

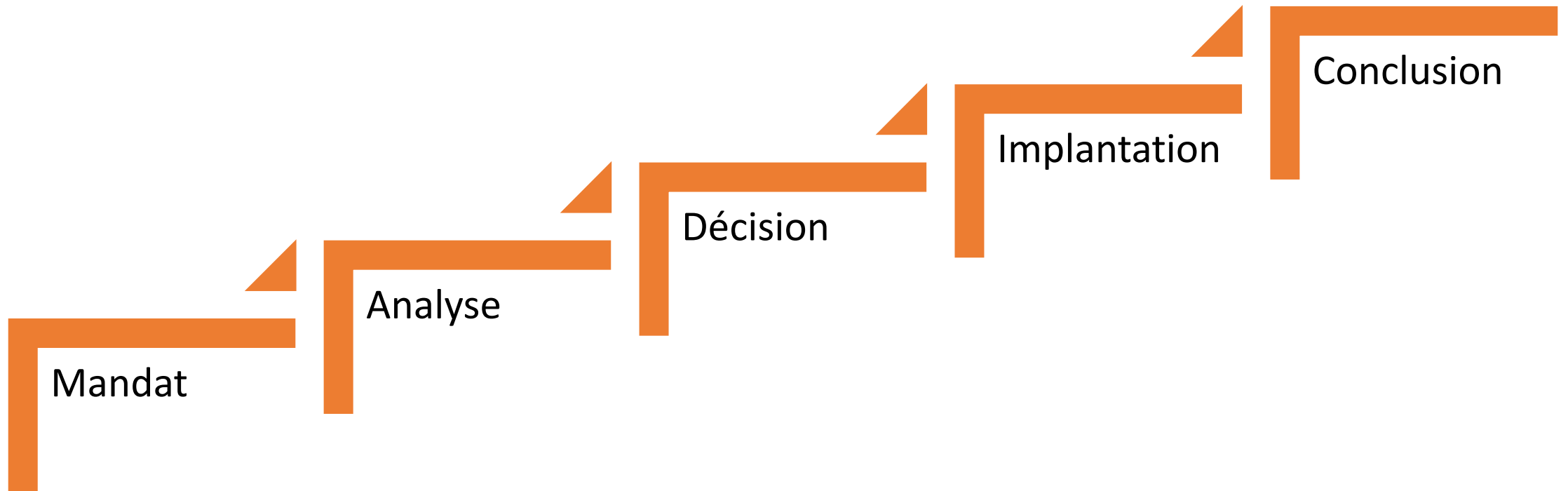
MFCS & MFCW

PRÉSENTÉ À M. VIJAY KUMAR

consULTants FSA ULaval

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

AGENDA



MANDAT

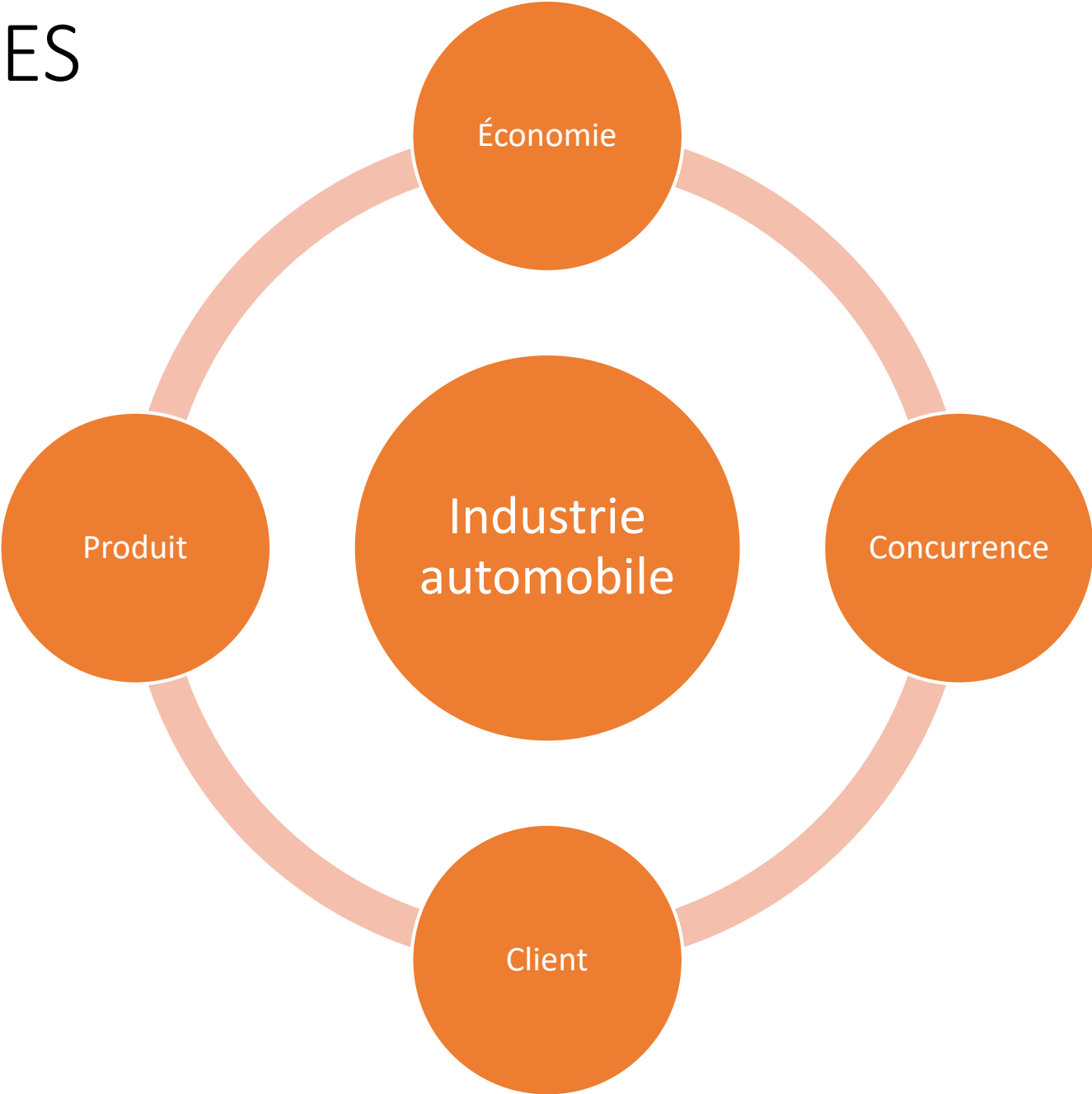
Organiser la structure entrepreneurial de MFCS & MFCW.

