

Présentation

SKI & CO



"

Sommaire :



I- Positionnement de SKI&CO

II- Stratégie de départ et modification de cette stratégie

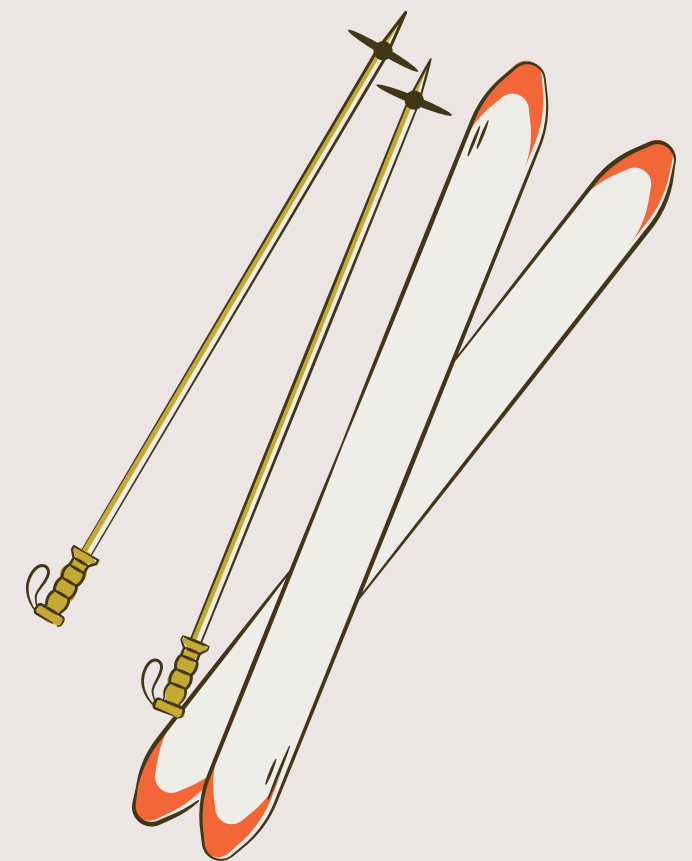
III- Nos objectifs

IV- Les moyens mis en œuvre pour réaliser ces objectifs

V- Analyse des résultats

VI- Points faibles et points forts de l'entreprise

VII- Perspectives d'avenir et conclusion





POSITIONNEMENT



- Secteur d'équipement sportif grand public.
- Cibler un public large.
- Pour les skis une qualité standard.
- Pour les planches de surf une qualité haut de gamme.
- Notre slogan :
 - "Ski sur tes économies et surf sur la qualité."



POSITIONNEMENT

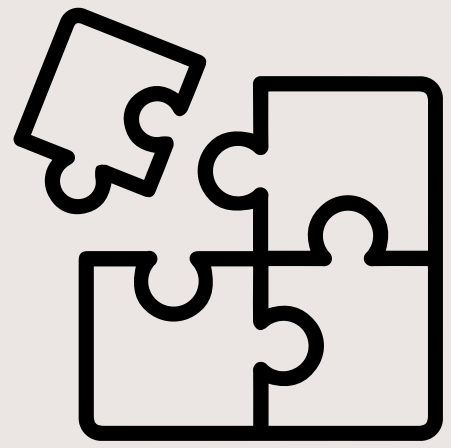


SKI :

- L'avantage produit :
 - Des prix faibles.
- Bénéfice consommateur :
 - Le budget alloué.
- Promesse consommateur : :
 - Proposer des skis peu cher, pour les petits budgets pour qu'il ai une meilleure expérience.

SURF :

- L'avantage produit :
 - La haute qualité.
- Bénéfice consommateur :
 - Un produit plus durable, de meilleure sensation.
- Promesse consommateur :
 - Proposer des surfs de haute qualité, pour un excellent ressenti et une plus longue durée d'utilisation, meilleure ressenti des vagues.



STRATEGIE DE DEPART

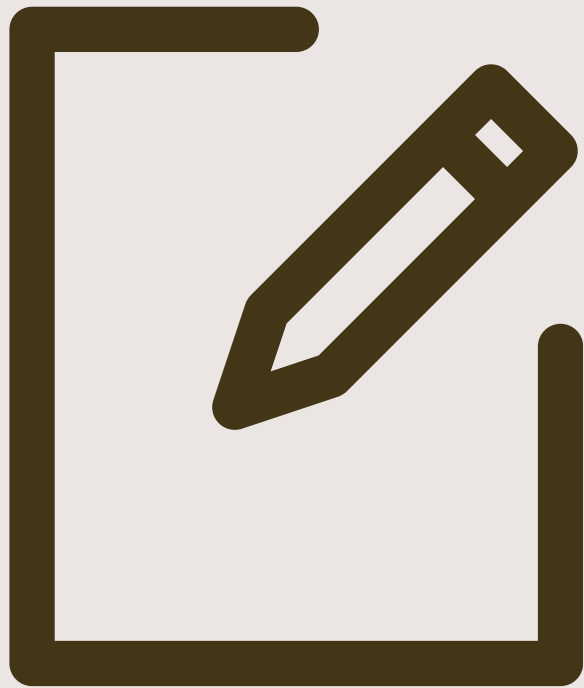


SKI :

- Stratégie de domination par les prix avec :
 - Des prix faibles,
 - Quantité élevé,
 - Crédits clients élevé

SURF :

- Stratégie d'écrémage avec :
 - Des prix élevés,
 - Quantité faible,
 - Peu de crédits clients.



MODIFICATIONS



- Constat N+2 :
 - Nous sommes en perte malgré notre stratégie mis en place nous décidons alors de mettre en place une stratégie de pénétration sur le marché par la stratégie de pénétration.
- Baisse des prix comparé aux concurrents pour avoir plus de part de marché.
- Augmentation du crédit clients pour les skis et baisse de celui-ci pour les surfs.
- Augmentation de la production pour les skis et mise en place de la sous-traitance.
- Meilleure répartitions des vendeurs.
- Meilleure communication pour les surfs, avec l'augmentation du budget.



