

LA CAMERA \$200



SIMPLY  **MOVIES**

Rendez votre souvenir captivant

Table des matières

ENTREPRISE.....	4
Histoire de l'entreprise	4
Présentation de l'entreprise.....	4
Mandat	5
Logo	5
RECHERCHE.....	8
Le Mind-Mapping / Shéma heuristique.....	8
Le fonctionnement	8
PLANIFICATION	9
Pourquoi un diagramme	9
Le fonctionnement	9
Le diagramme de Gantes.....	10
LE PRODUIT.....	11
Présentation de la caméra.....	11
Nom de la camera.....	12
La marque.....	12
Le slogan	12
La gamme et la ligne du produit	13
Classification du produit.....	13
Types de marque	14
Avantages et inconvénients par rapport à la concurrence.....	14
Les parties prenantes.....	14
La courbe de vie.....	15
Le packaging	16
LE PRIX	17
Le prix de la caméra.....	17
Sa stratégie	17
Les offres de Simply-Movies.....	17
Le budget	18
L'évolution au cours de la vie du produit	18
LA DISTRIBUTION	19
La stratégie	19
Leur distribution et leur canal.....	19
LA COMMUNICATION	20

Message publicitaire	20
Promotions	20
ANALYSE DE RISQUES ET DES INCERTITUDES	21
Analyse (SWOT)	21
Annexe	22
SONCAS	22
Forces de Porter	22
AIDA	23
SMART	24
LES SOURCES	24

ENTREPRISE

Histoire de l'entreprise

L'entreprise a été fondée en 2007 sous le nom d'Extraordinary-Movies par Elliott Rogier et Christophe Délèze, dans le canton de Genève. Elle s'est spécialisée dans la conception de caméras de haute qualité, destinées à un public professionnel, grâce à son expertise technique en image. Ces caméras étaient particulièrement sophistiquées et s'adressaient à un marché limité, composé de professionnels de l'audiovisuel.

Cependant, l'entreprise a fait faillite en 2009, faute de clients suffisants pour ses produits très techniques. En effet, les professionnels étaient trop peu nombreux pour assurer la rentabilité de l'entreprise. Plutôt que de se laisser décourager, les fondateurs ont utilisé leur expertise pour se réinventer. Ils ont alors décidé de repenser leur stratégie et de développer une nouvelle gamme de produits, plus accessibles et destinés à un public plus large, incluant les familles, les enfants et les amateurs.

En 2011, l'entreprise a relancé son activité sous le nouveau nom de Simply-Movies, avec une volonté affichée de simplifier l'utilisation de ses produits. Le marché étant de plus en plus tourné vers la simplicité, cette nouvelle approche visait à répondre à une demande croissante. En 2012, Simply-Movies a lancé la caméra S400, un modèle facile à utiliser qui a rapidement suscité l'intérêt des consommateurs. Bien que le modèle ait rencontré un certain succès, l'entreprise a continué de rechercher de nouvelles façons d'améliorer ses produits et d'optimiser son potentiel.

Présentation de l'entreprise

Simply-Movies est une entreprise fondée en 2011 par Elliott Rogier et Christophe Délèze dans le canton de Genève. Elle se distingue par sa maîtrise de la technique de l'image, tout en mettant un accent particulier sur la simplicité d'utilisation.

Il s'agit d'une entreprise Suisse qui conçoit des caméras et des accessoires, dans le but de rendre leur utilisation accessible à tous. En d'autres termes, même un enfant de 6 ans peut facilement comprendre comment les utiliser. Bien que de nombreuses caméras soient déjà présentes sur le marché, il est difficile de s'y imposer. Cependant, Simply-Movies se distingue par sa simplicité exceptionnelle, tout en offrant une qualité comparable à celle des caméras professionnelles.



Mandat

Étant perfectionné dans la technique de l'image et le marketing, et travaillant dans le secteur du développement technologique depuis 2010, j'ai été sollicité par l'entreprise en janvier 2024 pour un mandat. L'objectif de ce mandat est de créer une nouvelle caméra, très compacte, avec une utilisation simplifiée et poussée à son maximum.



Parallèlement, des modifications sont prévues pour le logo de Simple-Movies, afin de le rendre encore plus cohérent avec l'idée de simplicité. Le but est que le logo soit facilement identifiable et qu'il parle directement aux consommateurs. Il est également prévu de revoir le slogan pour qu'il reflète cette nouvelle direction

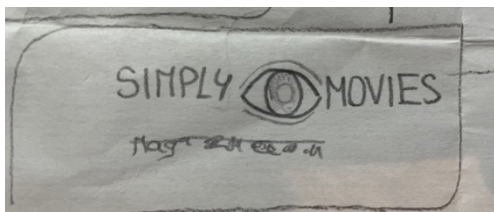
Logo

Avant, le logo de Simple-Movies était très vieux, il y avait beaucoup trop de détails. Le slogan, « Créez votre film simplement », manquait d'originalité et se répétait trop avec le nom de l'entreprise. Il fallait vraiment une nouvelle identité pour le logo et le slogan. Il était donc nécessaire de les repenser.



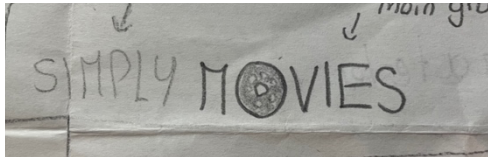
Pour le logo, nous avons fait beaucoup de recherches afin qu'il soit le plus simple possible. Nous avons décidé d'intégrer le nom de l'entreprise dans le logo, tout en ajoutant un petit logotype qui serait la principale représentation de la marque. Le but était de séparer le nom « Simple » et « Movies » pour bien mettre en valeur le nom de l'entreprise. Nous avons aussi mis en majuscule les lettres de « Simple-Movies » pour que le logo attire bien l'œil.