Enjeux secondaires:

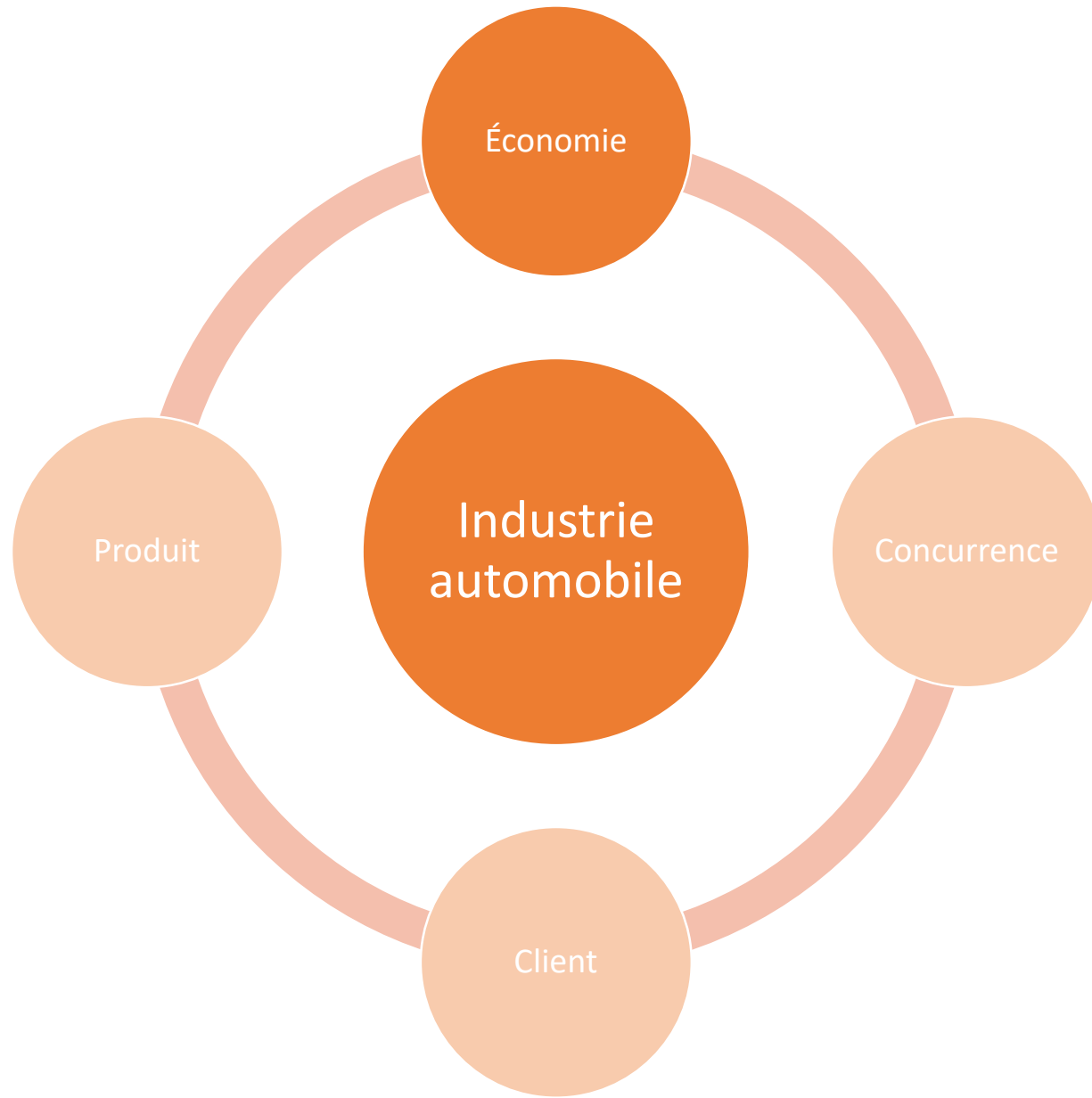
- Accroître le volume de ventes et de services
- Augmenter le nombre de franchisés
- Optimiser la logistique et la gestion des connaissances

ANALYSE

TENDANCES



TENDANCES



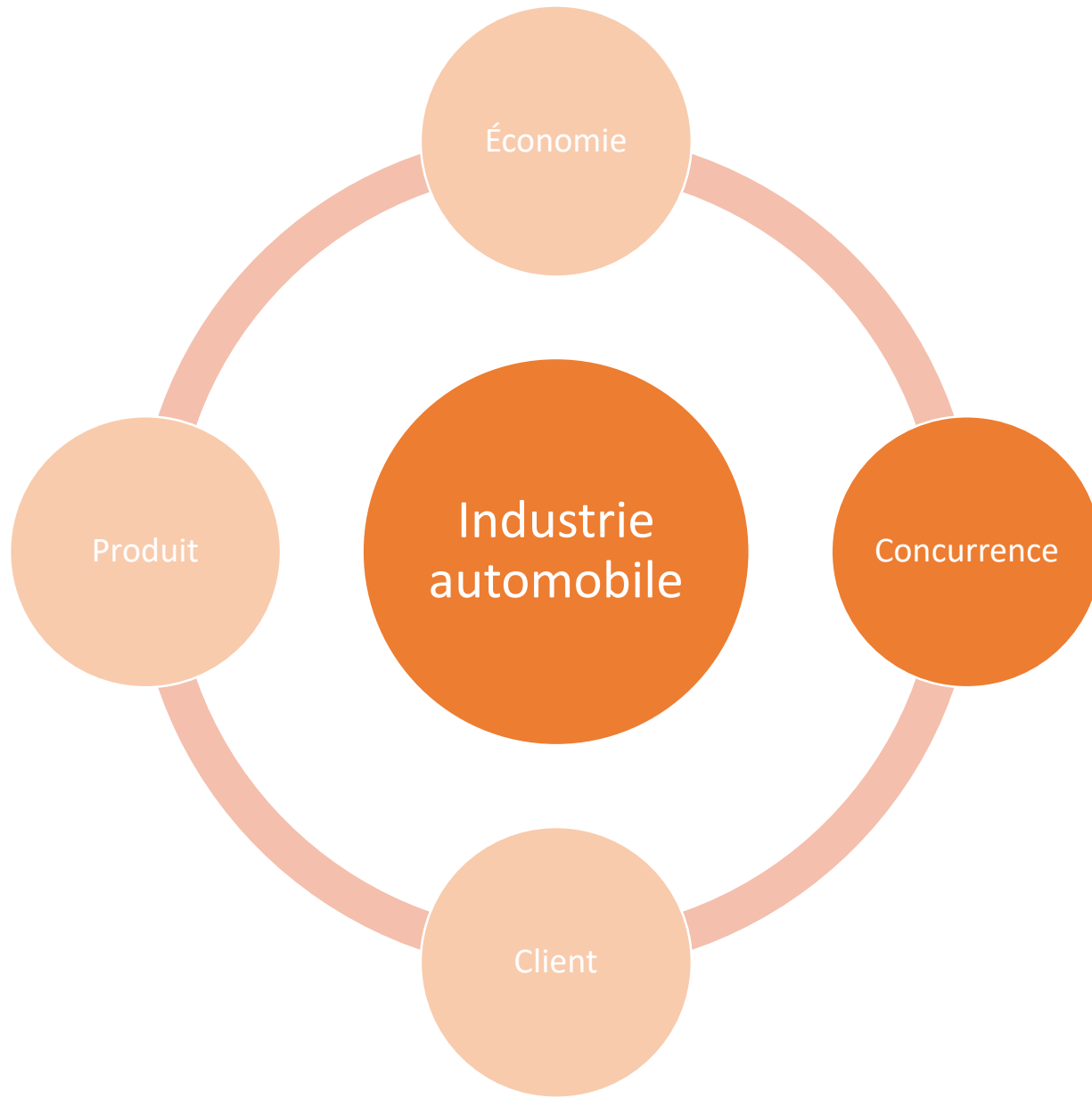
Facteurs:

- Industrie du service automobile en croissance 30% d'ici 2020
- Fermeture des usines de fabrication de pièces en Chine

Implications:

- **Augmentation des prix des pièces automobiles (loi de l'offer et la demande)**