OBJECTIFS



- Auto-suffisance en production.
- Augmenter nos parts de marchés sur junior ski et senior ski en proposant des produits à bas prix par rapport à nos concurrents.
- Augmentation du crédit client pour les skis.
- Augmentation de la qualité et de la communication pour les surfs.

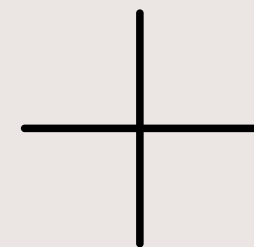
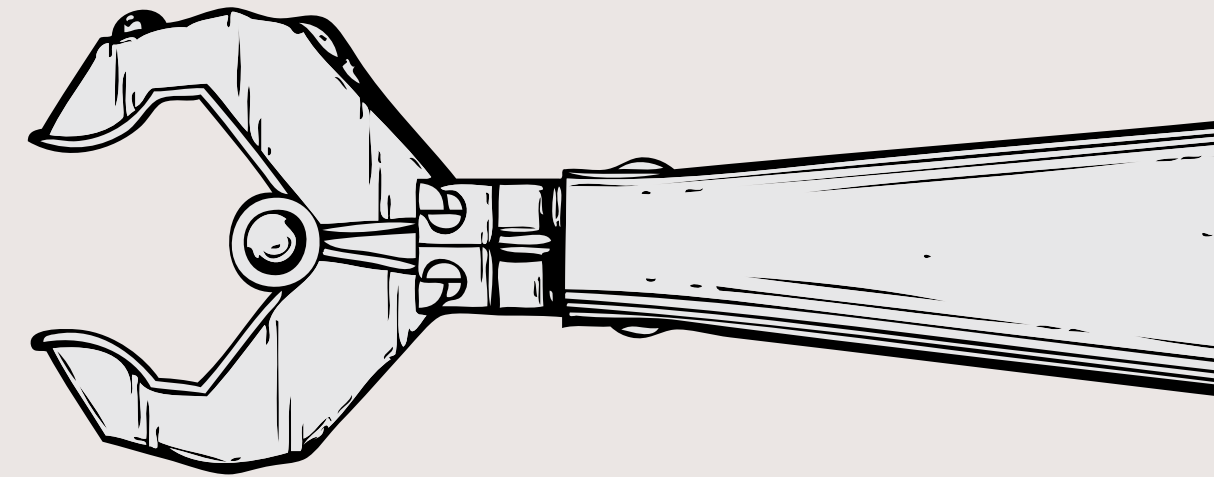
ANALYSE DES MOYENS MIS EN OEUVRE



- **Auto-suffisance dans la production**



3 nouvelles machines



14 400 heures de disponibles !

