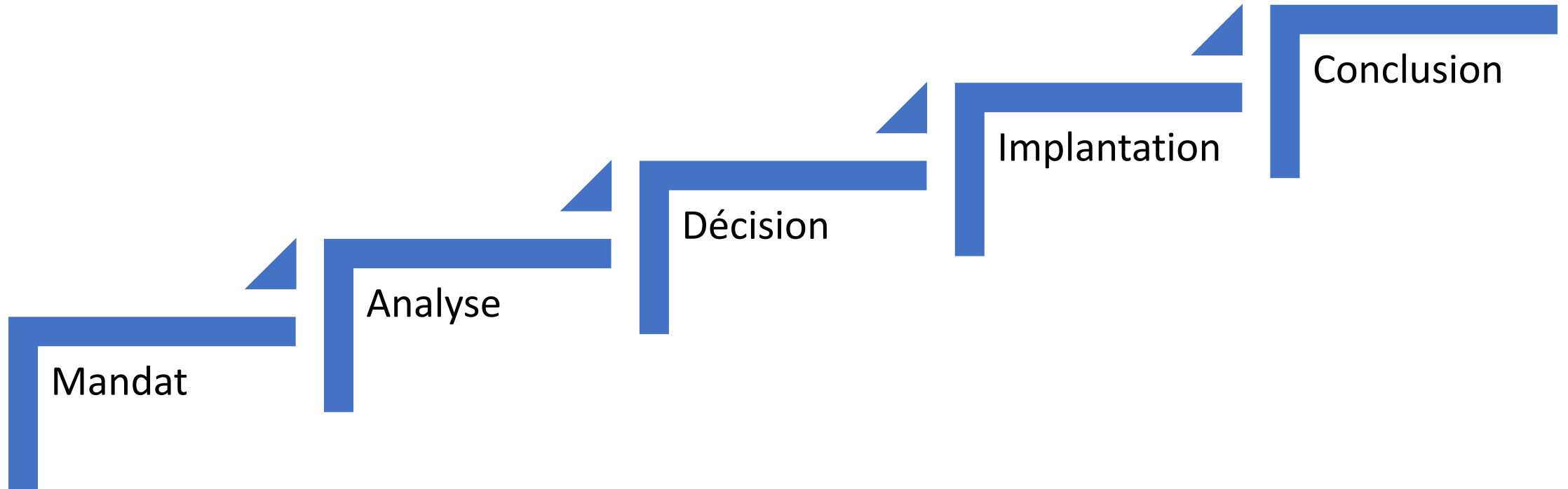
BIRCHBOX

PRÉSENTÉ MME. BARNA ET MME. BEAUCHAMP

consULTants FSA ULaval

Dany Ouellet-Tremblay | Kevin Bélanger | Francis Matte | Marilyn Croizer

AGENDA



MANDAT

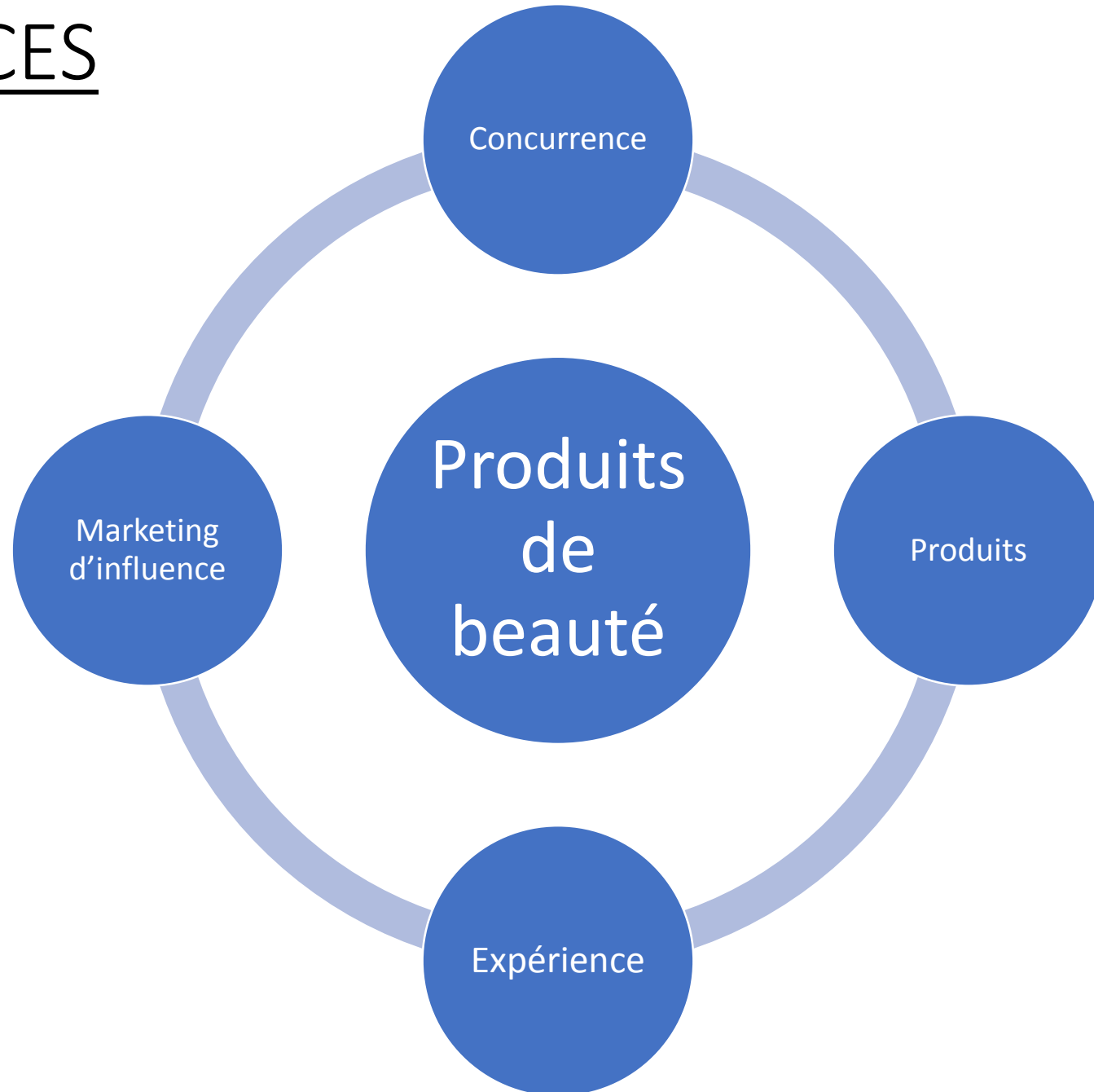
Atteindre la rentabilité d'ici 2018.

Enjeux secondaires:

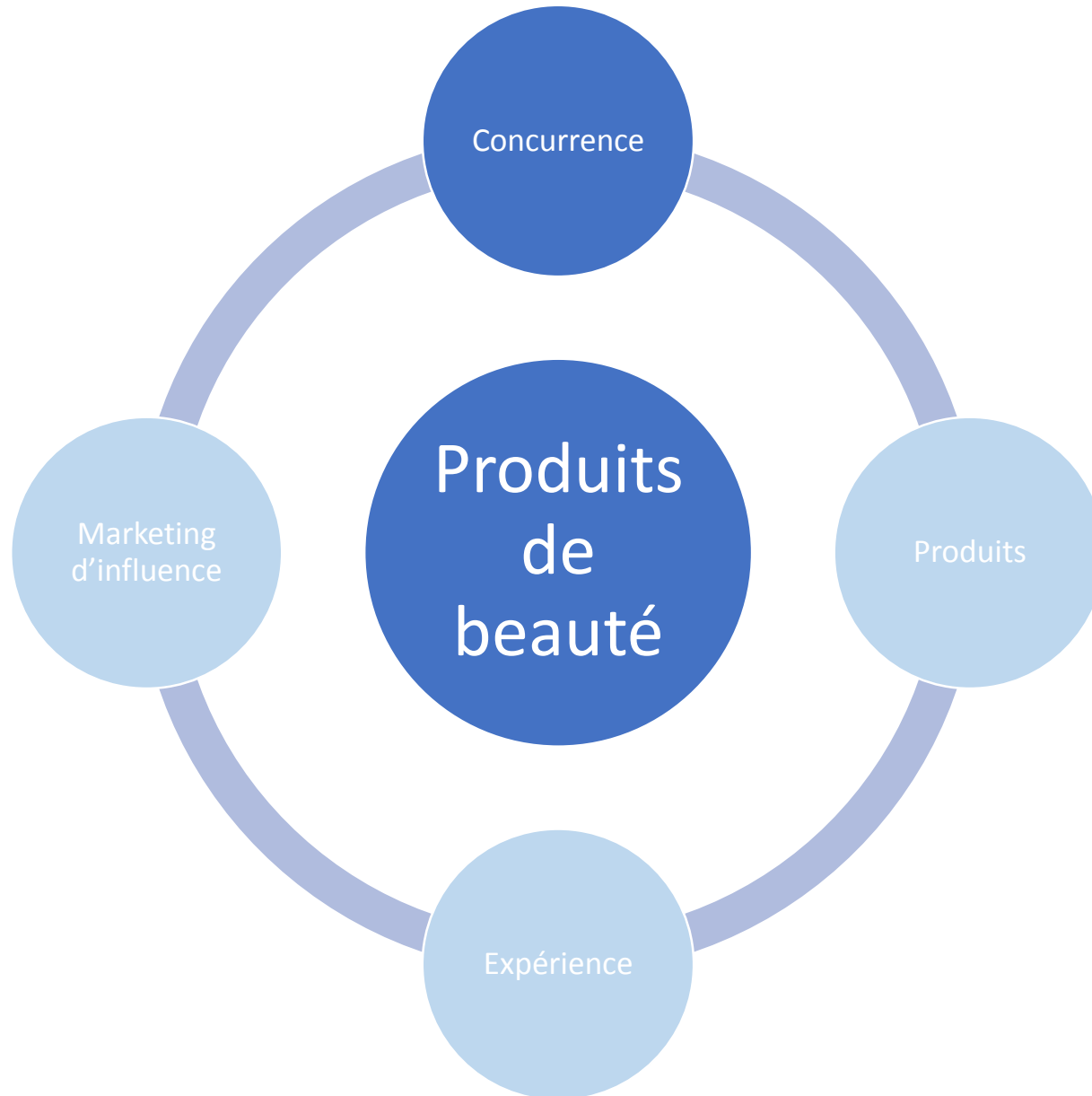
- Attirer les investisseurs;
- Optimiser les opérations;
- Augmenter la conversion vers les produits réguliers.

ANALYSE

TENDANCES



TENDANCES



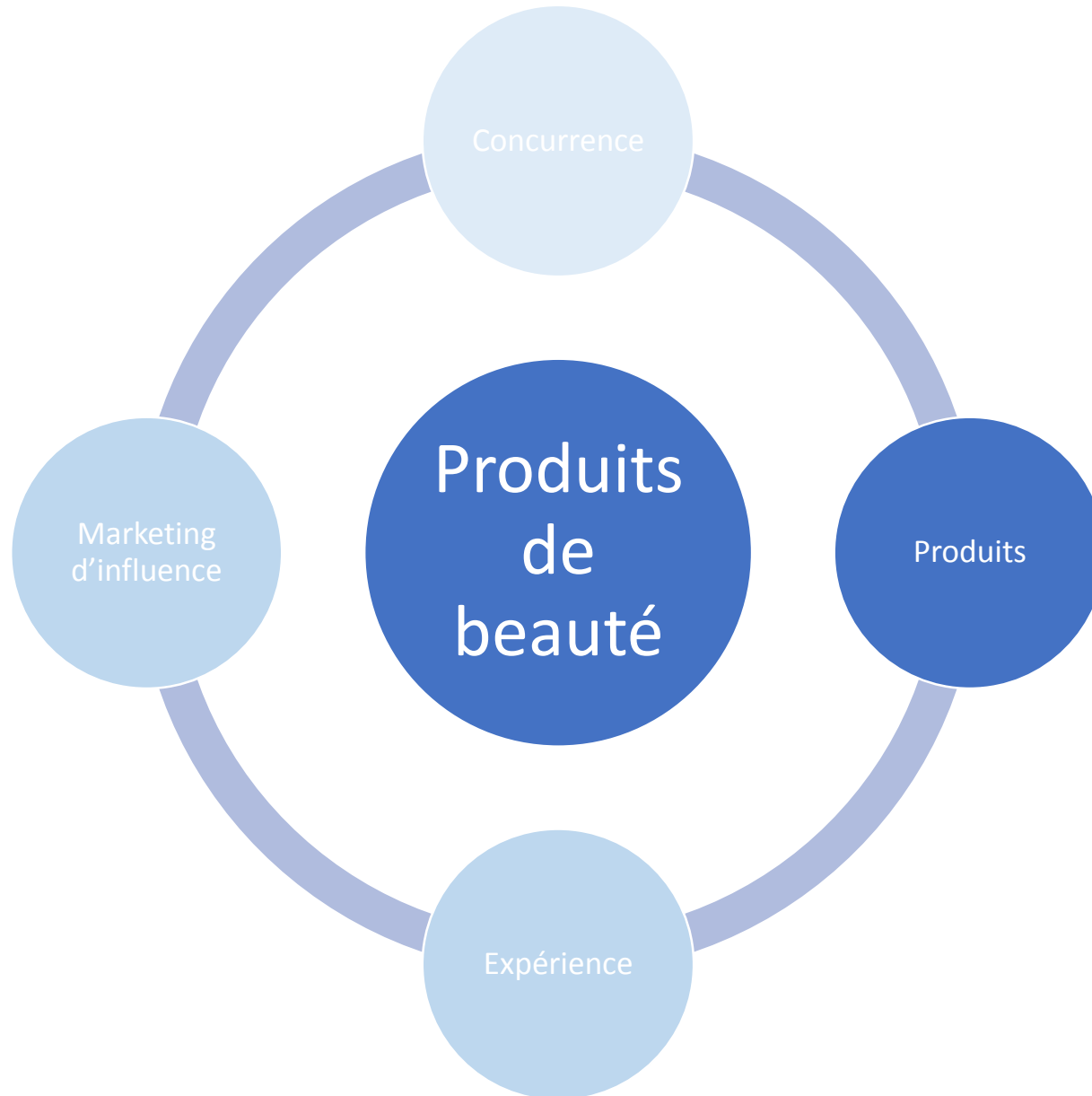
FACTEURS:

- Peu de barrières à l'entrée
- Plusieurs entreprises offrent les mêmes produits et services (boxes)

IMPLICATIONS:

- Modèle d'affaire risqué
- Dépendance

TENDANCES



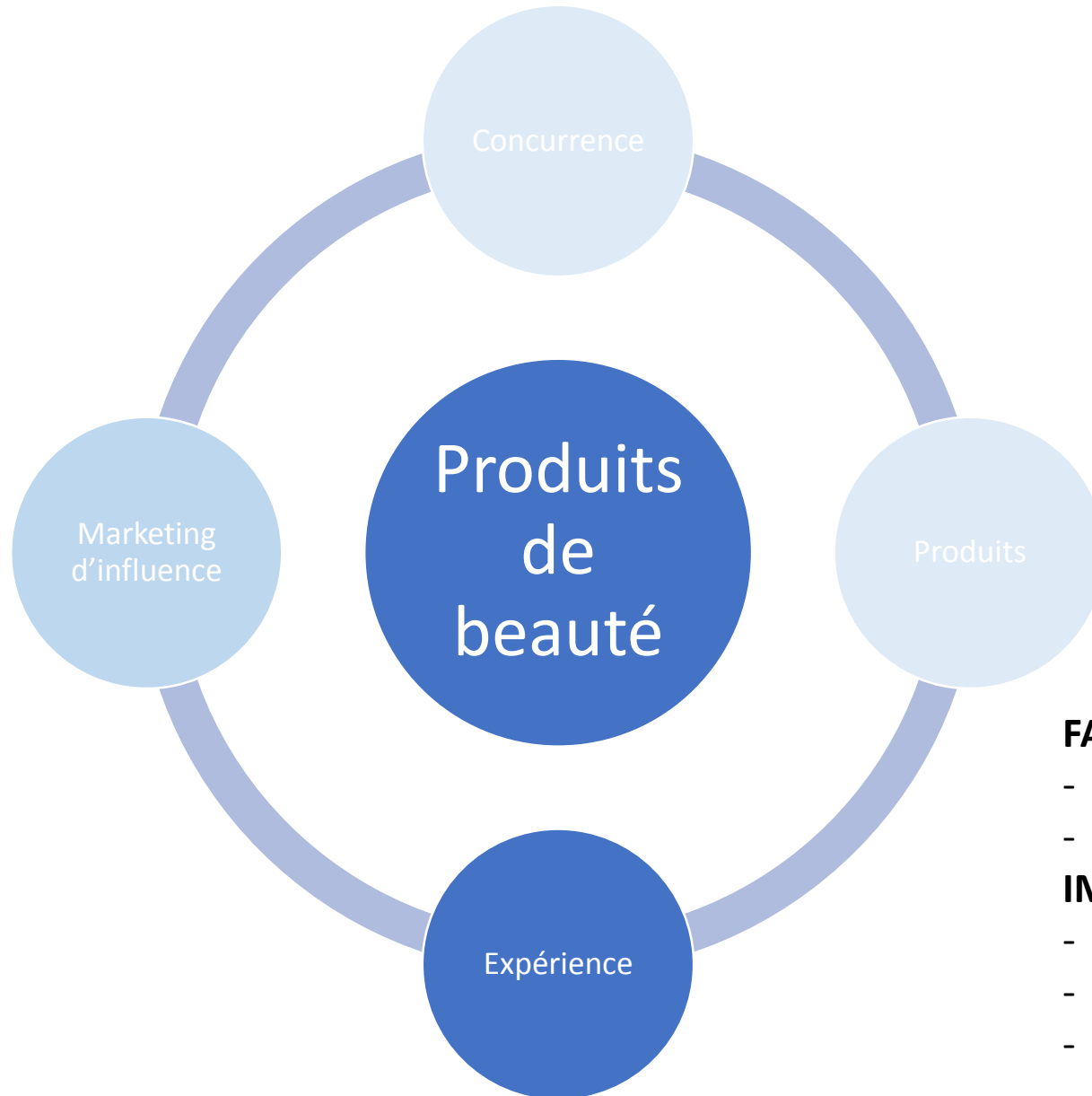
FACTEURS:

- Maquillage démocratisé
- Usage récréatif VS utilitaire

IMPLICATIONS:

- Internationalisation
- Innovation de nouveaux produits (nouveaux besoins)

TENDANCES



FACTEURS:

- Personnalisation de l'offre
- Expérience de consommation

IMPLICATIONS:

- Processus de d'achat plus long
- Duplication des besoins
- Besoins plus précis et spécifiques

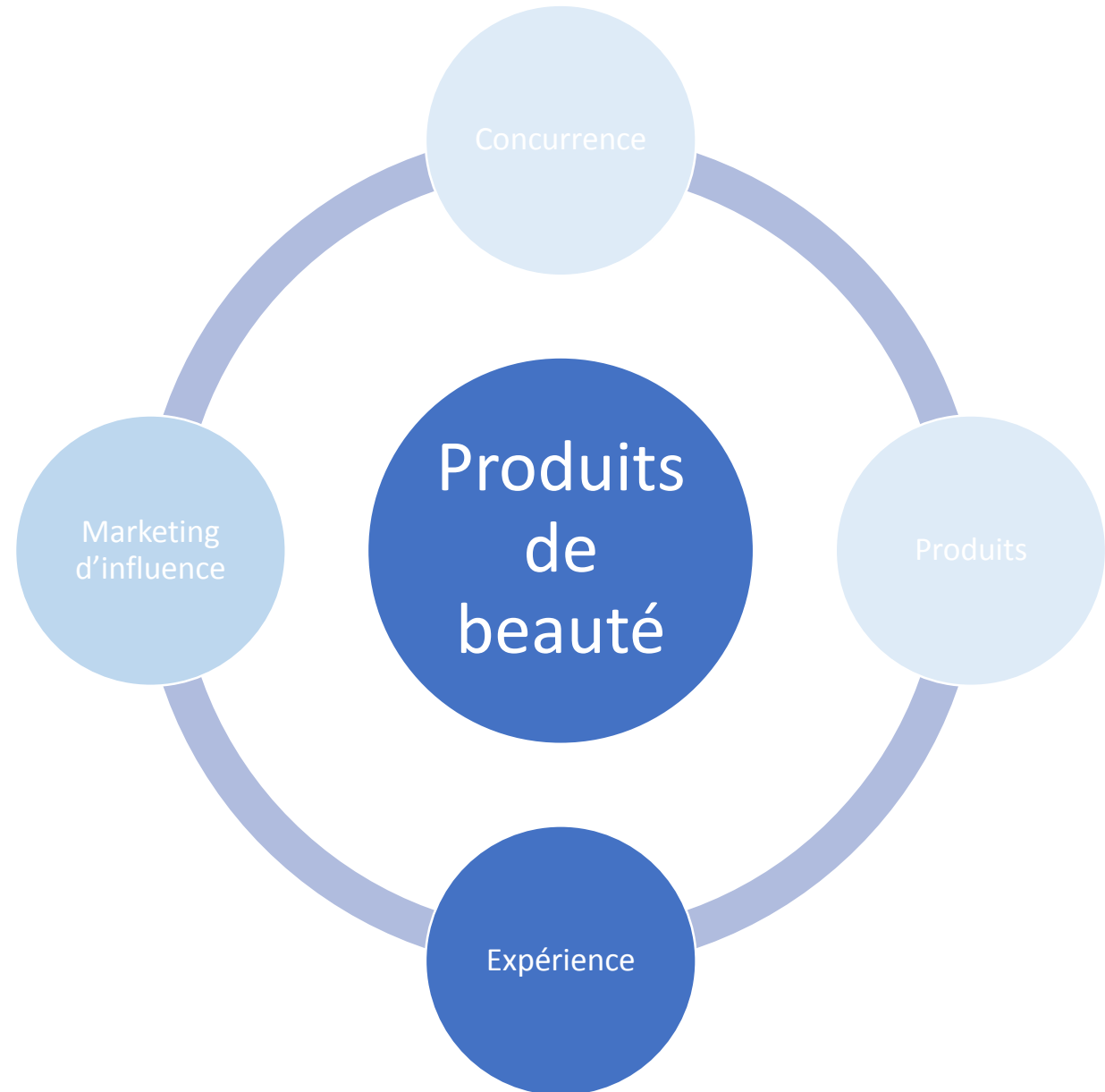
TENDANCES

FACTEURS:

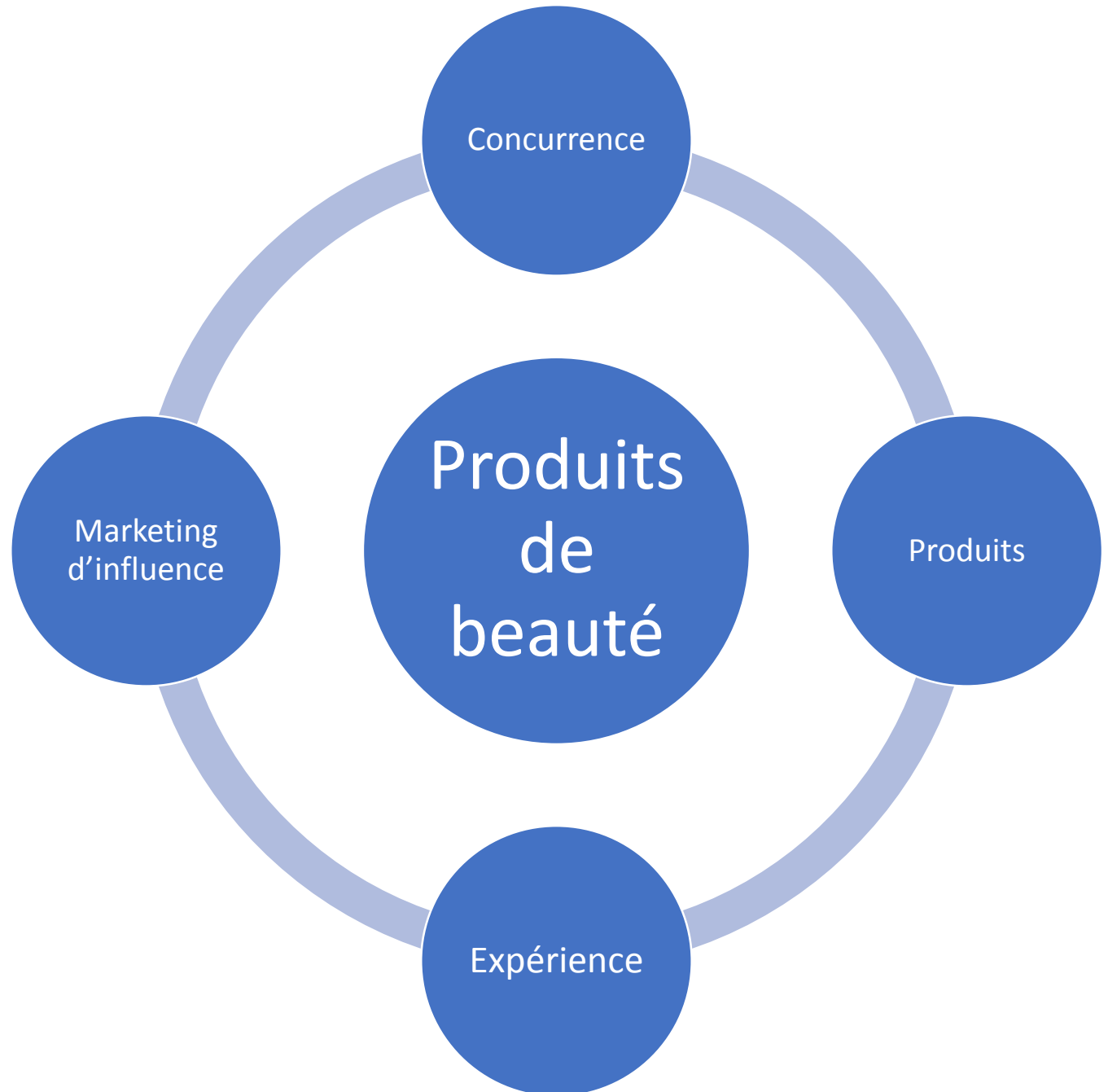
- Inbound marketing
- Marketing de contenu
- Influenceur : une profession

