

# Une croissance profitable pour PepperFry

Présenté par l'Université de Sherbrooke

Présenté à M. Murty & M. Shah

Analyse



Alternatives



Solution



Implantation

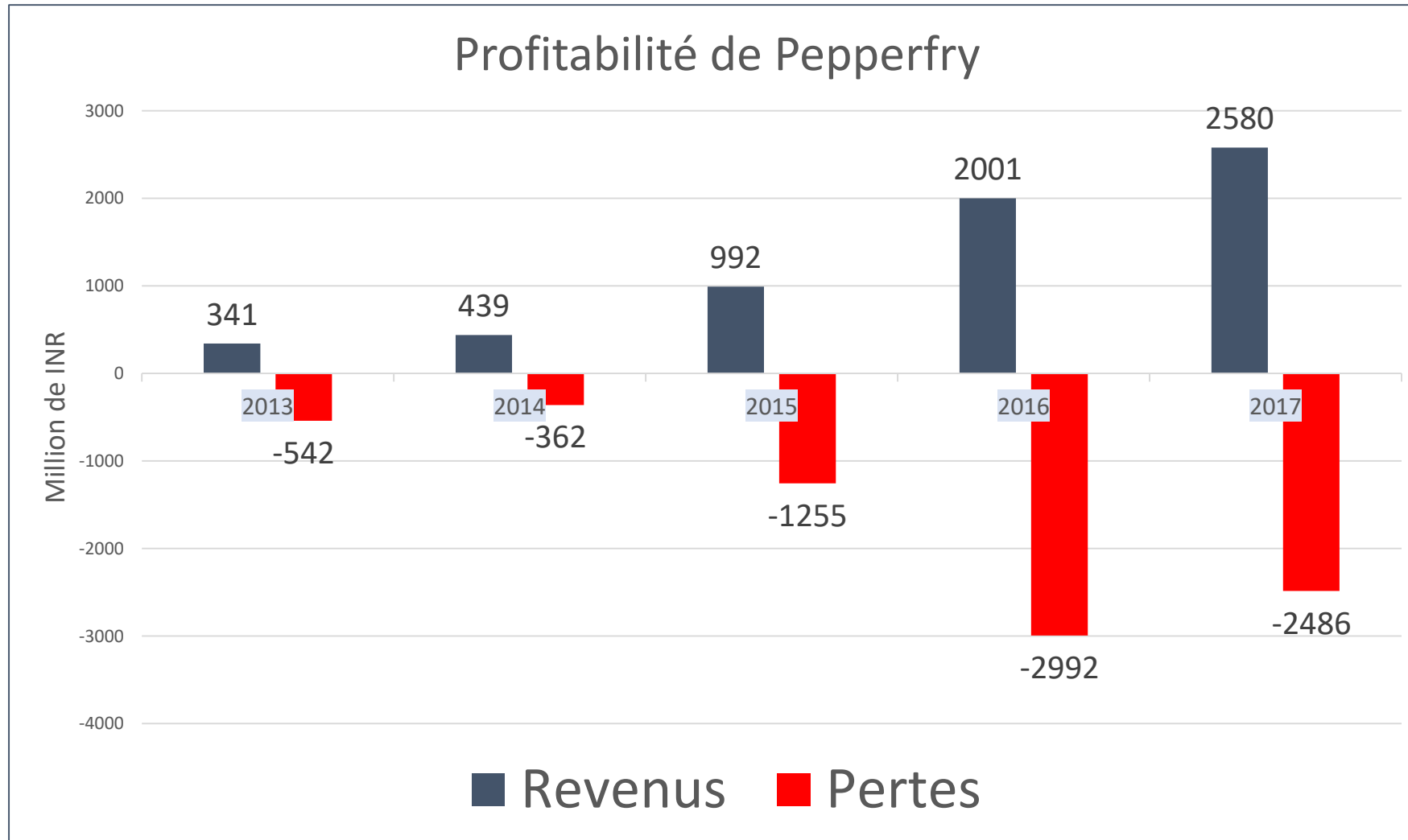


Conclusion

Comment générer une **croissance  
profitable**

Sur un horizon de **5 ans**

# La profitabilité est difficile





75%

Trafic organique



40%

Croissance prévue  
du marché



90%

Marché mobilier  
pas organisé

## Forces

- **Expérience client**
- **Capacité analytique**
- **Chaîne d'approvisionnement**
- Pionnier dans la distribution verticale en ligne
- Facilité d'obtenir du financement
- Création de valeur pour ses fournisseurs

