

Posity



OLBIA
CONSEIL

Accompagnement à la définition de la
stratégie d'accès au marché et de sa mise en
place opérationnelle

Projet Cryptosport / SCAPADA

Proposition de services

SOMMAIRE

Contexte & objectifs



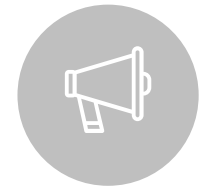
Méthodologie



Conditions



Présentation



Contexte et objectifs de l'accompagnement

Un projet qui se positionne en tant que ticket restaurant du sport pour les entreprises et leurs salariés



Contexte

Pierre Hebting et David Hamel portent **le projet Cryptosport**. Ils sont accompagnés par l'incubateur Corse Inizià.

Ils souhaitent **proposer aux entreprises une solution de paiement pour leurs activités sportives**. Le positionnement et le fonctionnement sont similaires à ce qui se fait avec les tickets restaurants.

A travers cette solution, **les entreprises disposent de plusieurs avantages** : offres personnalisées (secteur, durée, etc.), simplification des démarches, possibilité de récupérer les budgets non-dépensés...

La solution est également intéressante pour **les clubs et associations sportives qui disposeront d'un outil simplifiant la gestion administrative** de ces éléments tout en élargissant leur public visé.

En 2 ans, **le projet a bien avancé**, avec une première POC en cours de finalisation et de nombreux échanges avec à la fois des clubs sportifs et des entreprises prêtes à utiliser la solution.

Désormais, **il s'agit pour l'équipe projet de travailler sur la stratégie commerciale et d'accès au marché** : cibles clients à prioriser, argumentaire et différenciation par rapport aux concurrents, stratégie d'acquisition des clients partenaires...



Objectifs

Afin de poursuivre son développement, **l'équipe projet souhaite être accompagnée par un cabinet de conseil** dans la définition de la stratégie d'accès au marché et de sa mise en place opérationnelle.

C'est dans ce contexte que nos cabinets POSITY et Par dessus L'Market se positionnent pour répondre à cette sollicitation.

Les objectifs de cet accompagnement sont les suivants :

- **Travailler sur le positionnement différenciant de l'entreprise** par rapport à la concurrence et sur un argumentaire commercial clair et percutant
- **Statuer sur le modèle économique** du projet
- **Définir et finaliser la stratégie d'accès au marché** en priorisant notamment les structures à démarcher
- **Elaborer une feuille de route** incluant des moyens à mettre en œuvre et des actions concrètes à mener pour lancer l'activité et trouver la bonne stratégie pour attirer des structures sportives et répondre aux attentes entreprises intéressées
- **Accompagner l'équipe projet de manière opérationnelle** dans la mise en œuvre de sa stratégie commerciale en participant aux premiers rendez-vous et aux actions mises en place

Contexte et objectifs de l'accompagnement

Benchmarks potentiels : focus sur les stratégies commerciales et d'accès au marché d'entreprises aux problématiques similaires

A compléter dans le cadre de l'étude

Des premiers éléments sur 3 structures différentes et intéressantes pour l'étude : start-ups françaises, cible client similaire (CE), success story...

GROUPON

Infos clés

Date de création : 2008.

CA 2017 : 2,84 milliards de dollars.

Nombre d'employés : 6 345.

Éléments d'analyse

Outils d'analyse des ventes et système de réservation pour les commerçants.

Autofinancement via l'encaissement des coupons avant usage.

Croissance du CA rapide par un management par objectif et de nombreux commerciaux terrains qui démarchent des milliers de commerçants.

Politique d'acquisition des membres importante (bases de données e-mails).

Priorité aux offres locales et en parallèle développement d'offres nationales.

Veepee

Infos clés

Date de création : 2001.

Volume d'affaires 2018 : 3,7 milliards d'euros.

Nombre d'employés : 6 000.

Éléments d'analyse

Stratégie de collaboration avec des marques plutôt que des structures.

Les marques animent elles-mêmes leurs ventes et leurs promotions sur la plateforme.

Déploiement d'une stratégie digitale efficace et multiple : référencement naturel, réseaux sociaux, parrainage, newsletters travaillées.

Peu de publicité payante et expérience client au cœur de la stratégie.

leeto

Infos clés

Date de création : 2018.

2 millions d'euros levés en 2019.

30aine entreprises clientes (10 000 salariés touchés).

Éléments d'analyse

Expérience utilisateur et administrateur simplifiée via la plateforme en ligne.

Système de paiement en ligne et de cashback (remboursement).

Volonté d'avoir une offre globale pour l'employeur et les salariés avec de potentiels partenariats (Lunchr, Epsor, Alan...).

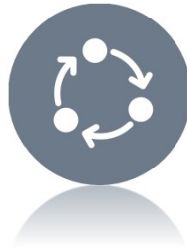
Accélération commerciale via la mise en place du CSE dans les entreprises de plus de 11 salariés.

SOMMAIRE

Contexte & objectifs



Méthodologie



Conditions



Présentation



METHODOLOGIE

Phase 1 : Validation et définition de la stratégie d'accès au marché

OBJECTIFS & RÉSULTATS

- Déterminer les cibles prioritaires du projet
- Identifier comment les approcher, les convaincre
- Travailler sur l'argumentaire commercial pour chacune des cibles
- Travailler sur les éléments différenciants de l'offre Cryptosport vis-à-vis de la concurrence
- Déterminer une stratégie d'accès au marché efficace et rapide, sur les points d'acceptation et les donneurs d'ordre
- Affiner le modèle économique