TENDANCES



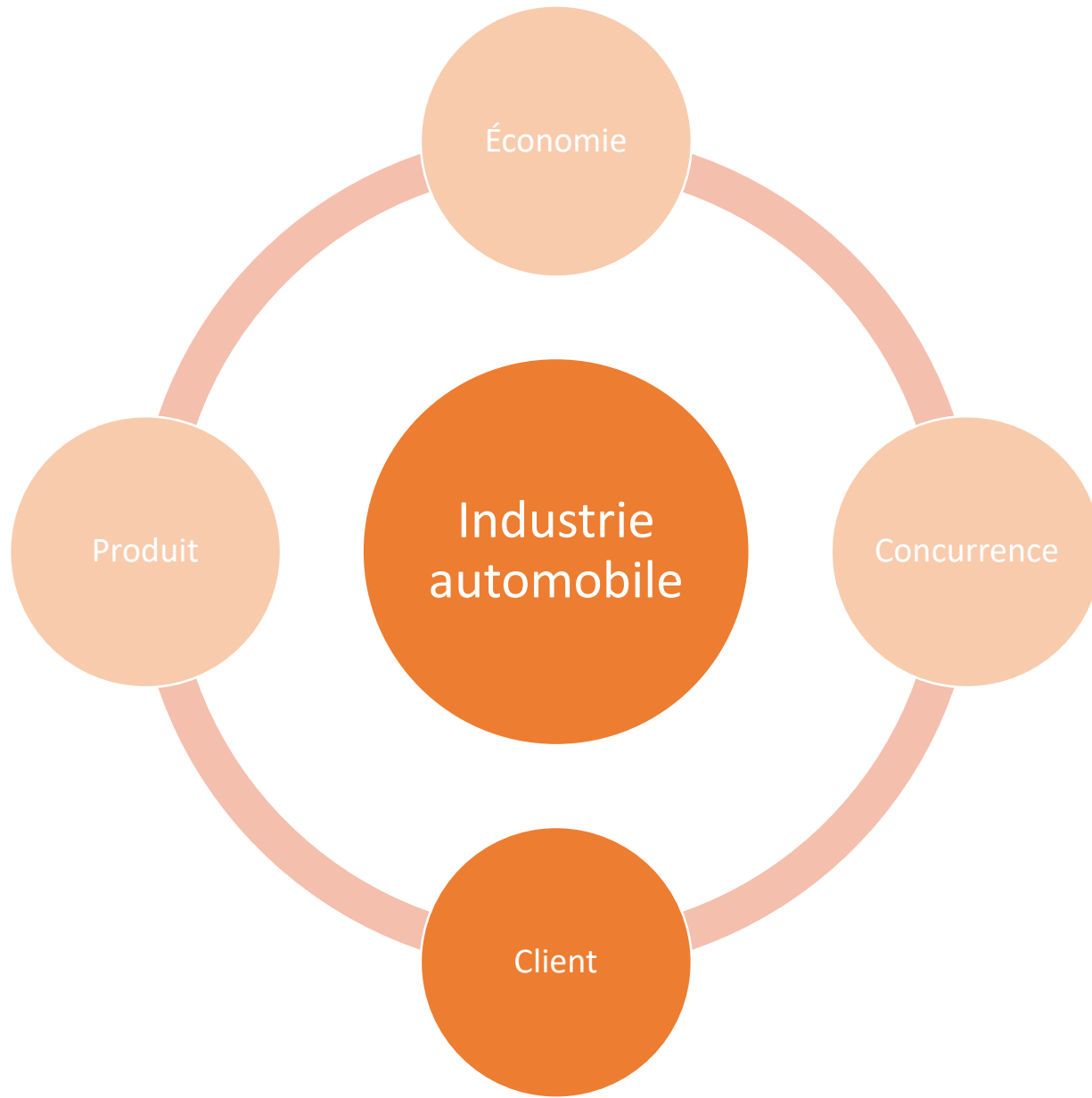
Facteurs:

- Déréglementation des marchés Indiens

Implications:

- Barrières faibles
- Nouveaux concurrents en vente et en services

TENDANCES



Facteurs:

- 80% des achats des véhicules usagés sont fait par des premiers acheteurs
- Perception du client (qualité et service)

Implications:

- Manque de confiance non justifiée
- Opportunité nouveaux acheteurs

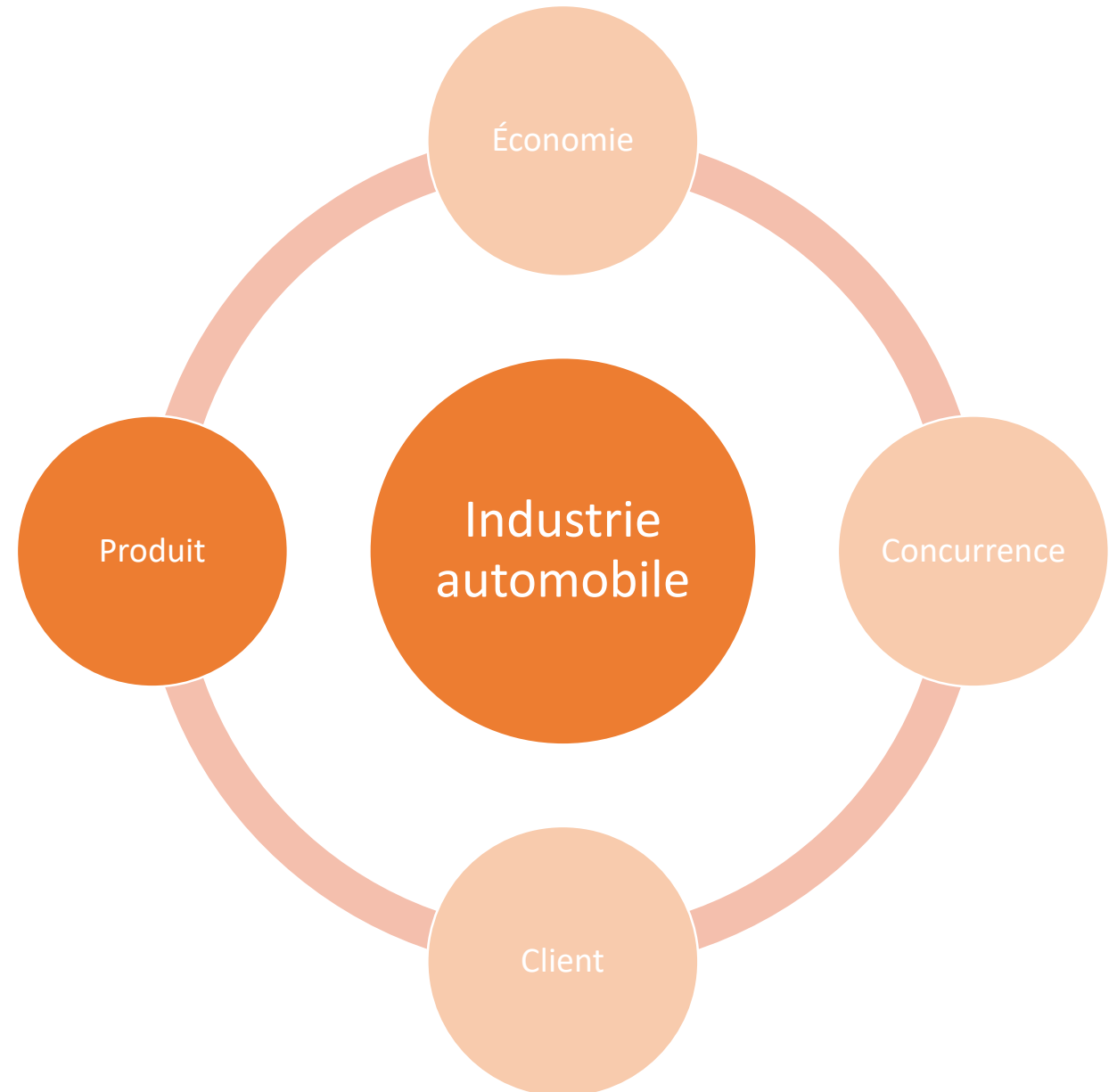
TENDANCES

Facteurs:

- Service : 50% OEM
- Marges auto usagées : 10-20%
- Marges auto neuves : 2-5%

Implications:

- Marge sont généralement plus élevées pièces et service qu'en vente



TENDANCES

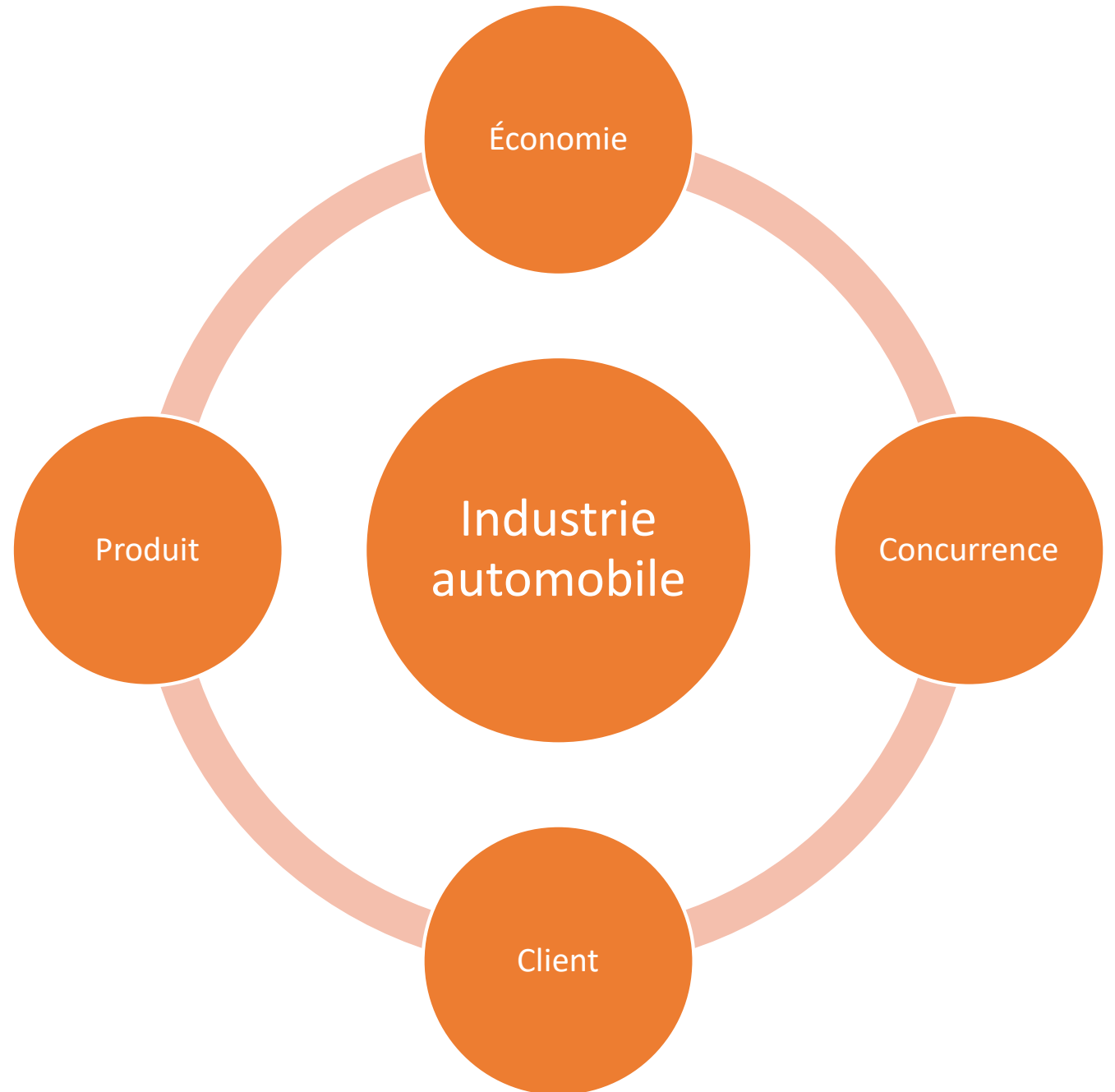
Facteurs clés de succès

Qualité du service

Talent des employés

Disponibilité du produits

Prix



CHAINE DE VALEUR

Vos questionnements:

1. Quelle est votre proposition de valeur qui vous distingue?
2. Quel est votre modèle d'affaire et comment travail votre capital humain?

CHAINE DE VALEUR



CHAINE DE VALEUR



- 100% des pièces sont en stock
- Faibles marges

Menace:

- Augmentation des prix
- Nouveaux entrants sur le marché indien

CHAINE DE VALEUR

Modèle de franchise



- Employés qualifiés
- Qualité du service
- Proximité du marché
- Contrôle des coûts

Menace:

- Offre de véhicule usagés certifiés des OEM

CHAINE DE VALEUR



Menace:

- Perception de la qualité

LE MARCHÉ

+

Service \ Qualité

-

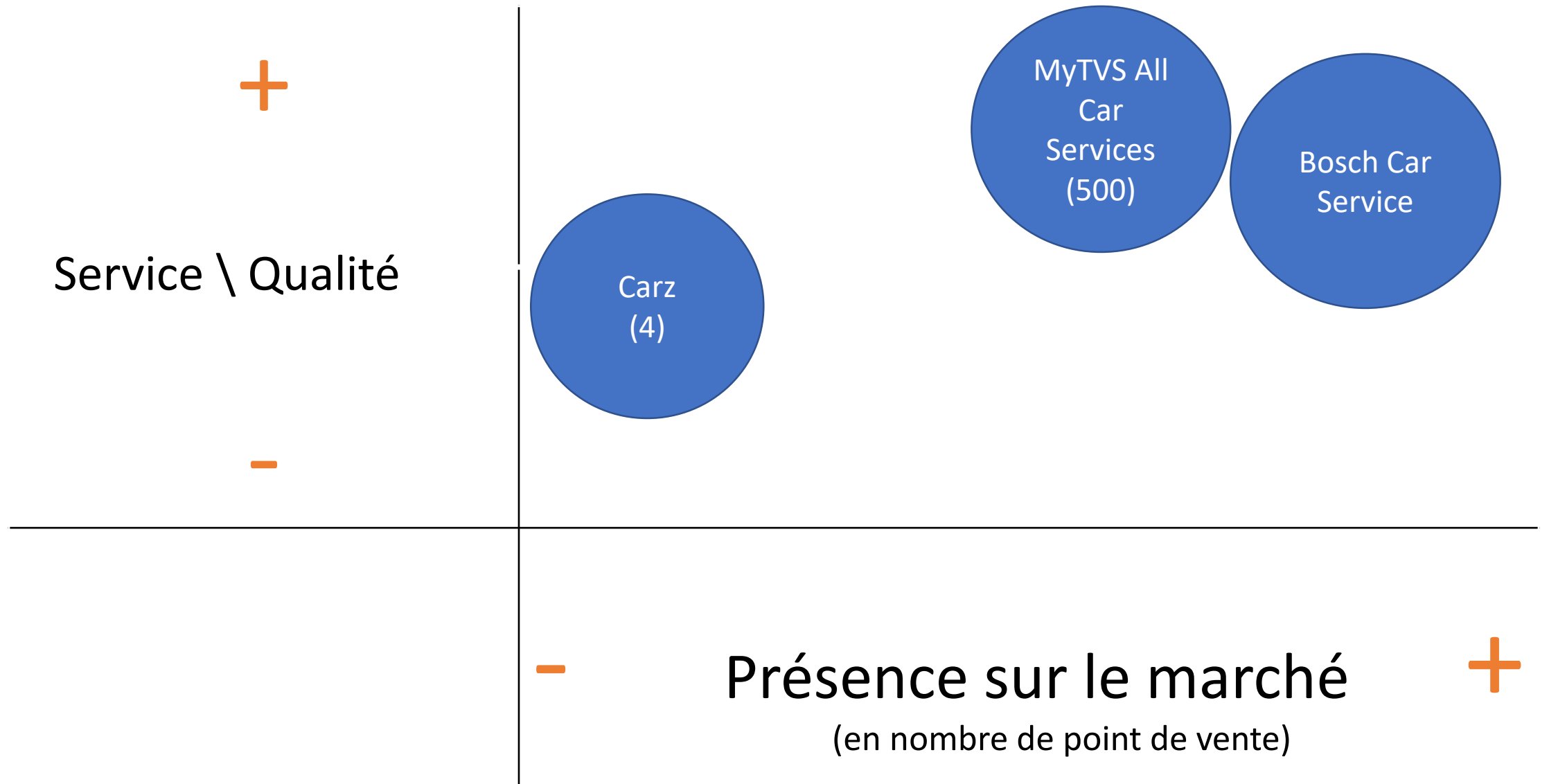
-

Présence sur le marché

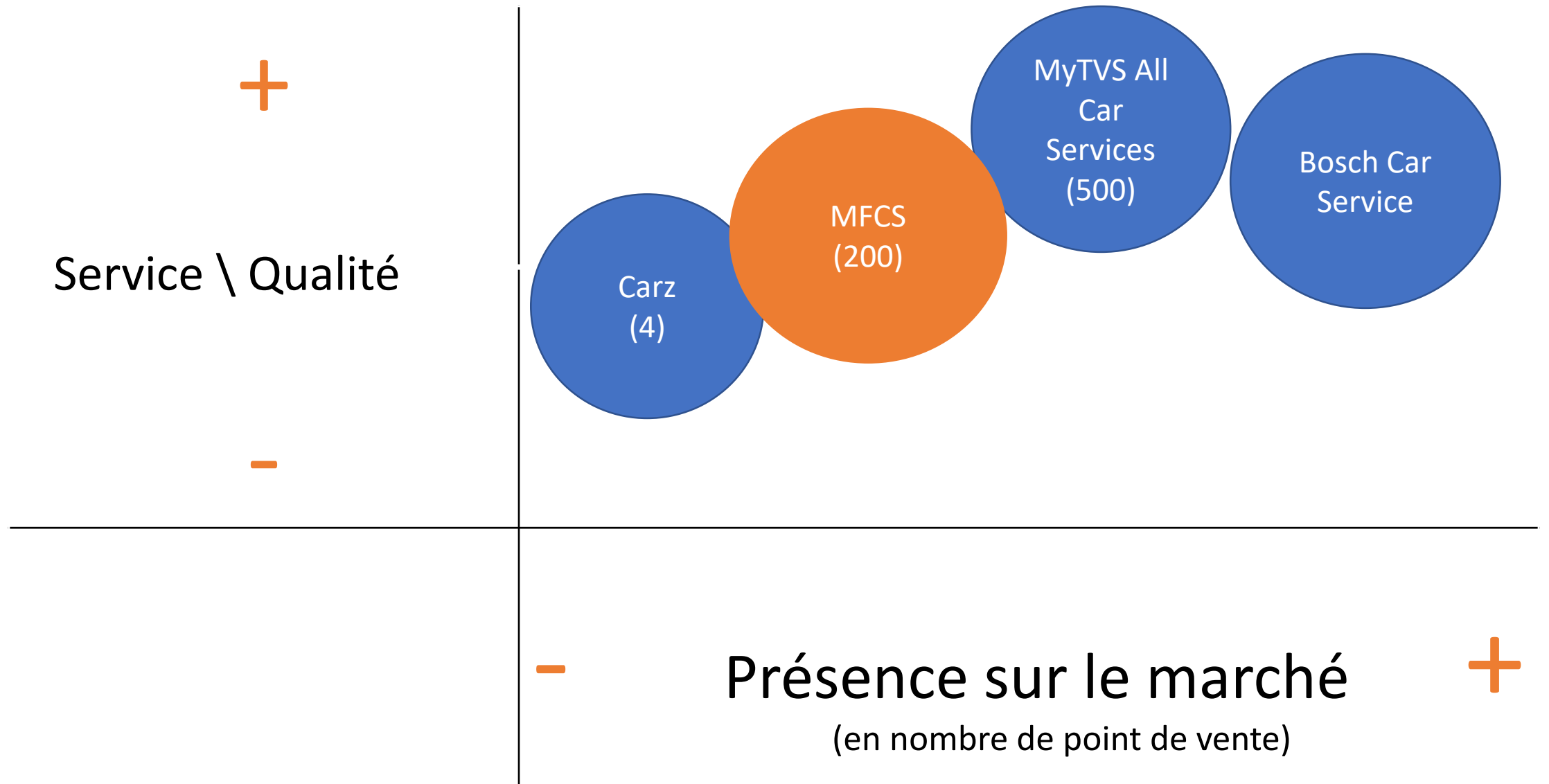
(en nombre de point de vente)

