

# Jolie page de garde



## V•TOUR

Virtual Interactive Maps

Les encarts permettent d'indiquer le but de  
chaque slide / donner des conseils

# Carte d'identité / Executive summary

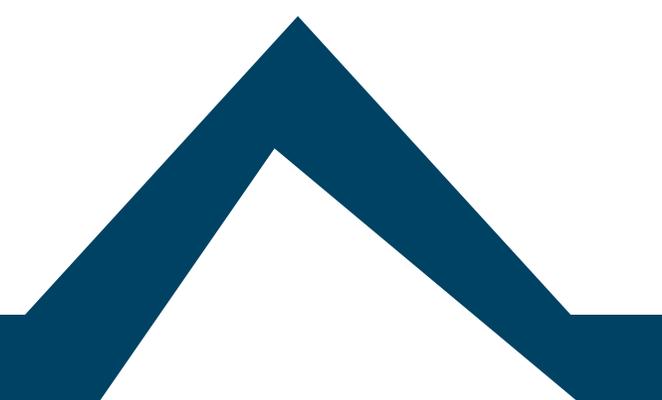
Résumé en une page de qui vous êtes, ce que vous faites, et pourquoi c'est cool ce que vous faites (et que ça va ramener du chiffre)



# V•TOUR

Virtual Interactive Maps

Proposition de valeurs en une ou deux phrase(s)



# Equipe



Pierre PEYCHÈS   
Président  
50%

## 2015 – aujourd’hui

### Co-fondateur de V-Tour.

Directeur Marketing, puis président depuis juin 2016.



  
Telecom SudParis 2013.  
Projets Audiovisuels  
et Multimédias

## 2014 – aujourd’hui

**Professeur** vacataire en « Technologies du web » à TEM.

Cours magistraux et TP,  
niveau Master 2.



Universidad Carlos III  
Madrid, Espagne  
2012  
Multimédia

## 2013- 2015

**Co-fondateur de SAIO.** Start-up éditrice de logiciels spécialisés dans les nouveaux moyens de communication de la relation clients. **Responsable clientèle et développeur.**



Beaucoup d’importance est donnée à l’équipe. Votre idée changera, votre exécution changera, votre équipe non. Le but c’est de montrer votre complémentarité.

Mettre aussi ici la répartition du capital social

# Marché

Ici vous présentez votre marché.

-> Les vêtements, les parfums, la vente en ligne, le btp.

Peu importe ce que vous faites, vous présentez le marché sur lequel vous vous positionnez, en donnant les chiffres en adéquation avec la géographie.

Si vous visez un marché français, ne parlez pas de chiffres du marché américain.

Montre l'évolution des chiffres aussi. Si le marché chute depuis 10 ans, c'est moins cool qu'un marché qui croit depuis 10 ans.

Les chiffres macro permettent d'avoir les tendances du secteur au sein duquel vous vous positionnez.

Les études plus qualitatives permettent de dessiner les grandes problématiques

# Segmentation Marché

Précisez précisément qui vous visez dans votre marché.

Mauvais exemple : mes clients sont les responsables informatiques des entreprises.

Bon exemple : mes clients sont les responsables informatiques des entreprises situées dans des grandes villes (>500k habitants) qui sont dans le bâtiment pour particulier (maçon, carreleur, ...) faisant entre 300k€ et 1M€ de CA par an, avec plus de 15 personnes ayant une problématique pour automatiser le suivi de chaque chantiers

Vous devez connaître le plus de caractéristique de vos prospects et identifier au mieux sa problématique.

J'ai lu, je ne sais plus où, qu'à ce niveau là, vous devez savoir si votre prospect type boit du café ou du thé au bureau.

# Concurrence

Présentez ici des concurrents directs / indirects (description macro) + critères de comparaison

Les critères de comparaison doivent être en adéquation avec un manque que vous souhaitez combler.

# Concurrence

Mettre un comparatif de vos clients permet d'identifier sur quel critère de différenciation il y a un trou dans l'offre.

Si le trou dans l'offre correspond au trou dans la demande : faut tester rapidement !