Les différentes recherches pour le logo



Sur le premier logo, on peut voir les lettres en majuscules avec un logotype qui sépare le nom de l'entreprise pour bien marquer la différence. Ce logotype est sous forme d'un œil, symbolisant la vision, car lorsqu'on regarde un film, on le « visionne ». Cependant, ce logo est trop complexe et ne correspond pas à la simplicité recherchée. De plus, en associant un œil, on ne fait pas forcément le lien avec une caméra.

Dans le deuxième logo, il y a une amélioration : à la place de l'œil, nous avons utilisé une bobine de film. Le problème avec cette forme, cependant, c'est qu'elle est trop basique et manque d'originalité. Bien qu'elle soit beaucoup plus simple et réponde davantage aux critères du mandat, elle ne correspond toujours pas exactement à ce que nous recherchons. Nous avons essayé de lui ajouter une couleur pour voir ce que cela donnerait avec d'autres teintes, mais en dessin, elle ressemble davantage à une pizza qu'à une bobine de film.



Il y a aussi une version différente où la bobine est intégrée dans le « O » de « Movies ». Nous avons également expérimenté une variante avec des lettres en gras pour « Movies ». Cela donne un bon effet visuel, mais ce n'est toujours pas ce

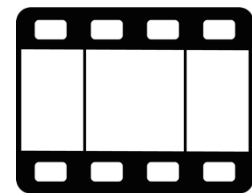
que nous recherchons exactement.

Le logo final

C'est là que nous arrivons à notre logo final. La bobine de film se rapproche davantage de ce que nous recherchons. Nous avons décidé de la créer à partir de ce que l'on trouve dans une bobine, c'est-à-dire une bande de film. C'est à ce moment que nous avons aussi choisi de mettre « Simply » en gras, car c'est cet aspect de simplicité que nous voulions vraiment mettre en valeur, étant donné que l'utilisation de la caméra doit être facile. Pour le logo, nous avons cherché une typographie moderne et simple.

SIMPLY  **MOVIES**

Pour le logotype, nous avons choisi de ne pas le rendre angulaire, comme une vraie bande de film. Nous avons préféré arrondir les bords, un choix inspiré par l'iconographie des applications sur téléphone, afin de donner un côté plus doux et fluide. Cela met en valeur l'aspect simple et agréable d'utilisation d'une caméra. Le logotype reste volontairement peu détaillé, ce qui le rend plus simple et cohérent avec l'identité de la marque.

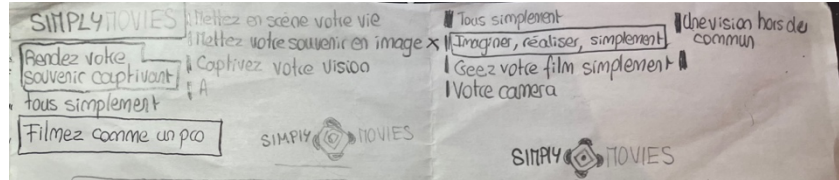


Concernant l'utilisation du logo, la charte graphique complète est disponible en annexe

Le slogan

Une fois le logo validé, il a fallu rechercher un slogan. Un slogan qui reflète notre identité et qui nous distingue des autres marques. Évidemment, le slogan devait également être en harmonie visuelle avec le logo.

Au début, nous avons cherché des slogans qui évoquaient la simplicité, comme : « Tous simplement » ou «



« Imaginer, réaliser, simplement ». Le problème avec ces slogans, c'est que l'adverbe « simplement » ressortait trop souvent, alors qu'il est déjà présent sur le logo. Le slogan « Imaginer, réaliser, simplement » était très bon, mais le mot « simplement » revenait trop et, de plus, les mots étaient séparés, ce qui les rendait moins fluides à l'oral. Lorsqu'on prononce trois mots séparés, on marque une petite pause entre chaque, ce qui cassait la fluidité du message. Il fallait quelque chose de plus doux et direct.

C'est alors que nous avons trouvé le slogan parfait : « Rendez votre souvenir captivant ». Ce slogan met vraiment en valeur la marque ! Il s'adresse directement aux personnes, et il est aussi plus fluide. En effet, chaque film, qu'il soit amateur ou un simple film de vacances, est un souvenir – d'où le « Rendez votre souvenir... ». Quant à « captivant », il reflète la qualité de la caméra, qui est comparable à celle d'une caméra professionnelle et très performante en termes de qualité d'image. L'ensemble du slogan évoque donc à la fois la création et l'imagination, tout en mettant en avant la performance de notre produit.