IMPLICATIONS:

- Taux de conversion (macro, niche, micro)
- Achat en ligne



TENDANCES



Facteurs clés de succès

- Loyauté de la clientele
- Personnalisation
- Distribution efficiente

MARCHÉ

**Produits
capillaires**

**Produits
pour la peau**

Maquillage

Parfum

20\$



10\$

MARCHÉ

**Produits
capillaires**

**Produits
pour la peau**

Maquillage

Parfum

20\$



10\$

**Glossbox
21\$**

MARCHÉ

**Produits
capillaires**

**Produits
pour la peau**

Maquillage

Parfum

20\$



10\$

Glossbox
21\$

Shepura
10\$

MARCHÉ

Produits
capillaires

Produits
pour la peau

Maquillage

Parfum

20\$



10\$

Glossbox
21\$

Ipsy
10\$

Neopora
10\$

MARCHÉ

Produits
capillaires

Produits
pour la peau

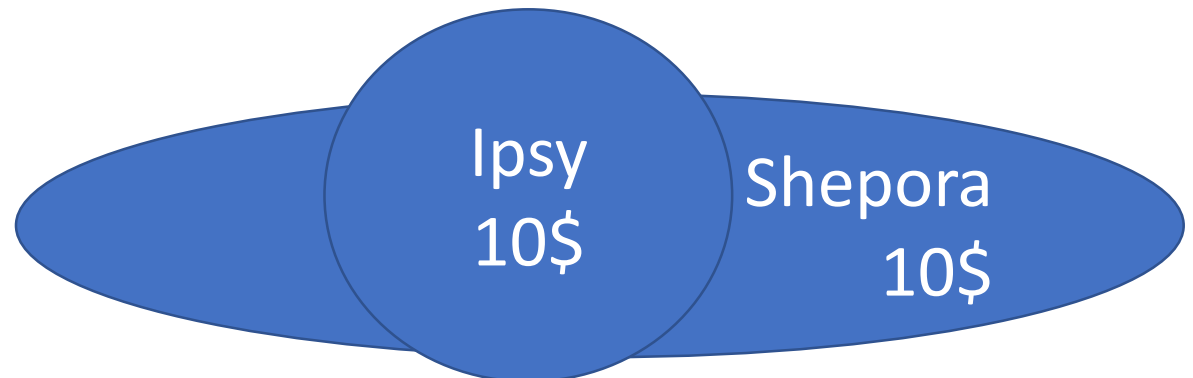
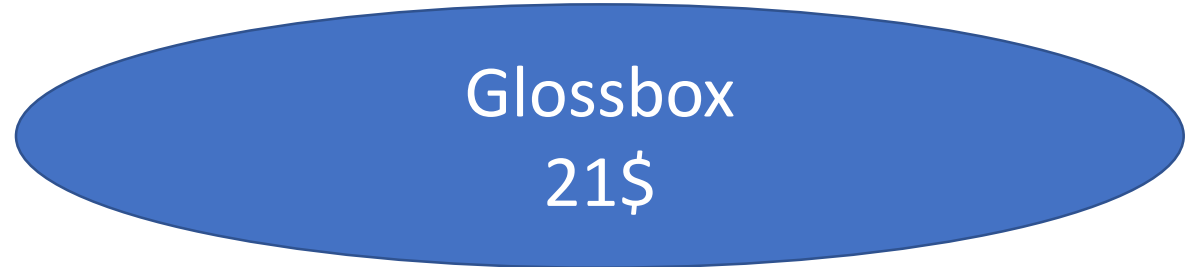
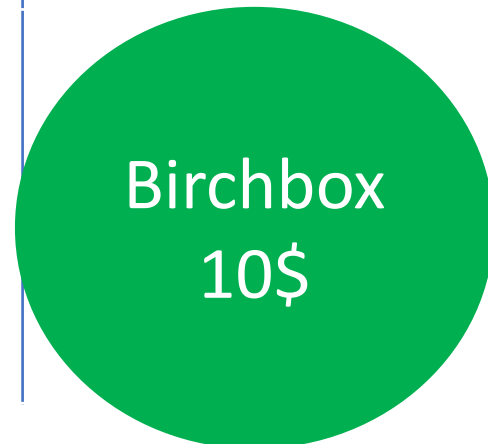
Maquillage