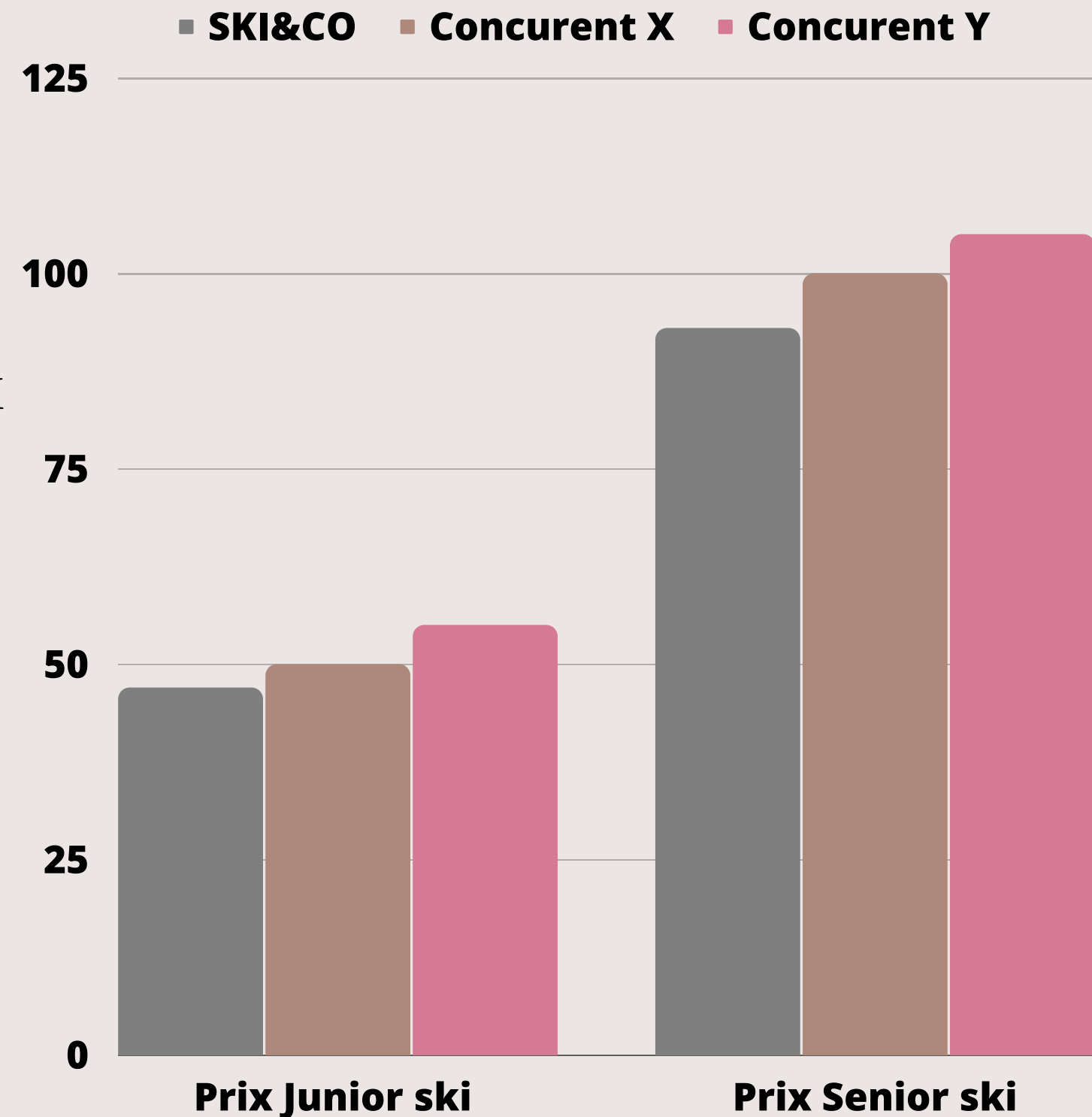


ANALYSE DES MOYENS MIS EN OEUVRE



- **Stratégie d'économie d'echelle**

Graphique comparant nos prix avec ceux de deux concurrents

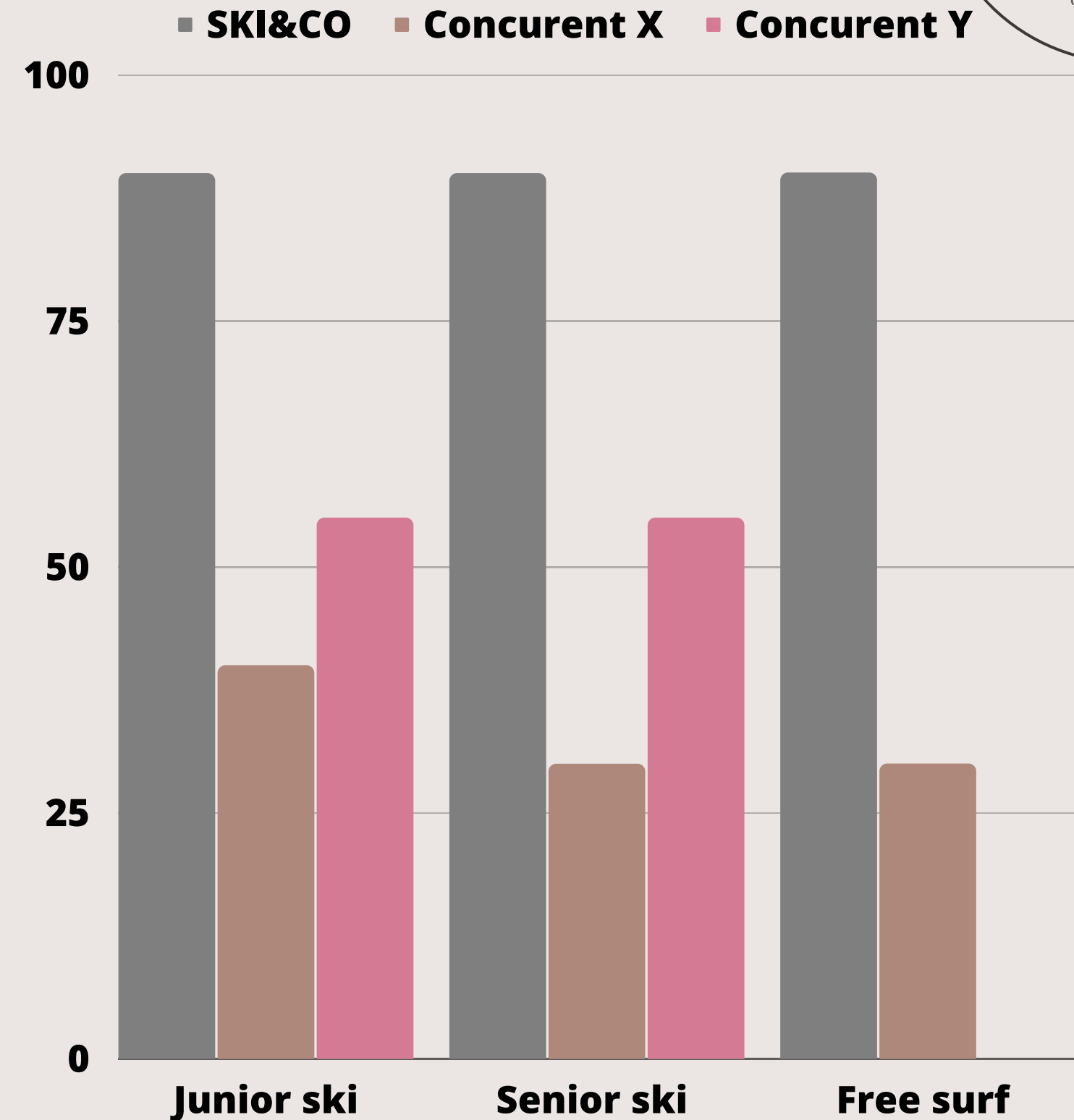
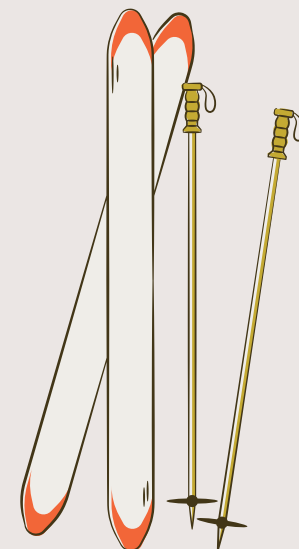