Faire attention au graphique, c'est toujours pénible de le rendre lisible

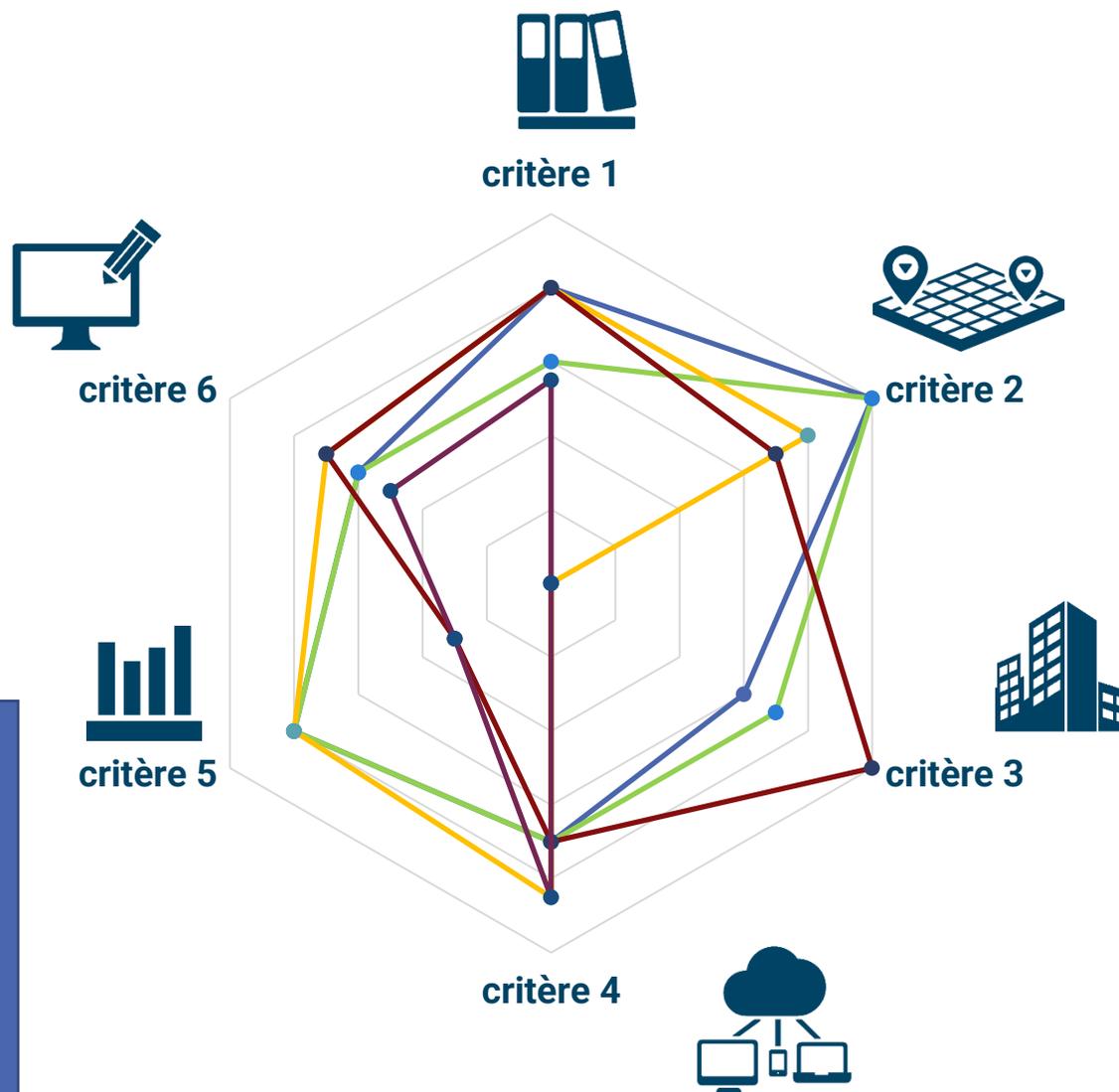


Diagramme de présentation en termes de fonctionnalités de nos clients

# Problématiques clients

Expliquer ici, par ordre d'importance, la liste des problématiques de vos clients. Montrez que vous connaissez les problématiques de vos clients, mieux que les clients eux-mêmes.

