

PEPPERFRY

Identifier vos problèmes et dépenser votre énergie et votre puissance aux solutions...

- Tommy Robbins

Présenté à Mr. Murty et Mr. Shah,
Cofondateurs de Pepperfry

Lucie LAHAYE
Roxanne LESSARD
Andreea MILASAN
Jean-François SIMARD

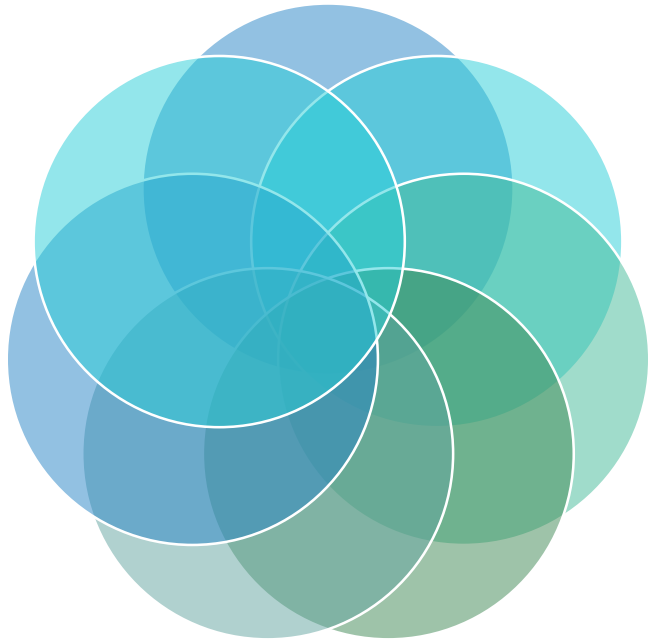
ConsULTants ULaval

Déterminer un stratégie permettant d'atteindre la profitabilité de Pepperfry d'ici 2 ans

Enjeux secondaires:

- Déterminer les flux de revenus clés
- Réduire les coûts logistiques
- Adresser la concurrence

ENVIRONNEMENT



La population de l'Inde dépassera celle de la Chine d'ici 2030

L'urbanisation est en très forte croissance

Accroissement constant de la classe moyenne

La femme indienne s'occupe habituellement du budget familiale

Grande importance envers l'expérience client

Nouvelles technologies plus accessibles

Économie de partage de plus en plus valorisée

MANDAT

ANALYSE

STRATÉGIE

DÉCISION

IMPLANTATION

RISQUES ET
MITIGATION

CONCLUSION

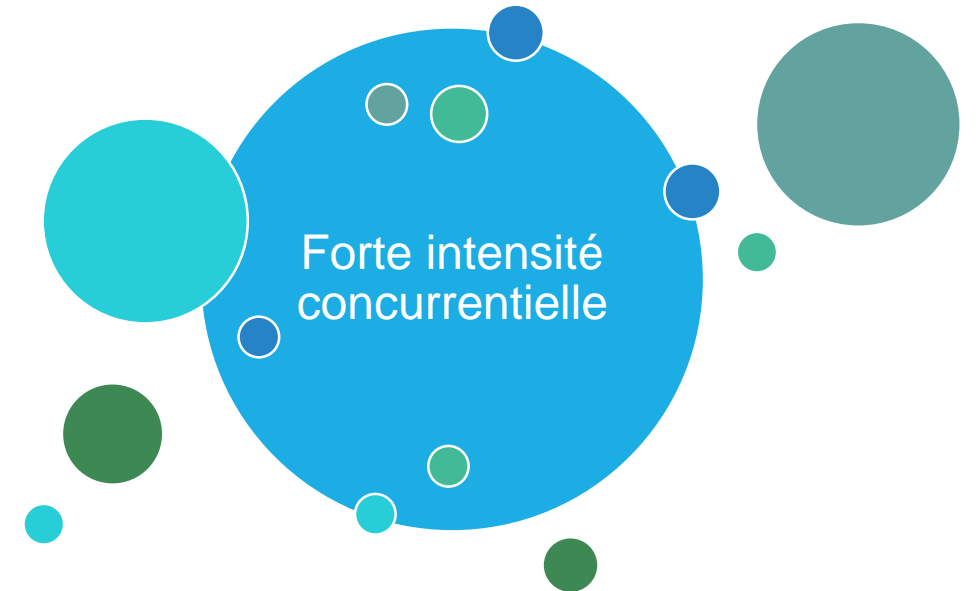
INDUSTRIE DU COMMERCE DE DÉTAIL - MEUBLES