ANALYSE DES MOYENS MIS EN OEUVRE



- **Augmentation des crédits clients :**

Graphique comparant nos crédits clients avec ceux de nos concurrents en 2023



Nos commerciales



Junior ski



Senior ski



Free Surf



Nos commerciales



Junior ski



Senior ski



Free Surf

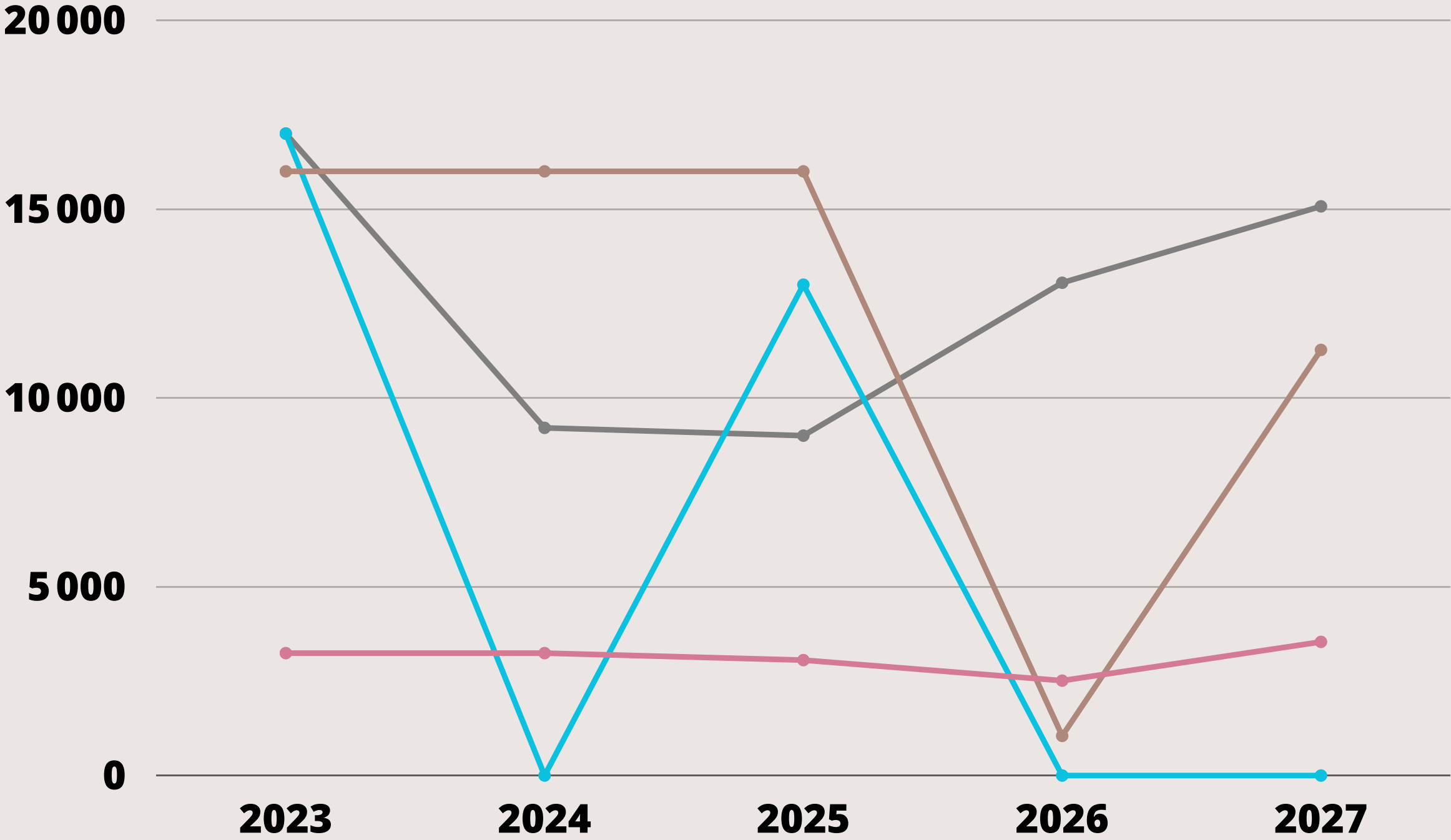


ANALYSE DES RESULTATS

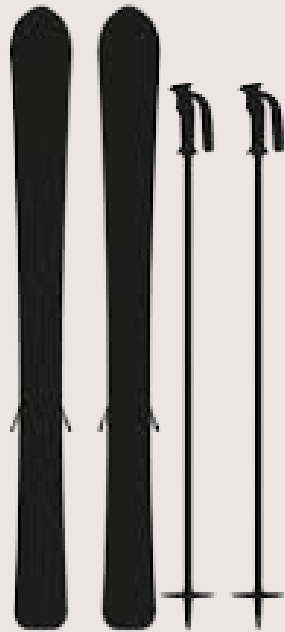


■ Production JUNIOR SKI ■ Sous traitance JUNIOR
■ Production SENIOR SKI ■ Production FREE SURF