Parfum

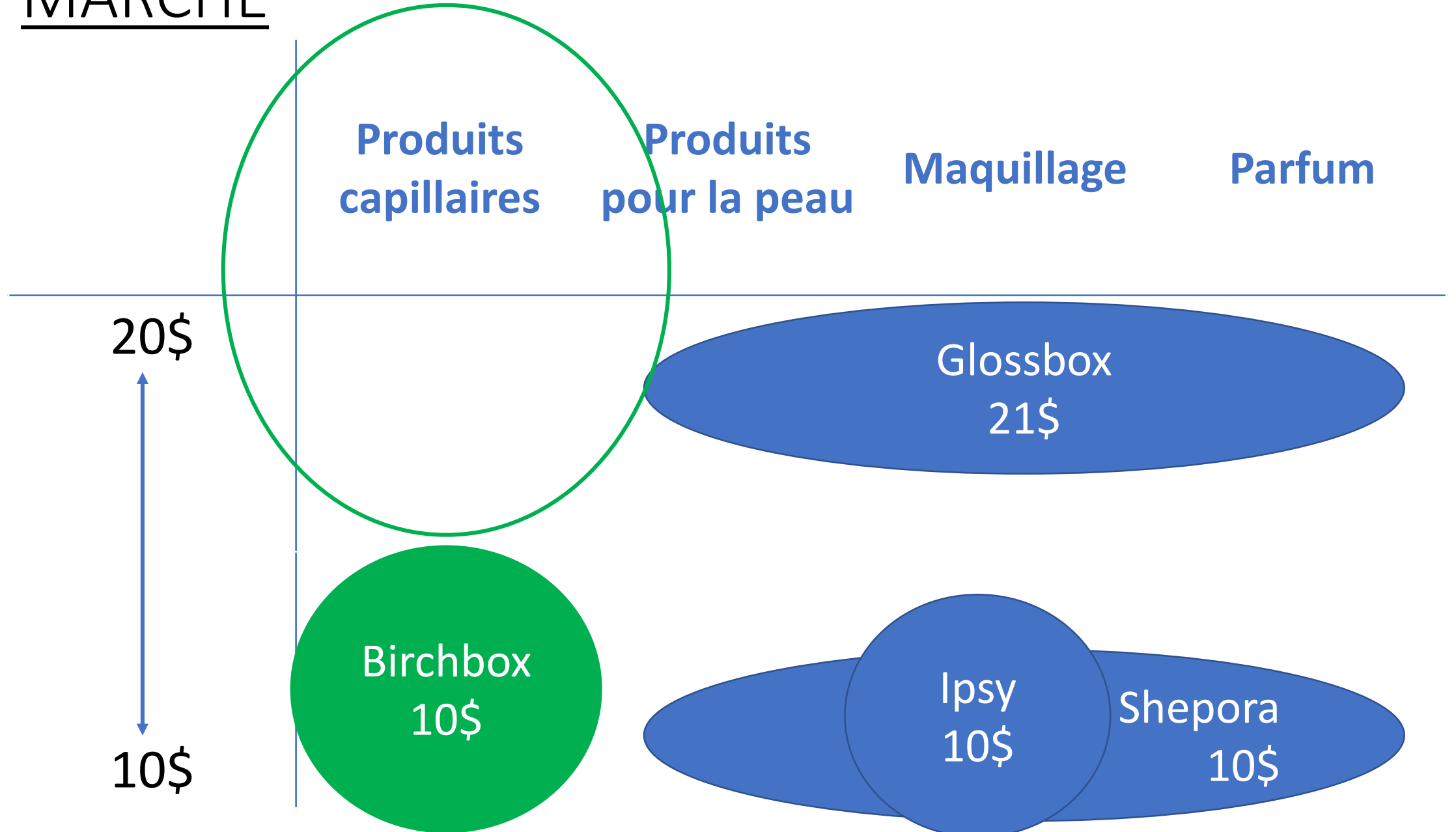
20\$



10\$



MARCHÉ



MARCHÉ

Produits
capillaires

Produits
pour la peau

Maquillage

Parfum

20\$

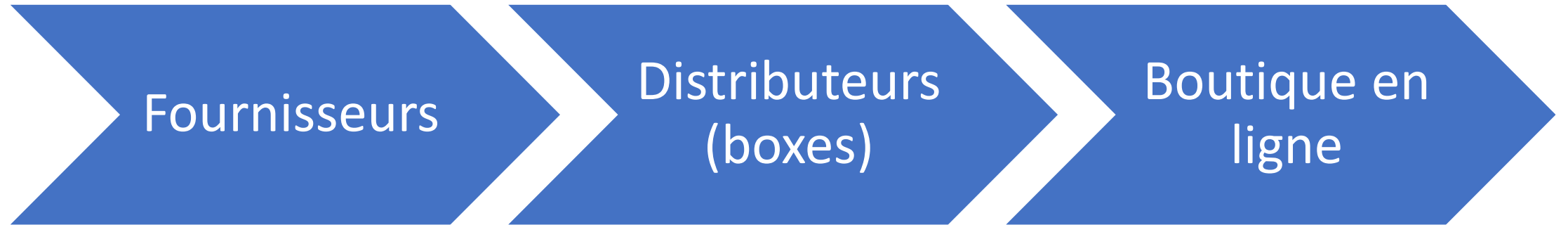
10\$

Birchbox
10\$

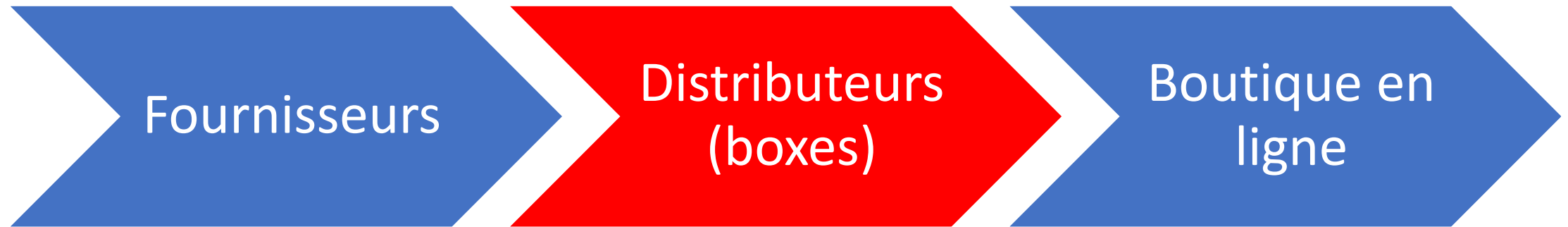
Opportunité :