DÉROULEMENT

1/ Définition de la stratégie d'accès au marché et du modèle économique

- Réunion de lancement en visioconférence avec Pierre et David, Stéphanie, l'équipe Posity, Ariane Treseler de Par-dessus l'Market et Benjamin Carlier d'Olbia Conseil : revue de la méthodologie, du calendrier, de l'articulation entre le lot n°1 & 2, les 3 cabinets, etc.
- Travail interne sur la segmentation - celle de Cryptosport est matricielle donc complexe :
 - Acheteurs : grands comptes, PME, collectivités, fabricants de matériel de sport...
 - Points d'acceptation : clubs privés de sport types fitness, associations sportives, clubs de sport... Sur ce volet, c'est Benjamin qui apportera sa connaissance fine de la filière Sport
 - Bénéficiaires : salariés, citoyens...
- A cela, il faut rajouter les prescripteurs tels que les fédérations sportives, les assurances (les porteurs de projet sont déjà en contact avec Malakoff), les collectivités locales...
- Les bénéfices apportés par l'offre Cryptosport pour chaque cible, ainsi que les points de blocage éventuels ont bien été identifiés par l'équipe projet et sont bien décrits dans le cahier des charges. **Il convient cependant, devant cette « matrice » de cibles, de les hiérarchiser (qui a le plus intérêt à la réussite de Cryptosport, et de qui Cryptosport a réellement besoin au démarrage pour réussir ?) et de travailler sur la meilleure stratégie d'accès au marché.**
- Cette stratégie peut prendre plusieurs formes : attaquer par un territoire / une ville telle que Paris, avoir une approche globale mais avec une taille critique rapide à atteindre, tabler sur une stratégie bottom-up en essayant de convaincre les futurs bénéficiaires de l'offre pour qu'ils remontent l'information à leur entreprise / collectivité (mais cela sous-entend de lourds investissements en communication), etc.

METHODOLOGIE

Phase 1 : Validation et définition de la stratégie d'accès au marché

DÉROULEMENT

- Selon nous, l'approche territoriale est intéressante pour réaliser sa Preuve de Concept, et ensuite pouvoir se déployer sur d'autres métropoles. Une fois ces quelques références territoriales acquises, l'approche nationale sera envisageable puisque la taille critique sera atteignable.
- Cependant, il faut valider ces premiers éléments. Pour ce faire nous prévoyons les moyens suivants :
 - Un **atelier de travail** avec l'équipe Cryptosport, Stéphanie, Posity et Benjamin Carlier sur la stratégie d'accès au marché (notamment l'accès aux points d'acceptation) et le modèle économique : faut-il rester à 3 % / 3 % ? Prendre un pourcentage plus élevé aux acheteurs ? Quelle cible attaquer en priorité ? Etc.
 - **Deux à trois benchmarks d'entreprises / start-ups qui ont réussi à convaincre certaines structures ciblées par Cryptosport** et qui ont eu un modèle économique gagnant. On pense notamment à **Sportihome** (réservation de logements entre sportifs passionnés), accompagnée par le BIC de Montpellier, qui a passé un partenariat national avec Décathlon (qui propose des réductions chez Sportihome à partir de XX € d'achat) avec un modèle économique basé sur 15 % de commission sur le voyageur et 5 % sur l'hôte. Nous pourrions les interroger (voire les mettre directement en contact avec Pierre et David) pour les avoir déjà accompagnés. Nous pensons également à des entreprises dans d'autres univers tels que **Groupon** qui ont dû convaincre rapidement plusieurs milliers de commerçants de rejoindre leur plateforme et donc atteindre une taille critique rapidement pour assurer l'offre auprès des consommateurs (cf. page 4). Ou encore Leeto qui cible les CE d'entreprises à travers un logiciel qui simplifie l'accès aux avantages des salariés. L'entreprise dispose déjà d'une 30aine d'entreprises clientes, touchant ainsi 10 000 salariés, signe d'une stratégie commerciale payante (cf. page 4).
 - Une **analyse de la stratégie de la concurrence** : au-delà de l'analyse de leur stratégie (que Pierre et David ont bien étudiée) il s'agira de bien **préciser les points de différenciation** avec ceux-là pour bien distinguer l'offre et la proposition de valeur de Cryptosport. Nous nous reposerons sur une analyse documentaire et sur l'analyse extérieure de Stéphanie, Pierre et David pour compléter l'analyse, ainsi que la bonne connaissance de Benjamin des structures concurrentes.
- Réunion de restitution intermédiaire en visio pour présenter les travaux afin d'entériner la stratégie d'accès au marché et le modèle économique avec l'équipe Posity et Olbia.

METHODOLOGIE

Phase 1 : Validation et définition de la stratégie d'accès au marché

DÉROULEMENT

2/ Validation de la stratégie et du BM par entretiens

- Cette stratégie et ce modèle économique seront testés lors de **4 à 5 entretiens réalisés auprès des différentes cibles** (grands comptes, clubs de sport, collectivités...). Le choix des cibles sera affiné lors de ce début de phase selon les résultats du premier volet. Ce volet se réalise par l'équipe Posity.
- Préparation de la phase d'entretiens :
 - Formalisation d'une fiche produit : ce document sera à réaliser par David et Pierre (nous leur enverrons des exemples de fiches produits anonymisées) et sera revu par nos soins. Il s'agit d'un document de deux pages qui décrit l'offre et la proposition de valeur (on ne parle pas de prix à ce stade-là).
 - Construction d'un listing de personnes et / ou structures à interroger : une 15aine de structures pour 4 à 5 entretiens. Fichier qualifié avec nom, coordonnées, argumentation sur le choix de la structure
 - Edition d'un guide d'entretien, document qui reprend l'ensemble des questions à poser. Revue par David et Pierre et l'équipe Inizià. 3 grandes parties : découverte de la structure interrogée / focus sur le « pain point », la problématique en question / présentation de Cryptosport et test de la proposition de valeur et du ou des modèles économiques.
- David et / ou Pierre pourront assister aux RDV téléphoniques. Nous menons l'entretien, David ou Pierre n'intervient que pour présenter Cryptosport / Scapada et répondre aux questions techniques (et participer plus globalement à l'entretien s'il le souhaite bien entendu). Ces entretiens durent généralement entre 45min à 1h (semi-qualitatifs), et permettent également d'entrer dans une démarche pré-commerciale. S'ils le souhaitent, David et Pierre pourront réaliser des entretiens de leur côté, sur la base de notre listing et de notre guide d'entretien. Cela permettra de consolider les analyses.
- Réunion de restitution intermédiaire pour présenter les travaux afin d'entériner la stratégie d'accès au marché et le modèle économique.