Quantité Produite et
sous traitée en
fonction des années



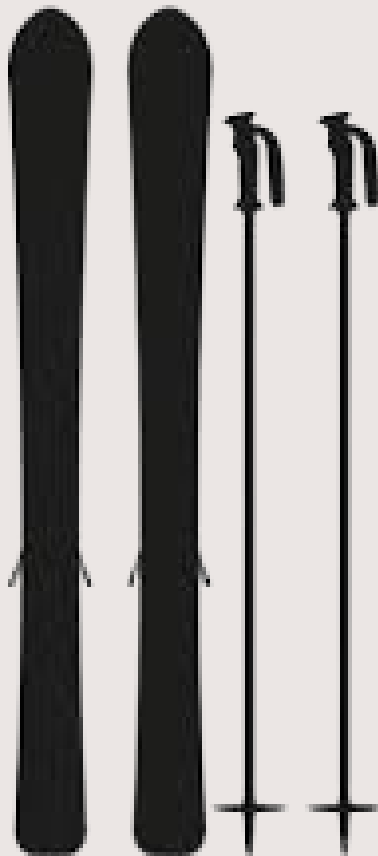
Stratégie des prix en 2025



Junior Ski

Prix : 47,00€

<u>Concurrent</u> <u>X</u>	55,00€
<u>Concurrent</u> <u>Y</u>	50,00€



Senior Ski

Prix : 93,00€

<u>Concurrent</u> <u>X</u>	105,00€