## Défis

- **Produits à marge faible dans le catalogue**
- Structure de coûts actuel

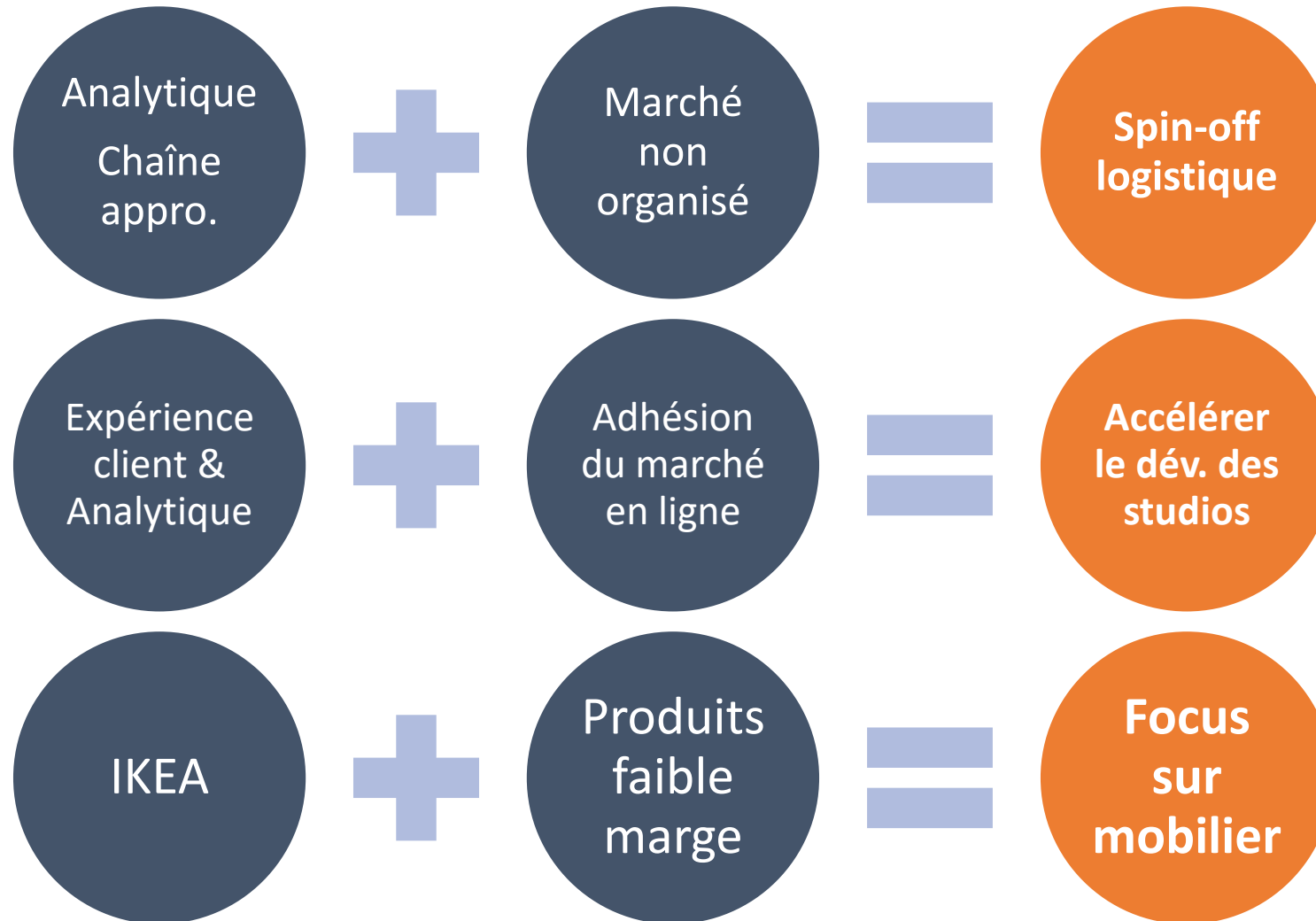
## Opportunités

- **Marché du mobilier n'est pas organisé (Inde)**
- Acceptabilité des marchés en ligne
- Développement du marché de la franchise
- Accroissement du marché des meubles (10MM)
- Livraison par d'autres compagnies



## Menaces

- Investissements IKEA
- Scepticisme e-Commerce en inde



## Bénéfices

- Création de valeur pour l'entreprise
- En lien avec la mission et la vision de l'entreprise