+

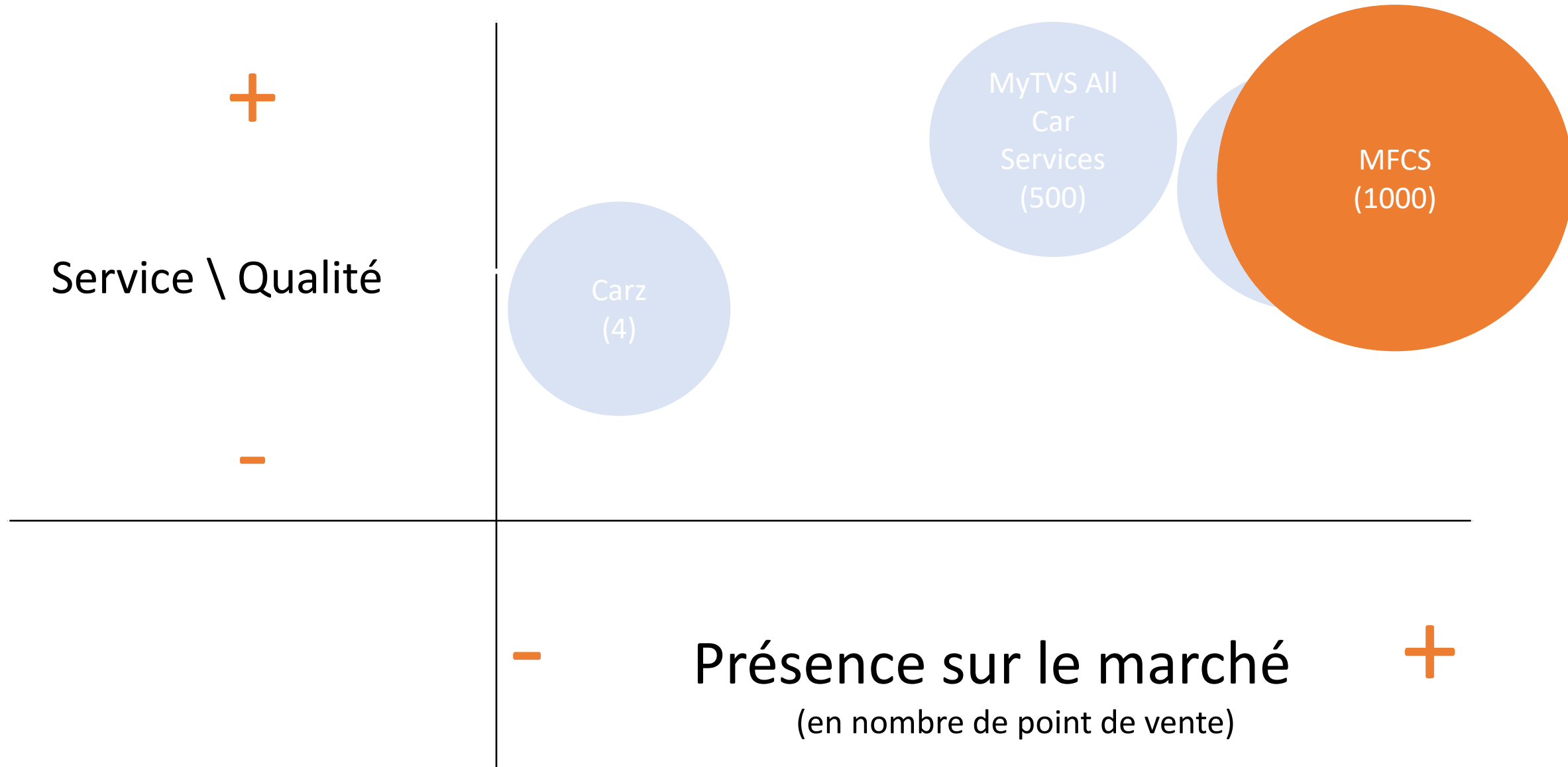
LE MARCHÉ



LE MARCHÉ



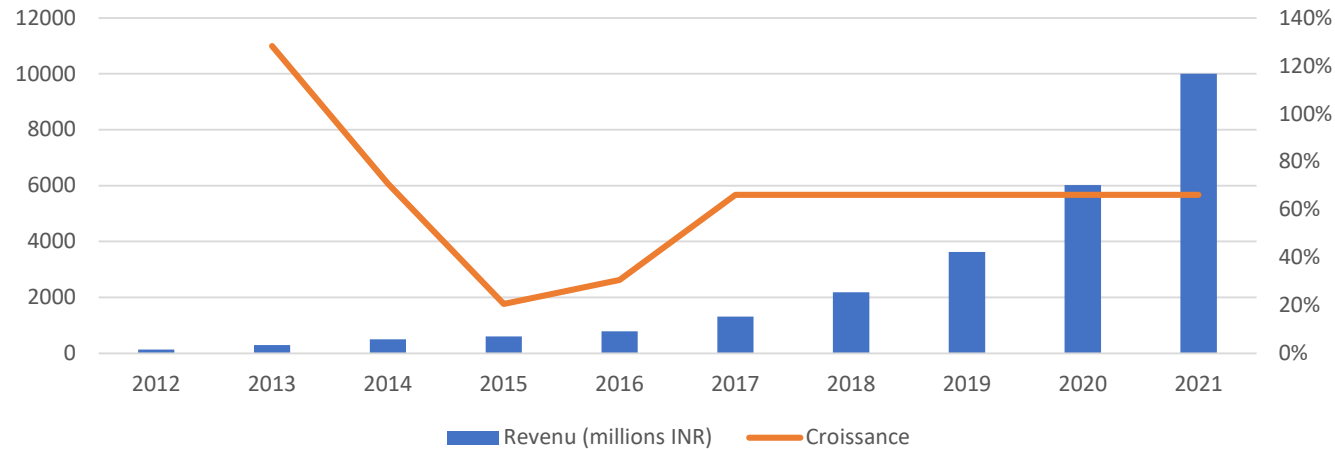
LE MARCHÉ



ANALYSE FINANCIÈRE

ANALYSE FINANCIÈRE (MFCS)