METHODOLOGIE

Phase 1 : Validation et définition de la stratégie d'accès au marché

DÉROULEMENT

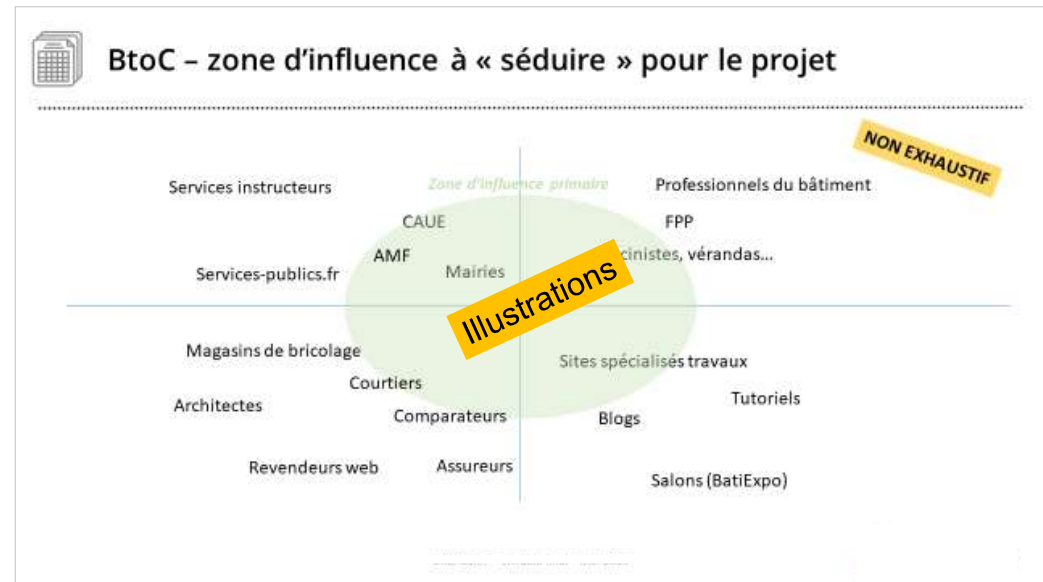
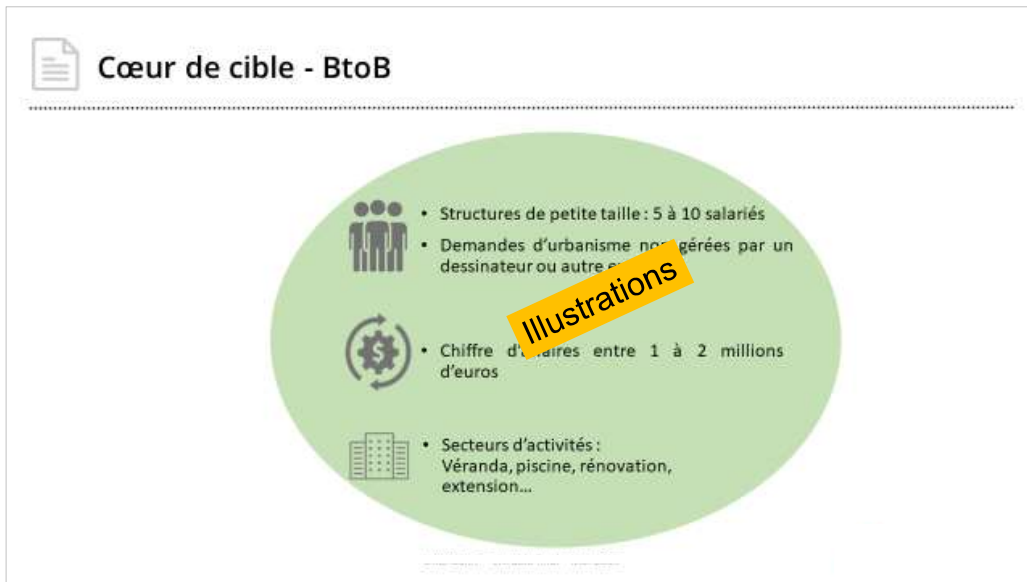
3/ Formalisation du plan d'actions commercial

- Déclinaison en plan d'actions commercial, dans les grandes lignes (ce dernier sera affiné lors du lot n°2). Pour ce faire, nous travaillerons sur 3 grands piliers :
 - Démarche « push » où comment pousser le service vers le client : constitution du réseaux de prescripteurs, prospection commerciale directe auprès des cibles prioritaires, campagne d'emailing ciblé (par exemple auprès des clubs / associations de sports une fois que les fédérations auront ouvert leurs bases de données), etc.
 - Démarche « pull » où comment attirer le client vers Cryptosport : il s'agit ici de travailler notamment sur la stratégie digitale à mettre en place (SEA/SEO, inbound marketing, réseaux sociaux, site web...). Il s'agira d'être « malins » et de ne pas prévoir de trop gros budgets alloués.
 - Démarche commerciale « déportée » où comment s'appuyer sur d'autres structures pour vendre. Benjamin pourra « souffler » des noms de partenaires qu'il pense pertinents. Au-delà de ça, on pense ici à des entreprises comme :
 - Swile (ex. LunchR) que nous connaissons et qui a conquis plus de 3 500 entreprises clientes et qui se positionne comme la 1^{ère} app dédiée à la vie d'équipe. On pourrait imaginer Swile étendre son offre avec celle de Cryptosport. Contact direct : Loïc Soubeyran, fondateur
 - Spotyride, le site de réservation d'activités nautiques et clubs nautiques, spots. Ils ont du recruter un maximum de clubs nautiques (kitesurf, surf, jet ski...) et pourraient aider Cryptosport à les conquérir. Contact direct : Philippe Sirech, fondateur.
 - Obiz, qui favorise la pratique sportive et les loisirs avec un enjeu « santé et bien-être » pour le plus grand nombre et dynamiser le commerce local. Contact direct : Brice Chambard, fondateur.
- Nous contacterons ces structures avec Pierre et David, l'idée est de les mettre en relation avec 3 à 4 structures intéressantes pour accélérer l'accès au marché (que ce soit coté entreprises / collectivités ou points d'acceptation).
- A l'issue de ce travail sur le plan d'actions, nous organiserons une réunion en Corse avec Pierre, David, Stéphanie, l'équipe Posity, Ariane de Par-dessus l'Market et Benjamin Carlier d'Olbia Conseil, pour enclencher éventuellement le travail sur le lot n°2.