# Produits proposés

Présentation sommaire de vos produits et des avantages principaux

# Produit 1

Présentation de votre premier produit. Mettez des screen si vous avez. Mettez des exemples de référence si vous avez.

Faire un slide par produit ou fonctionnalité

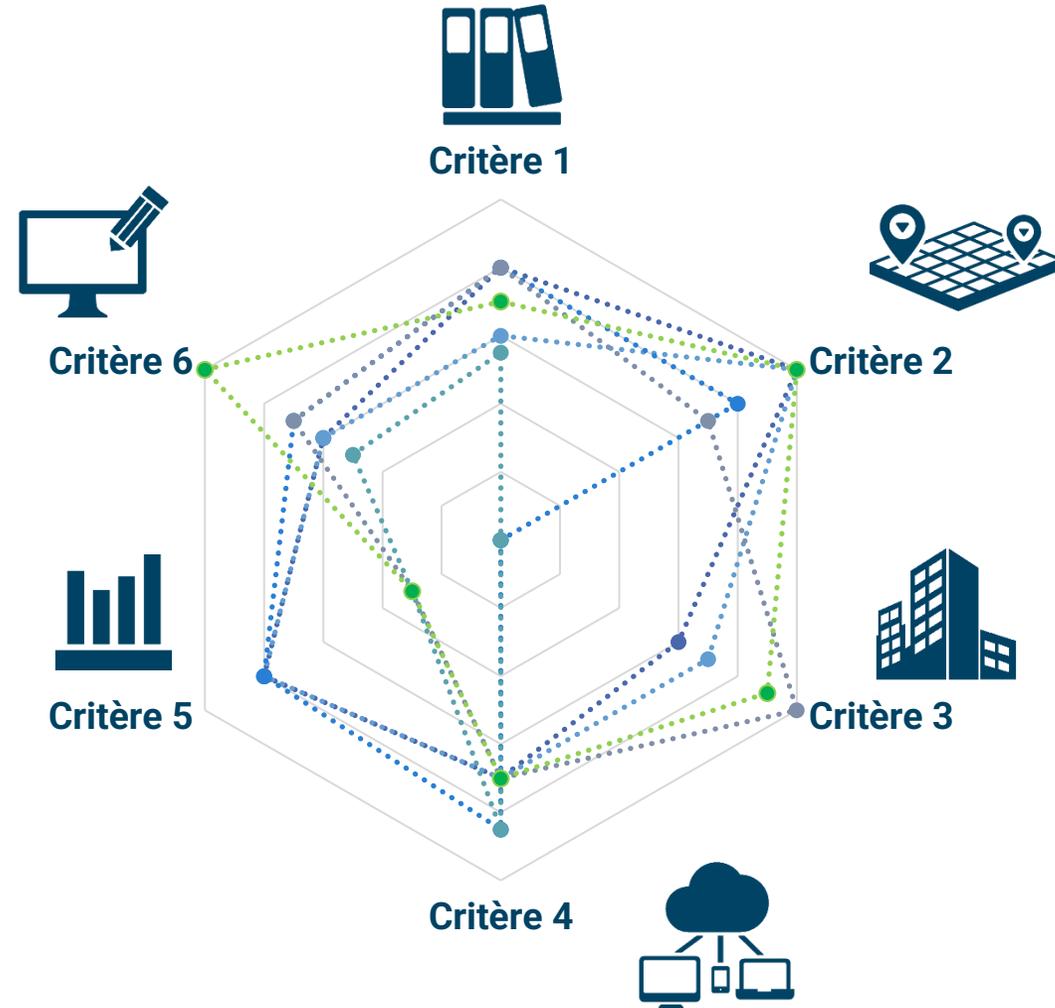
Mettez des screen / photos du produit

# Positionnement de V-Tour

..... Colonne1    ..... Colonne2    ..... Colonne3    ..... Colonne4    ..... Colonne5    ..... VOUS

Vous reprenez le graphique de vos concurrents et vous présentez votre positionnement

Ne dites pas que vous ferez tout mieux que tout le monde, ça ne serait pas sérieux



# Proposition de valeur

Comment vous répondez au(x) problème(s) de vos clients



## Problématique 1

En 3 phrases, il faut montrer comment vous arrivez à régler la plus grosse partie du problème. Vous expliquez en quoi vos fonctionnalités présentées précédemment répondent aux problèmes clients



## Problématique 2

En 3 phrases, il faut montrer comment vous arrivez à régler la deuxième plus grosse partie du problème.