Évolution des revenus et projections



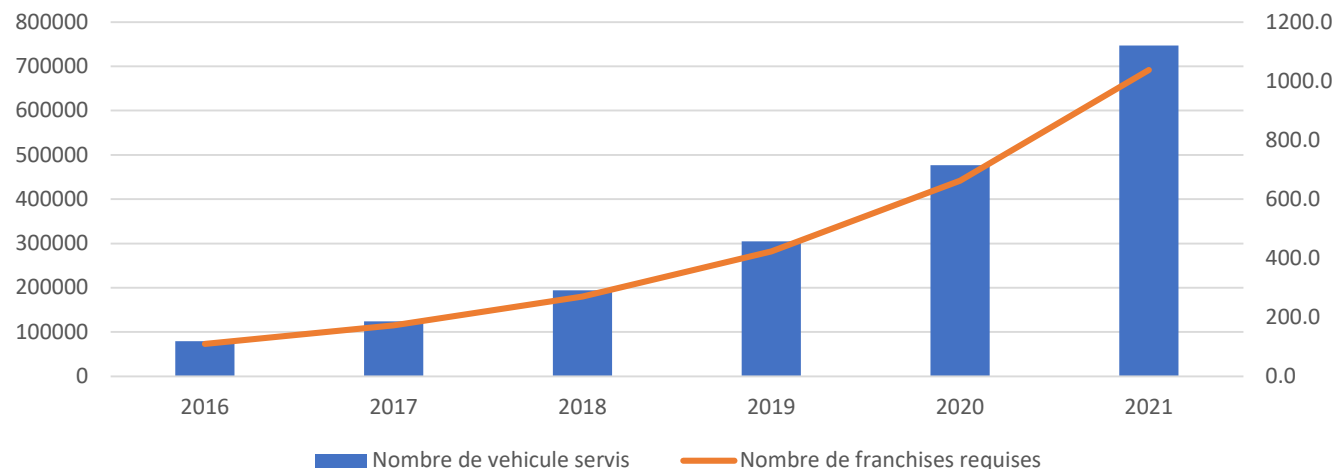
Croissance des revenus

- 66%

Objectif de revenu

- 10 milliards INR

Évolution du nombre de franchises requises



Revenus par véhicules par années

- 10 000 INR

Nombre optimal de franchise

- 1000 franchises

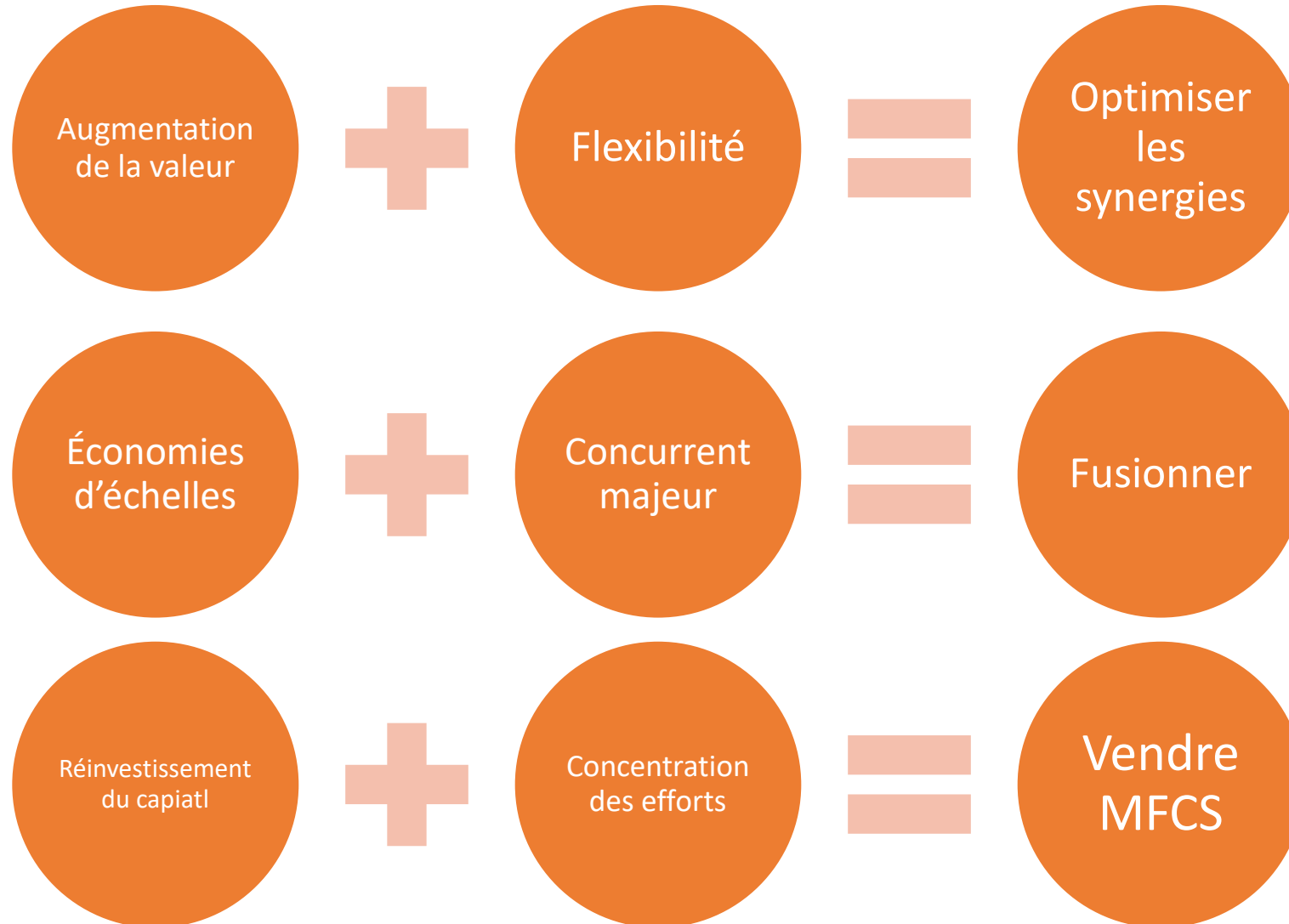
ANALYSE FINANCIÈRE (MFCS)

MFCS

- 200 franchise en 2016
 - 50% en opération
 - 35% profitable
 - 10% en fermeture
- Capacité de 1800 et 2400 servitudes par année

DÉCISION

OPTIONS STRATÉGIQUES



CRITÈRES DE DÉCISION

Acceptabilité

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

Faisabilité

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

Pertinence

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

Facteurs clés de succès

- Qualité du service
- Talent des employés
- Disponibilité du produits
- Prix



- Entièrement



- Partiellement



- Aucunement

DÉCISION

Acceptabilité

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

Faisabilité

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

Pertinence

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

Facteurs clés de succès

- Qualité du service
- Talent des employés
- Disponibilité du produits
- Prix

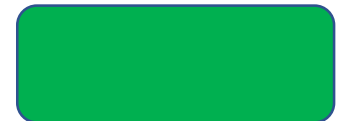
Optimiser les synergies entre les entités



Fusionner les deux entités



Vendre MFCS et se concentrer sur MFCW



DÉCISION

Acceptabilité

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

Faisabilité

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

Pertinence

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

Facteurs clés de succès

- Qualité du service
- Talent des employés
- Disponibilité du produits
- Prix

Optimiser les synergies entre les entités



Fusionner les deux entités



Vendre MFCS et se concentrer sur MFCW



DÉCISION

Acceptabilité

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

Faisabilité

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

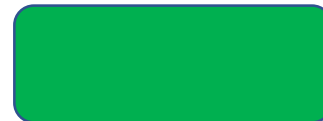
Pertinence

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

Facteurs clés de succès

- **Qualité du service**
- Talent des employés
- **Disponibilité du produits**
- Prix

Optimiser les synergies entre les entités















Fusionner les deux entités



Vendre MFCS et se concentrer sur MFCW



DÉCISION

	Optimiser les synergies entre les entités	Fusionner les deux entités	Vendre MFCS et se concentrer sur MFCW
Acceptabilité <ul style="list-style-type: none">• L'option crée de la valeur pour MFCS• L'option correspond à la mission et aux valeurs de MFCS			
Faisabilité <ul style="list-style-type: none">• L'option est réalisable dans un calendrier raisonnable• L'option est réalisable avec les ressources de MFCS			
Pertinence <ul style="list-style-type: none">• L'option exploite les opportunités et mitige les menaces de l'environnement• L'option exploite les forces et comble les faiblesses de MFCS			
Facteurs clés de succès <ul style="list-style-type: none">• Qualité du service• Talent des employés• Disponibilité du produits• Prix			

IMPLANTATION

STRATÉGIE

Phase 1: Présence

Phase 2: Volume

Phase 3: Efficience

Phase 4: Connaissance

STRATÉGIE

Phase 1: Présence

Phase 2: Volume

Phase 3: Efficience

Phase 4: Connaissance

IMPLANTATION

Phase 1: Présence

Objectif de rentabilité : 500-600 outlets

Objectif 2021 : 1000 outlets

Coût total : 45.5M INR



Trouver les villes aptes

- Analyse véhicules sur la route
 - 3 à 8 ans
- Nombre de garages indépendant dans la ville

Levier avec les MFCW

- Franchiser les garages de services connectés
- Utiliser le réseaux de contact pour connecter les garages référencés

IMPLANTATION

Phase 1: Présence

Ouvrir des franchises

Présente façon

- Fonctionnel

Convertir des garages indépendants

- Avantages au niveau de la marque
- Augmentation de la clientèle
 - Par nos MFCW
 - Par l'application mobile
 - Par notre ventes de pièces en ligne
- Disponibilité des pièces
- Plateforme de formation innovante
- Marge de profit sur les pièces de véhicule