Niche en produits capillaires et
en personnalisation de l'offre

CHAÎNE DE VALEUR

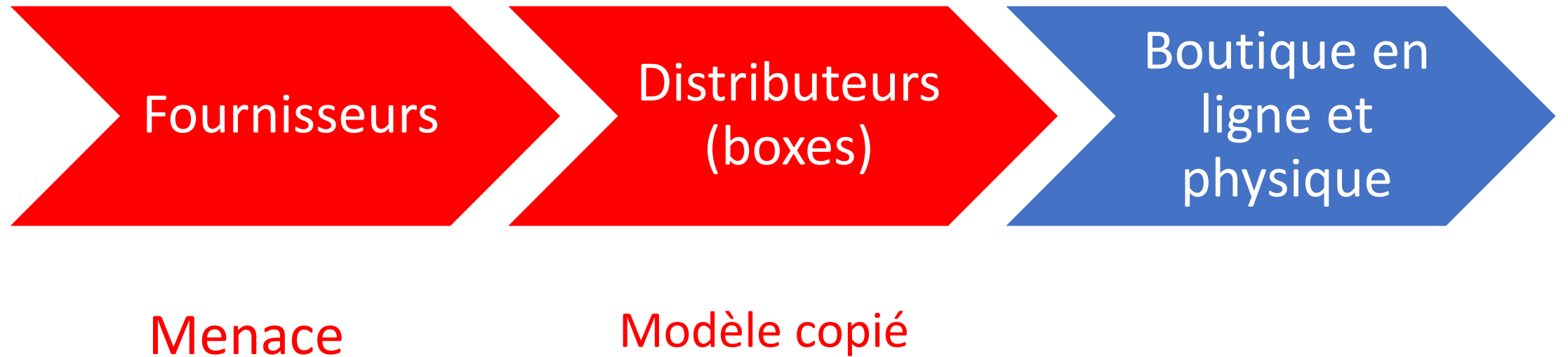


CHAÎNE DE VALEUR

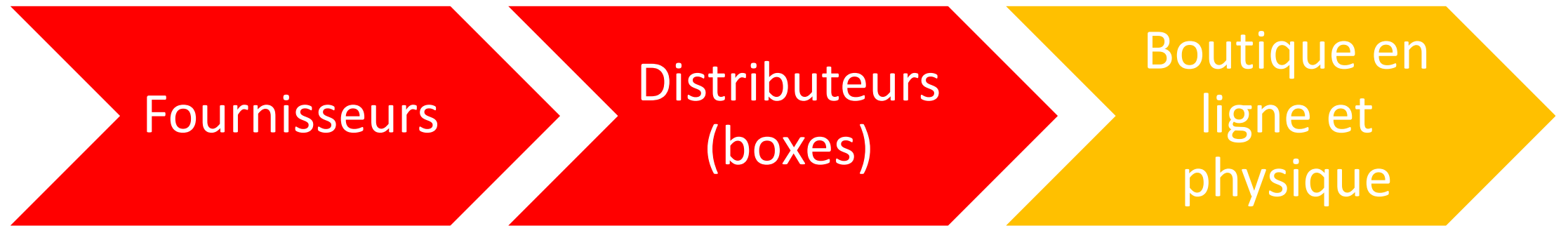


Modèle copié

CHAÎNE DE VALEUR



CHAÎNE DE VALEUR



Menace

Modèle copié

CLIENT TYPE



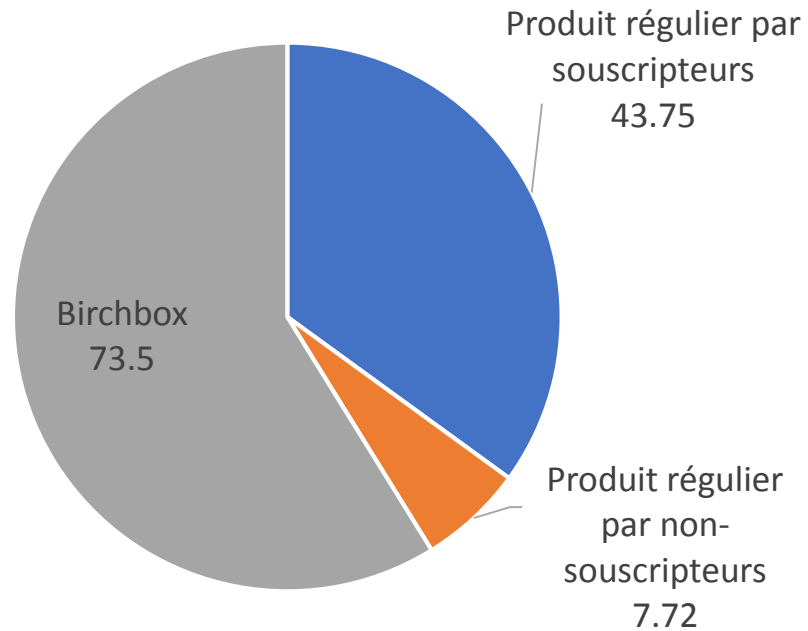
Stéphanie, 31 ans

- Jeune maman
- Travailleuse
- Prends soin d'elle
- Besoin de produits adaptés

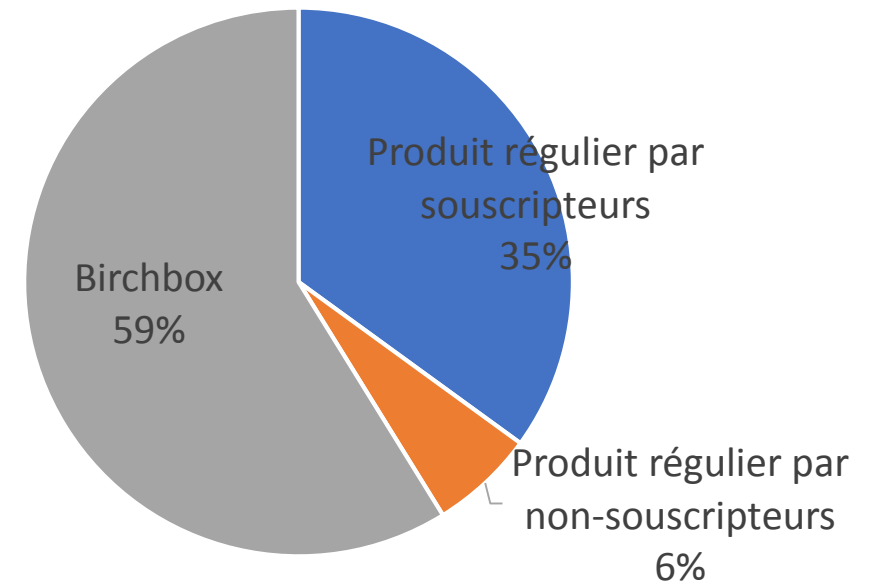
ANALYSE FINANCIÈRE

ANALYSE DE LA CLIENTÈLE

Segmentation des revenus (millions)



Segmentation des revenus (%)



Taux de conversion des souscripteur à 50%
Les hommes constituent 35% des revenus
Taux de croissance annuel des revenus pour homme : 97%

ANALYSE FINANCIÈRE

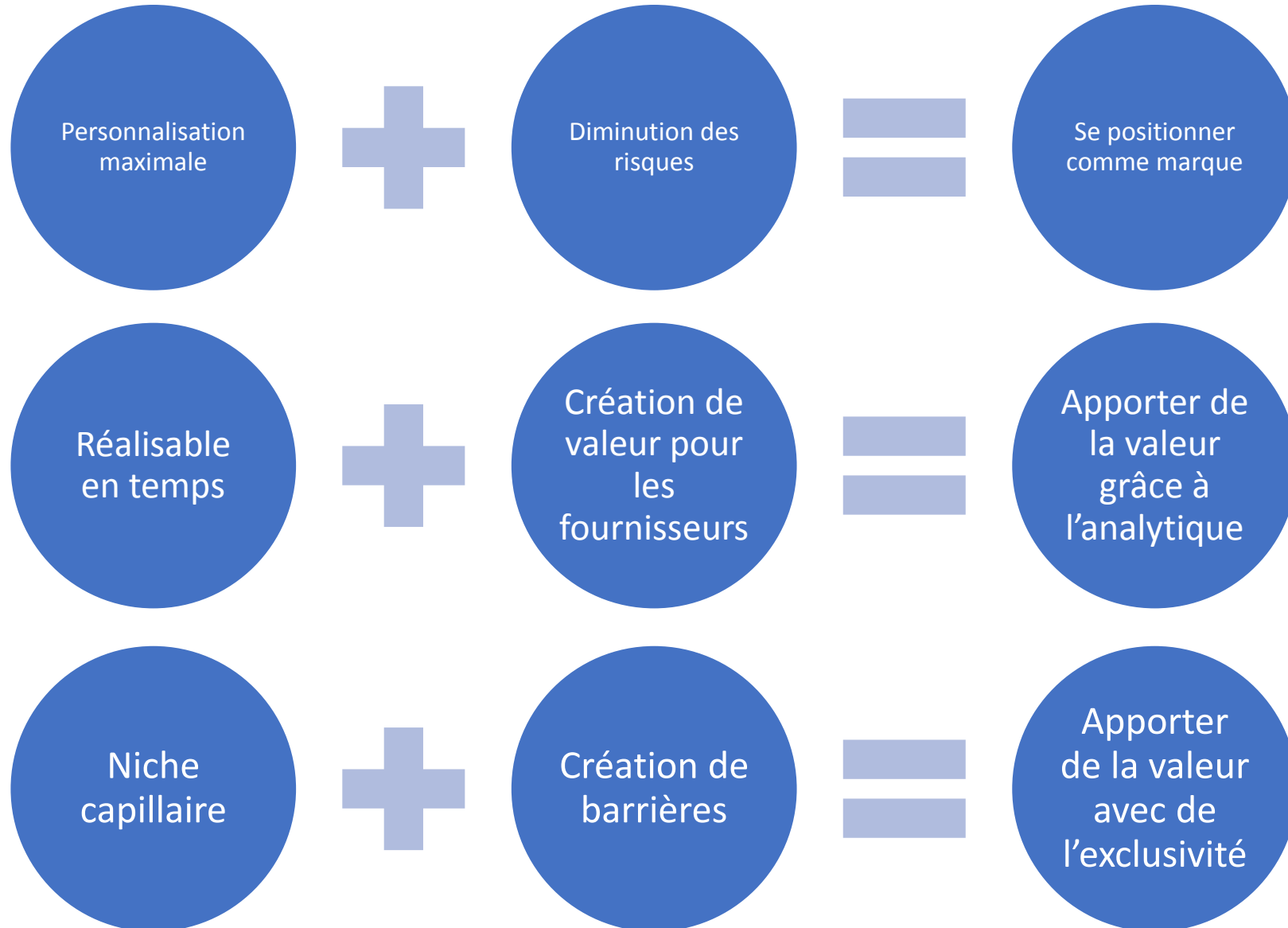
Paiement d'une portion de la dette due en 2018

Direction averse au risque

Nous recherchons une stratégie afin d'obtenir des flux de trésorerie croissants et stables

DÉCISION

OPTIONS STRATÉGIQUES



CRITÈRE DE DÉCISIONS

Acceptabilité

- L'option crée de la valeur pour Birchbox
- L'option correspond à la mission et aux valeurs de Birchbox

Faisabilité

- L'option est réalisable dans un calendrier raisonnable
- L'option est réalisable avec les ressources de Birchbox

Pertinence

- L'option exploite les opportunités de l'environnement et mitige les menaces
- L'option exploite les forces et comble les faiblesses de Birchbox

Facteurs clés de succès

- Personnalisation
- Distribution efficiente
- Loyauté de la clientèle



- Entièrement



- Partiellement



- Aucunement

DÉCISION

Acceptabilité

- L'option crée de la valeur pour Birchbox
- L'option correspond à la mission et aux valeurs de Birchbox

Faisabilité

- L'option est réalisable dans un calendrier raisonnable
- L'option est réalisable avec les ressources de Birchbox

Pertinence

- L'option exploite les opportunités de l'environnement et mitige les menaces
- L'option exploite les forces et comble les faiblesses de Birchbox

Facteurs clés de succès

- Personnalisation
- Distribution efficiente
- Loyauté de la clientèle

Se positionner
comme
marque



Apporter de la
valeur grâce à
l'analytique



Apporter de la
valeur avec
l'exclusivité



DÉCISION

Acceptabilité

- L'option crée de la valeur pour Birchbox
- L'option correspond à la mission et aux valeurs de Birchbox

Faisabilité

- L'option est réalisable dans un calendrier raisonnable
- L'option est réalisable avec les ressources de Birchbox

Pertinence

- L'option exploite les opportunités de l'environnement et mitige les menaces
- L'option exploite les forces et comble les faiblesses de Birchbox