METHODOLOGIE

Phase 1 : Validation et définition de la stratégie d'accès au marché

ILLUSTRATIONS



METHODOLOGIE

Phase 1 : Validation et définition de la stratégie d'accès au marché

ILLUSTRATIONS



Stratégie d'acquisition BtoC - digitale

	Description	Contenu / partenaire	Coûts	Trafic espéré (V.U/mois)
Création de contenu (Content marketing)	Création de 3 à 4 fiches par mois, avec itération des mots clés. Post sur le site Urbassist (ou blog associé).	Fiche « Comment déposer sa DP? » Fiche « Quel délai d'inscription »?	Interne	5000
SEO – SEA	Optimiser le référencement du site. Achat de mots clés sur quelques semaines / mois		10K€/an	10000
Affiliation	Affiliation (paiement au CPC) avec des partenaires (blogs, sites spécialisés sur les travaux)	Enchantier.com, travauxlib.fr, Guiderenovation.fr, Cotémaison.fr, Travaux.com	1K€	5000
Retargetting	Pour les internautes ayant surfé sur urbassist.fr mais n'ayant pas acheté	Adroll par exemple	CPM (500€ au départ)	0 (amélioration du taux de transfo.)
TOTAL				20 000 V.U

Illustrations
Source: Urbanassist.com

53



Stratégie d'acquisition BtoC – hors digitale

	Description	Contenu / partenaire	Coûts	Trafic espéré (V.U/mois)
Salons	Participer à un salon pour tester l'innovation en grandeur nature. Salon orienté travaux	BatiExpo à Montpellier Maison Mania à MTP	2K€	100
Relation presse : radio / presse	BFM Business, le moniteur, PQR, les echos, le figaro, madyness,	Soit en interne soit en externe par une agence	2K€	5000
Flyers	Distribution de 5000 flyers sur Nîmes et les communes avoisinantes		300€	200
Assureurs, courtiers, comparateurs	Être présent à minima sur leur site via un lien d'affiliation	Les furets.com, lelynx, etc.	Gratuit	5000
Réseaux French Proptech	Réseau des start up agissant dans le giron de l'immobilier	Élodie Gattoussi (Homekonec) : elodie@frenchproptech.fr	Gratuit	
Collectivités	Soit en direct (la collectivité communique sur un service innovant d'aide à la construction des dossiers - prescription) soit via un partenariat comme GFI	Soit en direct soit en partenariat avec GFI (sharing revenue)	15% des deals si via GFI	10000
TOTAL				20300

Illustrations

METHODOLOGIE

Phase 2 : Accompagnement opérationnel au développement des premiers clients / partenaires

OBJECTIFS & RÉSULTATS

DÉROULEMENT

- Décliner le plan d'actions et la segmentation marché validés en phase 1 en feuille de route terrain
- Initier la commercialisation opérationnelle de l'activité
- Structurer et outiller la démarche commerciale
- Organiser la prospection et la vente sur le terrain
- Construire les outils commerciaux de ces entretiens de vente (prospection client / RDV prescripteurs)
- Optimiser l'argumentaire et accompagner la posture commerciale des porteurs de projet

1/ Déclinaison opérationnelle de la stratégie commerciale du lot 1:

Pour les cibles consommatrices de sport (traitées par Par-dessus l'Market)

- A la suite de la réunion de fin de phase 1, traduction des enjeux commerciaux et des cibles marché en identité commerciale opérationnelle :
 - Séance de travail en visio avec Pierre et David : appui à la déclinaison des marchés cibles actés en typologies de besoins pour **ancrage des clés du discours commercial** terrain par typologie d'acteurs (listing exhaustif des différents points de douleurs auxquels l'offre Cryptosport est en capacité de répondre, ex : une entreprise positionnée sur une offre healthy et une grande entreprise cherchant à fidéliser ses salariés sont dans la même cible B to B mais n'auront pas les mêmes besoins / points de douleurs et ne seront pas en capacité d'entendre les mêmes discours et arguments de vente)
 - Travail interne de construction des personas terrain (au sein des trois univers commerciaux actés : B to B / B to B to C)
 - Constitution collective de bases de données prospects et partenaires (un certain nombre de contacts de Par-dessus l'Market pourront venir alimenter des bases de contacts)

Pour les cibles «productrices » de sport (ressources et points de collecte): travail effectué au cours du Lot 1 par Olbia Conseil

- **Construction d'une feuille de route commerciale nominative, calendée par typologie d'acteurs. Ce travail sera réalisé en visio avec Pierre, David et Ariane (Par-dessus l'Market). Il s'agira notamment :**
 - D'identifier et planifier de l'ensemble des actions commerciales à mener (RDV prospects / participation réseaux....)
 - De définir des objectifs quantitatifs et qualitatifs à atteindre sur les six prochains mois par typologie d'acteurs ¹² avec indicateurs de mesure pour suivi des avancées par chacun

METHODOLOGIE

Phase 2 : Accompagnement opérationnel au développement des premiers clients / partenaires

OBJECTIFS & RÉSULTATS

DÉROULEMENT

- Décliner le plan d'actions et la segmentation marché validés en phase 1 en feuille de route terrain
- Initier la commercialisation opérationnelle de l'activité
- Structurer et outiller la démarche commerciale
- Organiser la prospection et la vente sur le terrain
- Construire les outils commerciaux de ces entretiens de vente (prospection client / RDV prescripteurs)
- Optimiser l'argumentaire et accompagner la posture commerciale des porteurs de projet

Pour les cibles «productrices» du sport (ressources et points de collecte):

- **Construction d'une feuille de route commerciale par typologie d'acteurs.** Ce travail sera réalisé en avec Pierre, David et Benjamin (Olbia Conseil). Il s'agira notamment :
 - D'identifier et planifier de l'ensemble des actions commerciales à mener (RDV prospects / participation réseaux....)
 - De définir des objectifs quantitatifs et qualitatifs à atteindre sur les six prochains mois par typologie d'acteurs avec indicateurs de mesure pour suivi des avancées par chacun

METHODOLOGIE

Phase 2 : Accompagnement opérationnel au développement des premiers clients / partenaires