CLIENTS – Faible pouvoir d'achat, très nombreux

FOURNISSEURS – Faible pouvoir, plusieurs petits commerçants

SUBSTITUTS – Faible menace, bien essentiel

NOUVEAUX ENTRANTS – Forte menace, marketplace et IKEA



Facteurs clés de succès

Réputation

Réseau de distribution

Capacités financières

MANDAT

ANALYSE

STRATÉGIE

DÉCISION

IMPLANTATION

RISQUES ET
MITIGATION

CONCLUSION

PEPPERFRY



MANDAT

ANALYSE

STRATÉGIE

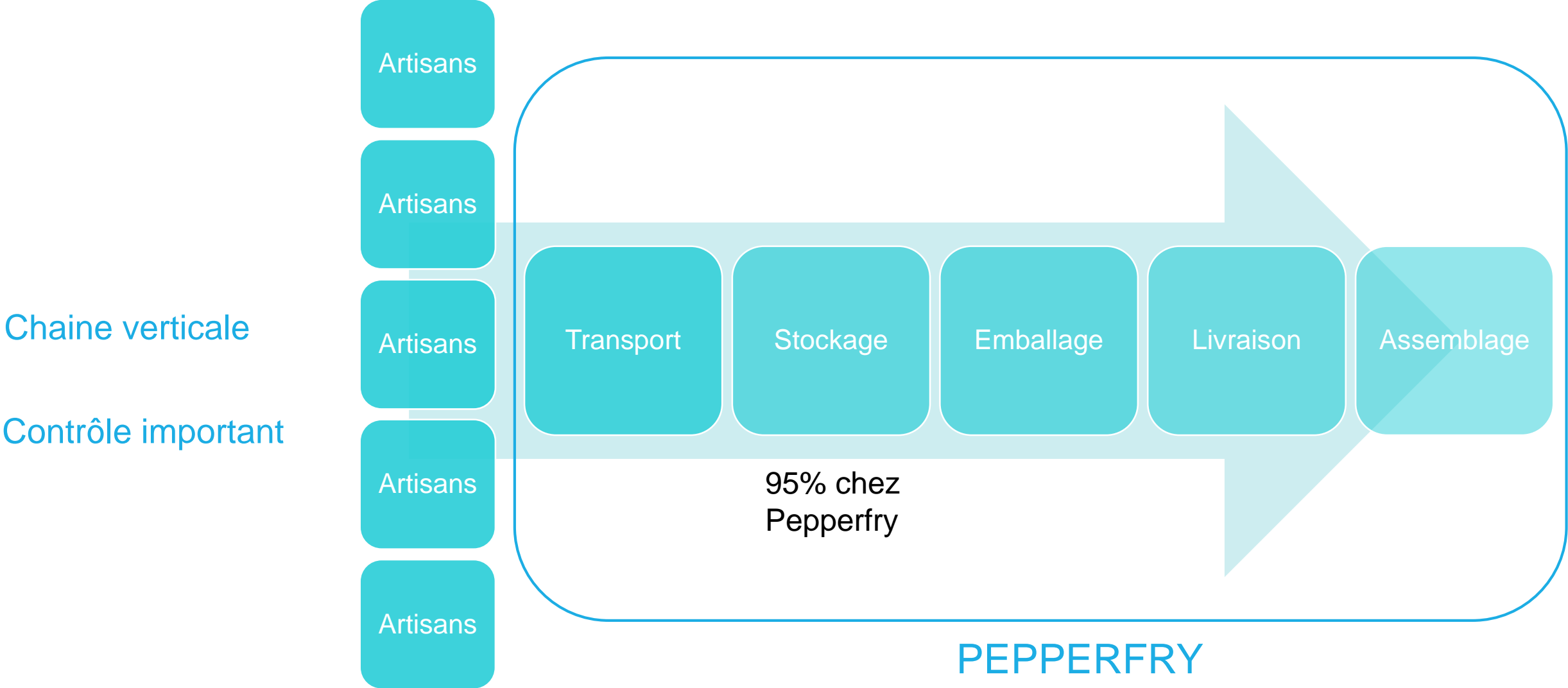
DÉCISION

IMPLANTATION

RISQUES ET
MITIGATION

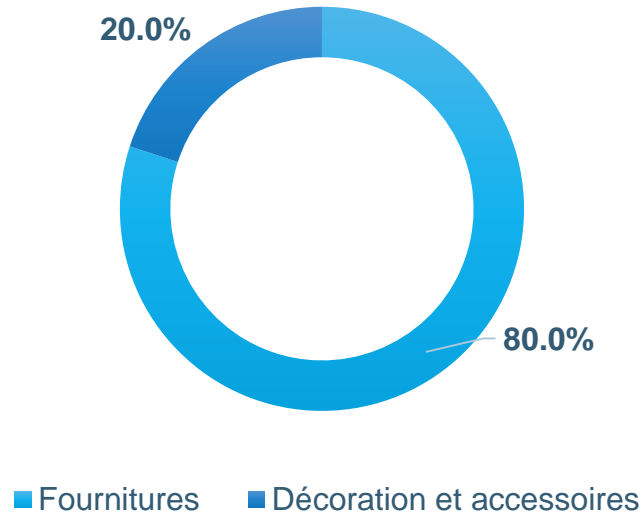
CONCLUSION

CHAINE D'APPROVISIONNEMENT



ANALYSE FINANCIÈRE

Répartition des revenus



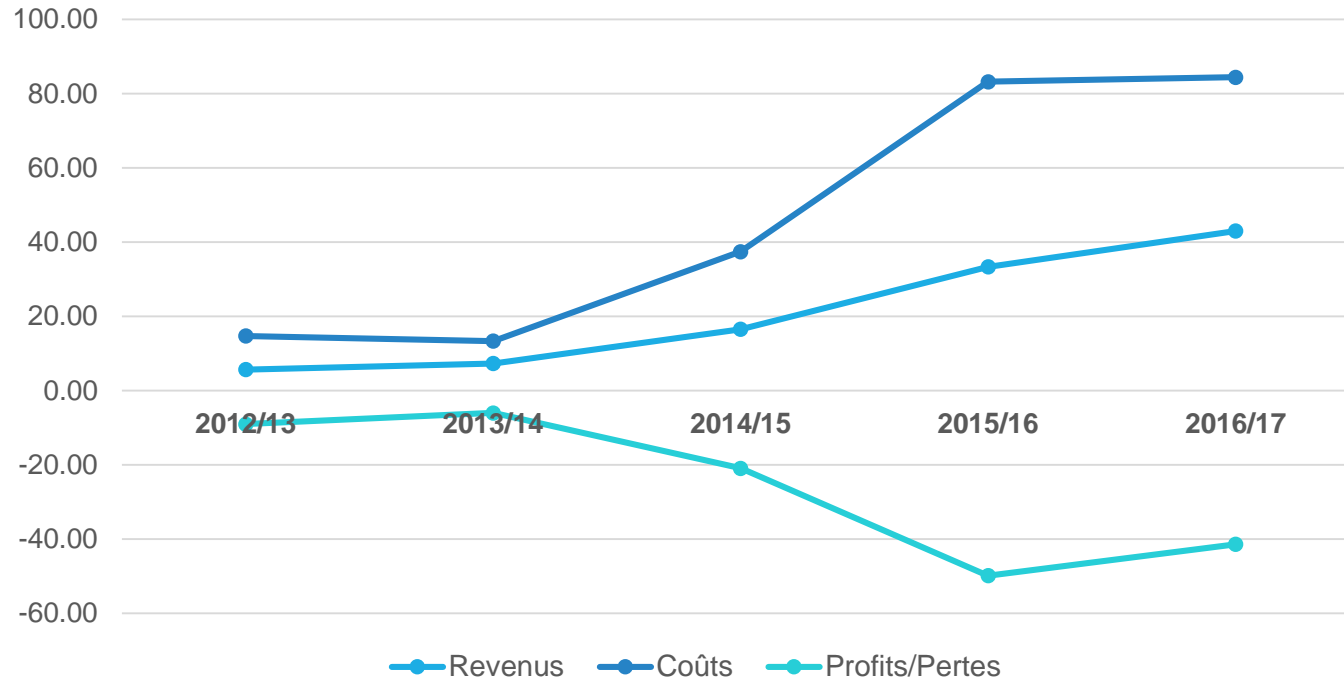
Faits économiques

- 3e pays en termes de pouvoir achat
- Croissance PIB = 7,5 %

	Décoration et Accessoires	Meubles
Prix de vente moyen	41,67 \$	300,00 \$
Marge brute	30-50 %	45-55 %
Marge opérationnelle	15,0 %	25,0 %
% Transactions	70,0 %	30,0 %

ANALYSE FINANCIÈRE

Performance financière



Valeur Entreprise
51,6 Millions US

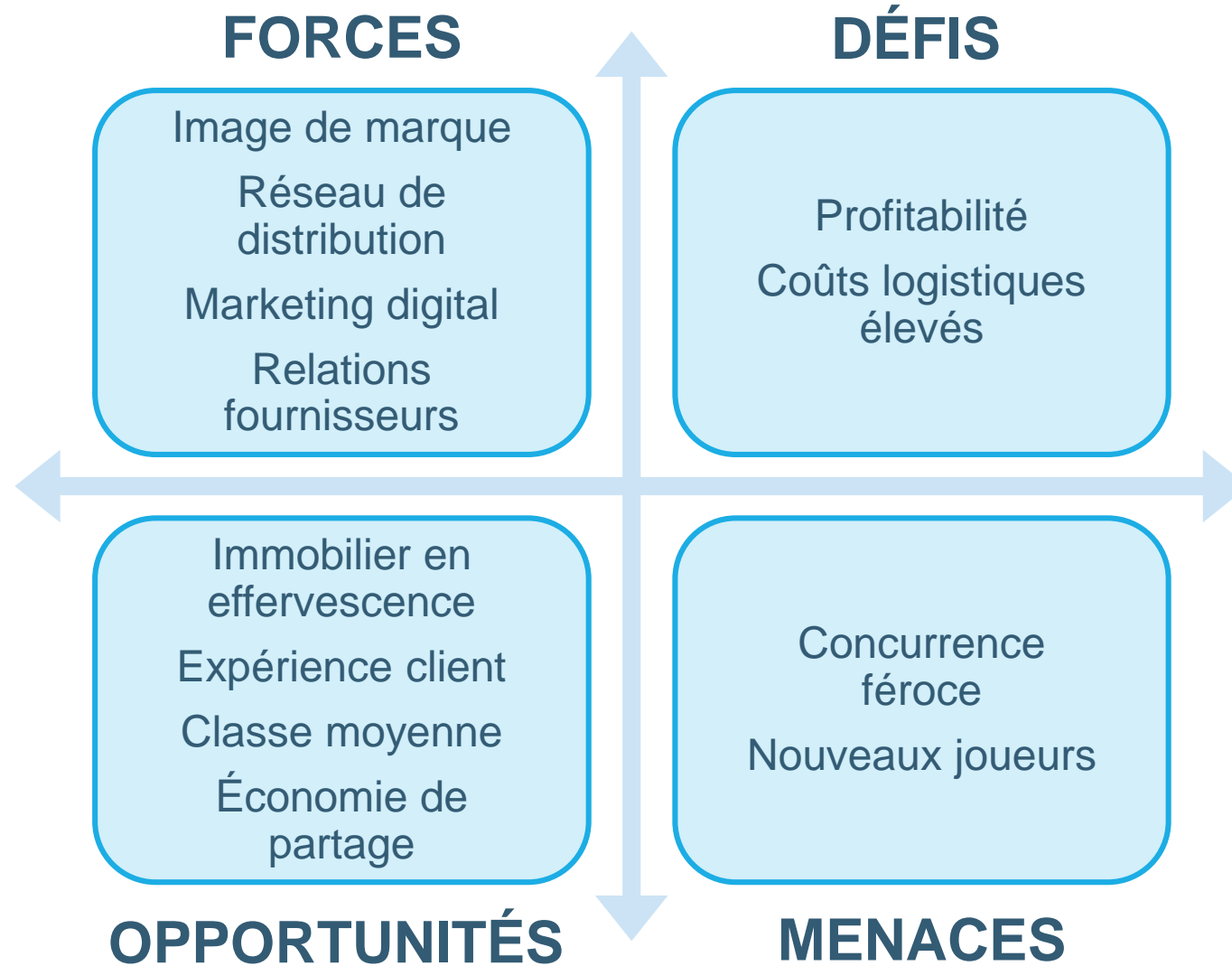
Valeur / Revenus = 1,2

Entreprise non profitable

195 millions US en capitaux
de risque

	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17	Croissance annualisée
Revenus	5,68	7,32	16,53	33,35	43,00	50,0%
Coûts	14,72	13,35	37,45	83,22	84,43	41,8%
Profits/Pertes	-9,03	-6,03	-20,92	-49,87	-41,43	-35,6%