## Faisabilité

- Disponibilité des ressources nécessaires
- Échéancier réalisable

## Stratégique

- Les forces exploitent les opportunités
- Les faiblesses sont mitigées

## Facteurs clés de succès

- Adhésion des consommateurs en ligne
- Large éventail de produits dans le catalogue
- Structure de coût

## Bénéfices

- Création de valeur pour l'entreprise
- En lien avec la mission et la vision de l'entreprise

## Faisabilité

- Disponibilité des ressources nécessaires
- Échéancier réalisable

## Stratégique

- Les forces exploitent les opportunités
- Les faiblesses sont mitigées

## Facteurs clés de succès

- Adhésion des consommateurs en ligne
- Large éventail de produits dans le catalogue
- Structure de coût

Spin-off logistique	Focus mobilier	Studios
Yellow	Red	Green
Green	Green	Green
Yellow	Yellow	Green
Red	Yellow	Green

# Critères de sélections

## Bénéfices

- Création de valeur pour l'entreprise
- En lien avec la mission et la vision de l'entreprise

## Faisabilité

- Disponibilité des ressources nécessaires
- Échéancier réalisable

## Stratégique

- Les forces exploitent les opportunités
- Les faiblesses sont mitigées

## Facteurs clés de succès

- Adhésion des consommateurs en ligne
- Large éventail de produits dans le catalogue
- Structure de coût

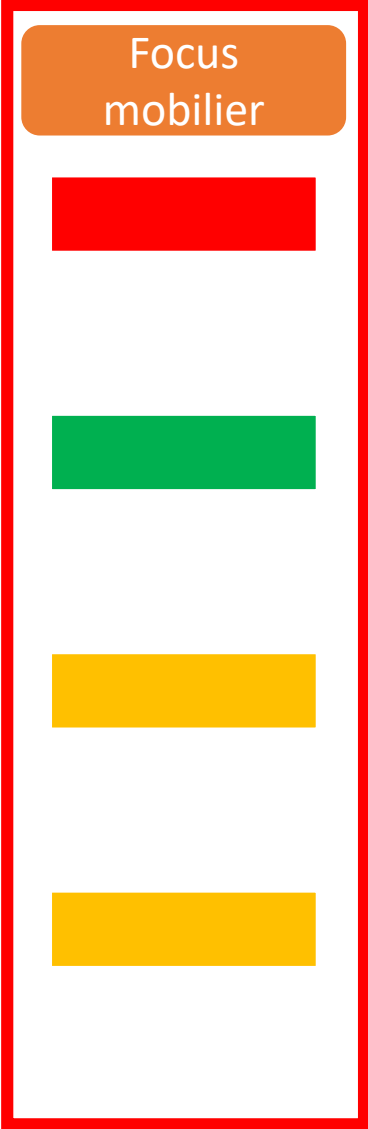
Spin-off  
logistique



Focus  
mobilier



Studios



## Bénéfices

- Création de valeur pour l'entreprise
- En lien avec la mission et la vision de l'entreprise

## Faisabilité

- Disponibilité des ressources nécessaires
- Échéancier réalisable

## Stratégique

- Les forces exploitent les opportunités
- Les faiblesses sont mitigées

## Facteurs clés de succès

- Adhésion des consommateurs en ligne
- Large éventail de produits dans le catalogue
- Structure de coût