DÉROULEMENT

2/ Accompagnement en RDV commerciaux terrains

Pour les cibles consommatrices de sport (traitées par Par-dessus l'Market)

L'accompagnement sera réalisé sur les trois univers commerciaux nécessitant des entretiens de vente directe (B to B / B to B to C / Points d'acceptation). Ces entretiens pourront par exemple se tenir sur deux jours sur Paris, Lyon, Marseille ou Montpellier (selon la localisation des prospects). Il s'agira notamment :

- De réaliser une séance de travail avec Pierre et David pour préparer ces entretiens (objectifs / questionnaire / timing)
- De les accompagner lors des entretiens sur une posture d'écoute bienveillante
- Debriefing après chaque entretien sur les points forts, leviers et voies d'amélioration pour conseils sur :
 - La posture
 - Le déroulé
 - La pertinence du questionnaire et la capacité de rebond
 - La conclusion et l'analyse des potentiels
- Nous pourrions échanger sur l'opportunité de mettre en contact les porteurs de projet avec un certain nombre d'acteurs de notre réseau pour faciliter l'organisation de quelques entretiens (ex : PME en franchise sur le positionnement Healthy / grand groupe logistique / regroupement de CE...)
- L'objectif poursuivi est d'être avec les porteurs de projet aux prises directes avec les attentes communiquées, les comportements et objections d'achats des acteurs ciblés pour :
 - Nous permettre de capitaliser de manière opérationnel sur ce qui a été vu et entendu
 - Permettre aux porteurs de projet de bénéficier d'un regard extérieur et d'une expertise en coaching commercial au service du « savoir se

METHODOLOGIE

Phase 2 : Accompagnement opérationnel au développement des premiers clients / partenaires

OBJECTIFS & RÉSULTATS	DÉROULEMENT
▪ Connexion avec le réseau Olbia Conseil ▪ Développement de la visibilité de Cryptosport ▪ Aide à la décision	<u>2/ Coaching terrain</u> <u>Pour les cibles productrices de sport (traitées par Olbia Conseil)</u> • 2 réunions mensuelles avec Cryptosport. • Echanges fréquents avec Cryptosport lors des moments clés de développement <u>Exemples de soutien apporté par Olbia Conseil :</u> • Conseil pour accéder aux partenaires potentiels : institutions, fédérations, clubs, entreprises, collectivités • Conseil pour développer sa visibilité auprès de l'écosystème du sport • Aide à la construction de fiche(s) de poste, à leur(s) diffusion(s) et au choix du/des profil(s)

METHODOLOGIE

Phase 2 : Accompagnement opérationnel au développement des premiers clients / partenaires

DÉROULEMENT

3/ Capitalisation des visites terrains, outillage et structuration de la démarche commerciale

Pour les cibles consommatrices de sport (traitées par Par-dessus l'Market)

- Une séance de travail sera organisée avec Pierre et David pour :
 - Création des outils d'aides à la vente suite aux visites terrain :
 - Grilles découvertes / typologie d'acteurs
 - Plan de réponses aux objections mutualisées
 - Réajustements et validation finale de la feuille de route commerciale opérationnelle réalisée précédemment suite aux enseignements issus des visites terrain s(remise à jour et validation des objectifs à atteindre, enrichissement du planning d'actions à mener suite aux potentiels identifiés lors des visites des différentes typologies d'acteurs...)
- Cette dernière phase d'accompagnement est conçue pour vous permettre de poursuivre la commercialisation en toute autonomie grâce au partage de méthodologies pragmatiques et à la construction et mise en place d'outils directement opérationnels éprouvés sur le terrain.

SOMMAIRE

Contexte & objectifs



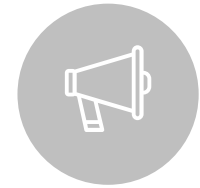
Méthodologie



Conditions



Présentation



BUDGET

	Posity		Par-dessus L'Market	Olbia
	Sylvain Ballester	Walid Lacidi	Ariane Treseler	Benjamin Carlier
Lot 1	3 500 €	2 550 €	0 €	2 250 €
Lot 2	0 €	0 €	5 700 €	4 500 €
TOTAL HONORAIRES	3 500 €	2 550 €	5 700 €	6 750 €
TOTAL NB J/H	3	3	6	9
TOTAL HONORAIRES				18 500 €
TVA				3 700 €
Frais de déplacement				1 400 €
TOTAL TTC				23 600 €

Bon pour accord, le 2 juin 2020

Le Président
de l'Incubateur de Corse - inizià

Alexandre VINCIGUERRA

- Nos conditions de règlement sont les suivantes :
 - Pour le lot n°1 : 50 % d'acompte au démarrage de l'étude; Le solde à la remise du livrable final
 - Pour le lot n°2 (optionnel) : 50 % d'acompte au démarrage de la phase 2; Le solde à la fin de l'accompagnement
- Nos factures sont payables à réception.
- La commande de cette intervention se finalise par le retour, de votre part, d'un exemplaire de cette proposition revêtu de votre signature et de la mention manuscrite « bon pour accord ».

- (1) Un déplacement physique en Corse à 2 personnes pour la restitution finale du lot n°1. Les autres réunions se feront en visio en raison de l'incertitude liée au déconfinement
- (2) Un déplacement de 2j sur Paris ou une autre métropole pour les RDV terrain et un déplacement en Corse pour la réunion bridge entre le lot n°1 et lot n°2.

SOMMAIRE

Contexte & objectifs



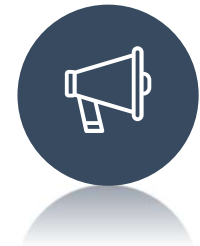
Méthodologie



Conditions



Présentation



Quelques mots sur Posity

POSITY, c'est l'accompagnement de l'innovation et du développement économique sur l'ensemble des aspects économiques et commerciaux d'un projet. Lancée à l'automne 2019, l'équipe a vocation à intervenir sur l'ensemble du territoire Grand Sud, à travers ses bureaux Montpelliérain (Occitanie) et Arlésien (PACA).

POSITY, c'est d'abord une nouvelle façon d'appréhender l'approche marché de votre projet innovant. Parce que votre projet avance ... et vite. Parce que votre marché n'attend pas, et parce que les cycles d'innovation sont courts, POSITY est là pour vous confronter à votre cible marché.