DIAGNOSTIC



MANDAT

ANALYSE

STRATÉGIE

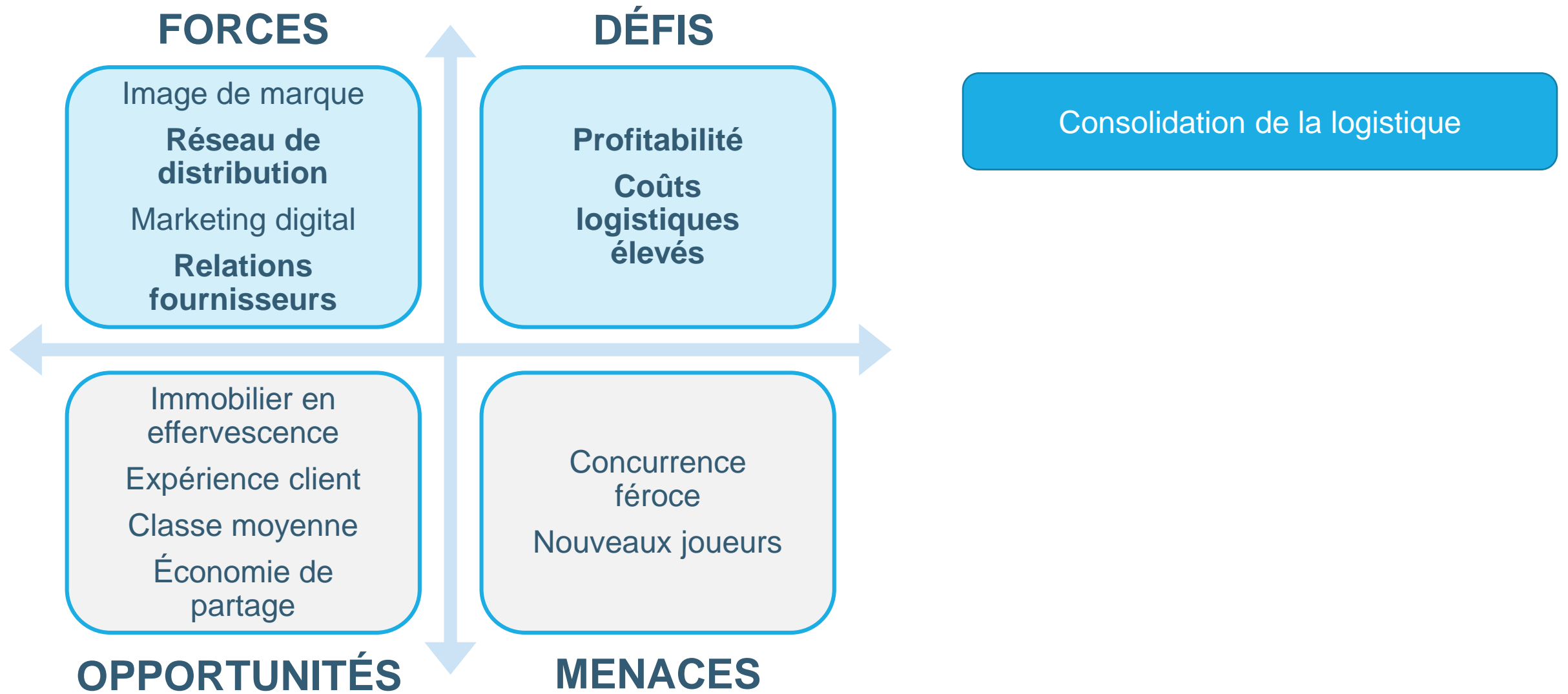
DÉCISION

IMPLANTATION

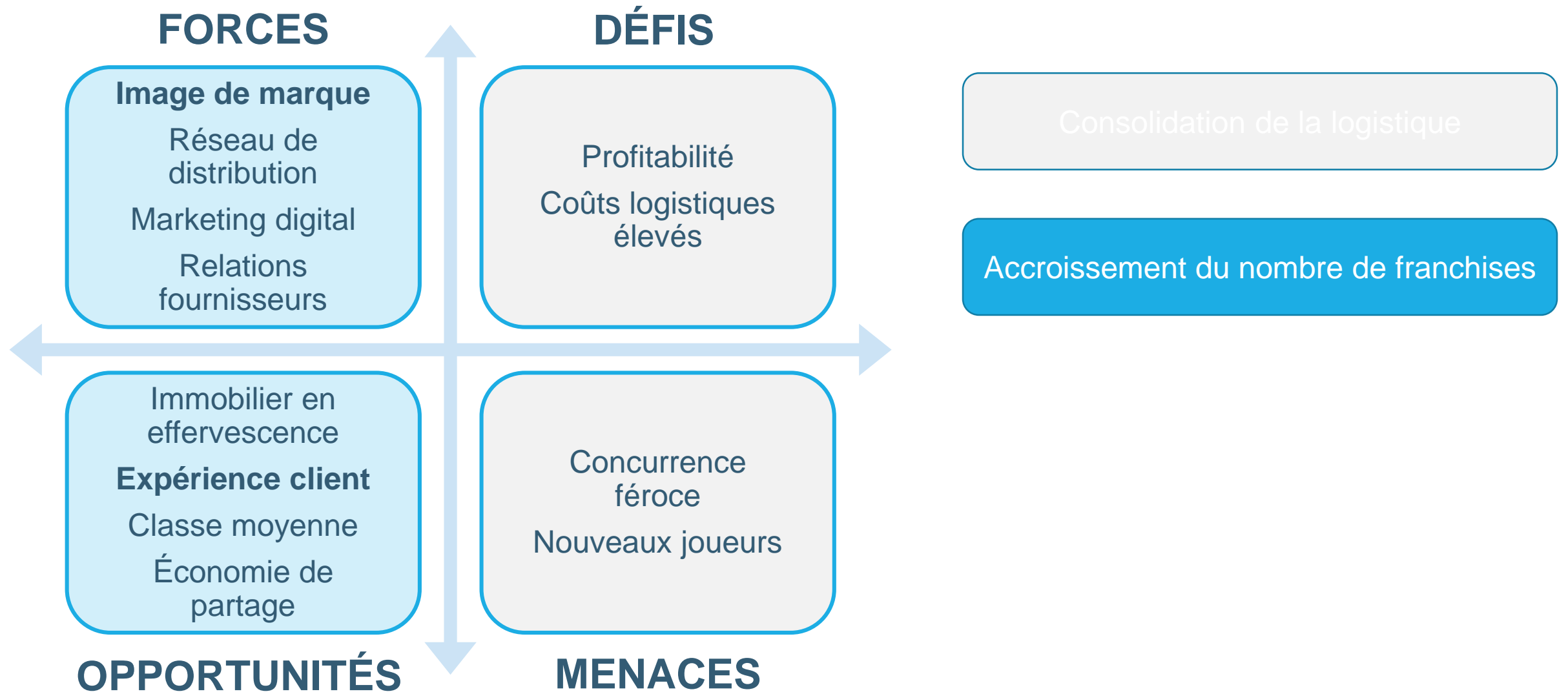
RISQUES ET
MITIGATION

CONCLUSION

DIAGNOSTIC



DIAGNOSTIC



MANDAT

ANALYSE

STRATÉGIE

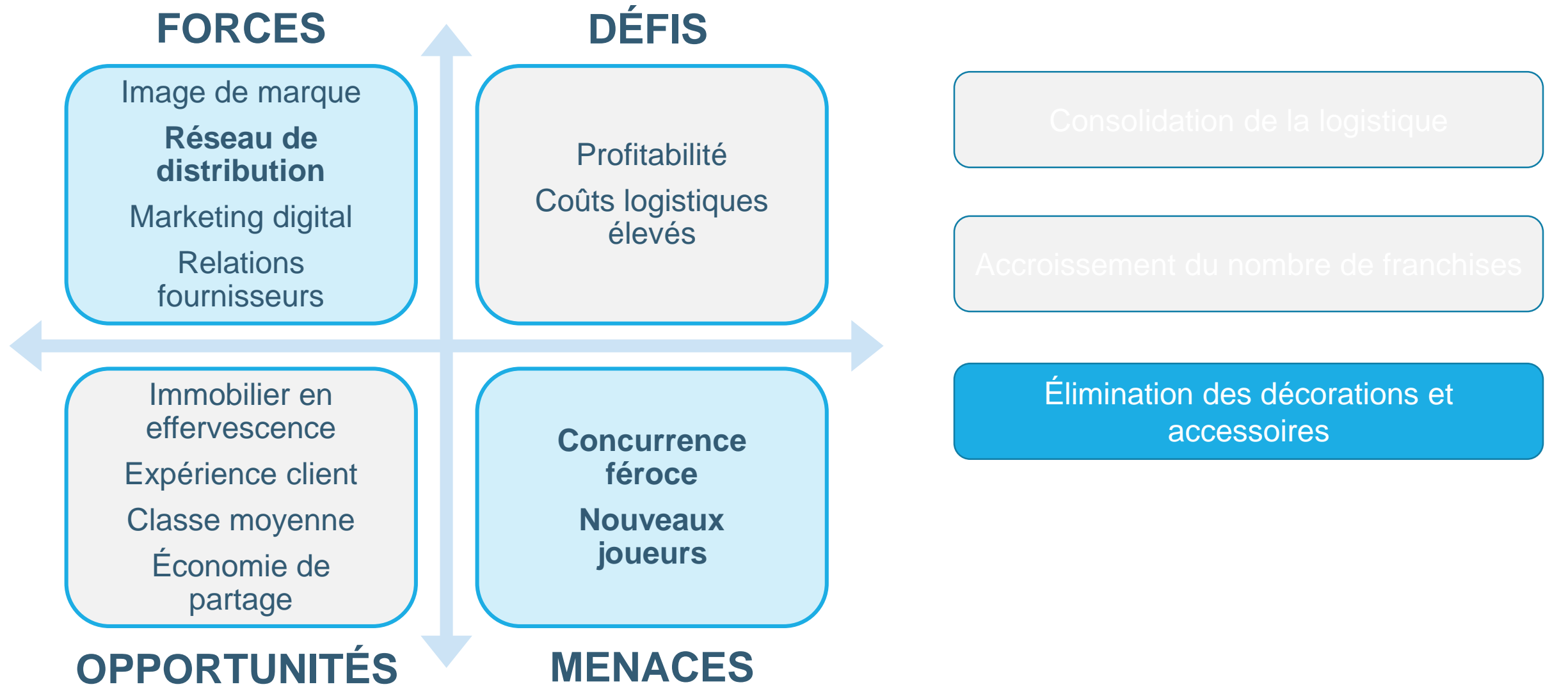
DÉCISION

IMPLANTATION

RISQUES ET
MITIGATION

CONCLUSION

DIAGNOSTIC



MANDAT

ANALYSE

STRATÉGIE

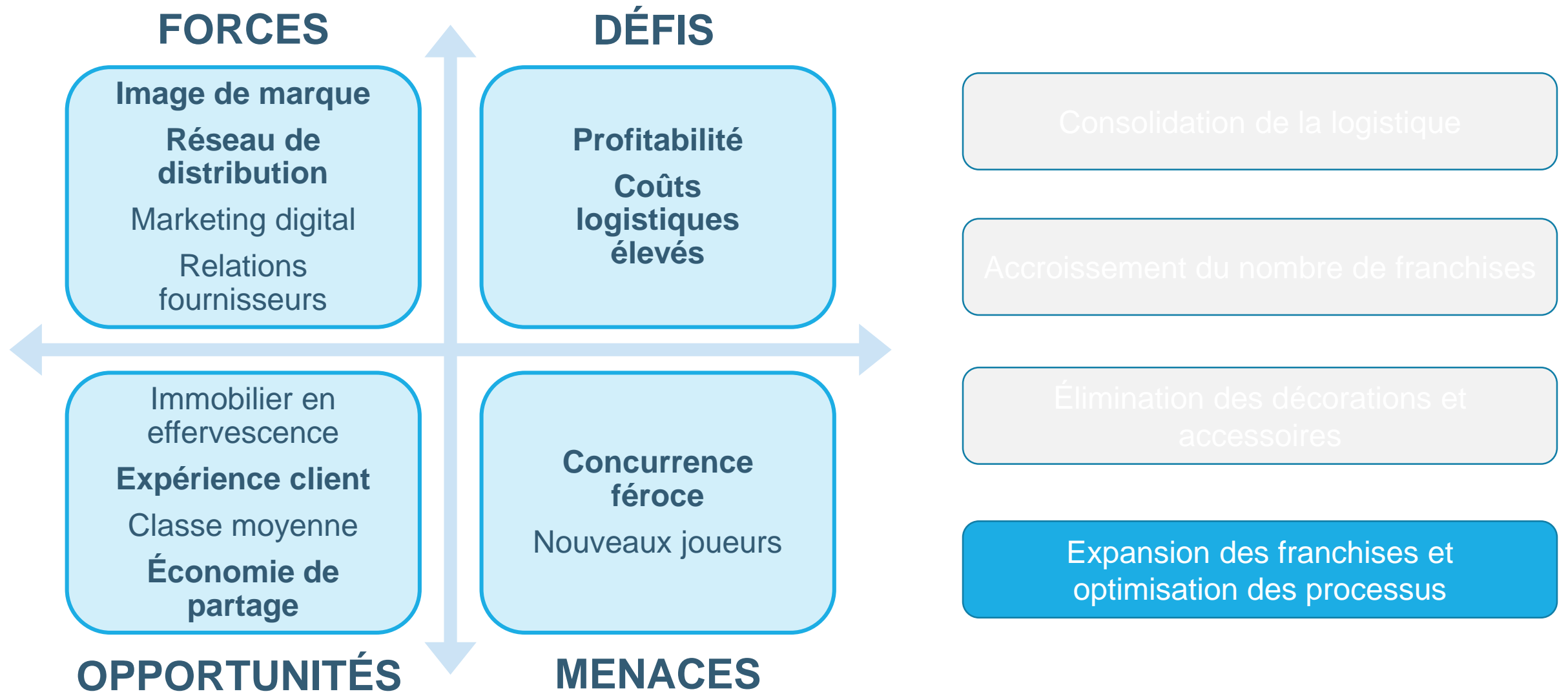
DÉCISION

IMPLANTATION

RISQUES ET
MITIGATION

CONCLUSION

DIAGNOSTIC



MANDAT

ANALYSE

STRATÉGIE

DÉCISION

IMPLANTATION

RISQUES ET MITIGATION

CONCLUSION

CRITÈRES DE SÉLECTION

Acceptabilité

- Atteinte de la profitabilité?
- Risque et rendement?

Pertinence

- Délais de 2 ans et 5 ans?
- Ressources disponibles?

Faisabilité

- Répond aux opportunités et menaces?
- Capitalise sur les forces et mitige les menaces?

Facteurs clés de succès

- Réputation, Réseau de distribution, Capacités financières

Oui

Moyennement

Non

MANDAT