SIMPLY MOVIES

Rendez votre souvenir captivant

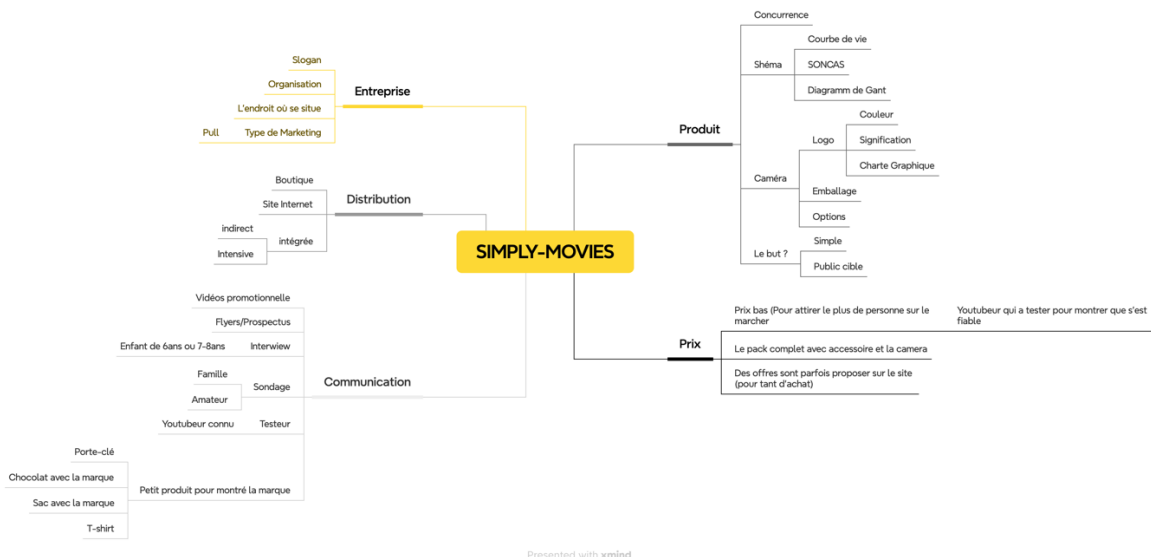
RECHERCHE

Le Mind-Mapping / Shéma heuristique

Afin de pouvoir situer les différentes étapes de notre projet, nous avons réalisé un schéma heuristique, également appelé mind-mapping, qui est structuré autour des quatre P, ainsi que des différentes parties de l'entreprise.

Sur le mind-mapping, nous avons représenté les différentes branches qui entourent Simply-Movies. On y trouve : l'Entreprise, le Produit, le Prix, la Communication et la Distribution.

Ces différentes branches vont définir l'ensemble du projet. Elles nous permettront d'identifier, de manière générale, les actions que nous allons entreprendre pour mettre en œuvre la caméra.



Le fonctionnement

Entreprise

Dans la section "Entreprise", nous trouverons tout ce qui concerne Simply-Movies, comme la création d'un slogan qui permettra de se démarquer des concurrents. Nous y indiquerons également des informations sur les lieux de l'entreprise, ainsi que des détails concernant le type de marketing utilisé.

Distribution

Nous pouvons situer l'entreprise dans le type de distribution auquel elle appartient, ainsi que sa boutique, et envisager la conception d'un site web.

Communication

C'est le point le plus important pour le produit. Dans le mind mapping, on peut voir les différentes actions qui seront réalisées pour la publicité du produit.

Produit

Nous pouvons voir les différentes actions qui ont été réalisées pour le produit, comme le logo avec une charte graphique, l'explication du but, etc. Il est important de mentionner ce qui doit être réalisé de manière plutôt visuelle. Cela permet de mieux décrire nos idées qui sont dans notre tête.

Prix

Le prix est une étape très importante, il est donc essentiel de le mentionner.

PLANIFICATION

Pourquoi un diagramme

Le diagramme est une phase très importante pour notre projet, car il nous permet de nous situer dans le temps. Comme on dit, le temps est précieux, il faut respecter les délais.

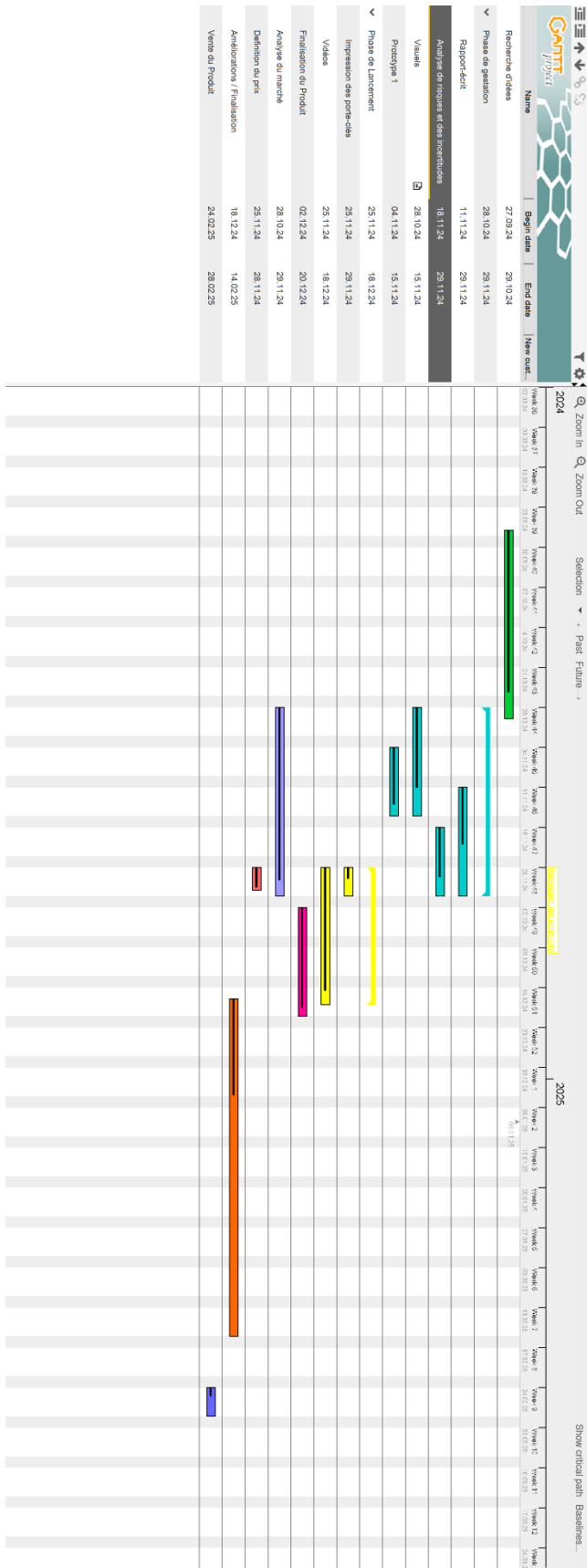
Le fonctionnement

Dans le diagramme de Gantt, on peut retrouver à gauche toutes les étapes du projet jusqu'à la fin. Ces étapes sont représentées dans la barre de temps avec des couleurs. Le trait noir représente notre avancement. On peut constater que, à certains endroits, le trait n'arrive pas au bout du rectangle, ce qui signifie que nous sommes en avance, ayant terminé plus tôt que prévu.