# Produit – Success Story

Quand vous aurez un client avec qui ça s'est bien passé, il faut raconter ici une belle histoire de : à quel point votre client est content, à quel point vous avez tout réussi.

L'idée c'est de montrer que vous savez répondre à un client

# Produit - Technique

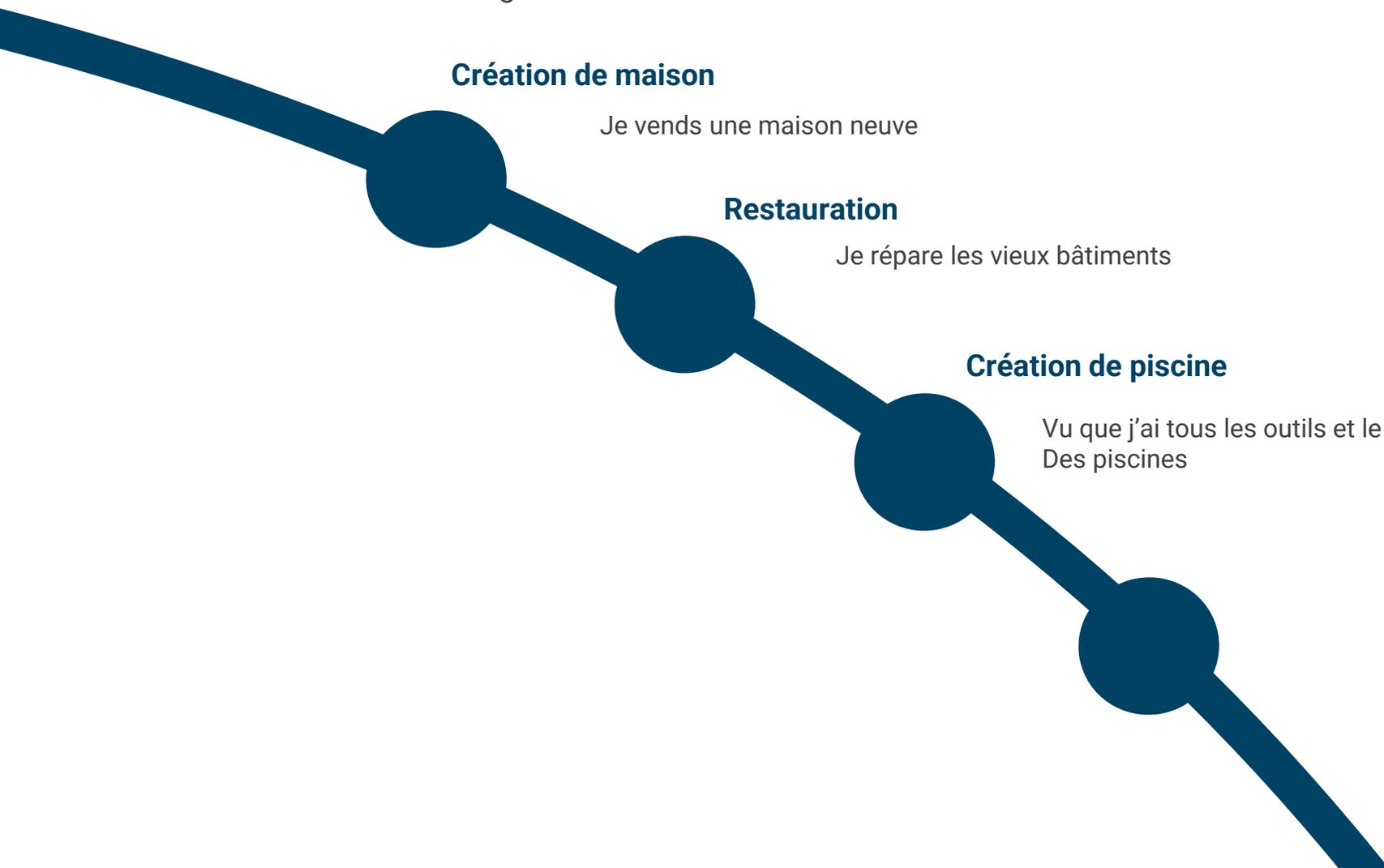
Sans donner vos secrets de fabrication (faut jamais les donner ! ) expliquez dans les grandes lignes, pourquoi vous maitrisez parfaitement l'aspect technique.