ANALYSE

STRATÉGIE

























DÉCISION

IMPLANTATION

RISQUES ET
MITIGATION

CONCLUSION

STRATÉGIES

	Consolidation de la logistique	Accroissement du nombre de franchises	Élimination des décorations et accessoires	Expansion des franchises et optimisation des processus
Acceptabilité				
Faisabilité				
Pertinence				
Réputation				
Réseau de distribution				
Capacités financières				

MANDAT

ANALYSE

STRATÉGIE









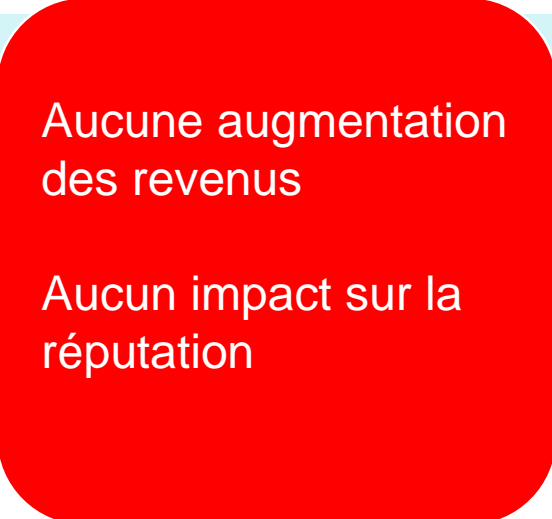
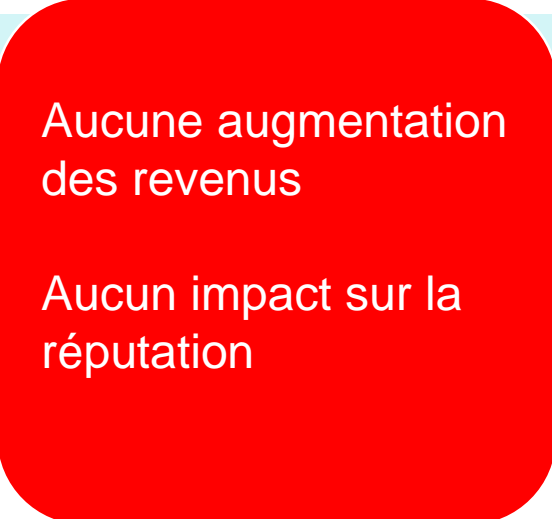






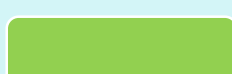
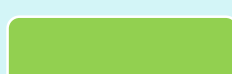



DÉCISION

IMPLANTATION

RISQUES ET
MITIGATION

CONCLUSION

STRATÉGIES

	Consolidation de la logistique	Accroissement du nombre de franchises	Élimination des décorations et accessoires	Expansion des franchises et optimisation des processus
Acceptabilité				
Faisabilité				
Pertinence		 		
Réputation				
Réseau de distribution				
Capacités financières				