Dans les différentes étapes, avec les dates qui vont définir combien de temps nous allons passer à chaque étape, on peut voir :

- Recherche d'idées
- Dans la phase de gestation, on retrouve un rapport écrit de tout notre projet, ainsi que tout ce qui est visuel et le prototype 1.
- Ensuite, il y a la phase de lancement, avec l'impression des porte-clés pour la promotion de notre marque, ainsi que les vidéos promotionnelles.
- Puis, il y a la finalisation du produit.
- Analyse du marché
- Définition du prix
- Améliorations et finalisation : il est important de bien prendre en compte les améliorations que nous pouvons apporter avant de le mettre en vente.
- Et enfin, la vente du produit, prévue pour le 28 février 2025

Le diagramme de Gantes



LE PRODUIT

Présentation de la caméra

Le S200 Simply-Movies est un nouveau modèle de caméra de la ligne du S400 Simply-Movies, développée après le S400, qui a été créé en 2012. Le S400 a montré aux consommateurs l'art de la simplicité en matière de caméra. Le S200, quant à lui, va encore plus loin dans cette simplicité, en offrant une qualité d'image exceptionnelle, de superbes ralentis et de nombreuses autres fonctions d'une caméra professionnelle.



Grâce à cette caméra, vous n'avez plus besoin de vous compliquer à chercher sur un manuel de 100 pages les fonctions de la caméra. Elle est tellement simple à comprendre que même un enfant qui ne l'a jamais utilisée peut la maîtriser directement. Évidemment, un manuel est fourni en cas de besoin, mais il y a également un QR code que vous pouvez scanner pour accéder à des tutoriels vidéo de la caméra. Ces tutoriels, d'une durée de 1 à 2 minutes, sont bien plus simples à suivre. Simply-Movies a créé sa propre chaîne YouTube pour y publier ces tutoriels ainsi que des vidéos de présentation de la caméra.



C'est une caméra qui dispose de diverses fonctions comparables à celles d'une caméra professionnelle, comme les super ralentis et la possibilité de réaliser des time-lapses. Elle offre également une grande stabilité pour compenser les mouvements brusques. Non seulement elle garantit une qualité d'image exceptionnelle, mais elle est aussi résistante à toutes sortes d'environnements et de conditions météorologiques : pluie, neige, etc.



La caméra propose différents modes d'utilisation : un mode pour les amateurs de cinéma, un mode pour les enfants, et un mode manuel pour ceux qui préfèrent un contrôle total.

Lors de l'achat de la caméra, un QR code spécial est inclus pour télécharger gratuitement un logiciel de montage vidéo spécialement conçu. Ce programme est aussi facile à comprendre que la caméra elle-même. Il peut être téléchargé depuis le site internet de Simply-Movies, mais uniquement grâce au code unique fourni avec l'achat. Une fois téléchargé, le logiciel est disponible à vie. Un pack familial est également proposé si vous souhaitez partager le logiciel avec plusieurs membres de votre famille.

Nom de la camera



Son nom, c'est le S200 Simply-Movies. Pour les noms, Simply-Movies fonctionne d'une manière spécifique. Nous pouvons constater, avec d'autres marques connues comme Canon, Nikon ou Sony, que les noms des appareils photo sont représentés par des chiffres, qui indiquent si l'appareil est semi-professionnel, professionnel, ou aucun des deux. Par exemple : pour Nikon, il y a le Z6, où l'on remarque une lettre suivie d'un chiffre.

Chez Simply-Movies, ils ont décidé de garder le même système que les autres marques. Il y a le "S", qui représente le "S" de Simply-Movies. Quant au chiffre, plus il est petit, meilleure est la caméra. Chez Simply-Movies, il n'y a pas de distinction entre semi-professionnel et professionnel. Ces catégories n'existent pas, car le but de Simply-Movies est d'offrir la simplicité, tout en proposant une qualité digne des caméras professionnelles, avec de nombreuses autres fonctionnalités similaires à celles d'une caméra professionnelle.

La marque

Comme je l'ai mentionné à la page 4-5 concernant la conception du logo, la marque de la caméra est SIMPLY-MOVIES. Nous avons décidé de nommer la marque ainsi. Simply-Movies est composé de deux parties : "Simply", pour la simplicité de la caméra, et "Movies", qui fait référence à ce que l'on voit sur l'écran, que ce soit à la télévision, dans des reportages ou des films.

Auparavant, la marque s'appelait Extraordinary-Movies et fabriquait des caméras professionnelles, avec une superbe qualité d'image et des performances très élevées. Mais il faut s'adapter à l'évolution et aux attentes des utilisateurs.

Aujourd'hui, nous vivons dans un monde où la simplicité est primordiale. La technologie évolue très vite, et elle répond au besoin de rendre les choses plus simples.

Le slogan

Comme je l'ai dit à la page 5, le slogan « Rendez votre souvenir captivant » est très important, car il permet de se différencier des autres concurrents.

Toute image peut être captivante ou non. Tout dépend de la douceur de l'image, de la stabilité, des effets de flou, etc. Et tout cet art demande beaucoup de travail. Il faut savoir le faire, et parfois, avec les milliers de réglages possibles, il est nécessaire de comprendre la caméra. C'est pourquoi le mot « captivant » est important dans le slogan : Simply-Movies offre une image captivante sans que l'utilisateur ait besoin de se compliquer la tâche pour y parvenir.

Le terme « souvenir » fait référence à toute vidéo, image, photo, etc. C'est un souvenir que nous avons créé ou que nous regardons. Que ce soit un film ou une vidéo de vacances, ce sont des souvenirs précieux. En les regardant, on se souvient des moments passés à tourner notre film ou des vacances passées au bord de la mer. Ces souvenirs sont importants, car, en grandissant, nous pourrions nous rappeler de ces bons moments, qui étaient à la fois divertissants et agréables. Voilà pourquoi « Rendez votre souvenir captivant ».