POSITY, c'est aussi l'analyse et l'expertise de votre projet sous toutes les coutures pour identifier vos points forts et vos axes d'amélioration.

Au-delà de ces accompagnements, POSITY vous encourage dans l'émergence de projets innovants au travers d'ateliers pour susciter votre curiosité, identifier des besoins et trouver des solutions innovantes pour y répondre.

Mais surtout, POSITY c'est une équipe dédiée, passionnée par l'innovation, et qui sait s'adapter aux changements et aux enjeux des projets innovants.

Quelques mots sur Par-dessus l'Market

Par-dessus l'Market a été créé il y a 12 ans sur la base de trois constats :

- 20 % seulement des jeunes entreprises et porteurs ont développé une stratégie commerciale de vente sur le terrain
- Une majorité d'entreprises innovantes met l'accent sur l'offre et le produit, pas assez sur les techniques et l'organisation de la vente
- La dimension commerciale est souvent anxiogène pour beaucoup de porteurs de projets et jeunes dirigeants par manque d'outils opérationnels

Notre ambition :

Construire, simplifier, faciliter et accélérer la commercialisation des projets d'entreprise grâce à la structuration, l'organisation de leurs stratégies commerciales et l'outillage de leurs postures et démarches de vente.

Nos engagements :

- Formaliser les fondamentaux de ses techniques de vente grâce à l'apport des principales clés méthodologiques
- Entrer au cœur des problématiques grâce à des temps de mises en pratique sur le terrain
- Favoriser la mise en autonomie grâce à la construction d'outils commerciaux personnalisés et directement opérationnels sur la base de gabarits fournis par l'intervenante et éprouvés sur le terrain

Nos bureaux de Lyon et Nîmes nous permettent d'intervenir sur l'ensemble du territoire Grand Sud.

Quelques mots sur OLBIA Conseil

- La société Olbia Conseil est dirigée par Benjamin CARLIER et Thomas REMOLEUR. Elle est basée à Paris et à Montpellier.
- Olbia Conseil travaille avec les différents acteurs du sport français : les collectivités territoriales, les fédérations sportives et les institutions nationales, les ligues et les clubs professionnels ainsi que les entreprises.
- Nous les accompagnons dans la conception et la réalisation de projets structurants dans le sport :
 - Etudes d'opportunité et de faisabilité,
 - Elaboration de projets de territoire ou de stratégies de développement d'acteurs sportifs,
 - Accompagnement dans la réalisation d'un grand équipement sportif ou l'organisation d'un événement,
 - Relations avec les acteurs du sport français
- Nous mettons à disposition notre expérience de conseil avec plus de quarante acteurs du sport français, notre connaissance de ses réseaux nationaux et notre expertise dans différents domaines du sport (haut niveau, sport professionnel, emploi/formation, équipements, événements...) et liés au sport (innovation, marketing territorial, tourisme, santé...).



OLBIA
CONSEIL



P

Equipe mobilisable : Sylvain BALLESTER



Co-fondateur de Posity

37 ans

06 85 62 95 48

Sylvain.ballester@posity.fr

- **Maîtrise en sciences économiques**
- **Master en Marketing et Management (Ecole Supérieure de Commerce de Lyon)**
- **15 ans d'expérience dans l'accompagnement de l'Innovation :**
 - Plus de 500 start-ups accompagnées
 - Expert BPIFrance
 - Participation à une 20aine de comité de sélection / jurys
 - 30 entreprises accompagnées sur la levée de fonds

Quelques références* clés

- Participation depuis 4 ans au Sport Up Summit en tant que coach
- Réalisation d'une 20aine d'étude de marché dans la Sportech
- Plus de 300 études de marché réalisées pour des projets innovants
- Plus de 20 entreprises accompagnées à la levée de fonds (amorçage)
- Formation auprès de porteurs de projets innovants : accompagnement à la levée de fonds, au modèle économique, pitch (Technopole Castres Mazamet, Business Pole Sophia Antipolis, Village by CA...)
- Programme « Jump In Création » Module Pitch : programme organisé par le BIC de Montpellier (2ème incubateur mondial), 100 porteurs de projets innovants formés par an au pitch de leur projet (pitch 1min et 5min : slidologie, posture, tenue, oral blanc, etc.)
- TechoWest : formation au pitch investisseurs
- Programme « Jump In Création » Module Marketing
- Incubateur Terralia : formation à l'étude de marché pour les porteurs de projet
- SEMIA (incubateur Alsacien) : coaching au pitch d'une 20aine de projets avant leur passage oral dans le cadre d'un concours de l'innovation.
- Programme « Montpellier Capital Risque » : présentation d'un 15aine d'entreprises par an (7minutes) devant une 60aine d'investisseurs. Coach de l'opération depuis 10 ans. Notre travail consiste à travailler avec les 15 entreprises sur leur pitch deck (forme et fond).

*Références réalisées dans le cadre de notre ancien employeur Abso Conseil / Dowel Stratégie.

Equipe mobilisable : Walid LACIDI



Co-fondateur de POSITY
29 ans
06 04 51 76 27
walid.lacidi@posity.fr

- **Master en Conseil et Stratégie**, école supérieure de commerce Toulouse.
- **Plus de 5 ans d'expérience** dans l'accompagnement de l'Innovation :
 - Près d'une centaine de projets / start-ups accompagnées.
 - Accompagnement stratégique de PME.
 - **Coaching de projets** : business model, accès au marché, stratégie commerciale...
 - **Formations** : pitch, marketing stratégique, BP...
 - **Expertise sectorielle** sur l'ESS, l'IA, le digital, l'agro-agri, l'Edtech.