MANDAT

ANALYSE

STRATÉGIE

DÉCISION

IMPLANTATION

RISQUES ET
MITIGATION

CONCLUSION

STRATÉGIES

	Consolidation de la logistique	Accroissement du nombre de franchises	Élimination des décorations et accessoires	Expansion des franchises et optimisation des processus
Acceptabilité			Augmentation des revenus et meilleur contrôle des coûts	
Faisabilité				
Pertinence			N'améliore pas le réseau de distribution Accroissement des revenus diminué par la venue de concurrents	
Réputation				
Réseau de distribution				
Capacités financières				

MANDAT

ANALYSE

STRATÉGIE




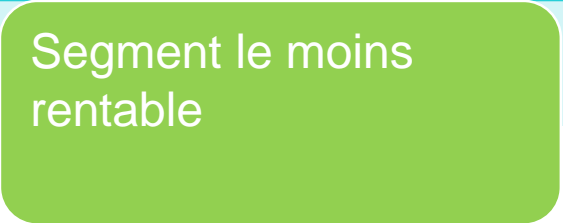






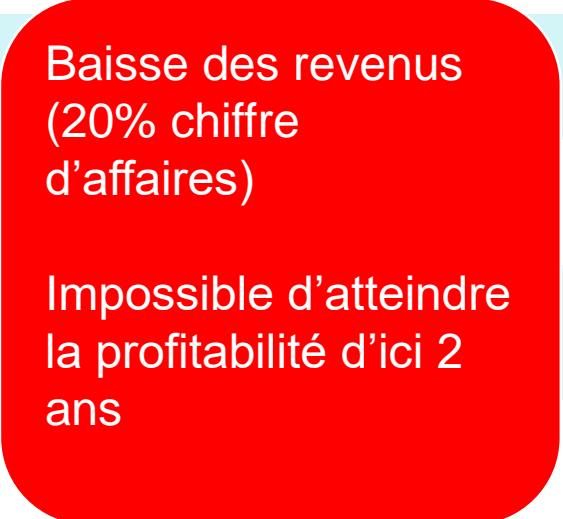









DÉCISION

IMPLANTATION

RISQUES ET
MITIGATION

CONCLUSION

STRATÉGIES

	Consolidation de la logistique	Accroissement du nombre de franchises	Élimination des décorations et accessoires	Expansion des franchises et optimisation des processus
Acceptabilité				 <p>Segment le moins rentable</p>
Faisabilité				
Pertinence				 <p>Baisse des revenus (20% chiffre d'affaires)</p> <p>Impossible d'atteindre la rentabilité d'ici 2 ans</p>
Réputation				
Réseau de distribution				
Capacités financières				

MANDAT

ANALYSE

STRATÉGIE



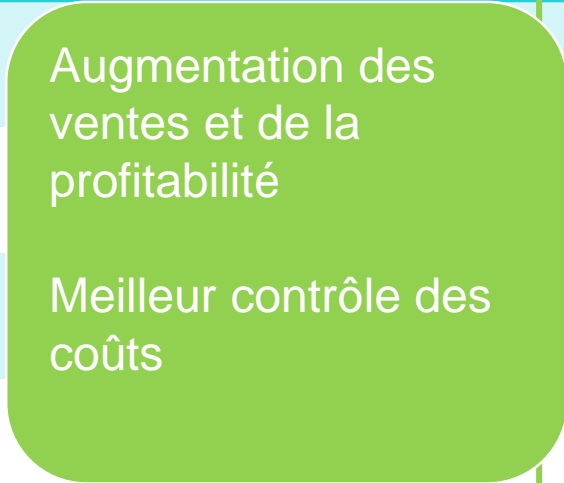






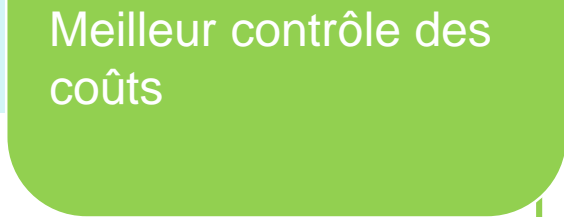






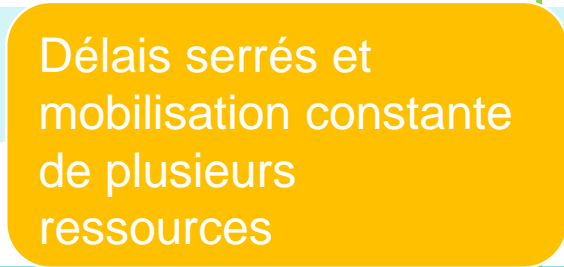




DÉCISION

IMPLANTATION

RISQUES ET
MITIGATION

CONCLUSION

STRATÉGIES

	Consolidation de la logistique	Accroissement du nombre de franchises	Élimination des décorations et accessoires	Expansion des franchises et optimisation des processus
Acceptabilité				
Faisabilité				
Pertinence				
Réputation				
Réseau de distribution				
Capacités financières				