<u>Concurrent</u> <u>Y</u>	100,00€

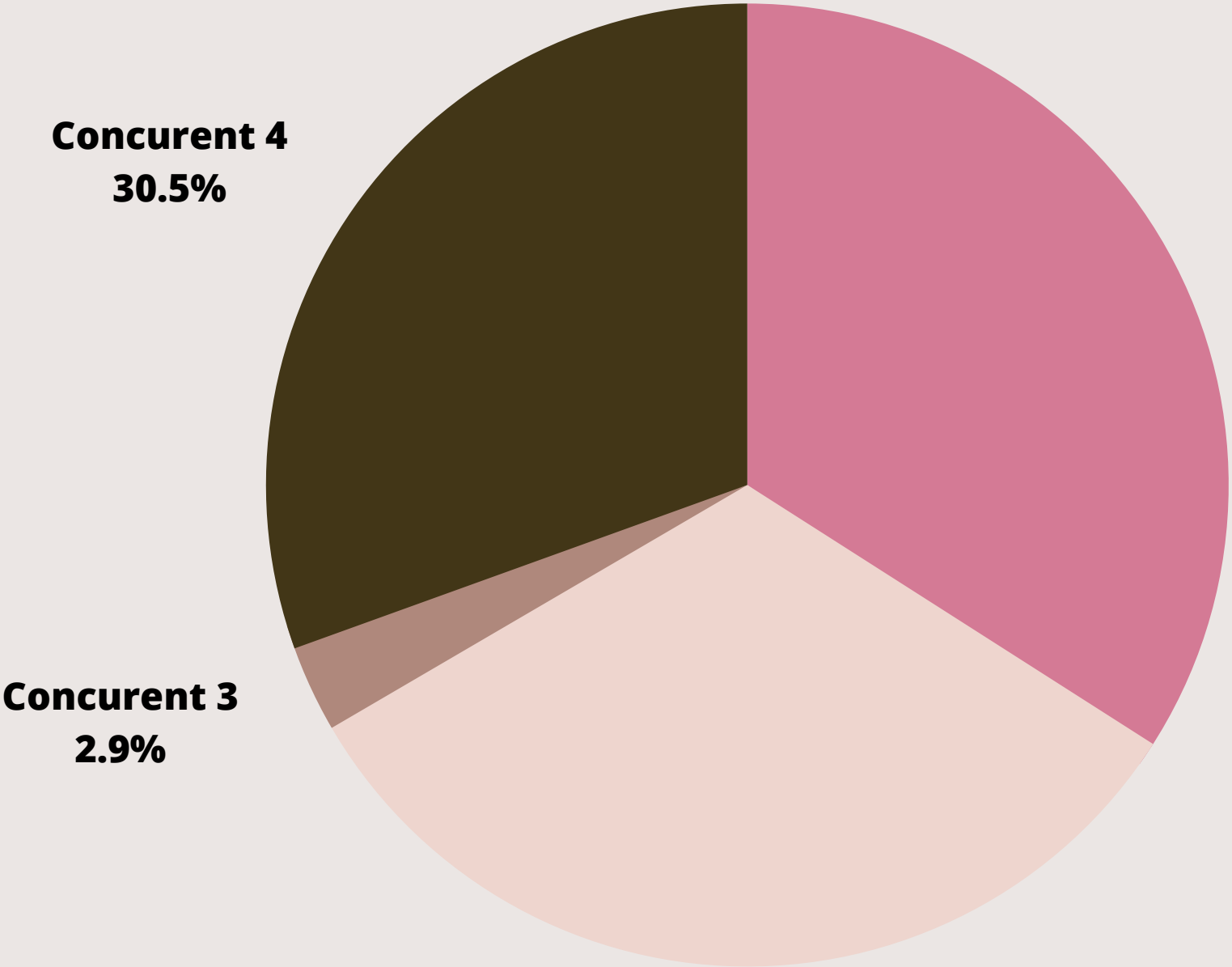


Free Surf

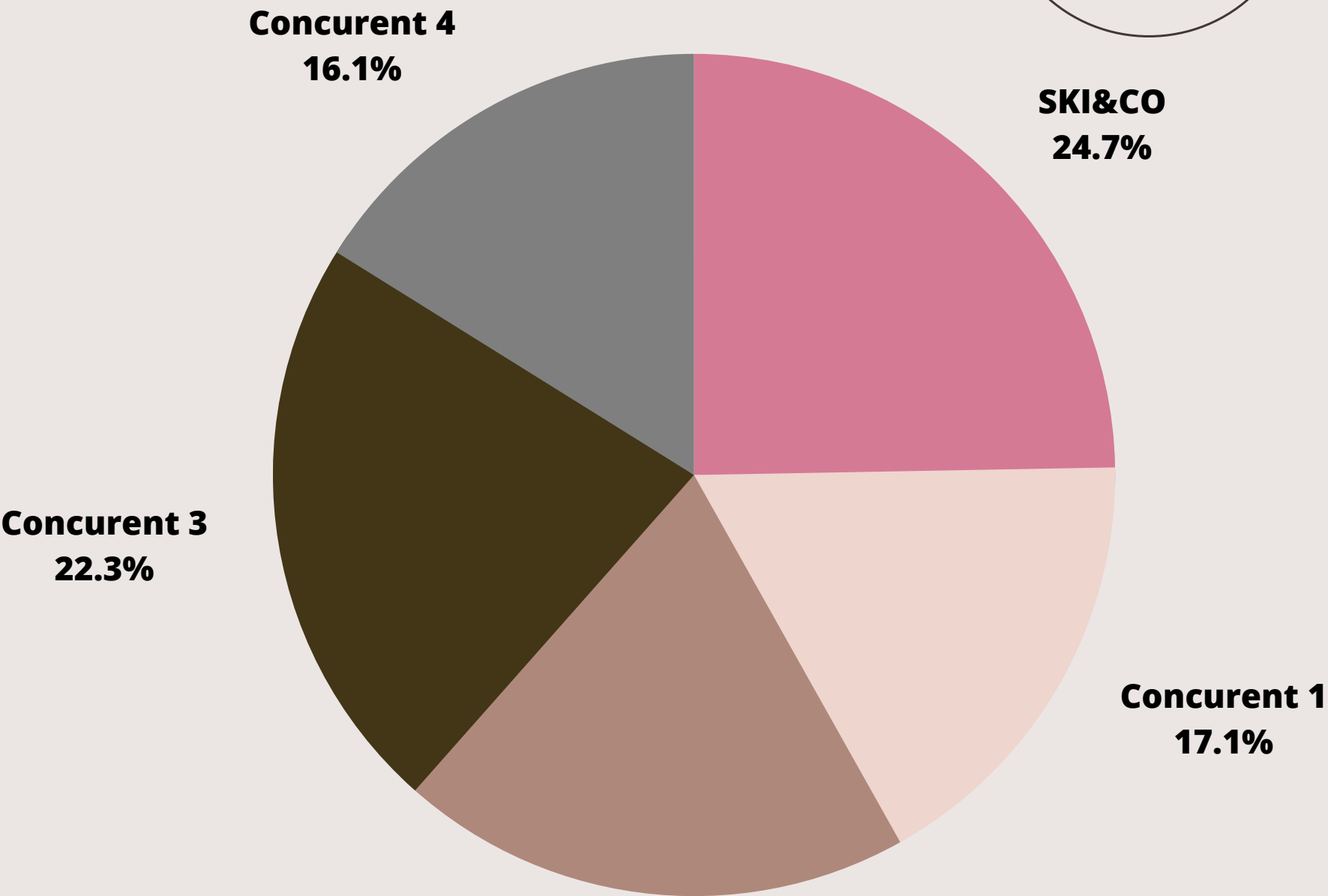
Prix : 800€

<u>Concurrent</u> <u>X</u>	720,00€
<u>Concurrent</u> <u>Y</u>	600,00€

Part de marchés face aux concurrents en 2025