Facteurs clés de succès

- Personnalisation
- Distribution efficiente
- Loyauté de la clientèle

Se positionner
comme
marque



Apporter de la
valeur grâce à
l'analytique



Apporter de la
valeur avec
l'exclusivité



DÉCISION

Acceptabilité

- L'option crée de la valeur pour Birchbox
- L'option correspond à la mission et aux valeurs de Birchbox

Faisabilité

- L'option est réalisable dans un calendrier raisonnable
- L'option est réalisable avec les ressources de Birchbox

Pertinence

- L'option exploite les opportunités de l'environnement et mitige les menaces
- L'option exploite les forces et comble les faiblesses de Birchbox

Facteurs clés de succès

- **Personnalisation**
- Distribution efficiente
- Loyauté de la clientèle

Se positionner
comme
marque



Apporter de la
valeur grâce à
l'analytique



Apporter de la
valeur avec
l'exclusivité



DÉCISION

Acceptabilité

- L'option crée de la valeur pour Birchbox
- L'option correspond à la mission et aux valeurs de Birchbox

Faisabilité

- L'option est réalisable dans un calendrier raisonnable
- L'option est réalisable avec les ressources de Birchbox

Pertinence

- L'option exploite les opportunités de l'environnement et mitige les menaces
- L'option exploite les forces et comble les faiblesses de Birchbox

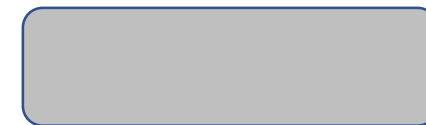
Facteurs clés de succès

- **Personnalisation**
- Distribution efficiente
- Loyauté de la clientèle

Se positionner
comme
marque



Apporter de la
valeur grâce à
l'analytique



Apporter de la
valeur avec
l'exclusivité



IMPLANTATION

Le succès sera votre exclusivité

STRATÉGIE

Phase 1: Contrat d'exclusivité

Phase 2: Mieux segmenter l'offre

Phase 3: Augmenter la conversion

STRATÉGIE

Phase 1: Contrat d'exclusivité

- Crée des barrières aux concurrents et encourager la loyauté de la clientèle;
- Sécuriser des investissements et partenariats

Phase 2: Mieux segmenter l'offre

Phase 3: Augmenter la conversion

CRITÈRES

Préférence pour
les produits
capillaires

Présence
limitée sur vos
marchés

Marques en
fortes
croissance

Marque qui
correspond à la
clientèle cible

Fabrication
responsable

OFFRES AUX PARTENAIRES POSSIBLES

Offrir une participation dans Birchbox

Accès aux informations du marchés

Outils de pénétration de marché performant

Contrôle du distributeur et intérêt à faire croître Birchbox

STRATÉGIE

Phase 1: Contrat d'exclusivité

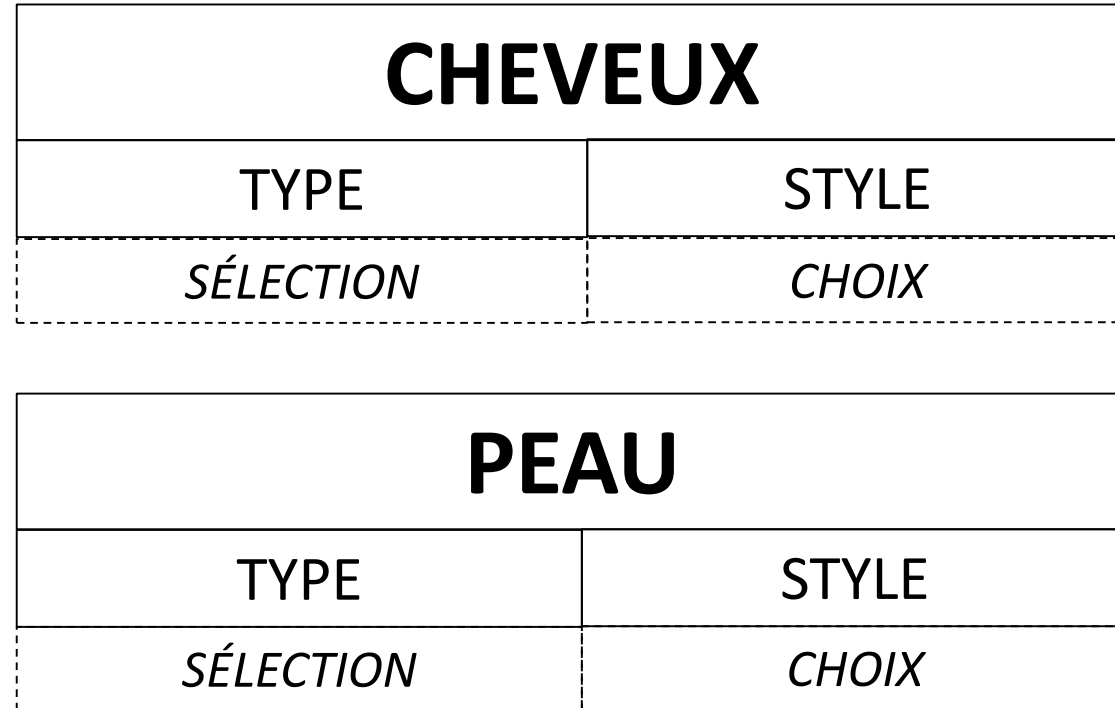
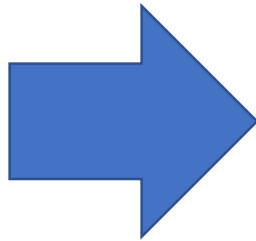
Phase 2: Mieux segmenter l'offre

- Utiliser combinaisons préétablies pour améliorer l'efficacité des opérations
- Réduire votre présence physique

Phase 3: Augmenter la conversion

MIEUX SEGMENTER L'OFFRE

HOMME
OU
FEMME



50 combinations:
*Basé sur les
données de
produits
recueillies*

MIEUX SEGMENTER L'OFFRE

Boîte à 10\$

- 50 thèmes prédéterminée selon besoins et styles
- Combinaisons unique à chaque thème