MANDAT

ANALYSE

STRATÉGIE

DÉCISION

IMPLANTATION

RISQUES ET
MITIGATION

CONCLUSION

STRATÉGIE

Expansion du nombre de franchises et optimisation des processus clés

MANDAT



ANALYSE



STRATÉGIE



DÉCISION



IMPLANTATION

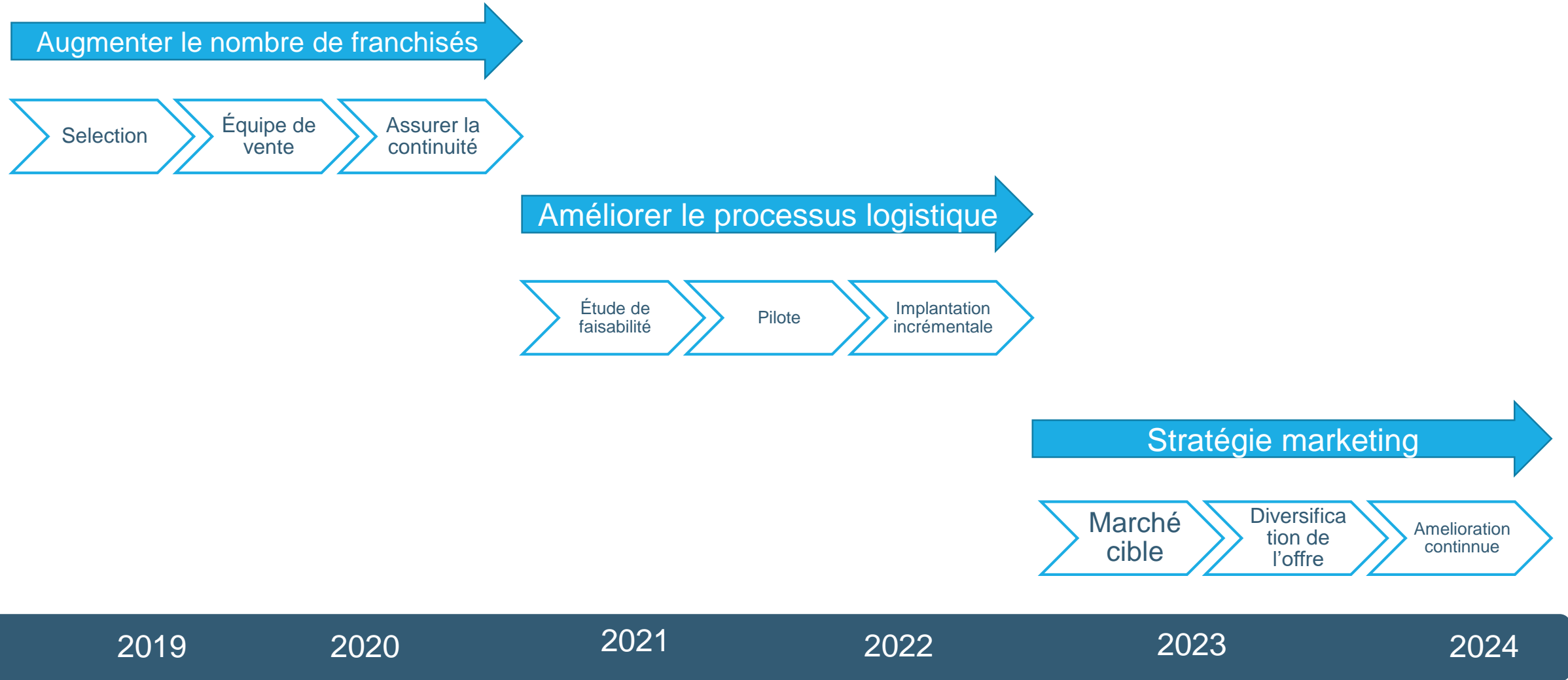


RISQUES ET
MITIGATION



CONCLUSION

IMPLANTATION



MANDAT

ANALYSE

STRATÉGIE

DÉCISION

IMPLANTATION

RISQUES ET
MITIGATION

CONCLUSION

PHASE 1

Augmenter le nombre de franchisés

Objectif: Augmenter les ventes

MANDAT

ANALYSE

STRATÉGIE

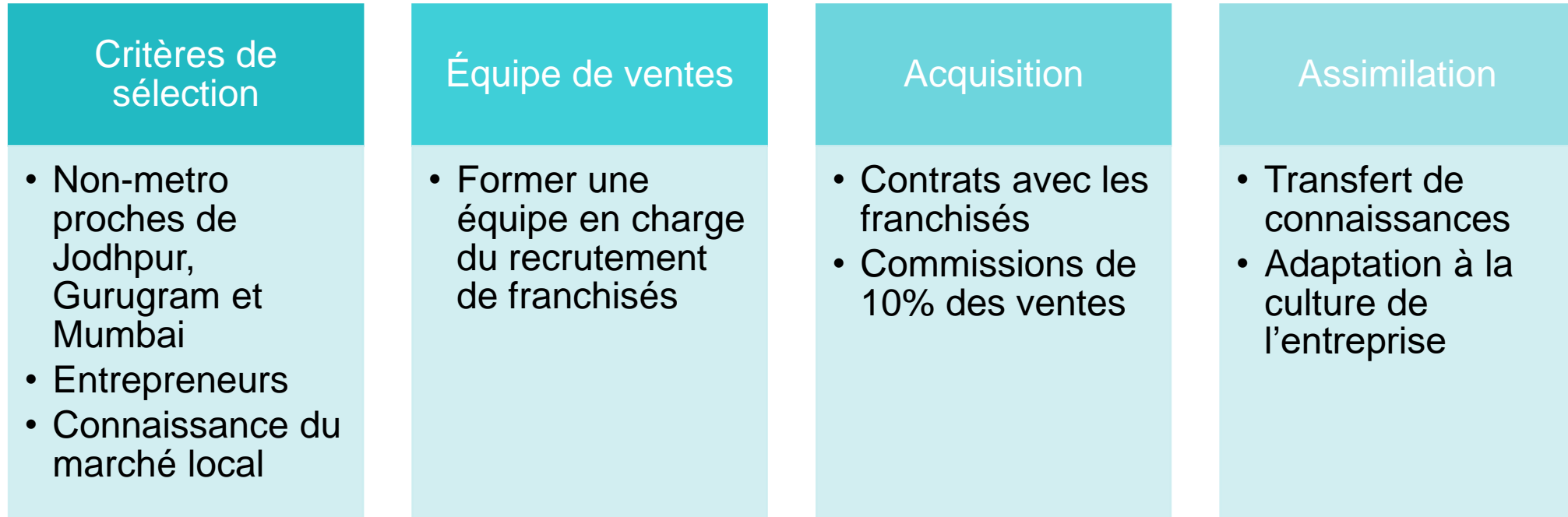
DÉCISION

IMPLANTATION

RISQUES ET
MITIGATION

CONCLUSION

PHASE 1 – Augmenter le nombre de franchisés



Objectif: Doubler le nombre de franchisés d'ici mars 2019

MANDAT

ANALYSE

STRATÉGIE

DÉCISION

IMPLANTATION

RISQUES ET
MITIGATION

CONCLUSION

PHASE 2