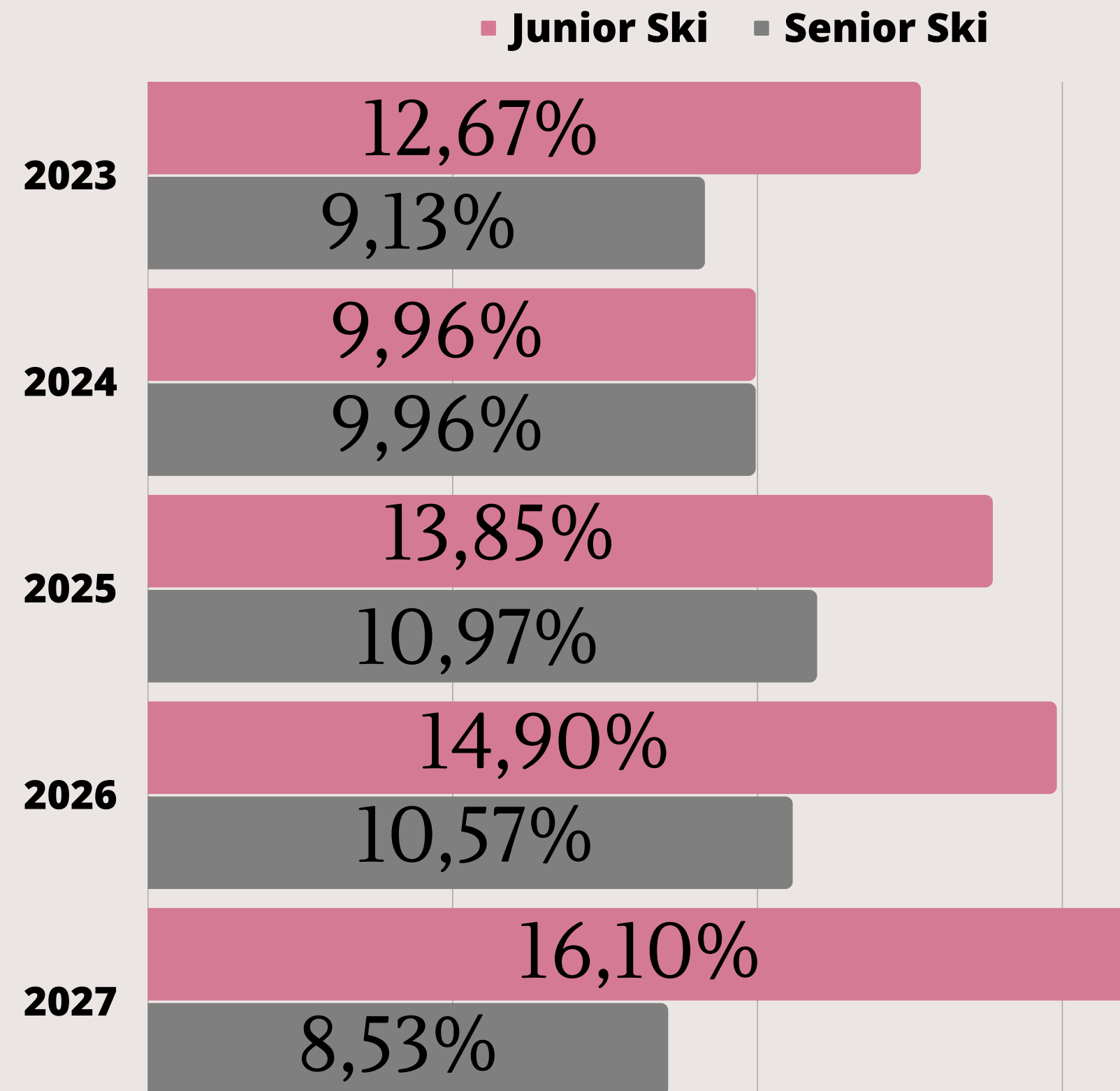


Part de marché sur Junior Ski



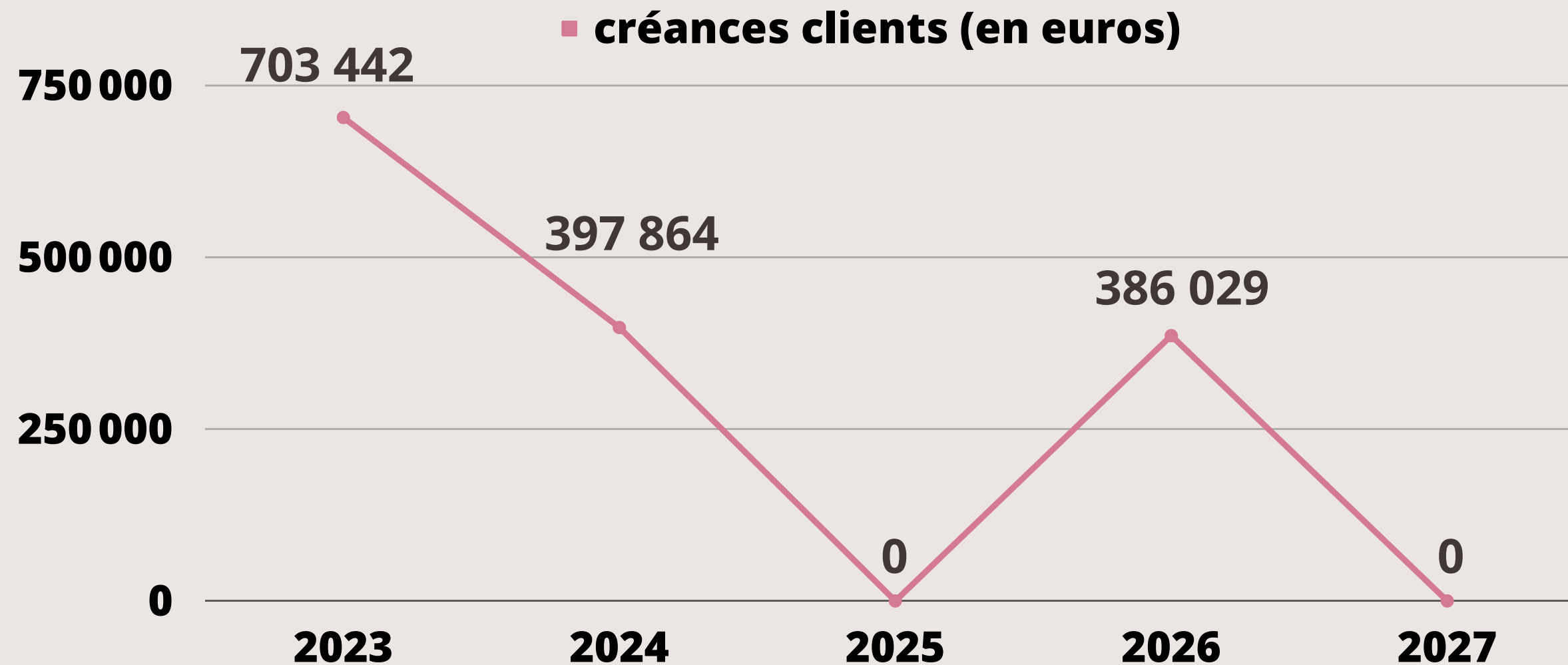
Part de marché sur Senior Ski

Part de marché de nos 2 produit au fil des années (en pourcentage)



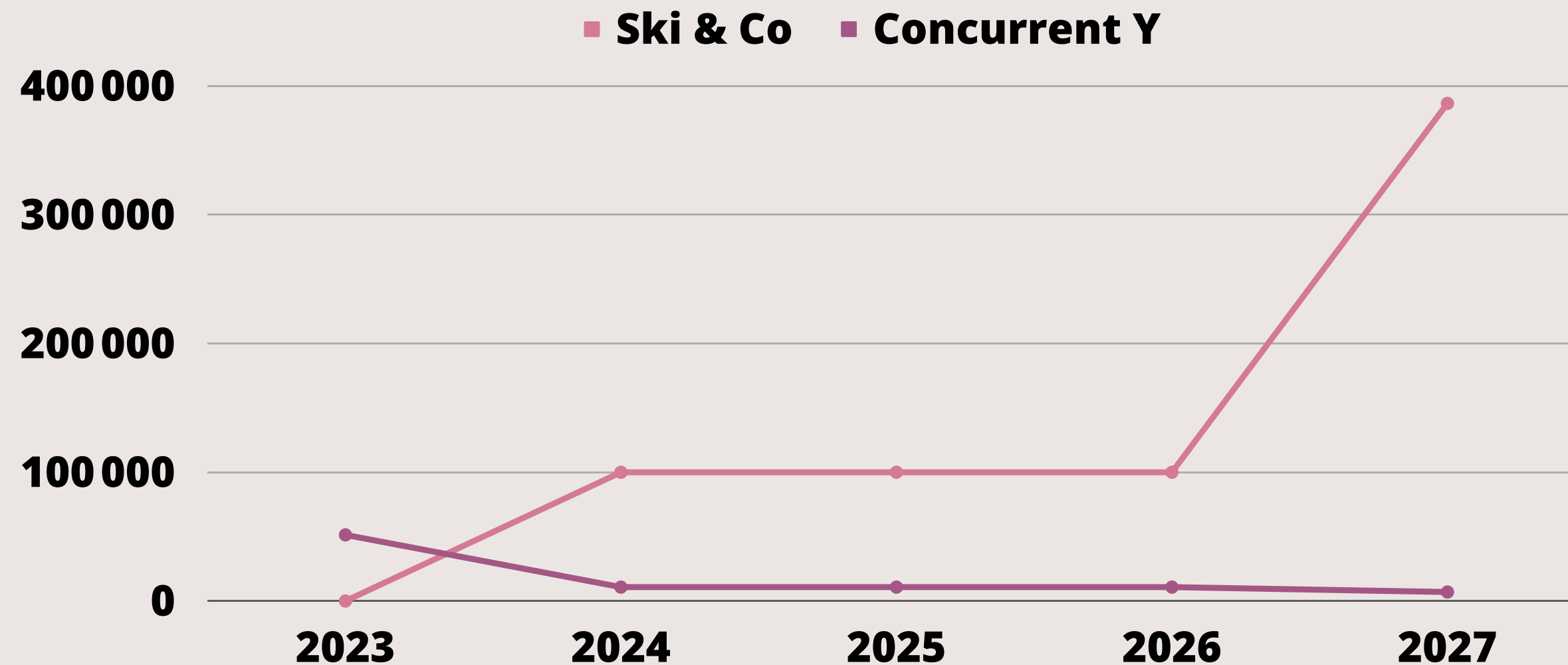
Augmentation de la demande par les créances