La gamme et la ligne du produit



Il existe de nombreuses gammes de produits. On peut retrouver toutes les caméras de DJI, les Osmo, GoPro, ainsi que d'autres marques comme Xiaomi FIMI Palm 2, Snoppa Vmate, ou les caméras Sony, Canon.

Pour la ligne de produits, il y a le S400, et maintenant le nouveau modèle, le S200. Simply-Movies propose également différents accessoires pour ses caméras. Par exemple,

elle crée ses propres objectifs, des grands angles, des téléobjectifs, et tout cela en miniature pour la caméra, évidemment facile à transporter. La caméra a directement un zoom intégré.

Classification du produit

Pour la classification du produit, le S200 a une durée de vie durable, grâce à sa matière résistante à toutes sortes de conditions climatiques et de températures. C'est un matériel solide.

Concernant la fréquence d'achat, elle est relativement faible, car il n'y a pas beaucoup de personnes qui achètent une caméra fréquemment, car elles n'ont pas forcément l'intérêt. Cependant, grâce à la technologie, il est devenu plus facile de filmer, sans avoir besoin de bandes de film, ce qui a conduit de plus en plus de personnes à se mettre à filmer.

Pour le comportement d'achat, la caméra est un choix réfléchi. Autrefois connue sous le nom d'Extraordinary-Movies, la marque renaît maintenant sous un nouveau nom, Simply-Movies. Les personnes qui la connaissaient auparavant la reconnaissent comme une marque de qualité en termes d'image et de technologie pour des caméras professionnelles.

Aujourd'hui, les personnes qui la connaissent seront curieuses de découvrir cette simplicité dans la caméra. Ils savent qu'il s'agit d'un produit fiable, de qualité, et sont impatients de comprendre comment cette simplicité a été intégrée dans la conception de la caméra.

Types de marque

Pour la marque, c'est un nom composé de mots qui existent, sauf qu'ils sont en anglais. Simply-Movies a choisi de les mettre en anglais car cela touche un plus grand public.

Avantages et inconvénients par rapport à la concurrence

Simply-Movies a beaucoup de concurrents autour d'elle, car tout le monde cherche à simplifier les caméras et les appareils photo. Avant, c'était beaucoup plus difficile : on ne savait pas directement ce qu'on faisait sur un écran, on avait la surprise au développement.

Il y a de plus en plus de personnes qui n'ont plus envie de chercher à comprendre, car cela prend trop de temps. C'est pourquoi toutes les caméras se sont adaptées à ce changement en créant des modèles automatiques, avec l'arrivée de l'intelligence artificielle qui dépasse tout le monde.

Il est difficile de créer une nouvelle marque qui fonctionne. Il existe tellement de marques différentes qu'il faut savoir se démarquer des autres.

Les principaux concurrents de Simply-Movies sont DJI, Canon et Sony. Ces trois marques, très connues du grand public, sont difficiles à surpasser. Il existe aussi de nombreuses autres marques, car c'est un marché très concurrentiel.

Simply-Movies a ses avantages en termes de qualité, comme ces différents concurrents. Mais elle se distingue surtout par sa simplicité, avec des modes similaires à ceux des caméras professionnelles. Si l'on prend une caméra DJI, il serait compliqué pour un enfant de 6 ans de la comprendre, car il y a de nombreux réglages à l'intérieur. Évidemment, c'est une caméra de grande qualité. Simply-Movies, en revanche, aura plus d'avantages en termes de simplicité. C'est un aspect très poussé de la marque.



Les parties prenantes

Avant, connue sous le nom d'Extraordinary-Movies, elle était plus adaptée aux personnes professionnelles dans le métier ou à celles voulant se perfectionner dans ce domaine. C'étaient principalement des professionnels, ayant les moyens de s'offrir une caméra.

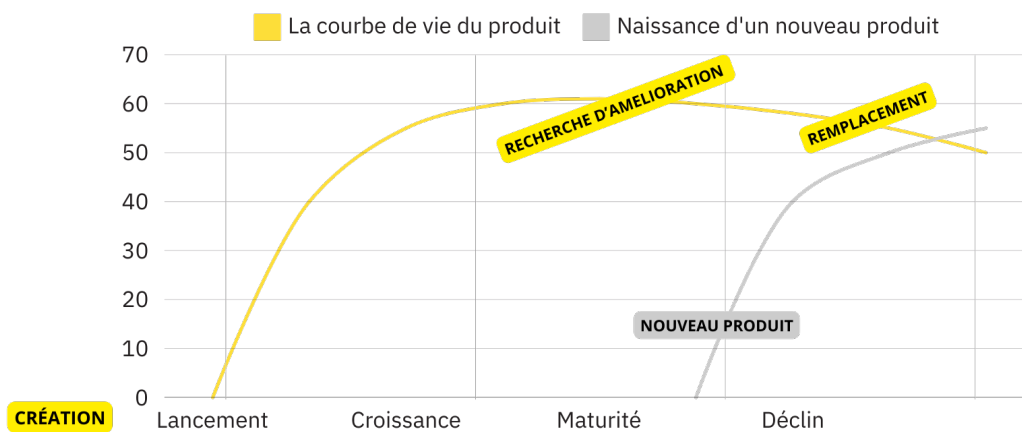
Maintenant, sous le nom de Simply-Movies, l'objectif est de toucher un public plus large, de simplifier tout cela pour le rendre accessible à un plus grand nombre.

Beaucoup de familles partent en vacances ou pratiquent diverses activités, comme le ski, le vélo, et bien d'autres encore. Elles ont besoin de garder ces moments précieux en souvenir, car c'est divertissant de les revoir. Simply-Movies s'adresse aussi aux amateurs passionnés de cinéma, ainsi qu'à diverses autres personnes.

Cette caméra n'est pas destinée aux professionnels du métier. En effet, les professionnels rechercheront une caméra spécifiquement adaptée à leurs besoins, avec des fonctionnalités manuelles et d'autres aspects qu'une caméra Simply-Movies ne propose pas.