Les gens qui lisent ce document sont rarement des techniciens donc il faut vulgariser le propos.

# Modèle économique

Comment on fait de l'argent ?

Exemple : je fais du BTP



## Création de maison

Je vends une maison neuve

## Restauration

Je répare les vieux bâtiments

## Création de piscine

Vu que j'ai tous les outils et le savoir faire, je peux aussi faire le gros œuvre pour  
Des piscines

# Prestation / produit 1

Vous expliquez ici combien vous facturez

# Panier moyen



## Produit 1

En moyenne combien les gens achètent de votre produit 1

## Produit i

Idem pour les autres produits

# Stratégie marketing - communication

Présenter ici comment on devient LA référence dans le milieu. Comment on fait venir les gens à nous (plutôt que d'aller à eux)

# Stratégie commerciale

Ici il faut montrer comment vous vendez ? Qui vous contactez ? Comment vous le contactez (canal de communication) ?

Exemple 1 : je cherche à vendre ma solution à une boîte qui a 10 000 employés.

Ma stratégie : vu que je suis tout petit, je vais essayer d'approcher une sous direction de ce groupe pour faire un petit projet pour 100 des employés, faire mes preuves chez eux, et essayer une fois le projet terminé, de contacter la hiérarchie de mon client pour que le prochain client soit plus gros.

Avantage : signature rapide

Inconvénient : petit montant de contrat

Exemple 2 : je cherche toujours à vendre ma solution à la même boîte.

Je suis un géant du secteur, je vais essayer de contacter directement le siège pour faire un contrat pour les 10k employés.

Avantage : montant du contrat élevé

Inconvénient : temps de signature très lent.

# Planning commercial

Pour le planning commercial, il faut donner des échéances sur vos objectifs.

Exemple :

Dans X mois on a sondé notre cœur de cible.

Dans Y mois : on a cloturé T ventes

Dans Z mois on attaque nos cibles secondaires

# Canaux de vente

Nous vendons aujourd'hui en direct. Cependant, nous voulons nous positionner en tant qu'éditeur de logiciels. Nous estimons que nous devons continuer la vente directe durant les 18 prochains mois pour acquérir des références, améliorer notre produit et gagner une certaine reconnaissance dans le milieu de la gestion de documentation.

Nous comptons rendre notre logiciel le plus modulaire possible (cf. partie technique) dans le but de pouvoir facilement externaliser le développement spécifique. La possibilité de faire du développement spécifique permettra aux partenaires de facturer eux-mêmes leurs développements spécifiques, ce qui constituera un argument commercial en notre faveur pour développer notre réseau de distribution.

La création d'un réseau de distribution nécessitera de recruter un employé pour s'y consacrer à temps plein.

Nous pensons rémunérer un **apporteur d'affaires** à hauteur de **15% du contrat signé**.

Le **distributeur** sera rétribué à hauteur de **25%** du contrat signé et pourra augmenter sa marge en ayant la mainmise sur les **problématiques d'intégration du logiciel** et de **développement spécifique**.

# Vision à moyen terme

Montrez ici qu'une fois tout ce que vous avez présenté sera réalisé, vous savez déjà où faudra aller.  
Il faut montrer que vous avez 3 coups d'avance sur le jeu.

# Finance

A mettre dans ce genre de document (je ne le demande pas en cours évidemment)

En prévisionnel :

Compte de résultats

Bilan

Plan financier

# Contact

Les coordonnées de la personne en charge des relations à la personne à qui vous envoyez ce document.

Conseil : la personne la plus à l'aise pour gérer ce genre de relation