Quelques références* clés

- Réalisation de plus d'une 50aine d'études de faisabilité économique sur tout type de secteurs.
- Intervenant Programme Européen SMATH – Arles : formations collectivités, coaching de projet, ateliers de travail sur la stratégie...
- Examineur au concours national d'innovation I-Lab du ministère de la recherche et de l'enseignement supérieur en 2017 et 2018. 10aine de projets expertisés.
- Accompagnement de plusieurs incubateurs ou pépinières en France (analyse flash de projet, mini audit de projet, interventions collectives) : BIC, Inizià, Alter'Incub, SATT AxLR, Schoolab...
- Accompagnement de pôles de compétitivité ou clusters.
- Rising Sud (ex. ARII-PACA) : diagnostic stratégique 360° auprès d'entreprises innovantes.
- Formation auprès de porteurs de projets innovants : accompagnement au pitch, accompagnement à la levée de fonds (Ionis 361, Lab'Oikos, TBSeed...).
- Agence Régionale Auvergne-Rhône-Alpes : audit de Fab Lab / Living Lab (faisabilité économique, test du concept, analyse du modèle économique, construction de l'offre...).
- TBS : intervention de 2 jours auprès de 50 étudiants dans le cadre du Master 2 Conseil et Stratégie. Cours sur le « Conseil en Innovation » et études de cas...

*Références réalisées dans le cadre de notre ancien employeur Abso Conseil / Dowel Stratégie.



Equipe mobilisable : Ariane Treseler

Fondatrice de Par-dessus l'Market
45 ans
06 23 62 01 13
a.treseler@pdlm.fr

- **Master en management commercial des entreprises, IAE de Nantes**
- **Master en stratégie marketing et commerciale B to B à l'EM Lyon (Ecole supérieure de management de Lyon)**
- Certifiée en intelligence économique, Sc Po. Paris
- Diplômée de Sc. Po Lyon
- **7 ans d'expérience en ventes** (directrice marketing et commerciale de différentes PME)
- **12 ans d'expérience en accompagnement commercial** : gérante et fondatrice de Par-dessus l'Market positionnée sur l'accompagnement commerciale des créateurs, TPE et PME (stratégie, organisation, animation)
 - Plus de 300 coaching commerciaux terrain réalisés
 - 40 entreprises accompagnées/ an sur l'organisation, la structuration et l'animation de leur commercialisation
 - Expert en commercialisation auprès de différents incubateurs
 - Animation d'une vingtaine de formations/an sur le thème de la commercialisation: « savoir se vendre », « mener des entretiens de vente /négociation», « construire son plan d'actions commerciales »...

Quelques références clés

- Créatrice de l'école des ventes destinée au porteurs de projets innovants au sein de plusieurs incubateurs sur les territoires Occitanie et AURA. 8 séances par sessions (animation de 4 sessions/an) comprenant:
 - 6 séances collectives et individuelles pour la construction des outils au service de la commercialisation opérationnelle des offres (identité commercial/ plan d'entretien....)
 - 2 accompagnement en RDV prospects/partenaires/ prescripteurs
- Mise en place de stratégies de commercialisations opérationnelles pour plus de 400 entreprises (dont des acteurs correspondant aux cibles B to B et B to B to C de Cryptosport)
- Intervenante au sein du programme commercial PME destiné aux PME du territoire rhonalpin pour permettre la structuration et le renforcement des fonctions commerciales (12 RDV conseils/entreprise et 3 séminaires collectifs/an)
- BIC Montpellier, animation du module « Les bases de l'action commerciale »
- Expert commercial du programme Pépites
- Coaching de commerciaux pour le compte de plusieurs PME en direct (organisation de tournées hebdomadaires avec les commerciaux)
- Expert en commercialisation auprès de 11 incubateurs et réseaux d'accompagnements (Les Premières PACA, Les Premières AURA, Alterincub AURA, Alterincub Occitanie, BIC Montpellier, Bic Innov Up Nîmes, Pépinière Via Innova Lunel, Ecole des Mines d'Ales, Novacité, Pépites, Réseau French Tech de la métropole de Saint Etienne)

Equipe mobilisable : Benjamin Carlier



Fondatrice de Par-dessus l'Market
Directeur associé Olbia Conseil
Expert Sport & Innovation
Basé à Montpellier

- Benjamin Carlier a été Chef adjoint de cabinet et Conseiller auprès de Valérie Fourneyron, Députée puis Ministre des Sports de 2011 à 2014. Il était précédemment responsable de clientèle dans une agence de communication et marketing sportif. Il est diplômé de Sciences-Po Aix-en-Provence et d'un master de Management des Organisations Sportives. Il préside à titre bénévole la commission innovation de la filière économique du sport.
- Benjamin Carlier a rejoint Olbia Conseil en septembre 2017. Il est notamment responsable des questions concernant l'innovation, le numérique et le sport auprès des clubs professionnels, des fédérations sportives, des territoires et des institutions nationales.

Quelques références clés

Fondateur et Directeur du Tremplin, incubateur sport de la Ville de Paris, de 2014 à 2017

Mission de préfiguration

Etude d'opportunité et de faisabilité d'un incubateur du sport à Paris.

Recrutement et accompagnement de startups

Rédaction de l'appel à candidatures, audition et sélection, puis accompagnement au quotidien (stratégie, développement, financement...).

Démarchage et signature de partenariats

Le modèle économique du Tremplin était basé sur le recrutement de partenaires privés. Ils sont aujourd'hui plus d'une dizaine (Nike, FDJ, MAIF, Kettler, Amaury, ...). Sans compter les partenaires institutionnels.

Direction opérationnel de l'incubateur

Management de l'équipe (5 personnes) et supervision de l'ensemble des tâches : accompagnement, formation, communication, gestion du site, développement...

Les références* qui comptent - POSITY

Client	Description du sujet
Athlete-avenue.com	Etude de marché pour un projet d'une plateforme professionnelle pour la reconversion des sportifs de haut niveau : construction de l'offre à proposer aux partenaires (entreprises et écoles), test du concept et recommandations sur l'accès au marché.
Ekyno	Etude de marché pour un projet d'une application de gestion de la préparation physique pour les fédérations et clubs sportifs : test de l'offre auprès de sports collectifs puis individuels, travail sur le modèle économique et le BP.
Sportihome	Etude de marché pour un projet de plateforme communautaire de réservation d'hébergements d'aventures et de guide de sports pour les passionnés de sports.
Unlish	Coaching d'un projet de plateforme web permettant d'obtenir des informations sur des pratiques sportives autoorganisées (non licenciées).
Quody	Coaching d'un projet de plateforme regroupant différents services financiers en un seul et même endroit : achat chez des enseignes partenaires, épargne, arrondi, investissement, cryptomonnaie...