La courbe de vie

Beaucoup de personnes filment pour garder des souvenirs de leurs vacances, ou bien des amateurs souhaitent créer leur propre court-métrage, etc. Ainsi, une caméra doit être conçue pour durer dans le temps.



La courbe de vie de la caméra est à longue durée. Au début, il y a le lancement, c'est-à-dire que la caméra sera sur le marché. Il y aura des innovateurs qui seront curieux de cette nouvelle caméra pour toute personne. Ensuite, il y a la croissance de la caméra qui va monter petit à petit vers le haut. Sa croissance est assez rapide, mais monte doucement, car Simply-Movies va faire le plus de publicité possible pour présenter leur caméra, donc sa croissance est assez rapide.

Ensuite, il y a la maturité. À ce moment-là, elle entre en concurrence avec les autres. C'est aussi à ce moment-là que l'entreprise recherche des améliorations à faire pour la caméra. Car, au bout d'un moment, il y aura moins de personnes qui l'achèteront.

Afin de ne pas perdre ses clients, l'entreprise lance un nouveau produit pour remplacer l'ancien. Il arrive un moment où il y aura moins d'achats, donc pendant le déclin de la caméra. Le nouveau produit sera déjà dans la période de sa croissance.

C'est le fonctionnement de l'entreprise.

Le packaging

Le packaging de la caméra est très important pour Simply-Movies, car lorsqu'on regarde un emballage, on prête d'abord attention à son apparence.

Simply-Movies a conçu un emballage efficace, tant en termes de design que de protection.

Pour le design de la caméra, Simply-Movies veut rester dans le côté simple de l'entreprise. Si la caméra est simple d'utilisation, le logo n'est pas détaillé pour être le plus simple possible. Il en est de même pour le packaging. L'emballage de Simply-Movies est simple, sans détails ni écritures superflues, il comporte seulement son logo. C'est une boîte carrée, de couleur principale de Simply-Movies.



Évidemment, on ne peut pas savoir directement qu'il s'agit d'une caméra à l'intérieur, mais Simply-Movies met une étiquette avec la photo de la caméra et quelques détails afin que les gens sachent qu'il s'agit bien d'une caméra.

Cette boîte en carton reflète la modernité de Simply-Movies, avec un

logo métallisé sur une partie de l'emballage.

Pour la sécurité, Simply-Movies veut s'assurer que la caméra est bien protégée. La caméra est entourée de papier blanc, aux couleurs de la marque. Ce papier sépare les batteries, le chargeur et la caméra, afin de tout maintenir bien en place. Ensuite, un autre papier blanc recouvre les batteries, la caméra et le chargeur, pour éviter tout mouvement lors du transport.



LE PRIX

Le prix de la caméra

Le prix de la caméra est plutôt abordable pour ce qu'elle vaut. En effet, plus le prix est bas, plus de personnes seraient tentées de l'acheter.

Le prix de la caméra est de 109,95 FR.

Comme ses concurrents, elle reste dans la gamme des centaines, car si le prix est trop bas, les gens risquent de douter de sa qualité et penser que c'est un mensonge. Elle reste tout de même une caméra bon marché, car la plupart des caméras sont au double du prix, surtout avec la qualité et la simplicité de Simply-Movies. Ce prix est donc convenable.

109,95 FR pour la caméra, avec 2 batteries, le chargeur, et en plus, un logiciel de montage offert gratuitement aux personnes achetant la caméra.

Sa stratégie

Simply-Movies va employer la stratégie de pénétration du marché afin d'attirer le plus de personnes à consommer le produit. Elle va donc viser un prix plus bas que ses concurrents.

En mettant un prix plus élevé, Simply-Movies ne va pas attirer suffisamment de clients. Elle a déjà fait cette erreur et ne la reproduira pas. Cette caméra doit toucher le plus grand nombre possible de personnes. Évidemment, elle aura une faible marge bénéficiaire, car le matériel de la caméra est coûteux, mais cela sera très vite compensé par les quantités vendues.

De plus, afin de mettre en confiance les personnes consommant ce produit, Simply-Movies a fait appel à un YouTuber connu du grand public pour tester la caméra et montrer toutes ses fonctionnalités. Quand les consommateurs verront la vidéo, ils se poseront la question : "Quelle est cette nouvelle marque ?" ou "Quel est ce nouveau produit de Simply-Movies ?" Avec la présentation du produit par un YouTuber connu, ceux qui sont fans de ce YouTuber voudront posséder le même produit. C'est avantageux pour Simply-Movies. Ensuite, la vidéo réalisée par le YouTuber sera mise sur la propre chaîne YouTube de Simply-Movies.

Simply-Movies utilise aussi une méthode que beaucoup de marques emploient pour leurs produits. Le prix du produit est de 109,95 FR. Si on arrondit, cela revient à 110 FR, avec seulement 5 centimes de différence. Mais c'est psychologique : les personnes vont voir le 9 et cela les rassurera, car le prix n'atteint pas la dizaine. Avec ce petit détail, Simply-Movies peut gagner un peu plus de clients.

Les offres de Simply-Movies

Simply-Movies propose de nombreuses offres différentes.

Par exemple, pendant les fêtes, Simply-Movies propose toujours des réductions, que ce soit pour Noël, Pâques, etc. Pendant ces périodes de fête, Simply-Movies essaie d'attirer un maximum de personnes avec ses réductions.

Sur la boutique en ligne de Simply-Movies, il y a même une roue que l'on peut tourner chaque mois pour les personnes ayant un compte sur la boutique. Cette roue permet de gagner des réductions. Il y a aussi cette roue sur l'application de Simply-Movies.

Il y a également des offres si l'on effectue un achat de plus de 150 FR : on peut recevoir un petit accessoire gratuitement.