Améliorer le processus logistique

Objectif: Réduire les coûts

MANDAT

ANALYSE

STRATÉGIE

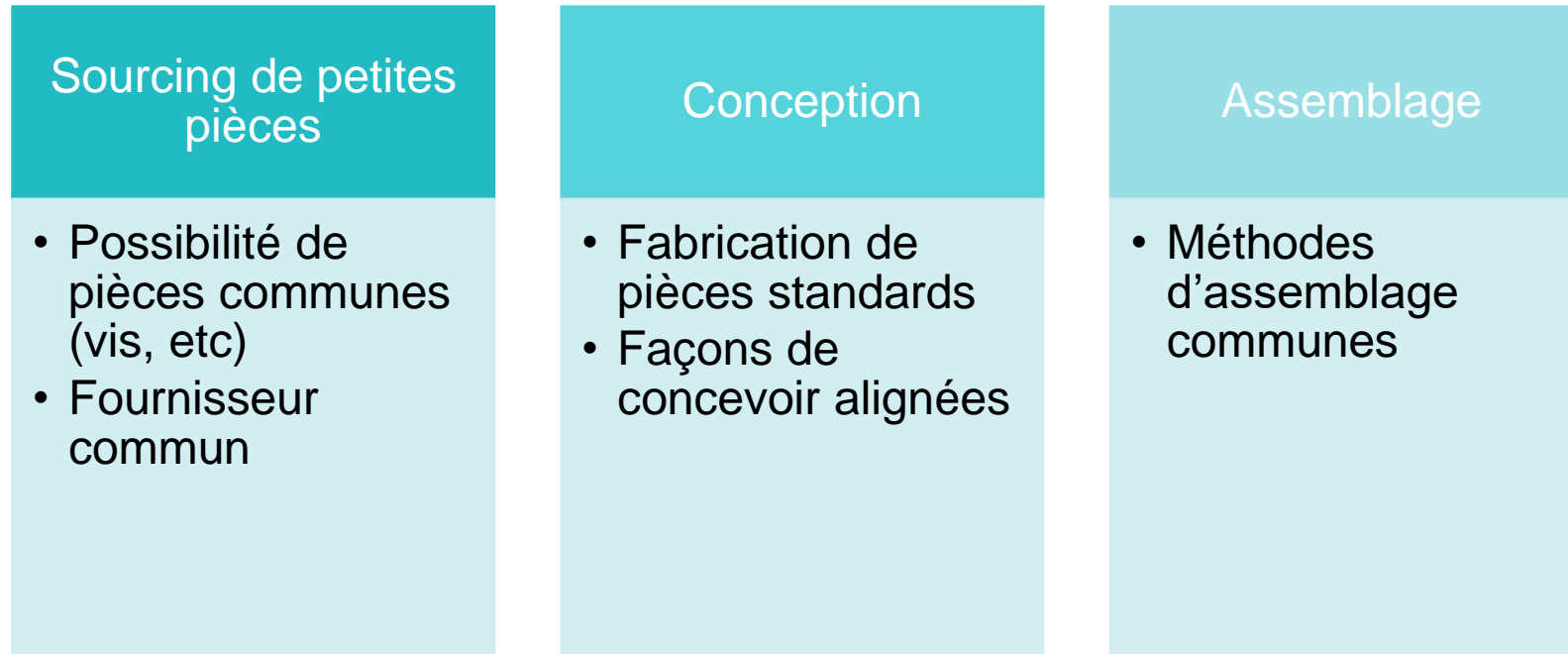
DÉCISION

IMPLANTATION

RISQUES ET
MITIGATION

CONCLUSION

PHASE 2 – Étude de faisabilité



Objectif: Réduction des coûts d'approvisionnement, meilleur contrôle qualité

MANDAT

ANALYSE

STRATÉGIE

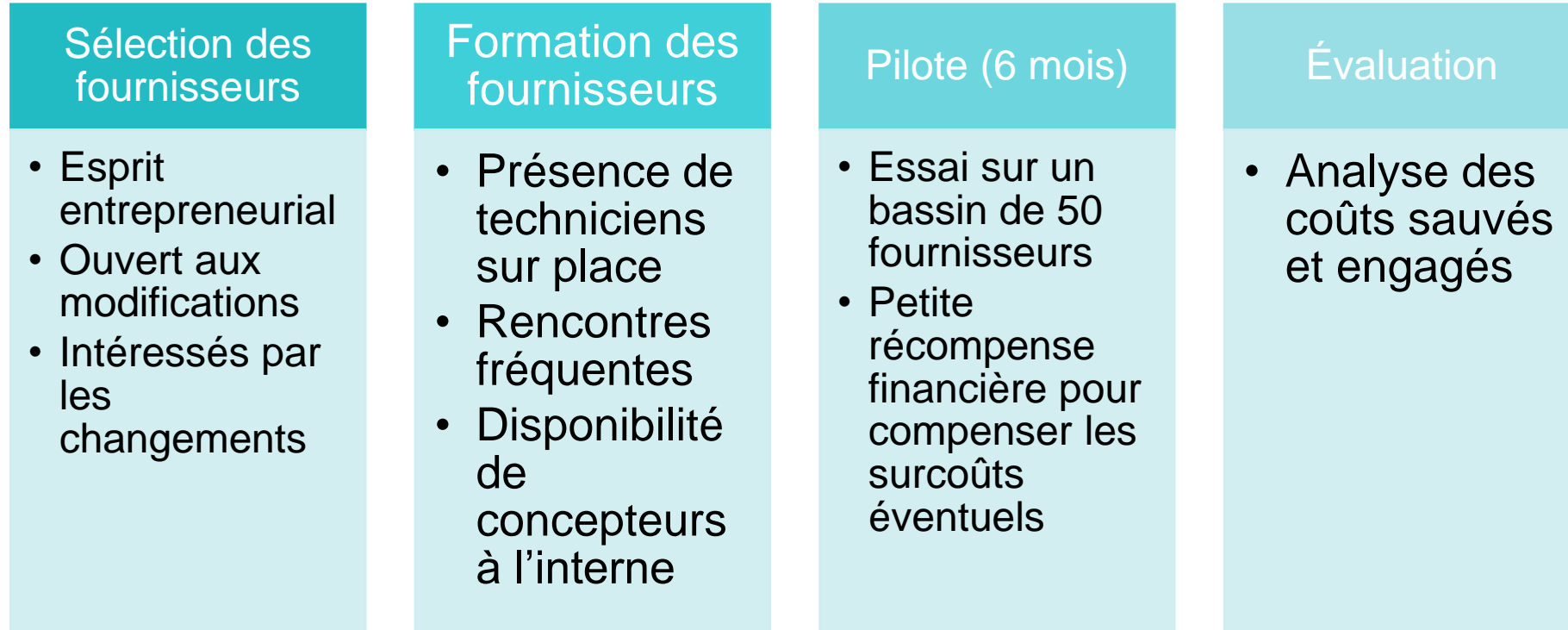
DÉCISION

IMPLANTATION

RISQUES ET
MITIGATION

CONCLUSION

PHASE 2 – Pilote



Objectif: Assurer un changement efficace

MANDAT

ANALYSE

STRATÉGIE

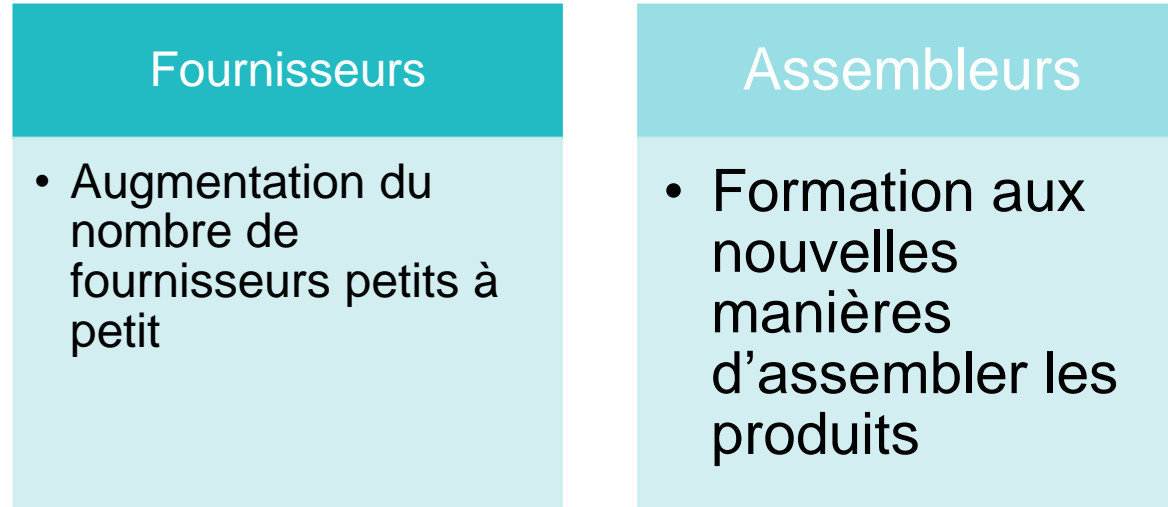
DÉCISION

IMPLANTATION

RISQUES ET
MITIGATION

CONCLUSION

PHASE 2 – Implantation incrémentale



Objectif: Expansion des nouvelles méthodes

MANDAT

ANALYSE

STRATÉGIE

DÉCISION

IMPLANTATION

RISQUES ET
MITIGATION

CONCLUSION

PHASE 3

Stratégie marketing

Objectif:

Se différencier de la concurrence et augmenter les revenus

MANDAT

ANALYSE

STRATÉGIE

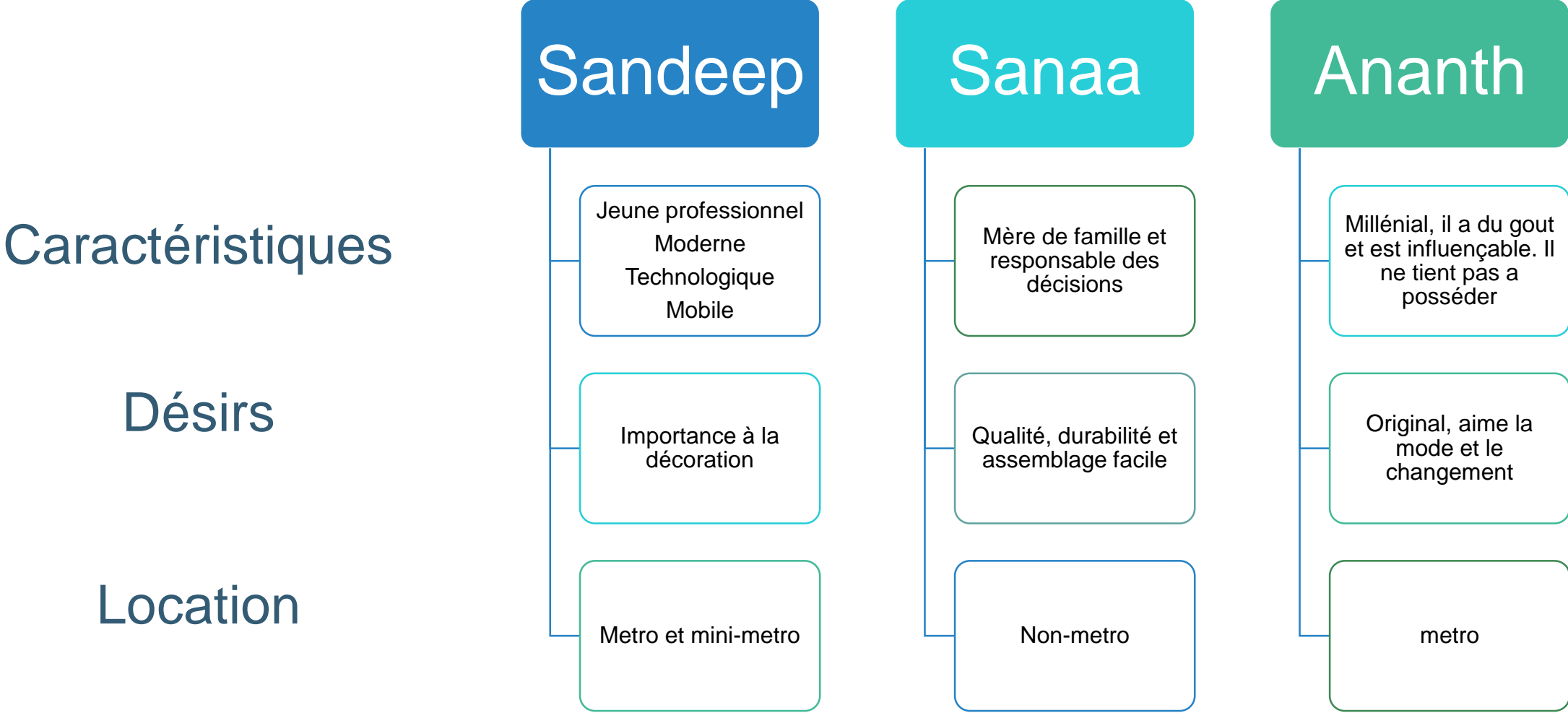
DÉCISION

IMPLANTATION

RISQUES ET
MITIGATION

CONCLUSION

PHASE 3 - Se positionner en tant que leader artisanal local



PHASE 3 - Se positionner en tant que leader artisanal local

Cibler les femmes pour augmenter votre taux de conversion



Stratégie web

Événement 5 à 7

Web series

MANDAT

ANALYSE

STRATÉGIE

DÉCISION

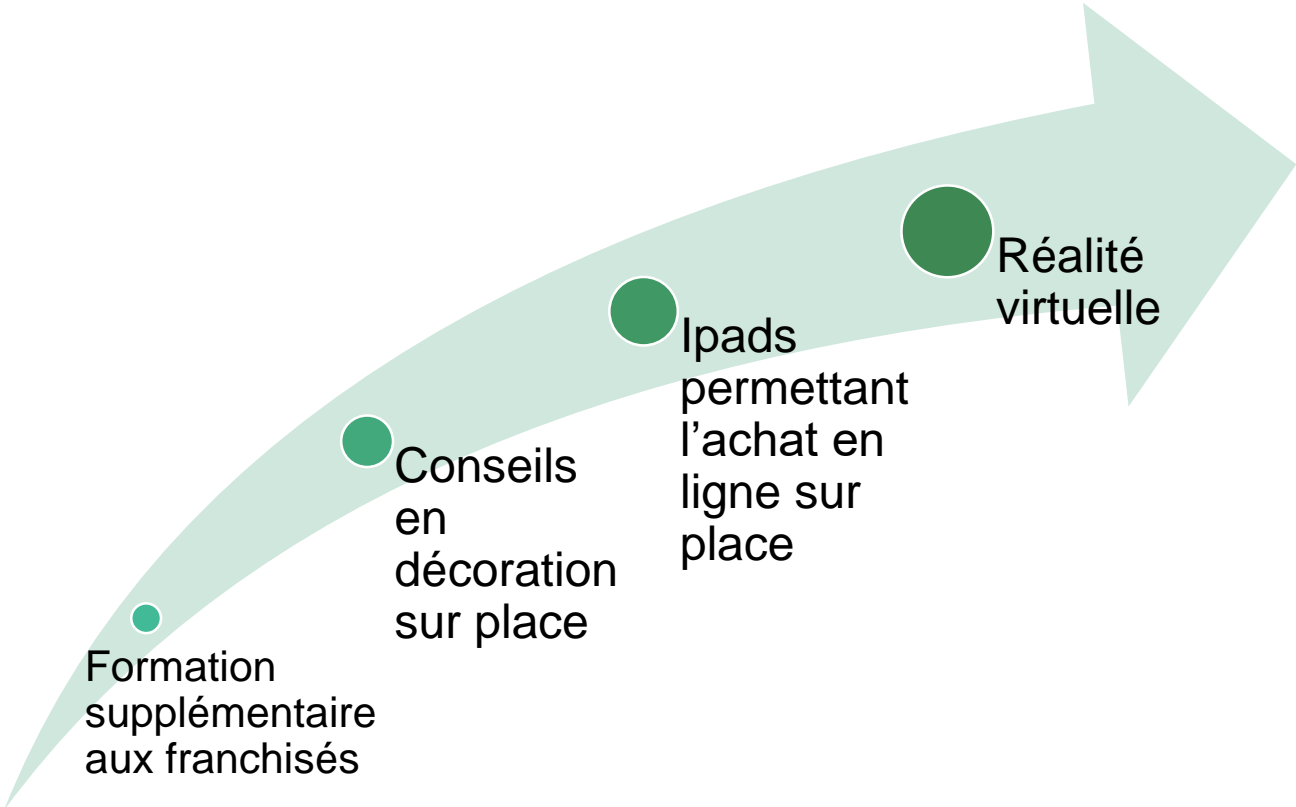
IMPLANTATION

RISQUES ET
MITIGATION

CONCLUSION

PHASE 3 - Se positionner en tant que leader artisanal local

Apportez l'expérience client à un tout autre niveau



MANDAT



ANALYSE



STRATÉGIE



DÉCISION



IMPLANTATION



RISQUES ET MITIGATION



CONCLUSION

PHASE 3: Location des décorations

Commencer tôt pour influencer à long terme

Ananth



MANDAT

ANALYSE

STRATÉGIE

DÉCISION

IMPLANTATION

RISQUES ET
MITIGATION

CONCLUSION

PHASE 3 - Amélioration continue

L'important c'est le catalogue de qui est supérieur...

R&D

- Amélioration des in-house brands
- Suivre les trends

Embauche

- Architectes sortis de l'université (stages)
- Idées innovantes
- Motivés

\$1M

MANDAT

ANALYSE

STRATÉGIE

DÉCISION

IMPLANTATION

RISQUES ET
MITIGATION

CONCLUSION

BUDGET

	Coûts	Revenus
PHASE 1 (2019)	100 K\$US + 250 K\$US (commissions)	30 franchisés 83330 \$US par franchisé 2,5 M\$US
Phase 1 (2020)	10% des commissions 167 K\$US	20 franchisés supplémentaires = 1,67 M\$US + 2,5 M\$US en 2019
PHASE 2	3% des COGS	5% des COGS Profits: 1,072 M\$US
PHASE 3	500 K\$US	500 K\$ US / année

MANDAT

ANALYSE

STRATÉGIE

DÉCISION

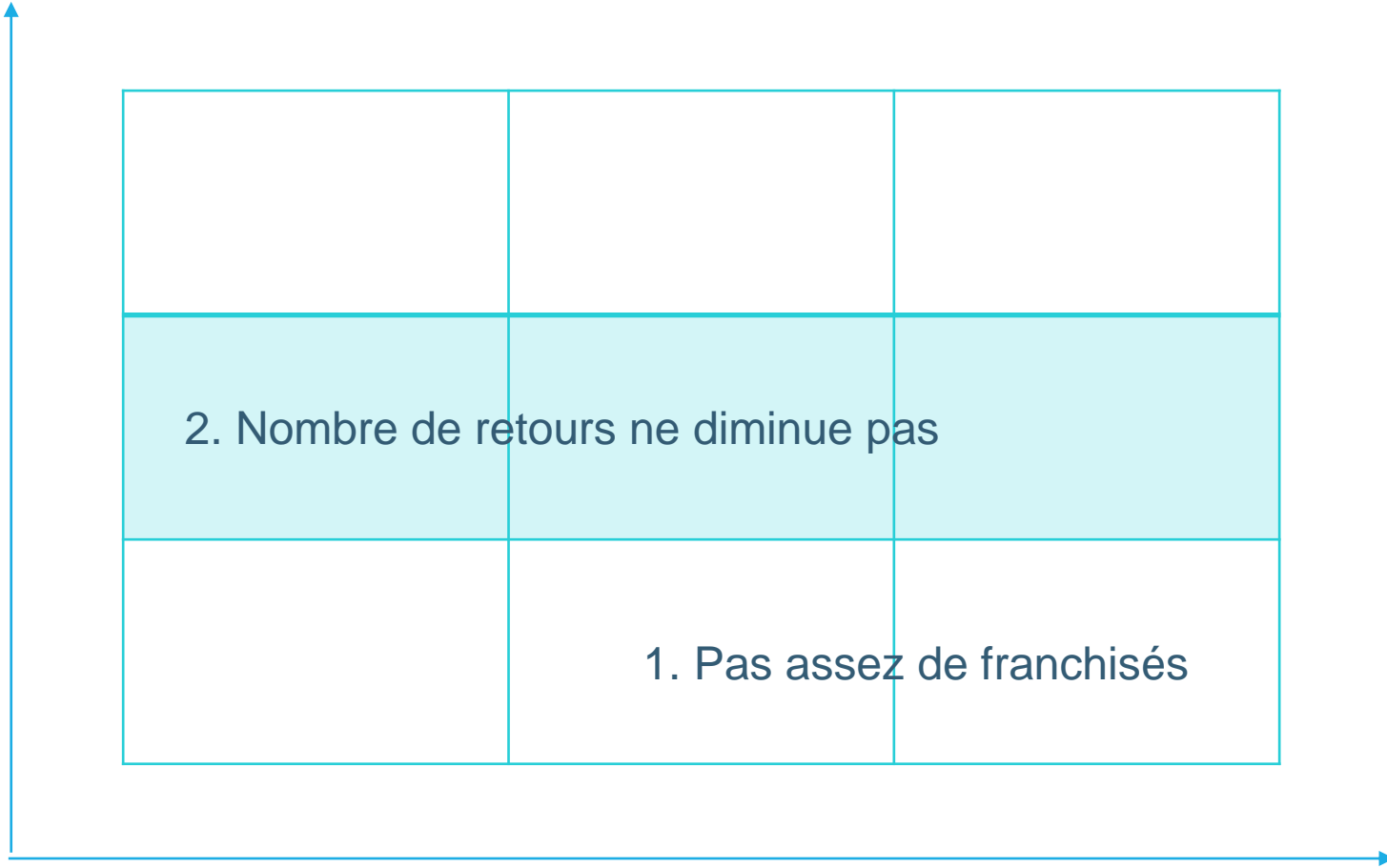
IMPLANTATION

RISQUES ET
MITIGATION

CONCLUSION

RISQUES ET MITIGATION

Impact



Probabilité

1. Ouvrir des magasins détenus par la compagnie

2. Accroissement de la qualité des produits

MANDAT

ANALYSE

STRATÉGIE

DÉCISION

IMPLANTATION

RISQUES ET
MITIGATION

CONCLUSION

PLAN B

Envisager des magasins de grandes surfaces
avec espaces pour détaillants

MANDAT

ANALYSE

STRATÉGIE

DÉCISION

IMPLANTATION

RISQUES ET
MITIGATION

CONCLUSION

CONCLUSION

Déterminer un stratégie permettant d'atteindre la profitabilité de Pepperfry d'ici 2 ans

Enjeux secondaires:

- Déterminer les flux de revenus clés
- Réduire les coûts logistiques
- Adresser la concurrence

Accomplissements:

- Augmentation des ventes en décoration et du nombre de franchisés
- Standardisation des méthodes de conception et approvisionnement à plus grande échelle
- Stratégie de différenciation et amélioration continue

MANDAT

ANALYSE

STRATÉGIE

DÉCISION

IMPLANTATION

RISQUES ET
MITIGATION

CONCLUSION