STRATÉGIE

Phase 1: Présence

Phase 2: Volume

Phase 3: Efficience

Phase 4: Connaissance

Instaurer système CRM

- Enregistrer les informations clients
- Prédire les besoins futures

Coûts

- Implantation: 16 250 000R sur 8 mois
- Entretien: 6 500 000 par année

DONNÉES RECUEILLIES

Phase 2: Volume

Pièces
installées

Véhicule

Kilométrage
entre service

Usure entre
service

État des
routes

STRATÉGIE

Phase 1: Présence

Phase 2: Volume

Phase 3: Efficience

Phase 4: Connaissance

Restructuration des entrepôts

- 1 entrepot majeurs
 - Désservir les depots et commerce en ligne
- Transformer les 22 entrepôts en depot
- Ouvrir 50 dépôts d'ici 3 ans
 - Diminuer l'inventaire
 - Diminuer le rayon (200 vers 80-100km)
 - Offrir la livraison journalière aux garages clés

Applications
mobiles

Système de
prise de rendez-
vous unifié

Intranet pour
franchisé

IMPLANTATION

Phase 3: Efficience

Intelligence artificiel

- Prévision de la demande
 - 8 ans = *peak*

Augmentation de la marge sur les pièces

- Plus grosse commandes
- 2 cycle
 - Diminution du *MOQ*
 - Diminution du prix
- *Good, better, best*

Plan de contingence

- Deuxième meilleure

STRATÉGIE

Phase 1: Présence

Phase 2: Volume

Phase 3: Efficience

Phase 4: Connaissance

Phase 4: Connaissance

Vidéo en séquence pour les formations

- 8 mois pour développement des vidéos
- 130 000R \ franchise pour total: 1 300 000R

Constituer une base de données des meilleures pratiques

- 32 250 000R première année
- 3 250 000R constant par la suite

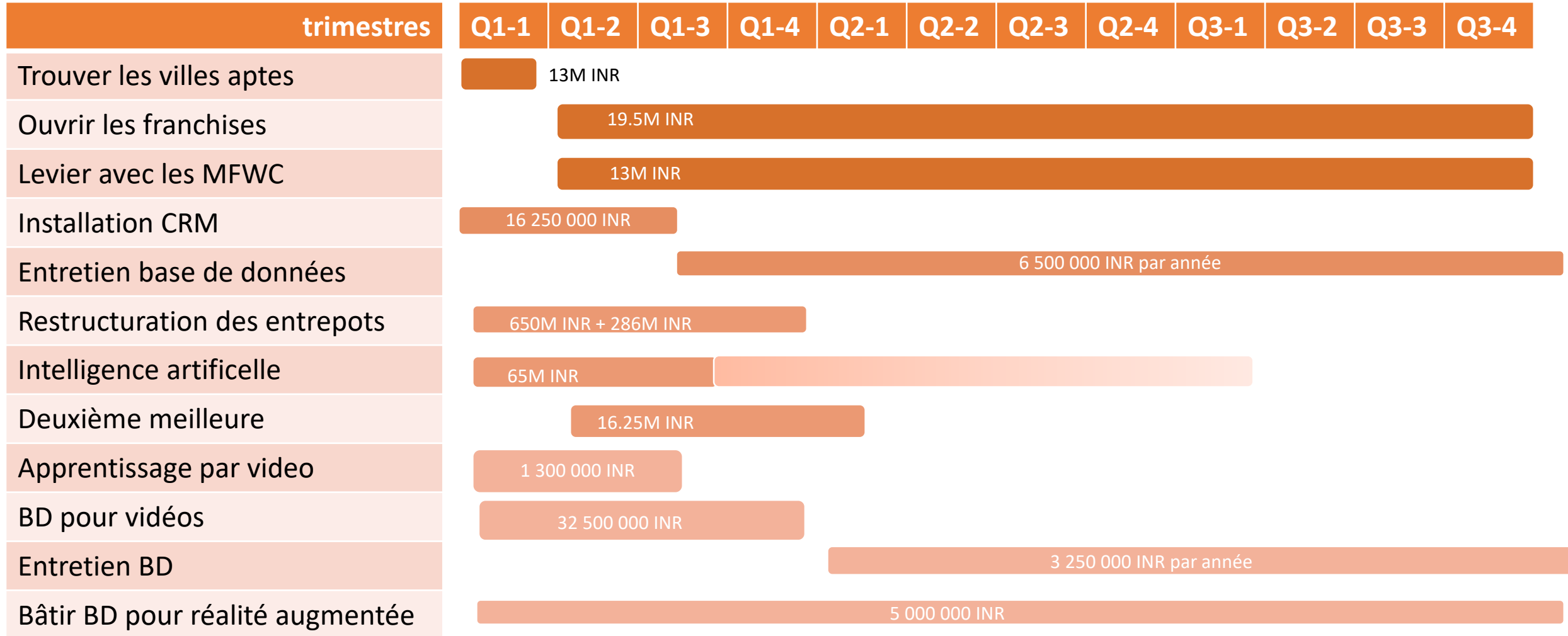
Bâtir base de modèle pour utilisation future de la réalité augmentée

- 5 000 000R
- Sur 3 ans

Maintient des
connaissances
lorsque départ
d'employés

Cohérence des
méthodes entre
les franchises

ÉCHÉANCIER



IMPACT FINANCIER

Évaluation financière	
	2016
Revenu	18 000 000
Marge EBITDA	11%
Ebitda	1 980 000
Investissement	5 000 000
Financement	5 000 000
Période avant retour	2.5
Retour sur investissement	23.8%

		revenu potentiel (+/- 5%)					
		16245000	17100000	18 000 000	18900000	19845000	20837250
Marge EBITDA cible	9.50%	3.2	3.1	2.9	2.8	2.7	2.5
	10.0%	3.1	2.9	2.8	2.6	2.5	2.4
	10.5%	2.9	2.8	2.6	2.5	2.4	2.3
	11.0%	2.8	2.7	2.5	2.4	2.3	2.2
	11.5%	2.7	2.5	2.4	2.3	2.2	2.1
	12.0%	2.6	2.4	2.3	2.2	2.1	2.0

FRANCHISATION

	2017	2018	2019	2020	2021
Franchises additionnelles	62.3	97.6	152.9	239.6	375.5
Financement	311 506 535	488 069 971	764 710 429	1 198 152 060	1 877 270 538
Revenu d'intérêt	24 920 523	39 045 598	61 176 834	95 852 165	150 181 643

Revenu d'intérêt additionnel pour M&M
Intérêt à 8%

FINANCEMENT

Compétition
élevée des
investisseurs
internationaux

1,25% + taux
souverains

Solution : élever de
la dette.

GESTION DES RISQUES

Stratégique

Risque: Achalandage insuffisant dans les garages

Mesure de contrôle: Acheter et fermer concurrent pour s'approprier clientèle

Opérationnel

Risque: Délais d'approvisionnement

Mesure de contrôle: IA pour prévision de l'inventaire amélioré

Financier

Risque: Ne pas réussir à obtenir le volume nécessaire

Mesure de contrôle: Élaboration de contrat flexible avec manufacturier

PLAN B

Magasin de
pièces

Garages
indépendants

Deuxième
meilleure

325 000 INR À 650 000
INR

Par magasins ou garages

CONCLUSION

CONCLUSION

Organiser la croissance de MFCW et MFCS pour les trois prochaines années.

Enjeux secondaires:

- ✓ Définir la structure de propriété des deux entités
- ✓ Accroître le volume de ventes et de services
- ✓ Augmenter le nombre de franchisés