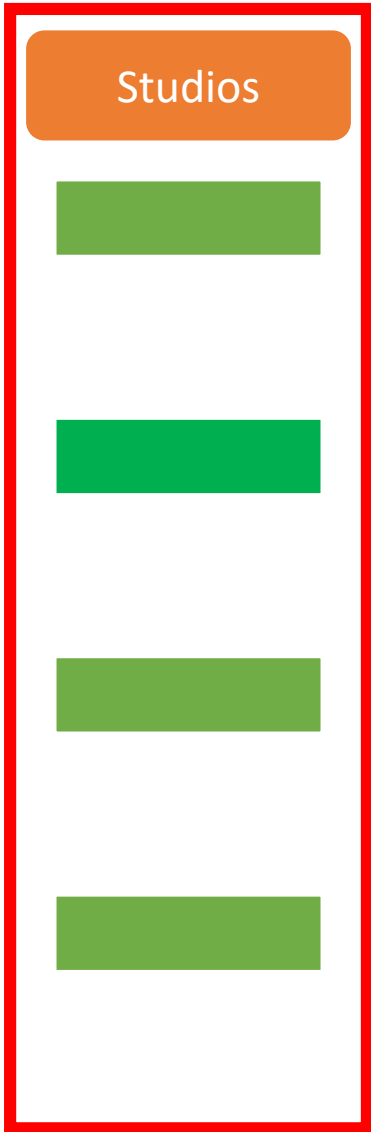
Spin-off  
logistique



Focus  
mobilier



Studios



## Occuper l'espace

Accroître

Évoluer

Se  
distinguer

## Accroître le nombre de studios

### Avantages

- Marque déjà reconnue
- Augmentation du marché du meuble
- Expertise

Analyse



Alternatives



Solution



Implantation



Conclusion



**Franchiser les studios**  
**Augmenter l'expérience client**  
**Uniformiser les franchises**

## **Avantages**

- Structure de coûts favorable (Augmentation marge)
- Peu d'investissement

	<u>2018</u>	<u>2019</u>	<u>2020</u>	<u>2021</u>	<u>2022</u>	<u>2023</u>
Corporatif	27	20	10	10	10	10
Franchisé	7	80	190	240	280	320
	<b>34</b>	<b>100</b>	<b>200</b>	<b>250</b>	<b>290</b>	<b>330</b>

## Améliorer le catalogue

- Ateliers créatifs

## Plan marketing

- Influenceurs et success stories
- Produits locaux

## Avantages

- Catalogue attrayant et compétitif
- Crée une 'vibe'
- Lead time rapide dans le développement de produits

## Améliorer le catalogue

Atelier créatif avec 1 400 partenaires locaux en mode agile

### Avantages

- Catalogue attrayant et compétitif
- Crée une 'vibe'
- Lead time rapide dans le développement de produits

	2018				2019				2020				2021			
Initiatives	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
Aumenter le nombre de studios		27			100				200							
Uniformiser les franchises																
Améliorer le catalogue																
Influenceurs & Success stories																
Campagne nationale																

# Portrait financier futur

	<u>2017</u>	<u>2018</u>	<u>2019</u>	<u>2020</u>	<u>2021</u>	<u>2022</u>	<u>2023</u>
Revenus	2580	3400	4420	6630	8619	11205	14566
	25000	28000	32000	35000	37500	39000	41000
Parts de marchés	10%	12%	14%	19%	23%	29%	36%
Croissance		32%	30%	50%	30%	30%	30%
Revenus des ventes de franchises							
		<u>2018</u>	<u>2019</u>	<u>2020</u>	<u>2021</u>	<u>2022</u>	<u>2023</u>
		53	284	330	150	120	120
		<b>2%</b>	<b>8%</b>	<b>7%</b>	<b>2%</b>	<b>1%</b>	<b>1%</b>

# Portrait financier futur

23

	<u>2017</u>	<u>2018</u>	<u>2019</u>	<u>2020</u>	<u>2021</u>	<u>2022</u>	<u>2023</u>
Revenus	2 580	3 453	4 704	6 960	8 769	11 325	14 686
Marge brute	516	863	1 176	1 775	2 280	3 058	4 112
Frais de vente & admin	3 002	2 700	2 500	2 200	2 000	1 200	1 200
Profit/Perte nette	<b>(2 486)</b>	<b>(1 837)</b>	<b>(1 324)</b>	<b>(425)</b>	<b>280</b>	<b>1 858</b>	<b>2 912</b>
	<b>-96%</b>	<b>-53%</b>	<b>-28%</b>	<b>-6%</b>	<b>3%</b>	<b>16%</b>	<b>20%</b>

Analyse

Alternatives

Solution

Implantation

Conclusion

Initiative	% des revenus des franchises
Franchisé: Légal Formation Infrastructure Inventaire	<b>25 %</b>
Atelier créatif	<b>20 %</b>
Influenceurs & Success stories	<b>40 %</b>
Campagne nationale	<b>15 %</b>



Indicateur	Cible
Marge nette	<b>20 %</b>
Parts de marché	<b>36 %</b>
% de franchisés	<b>100 %</b>
Croissance des ventes	<b>170 %</b>

Risque	Probabilité	Mitigation
IKEA gagne parts marché	<b>Moyen-Haut</b>	Accélérer le déploiement
Acceptabilité d'internet plus faible que prévu	<b>Moyen</b>	Augmenter publicité off-line

Comment générer une **croissance  
profitable**

Sur un horizon de 5 ans

**Occuper l'espace et se franchiser**



Merci de votre attention