Nos atouts pour vous accompagner

- A travers les différentes missions réalisées, Sylvain Ballester a accompagné une vingtaine de projet dans le secteur sportif.
- Depuis 4 ans, il participe également en tant que coach au Sportup Summit, concours d'idées et de startups du sport, tourisme et aventure de la Région Occitanie.
- Les consultants mobilisables pour la mission disposent d'une forte expertise en coaching et accompagnement de projets innovants avec plus de 500 projets / start-ups accompagnés.
- Enfin, ils disposent d'une expertise dans le secteur du numérique et du digital (plateformes web, applications mobiles, logiciels...).

**Références réalisées dans le cadre de notre ancien employeur Abso Conseil / Dowel Stratégie.*

Les références qui comptent - Par-dessus l'Market

Clients	Description du sujet
Obiz	Dirigeant membre du bureau Pépites et vice président de la French Tech, Obiz est une société qui rapproche consommateurs d'activités de sport, de loisirs, de beauté et de bien-être avec des prestataires de proximité et des grandes enseignes. <u>Pourquoi cette référence :</u> • Une activité potentiellement partenaire • une uberisation du modèle de vente et l'animation d'un réseau de partenaires pour développer les ventes en B to C
Velogik	Velogik est positionnée sur le marché du management et la maintenance de flottes de vélo en France. Elle est ainsi sur un marché de gros faiseurs et d'acteurs nationaux comme internationaux en capacité de mobiliser des ressources importantes tant financières qu'humaines pour s'acheter une « bonne conduite » et une image attractive auprès de ses salariés. <u>Pourquoi cette référence:</u> • Des réponses à des attentes clients pouvant être complémentaires aux votre • Un discours commercial grands comptes à s'approprier
Sanae	Start Up positionnée sur le conseils aux DRH pour le bien être au travail <u>Pourquoi cette référence :</u> Produits innovant demandant « d'éduquer » et de convaincre le marché Des réseaux de certifications et de qualifications de bien être au travail, démarche RSE à approcher

Nos atouts pour vous accompagner

- Une double expertise en stratégie et mise en œuvre opérationnelle permettant de s'approprier les enjeux et ciblage définis sur le Lot pour une mise en œuvre opérationnelle en totale cohérence
- Plus de 400 entreprises accompagnées en 12 ans permettant de bénéficier d'un réseau de contacts facilitant
- Des valeurs fondamentales et une ADN du cabinet en cohérence avec vos besoins très opérationnels :
 - Pragmatisme dans les solutions et approches préconisées (une approche non dogmatique et théorique de l'innovation)
 - Proximité et écoute (nous avons à cœur de créer une proximité avec les porteurs de projets)

Les références qui comptent – OLBIA Conseil

Le Tremplin (2017-2018)

- Benjamin Carlier a fondé et dirigé le premier incubateur entièrement dédié au sport (2014-2017) : accompagnement de plus de 60 startups et création d'un réseau de partenaires (INSEP, Nike, MAIF, CNOSF, Ministère des Sports...).
- Accompagnement du Tremplin assuré par Olbia Conseil en 2018 : stratégie de communication et promotion des startups hébergées au sein de la plateforme.

Accompagnement de startups (2015-2018)

- Fosburit (crowdfunding sportif) : relations institutionnelles dans le monde du sport et élaboration/mise en œuvre du Fosburitour permettant de faire connaître la startup dans les territoires .
- Sport Easy (gestion des équipes / clubs) : élaboration de la stratégie de ses relations institutionnelles dans le monde du sport.
- Globbz (réseau social du sport) : coaching, stratégie, communication, relations avec le monde du sport.

Fédération française de Natation (2018)

- Assistance à la maîtrise d'ouvrage pour le choix d'une application mobile : accompagnement dans la définition de la stratégie et des objectifs, mise en place d'un comité de pilotage, benchmark des solutions innovantes existantes, rédaction de l'appel à projets.
- Participation au choix du prestataire : analyse des dossiers, jury de sélection, négociations finales.

Ministère des Sports, FFF, ANLSP, ligues des sports professionnels (2018)

- Réalisation d'une étude relative à la connectivité des enceintes sportives (avec Advise consulting et Guillaume Lairloup).
- Les objectifs étaient : « de faire un état des lieux général des infrastructures françaises, de l'offre française, des meilleures pratiques internationales transposables à notre modèle et des modalités d'organisation et de mise en œuvre nécessaires à l'optimisation de l'utilisation des services et process permis par la connectivité. »

Les références qui comptent – OLBIA Conseil

AD'OCC

(Agence de développement économique de la région Occitanie, 2018)

- Etude de faisabilité pour la mise en place d'une stratégie d'accompagnement des startups du sport en Occitanie : benchmark national, consultation auprès des acteurs régionaux de l'économie du sport, orientations stratégiques.
- Accompagnement dans la mise en place d'un réseau d'incubateurs dédiés au sport (rédaction du cahier des charges, réflexion autour des modèles économiques...).

Doublet

(Depuis 2017)

- Doublet est une entreprise familiale qui accompagne les marques commerciales, sportives et territoriales, dans l'optimisation de leur visibilité, avec des supports de communication innovants et impactants, notamment lors d'événements sportifs.
- Olbia Conseil accompagne Doublet dans sa stratégie commerciale, ses relations institutionnelles et sa communication dans le secteur du sport.

Seenovate

(Depuis 2017)

- Seenovate étudie et met en place de solutions d'analyse et de restitution de données intégrant des capacités statistiques et de machine learning.
- Olbia Conseil accompagne l'entreprise dans sa compréhension du monde du sport et la définition de son offre à destination des acteurs de la filière sportive.

UNION Sport & Cycle

(première organisation de la filière économique du sport, 2018)

- Rédaction d'un Livre blanc sur les équipements sportifs innovants : conception modulaire, regroupement d'activités, numérique, aménagement urbain, sports de nature en ville, spécificités des territoires ruraux, réalité virtuelle...
- Organisation de « Matinales » (réunions-débats mensuelles) sur les thématiques de l'innovation : matériel dans le sport, politiques sportives dans la Smart City, sport...



Posity

www.positivity.fr