Boîte à 20\$

- Boîte pouvant être entièrement personnalisé par le client

STRATÉGIE

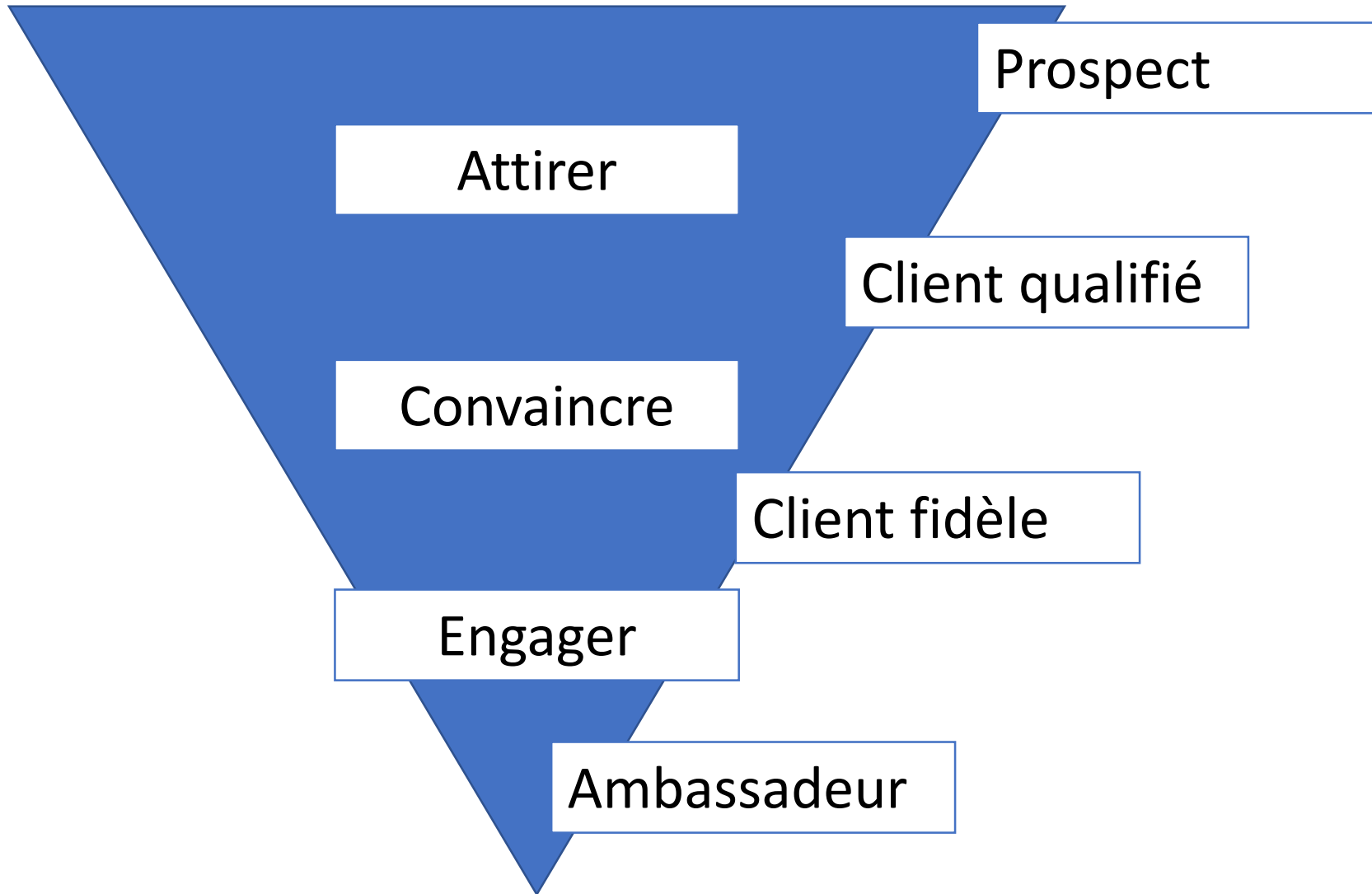
Phase 1: Contrat d'exclusivité

Phase 2: Mieux segmenter l'offre

Phase 3: Augmenter la conversion

- Améliorer le programme de fidélité
- Se retrouver dans l'ensemble de considération pour les produits pour la peau et produits capillaires


STRATÉGIE



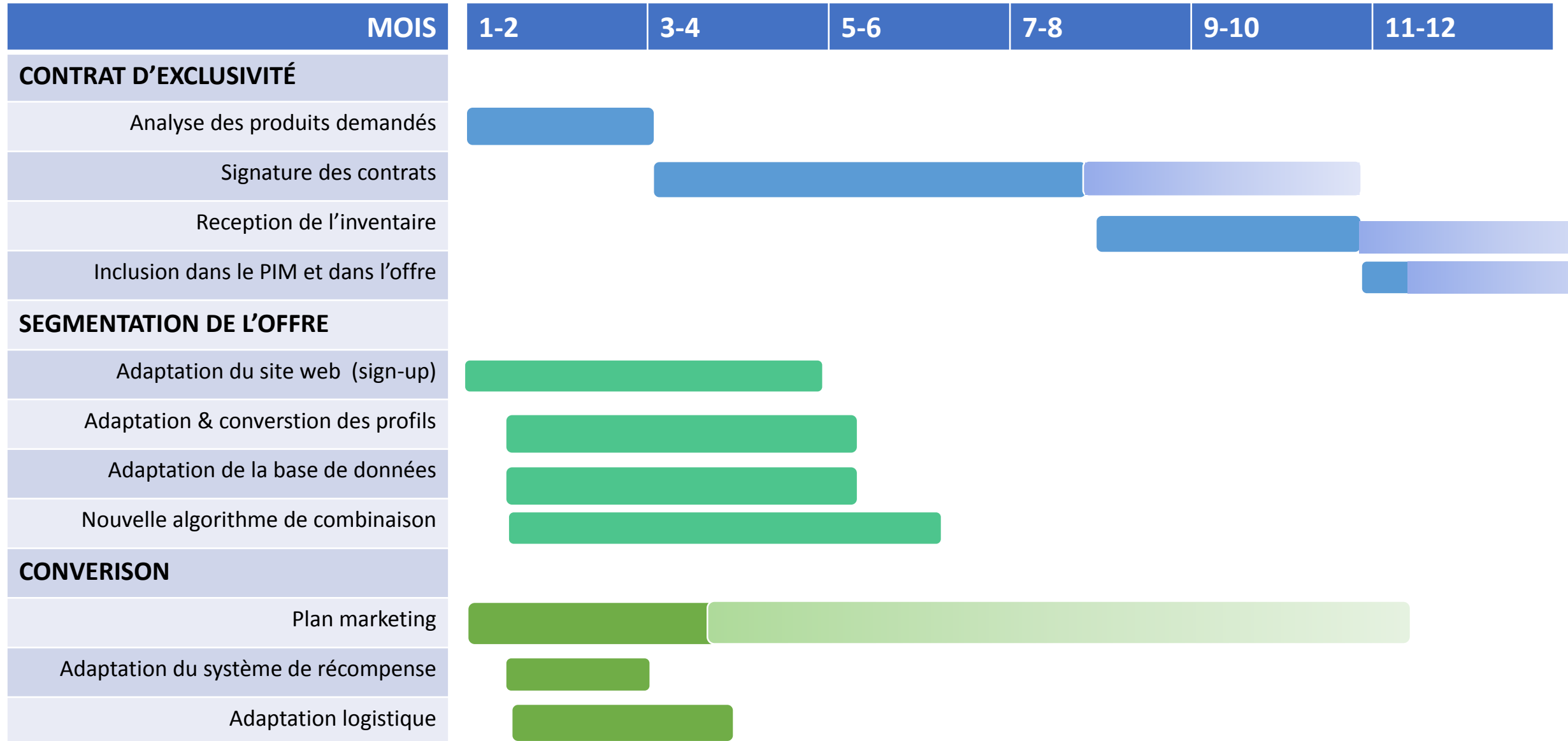
STRATÉGIE

- 
- Plan de marketing

- 
- Points pour produits réguliers

- 
- Livraison gratuite pour les achats réguliers
 - Pour les abonnés
 - Pour les commandes de 80\$ et plus

ÉCHÉANCIER



BUDGET

ACTIONS

Offre de Birchbox premium

Abolition des magasins (Brick & Mortar)

Produits exclusifs

Diminution de l'offre

Programme de fidélité

IMPACTS

Augmentation des revenus et des marges

Réduction des coûts

Augmentation des clients et fidélisation

Réduction des coûts

Augmentation du taux de conversion

		Revenu 2018 (+/- 5%)					
		124	130	137	144	151	159
Marge EBITDA 2018	3.50%	-16.8%	-14.6%	-12.4%	-10.2%	-8.0%	-5.8%
	4%	-11.0%	-8.7%	-6.4%	-4.1%	-1.7%	0.7%
	4.50%	-5.6%	-3.2%	-0.7%	1.8%	4.3%	6.9%
	5%	-0.5%	2.0%	4.7%	7.3%	9.9%	12.6%
	5.50%	4.3%	7.0%	9.8%	12.5%	15.3%	18.1%
	6%	8.9%	11.8%	14.7%	17.5%	20.4%	23.4%
	6.50%	13.4%	16.3%	19.4%	22.3%	25.3%	28.4%
	7%	17.7%	20.7%	23.9%	26.9%	30.1%	33.3%

Évaluation de l'entreprise (millions)		
	2016	2018
Revenu	125	137.8
Marge EBITDA	5%	5%
Multiple d'évaluation	10x	10x
Évaluation	62.5	68.9
Rendement		5%

L'augmentation des marges est cruciale afin d'obtenir un rendement suffisant pour les investisseurs.

MESURE DE PERFORMANCE

Login requis

- Genre, âge, location

Utilisation de google analytics

- Taux de conversion
- Chemin de conversion
- Temps de visite
- Nombre de pages visités
- Produits consultés
- Homme / Femme

GESTION DES RISQUES

Stratégique

Risque: Refus d'un partenaire potentiel d'accepter le contrat d'exclusivité.

Refus de la direction de céder une participation dans l'entreprise

Mesure de contrôle: Plan B

Opérationnel

Risque: Délais de réception des produits venant de l'Asie

Mesure de contrôle: Ceuillette de données efficace et planification d'un inventaire de contingence.

Financier

Risque: Difficulté à repayer la dette due en 2018

Mesure de contrôle: recherche d'investisseurs potentiels pour une ronde de financement additionnelle

CONCLUSION

CONCL

Atteindre la profitabilité d'ici 2018 grâce à un marché de niche et un remaniement des opérations et du programme de fidélité

Enjeux secondaires:

- ✓ Attirer les investisseurs
- ✓ Optimiser les opérations
- ✓ Augmenter la conversion vers les produits réguliers

PLAN B

Be U

Cosmetic