Concernant le logiciel de montage vidéo, il est gratuit si l'on possède une caméra Simply-Movies et que l'on scanne le QR code qui donne accès au logiciel. On peut également l'obtenir sans avoir acheté une caméra, mais dans ce cas, il faut le payer. Le programme coûte 60 FR à vie. Si une personne possède ce logiciel, il existe un pack familial pour 10 FR à vie, pour le partager avec d'autres membres de sa famille. Il peut être partagé avec un maximum de 6 membres de la famille.

Le budget

Le budget est une des questions principales pour un projet. Avec toutes les choses que Simply-Movies met en place, on se demande d'où vient tout ce budget.

Avant Simply-Movies, il y avait Extraordinary-Movies, comme je l'ai mentionné dans l'histoire de l'entreprise. Extraordinary-Movies a vendu de nombreuses caméras professionnelles qui étaient chères, donc elle a gagné beaucoup d'argent, mais cela ne suffisait pas car le nombre de personnes qui achetaient ces caméras était relativement faible. Extraordinary-Movies avait prévu qu'il n'y aurait pas beaucoup de personnes achetant leurs produits, donc l'entreprise a fait de petites économies, au cas où elle ferait faillite.

Ces petites économies ont servi à créer la nouvelle caméra, le S400, lorsque l'entreprise a fait faillite. Grâce au S400, l'entreprise a pu se relever et gagner suffisamment d'argent pour créer la caméra suivante, le S200.

L'évolution au cours de la vie du produit

Plus il y aura des personnes qui achèteront Simply-Movies va augmenter un petit peu le prix du produit. Mais quand le produit arrive au déclin, il est temps de faire des soldes, pour qu'il n'y a plus de personne qui achète le produit ou tous simplement pour vidée le stock des camera car il y aura une nouvelle camera qui va remplacer.

LA DISTRIBUTION

La stratégie

L'entreprise va employer une stratégie de vente sélectives. Ce qui veut dire que pour vendre son produit, elle va sélectionner plusieurs magasins différents spécialiser. Simply-Movies à choisi par exemple, Fnac ou média mark ou encore Interdiscount. Simply-Movies veut être partout afin d'attirer le plus de monde possible. Mais ils vont sélectionner des magasins spécialiser car ils ne veulent pas être n'importe où pour conserver l'image de la marque.

Simply-Movies a également sa propre boutique, comme Apple qui ont leur propre boutique mais se trouve dans plein d'autre magasin. Pour Simply-Movies c'est la même chose.

Il y a plusieurs boutiques de Simply-Movies en Suisse. Il y a une boutique à Genève, à Bern, et à Zurich. Afin d'attirer le plus de monde dans leur boutique ils ont choisi les cantons très touristiques.

L'entreprise vend également quelques caméras dans divers magasins en France. Toutefois, à l'avenir, Simply-Movies souhaiterait aller plus loin. L'entreprise envisage de vendre ses caméras dans d'autres pays que la France et aimerait ouvrir des boutiques Simply-Movies en dehors de la Suisse. Par exemple, elle envisage d'installer une boutique à Paris.

Leur objectif est d'étendre leur présence à l'international afin de gagner en notoriété. Ainsi, ils prévoient de se tourner progressivement vers les marchés étrangers. Ils vendent déjà quelques produits en France.

Simply-Movies offre également la possibilité d'acheter ses produits directement sur son site officiel. Cela permet aux clients de commander facilement en ligne, sans avoir à se déplacer en magasin, ce qui constitue un avantage supplémentaire pour attirer davantage de personnes.

Afin de s'améliorer en continu, Simply-Movies réalise fréquemment des enquêtes de satisfaction auprès des clients ayant commandé leurs produits en ligne ou via l'application officielle Simply-Movies. Cette application, disponible sur téléphone, simplifie le processus d'achat en éliminant la nécessité de rechercher le site web. Il suffit de l'installer pour accéder rapidement aux produits.

De plus, Simply-Movies prévoit d'installer des stands lors d'événements spéciaux, comme la Foire du Valais, afin de renforcer sa présence et de toucher un public encore plus large. Leur ambition est d'être partout.

Leur distribution et leur canal

Simply-Movies à une distribution indirecte, avec un canal long. Car ils veulent que le produit soit accessible facilement aux personnes. Pas besoins de téléphoner ou

de venir directement à la boutique. L'entreprise une une distribution intégrée, car même la fabrication de la caméra ou des objectifs, ils font tous eux même, ils ont leur propre fabrication. Il y a quelque matière première qui provienne de d'autre pays. Mais Simply-Movies fait le maximum, pour que la plupart des matières provienne de la Suisse.

LA COMMUNICATION

Message publicitaire

Simply-Movies emploie la stratégie du marketing push. Ils vont tout faire pour que la personne soit attirée par leur produit. Ils mettent le plus de budget possible pour la publicité. Evidement la publicité est chers, mais Simply-Movies à une technique pour économiser. Toutes les publicités, comme flyers, des posters, ou des vidéos promotionnels. Simply-Movies fait tous même. Ils sont très spécialisés en termes de caméra, donc ils vont par faire venir des gens externes pour faire une publicité. Ils sont très spécialisés.



Leur message est clair ils veulent se faire entendre par le plus de monde possible. Il est important pour eux. Simply-Movies veulent montrer au monde des images captivant, des publicités de qualité.

Promotions

L'entreprise à fait beaucoup de promotion pour la caméra. Pendant la fabrication de la caméra, une équipe réfléchie pour la promotion de la caméra.

Pour le moment il y a deux vidéos promotionnels qui ont été fait pour la caméra, vous pourrez les trouver en annexe. Il y a la création de la vidéo officielle de la caméra qui à été tourner le 30 novembre 2024 au canton de Vaud. Et ensuite Simply-Movies a fait un tournage studio de la caméra le 1 décembre 2024 pour quelque seconde de présentation de la camera à la période de Noël.

C'est important pour eux de s'adapter au période de fête pour mettre la publicité a la télé. Faire passer une publicité aux fêtes est le moyen idéal pour la publicité. La publicité passera le Noël 2025 à la télé.