Délais des créances clients 2023	90 jours
---	-------------



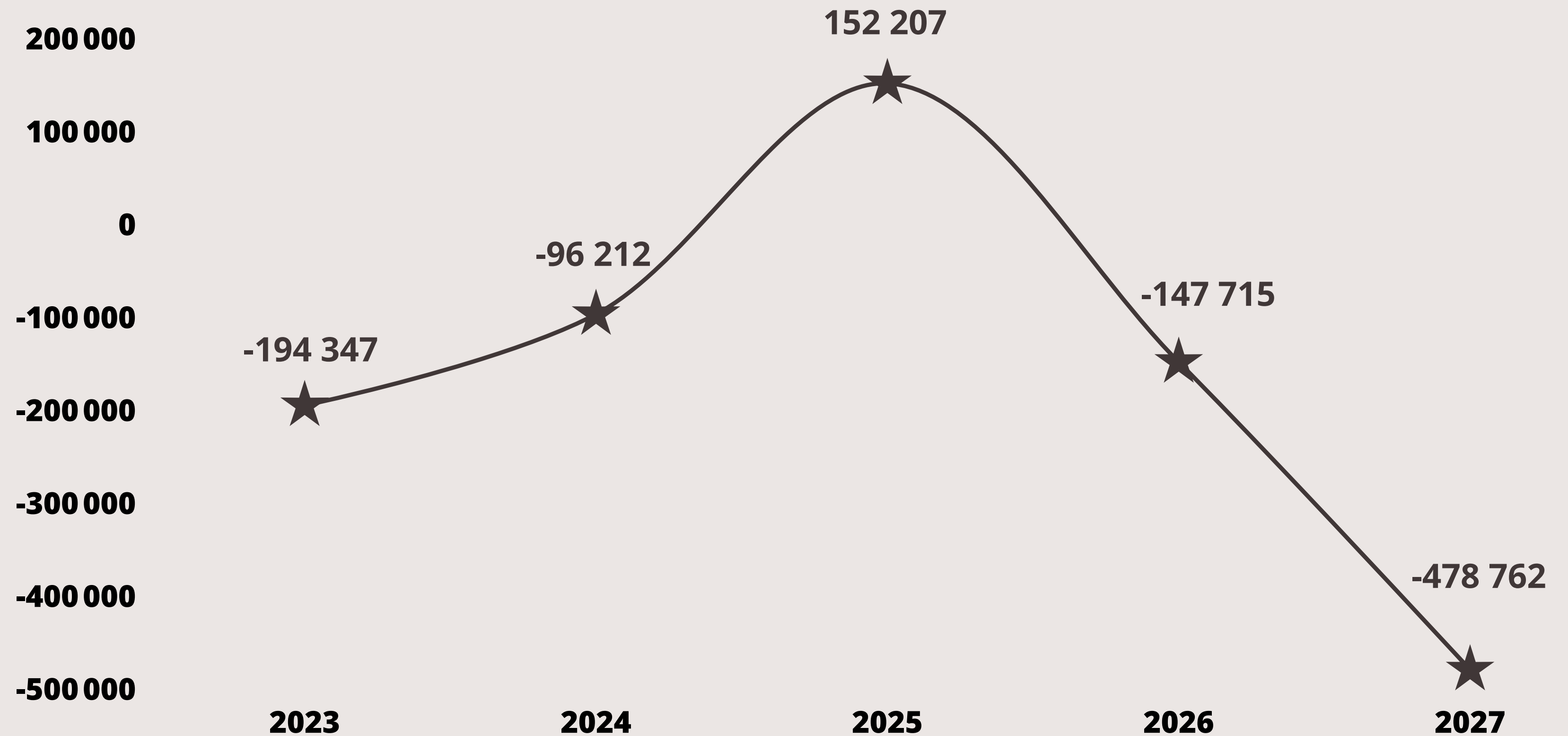
Augmentation de la demande par la communication

Budget communication (en euros) en
fonction des années



Evolution au cours des 5 dernières années du résultat.

(en Euros)





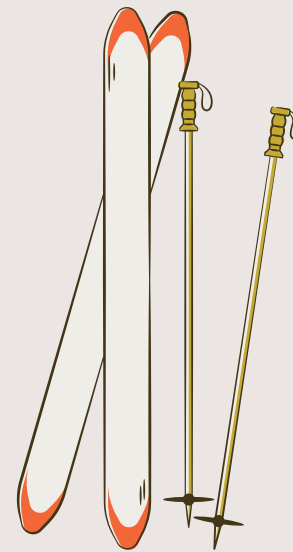
VI - POINTS FORTS ET POINTS FAIBLES DE L'ENTREPRISE



POINTS FAIBLES



- Trésorerie beaucoup trop basse par rapport à nos concurrents
- Mauvaise prévision sur les effets de la crise
- Prix trop bas sur certains produits



- Stock beaucoup trop important du à la mauvaise prévision de la crise
- Personnel social pas assez formé lors des 3 premières années



POINTS FORTS

- Réponse direct face à nos erreurs d'une année à une autre
- Haute part de marché par rapport aux concurrents
- Très bonne qualité de free surf qui a augmenté au fil des années du à la bonne formation du personnel
- Attirer les clients en jouant sur leurs sensibilités
- Pas de grève sur les 5 dernières années donc bonne gestion du personnel et bon management de l'entreprise
- Evolution du CA et bénéfice croissant au fil des années même si juste après la crise les risques que nous avons pris n'ont pas été concluantes
- Grande quantité de vente utilisant à bon escient nos parts de marché



VII- PERSPECTIVE D'AVENIR & CONCLUSION



PREVISIONS



- Vider nos stocks en baissant le prix de nos articles tout en ayant une marge positif
(revenir à la stratégie de départ)
 - Revenir en positif dès l'an suivant afin de vider de nos stocks
 - Investir dans la maintenance de machine et en acheter des nouvelles l'an suivant pour être toujours au top de la qualité dans Free Surf
- S'autosuffire en production tout en produisant des résultats de qualité
- Vendre certaines machines car pendant 2 ans nous serons en surcapacité de production
- Rembourser toutes nos dettes et emprunt dans l'année suivante



CONCLUSION



Nous vous conseillons d'investir dans notre entreprise,
certe à court termes, nous ne déployons pas de bons
résultats mais à long terme ce sera un bon investissement
car comme démontré notre entreprise évolue positivement
car on fait face à nos erreurs !!