Ensuite, Simply-Movies fait aussi des flyers afin de les distribuer au plus d'endroit possible. Par exemple il offre des flyers chez Interdiscount pour que le magasin distribue aux personnes intéresser.

Lors de la foire, où Simply-Movies dispose de son propre stand, l'entreprise prévoit de maximiser sa visibilité en distribuant des flyers, en présentant ses caméras et autres produits, et en permettant aux passants de



tester la caméra sur place. Les participants qui testent la caméra auront ensuite la possibilité de remplir une enquête de satisfaction. S'ils le souhaitent, ils pourront également tourner une roue pour tenter de gagner des cadeaux, tels qu'une gourde, une tasse ou un sac aux couleurs de Simply-Movies.



De plus, Simply-Movies offrira de petits porte-clés en bois aux personnes qui viennent découvrir leurs produits.

Pour renforcer leur visibilité, Simply-Movies créera des affiches à afficher dans la ville ainsi que sur les écrans des centres commerciaux. Leur objectif est d'être reconnus dans le plus d'endroits possible.

ANALYSE DE RISQUES ET DES INCERTITUDES

Analyse (SWOT)

FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> • Un grand publique cible • Offre de la simplicité • L'entreprise fait ces propres publicités. • Ils ont de l'expériences en qualité d'image. • Ils ont leur propre fabrique Simply-Movies • Ils placent leur boutique dans les grandes villes de Suisse • Ils ont de l'expérience, autrefois entreprise de camera professionnelle. • Ils ont leur propre accessoire de camera. • Vente en ligne, dans les centres commerciaux, en boutiques. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ils ne sont pas reconnus dans le monde, comme leur concurrent Dji. • Les couts des matières première sont cher • Le design est plus professionnel que fun
OPPORTUNITES	MENACES
<ul style="list-style-type: none"> • S'orienter vers l'international • Faire un nouveau design plus fun. 	<ul style="list-style-type: none"> • Les concurrents sont beaucoup plus reconnus.

Annexe

SONCAS

Sécurité

Grace au packaging la camera est en sécurité. Les gens connaissent déjà un peux la marque.

Orgueil

Simply-Movies fait tous pour être à la mode, grâce au questionnaire de satisfaction, l'entreprise peut savoir exactement ce que les gens recherche.

Nouveauté

Ils cherchent toujours des améliorations à faire au produit. Il se mettent toujours à jour pour ne pas perdre leur client.

Confort

C'est une caméra qui est simple à l'utilisation et qui est petit, donc facilement transportable.

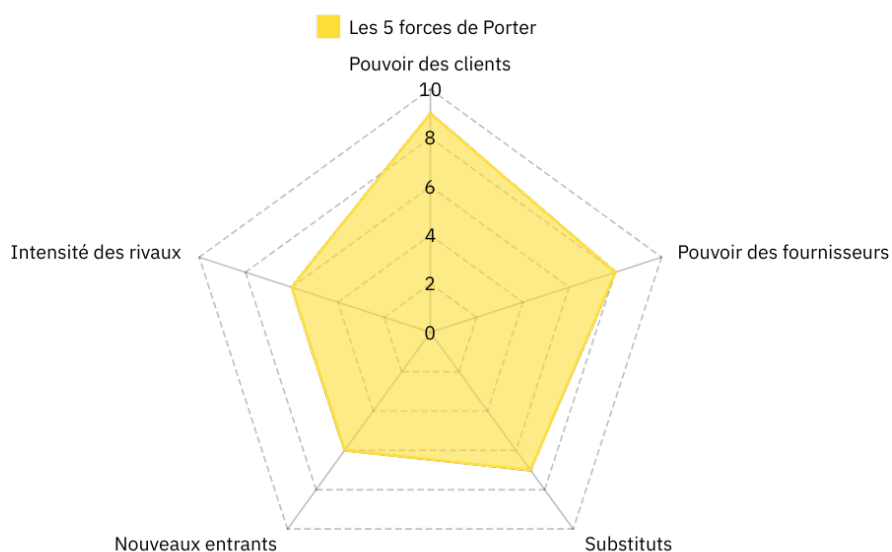
Argent

Un prix plutôt bon marcher que les autres concurrents, donc attire beaucoup plus de monde.

Sympathie

Dans la boutique de Simply-Movies, les employer de la boutique sont très à l'écoute des clients, et réponde énormément aux besoins du client. Car c'est le client qui fait vivres l'entreprise.

Forces de Porter



Pouvoir des clients : C'est la force la plus importante pour Simply-Movies. L'entreprise s'est ouverte à un public large. Des personnes voudront acheter la caméra pour leurs vacances.

Pouvoir des fournisseurs : Les fournisseurs offre une qualité incroyable de la caméra, avec les optiques etc...

Substituts : Une boutique en ligne ou une application pour commander en ligne, leur propre chaine YouTube pour voir les publicités et les tutoriels. Et le manuel si jamais en ne comprend pas. Et pour terminer le logiciel de montage.

Nouveaux entrants : Simply-Movies est déjà reconnu pour sa qualité, et aussi sa simplicité.

Intensité des rivaux : Difficile pour l'entreprise de monter au même niveau que ses concurrents, c'est leur faiblesse.

AIDA

Attention

Simply-Movies fait tout pour attirer l'attention. Par exemple, dans les centres commerciaux, ils créent des affiches afin que les passants les remarquent.

Intérêt

Ils vont afficher une photo accrocheuse mettant en scène une personne tenant la caméra.

Désir

Ils vont montrer que cette camera est simple à l'emploi avec une qualité extraordinaire.

Action

C'est une caméra qui est moins cher que la normal.

SMART

LES SOURCES

- ChatGPT : Pour les corrections orthographiques et reformulations
- Photos : Maya Pitteloud
- Canva
- DaFont
- Final Cut Pro
- Vidéos : Maya Pitteloud
- Illustrator
- Supports des cours