

Kooptoo

Dossier individuel - Siegfried DELANNOY



Présentation



Siegfried DELANNOY

Marketing et communication

Remerciement

- Ma mère, a fait de moi l'homme que je suis et a toujours fait en sorte que je ne manque de rien, qui est resté forte et courageuse toute ces années et m'a toujours soutenu dans mes choix. En somme, à qui je dois tout.
- Anissa, qui me soutiens depuis toutes ces années dans mes moments de doutes et arrive à supporter mon humour.
- Mes "grands parents", qui m'ont donnés une famille.
- Sophie, une femme exceptionnelle, dont le dévouement pour ses étudiants est sans pareil, une personne sincère et altruiste comme on en rencontre que trop peu.
- Bob, qui m'a fait aimer le marketing.
- Mon groupe, Ophélie BASSET et Thomas DERWEDUWEN pour leurs soutiens et leurs sérieux.
- Efficom, ses étudiants, son administration, merci pour ces 3 années.

Introduction

Depuis quelques années, le web et plus particulièrement les services liés aux applications ont vu leur nombre exploser et toucher de plus en plus de marché. En effet, depuis le phénomène Uber, nombreuses sont les entreprises à introduire des applications pour faciliter la mise en relations des utilisateurs avec des fournisseurs de biens ou de services, et ce, dans tous types de domaines.

Cependant, le domaine de la coiffure n'a pas encore été "uberisé" en France.

Brief client

La coiffure c'est :

- 25% du secteur des services
 - un million de français coiffés par jours
 - 70.000 établissements
 - c'est aussi 51% d'indépendant
-

Votre projet consiste donc en l'élaboration d'une plateforme numérique de la mise en relation BToC dans le domaine de la coiffure.

Votre demande consiste en la réalisation :

- de la communication
- du marketing
- du design
- des divers aspects de la création d'entreprise
- des divers aspects législatif.

Vos attentes sont centrées sur :

- la création du nom de la marque, et son l'identité visuel
- une réflexion autour du marché et des fonctionnalités à proposer
- la proposition d'interfaces web et mobile pour les clients et les prestataires
- des conseils sur l'acquisition de visibilité et de notoriété, notamment par rapport au référencement et le positionnement sur les réseaux sociaux
- des conseils sur les statut juridique et la stratégie commercial et marketing à adopter
- la création d'un business plan

- une réflexion sur l'arborescence, l'ergonomie, le design de la plateforme de mise en relation (l'application)
- la proposition des services associés
- l'analyse du marché, le dégageement des cibles et des freins

Kooptoo

Plaisir hédoniste pour les uns, tortures psychologique pour d'autres, la coiffure est à la limite du besoin physiologique. Son taux de pénétration est de quasiment 100%.

Quel que soit l'âge, le sexe, la CSP, ... toutes et tous, à quelques exceptions près, se rendent régulièrement dans un salon de coiffure ou font appel à un service à domicile afin de pourvoir à l'entretien de leurs coiffures.

Kooptoo est notre réponse à ce brief.

Kooptoo découle de l'audit du marché réalisé afin de mieux cerner nos cibles et l'univers dans lequel elles évoluent, et de l'étude marketing produite ensuite. Le nom de la marque, son identité graphique, ont été pensé pour être en cohérence avec la stratégie mise en place en fonction des études menés.

Pour réaliser l'application, nous nous sommes mis à la place des utilisateurs, et avons dégagés quelques attentes basiques, qui nous serviront de fil rouge tout au long du développement de notre stratégie, et de la réalisation de l'application :

Je suis client, je veux :

- Une recherche personnalisé et géolocalisé
- Une gestion de mes préférence
- Je choisi quand, où et par qui je me fais coiffer

Je suis professionnelle, je veux :

- Une nouvelle plateforme pour créer ou élargir ma clientèle
- Une gestion de mon calendrier et de mon agenda
- Des outils pour gérer mes prestations, mes revenues

Démarche

Pré projet

Pour ce projet il n'y avait pas la possibilité d'être développeur, partie que j'aurai sans nul doute choisi si elle était disponible, de ce fait j'ai choisi le Marketing. N'ayant jamais eu un quelconc attrait pour le marketing, j'appréhendais un niveau trop bas en la matière, j'ai profité des quelques mois précédents l'arrivé du projet pour commencer à me mettre à niveau d'un point de vue Marketing.

Je me suis donc dans un premier temps acheté le Merkator, et ai commencé à le lire et à apprendre son contenu, ce fut instructif mais aussi rébarbatif au possible, je me suis arrêté vers la page 200 ce qui m'as tout de même donné de solides bases dans 1 premier temps, puis devient une source d'approfondissement, privilégient des approches plus synthétiques d'apprentissage.

En parallèle j'eu l'idée de m'intéresser à l'aspect psychologique du Marketing inspiré par les études de mon amie. J'ai donc lu ces 3 livres qui ont été extrêmement enrichissant :

- Neuromarketing Le nerf de la vente
- Devenez un as de la persuasion
- Psychologie du consommateur

Début du projet

Méconnaissance du marché

A la réception du projet une réalité c'est rapidement dessiné, aucun de nous 3 n'allons chez le coiffeur, de par une mère ex coiffeuse, une compagne coiffeuse ou une cousine. Il nous a donc fallu rapidement connaître les habitudes de consommations en matière de coiffure, j'ai donc dans un premier temps réalisé un site pour effectuer un sondage.

```

1 <html>
2   <head>
3     <link rel="stylesheet" href="css/normalize.css">
4     <link rel="stylesheet" href="css/style.css">
5     <meta charset="utf-8">
6     <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1.0">
7   </head>
8   <body>
9
10      <form action="/" method="post">
11        <h1>Sondage</h1>
12        <p class="infos">Ce sondage est fait dans le cadre d'un projet étudiant, toutes données envoyées re
13
14        <label for="sex">Votre sexe :</label>
15        <select name="sex">
16          <option value="homme">Homme</option>
17          <option value="femme">Femme</option>
18        </select>
19
20        <label for="age">Votre âge :</label>
21        <input type="number" min="0" max="110" name="age" required>
22
23        <label for="q1">Combien de fois par an allez vous chez le coiffeur :</label>
24        <input type="number" min="0" max="100" name="q1" required>

```

Erreurs

Etant mon premier sondage des erreurs ont été commises, notamment l'absence de donnée sur la catégories socio-professionnelles et l'emploi, ce qui aurait mieux permis d'identifier les attentes en fonction des revenus et du type de travail.

Récupération d'informations

Bien sûr le second réflex afin d'appréhender le marché fut de chercher sur le web après des informations sur celui ci, je me suis rapidement rendu compte que certains textes étaient très orientés pour embellir le marché, d'autant plus qu'en croisant les sources des dissonances apparaissaient.

Je suis donc parti à la recherche de l'être le plus impartial, le chiffre, j'ai donc utilisé le site de l'INSEE afin d'avoir des données brutes sans artifices.

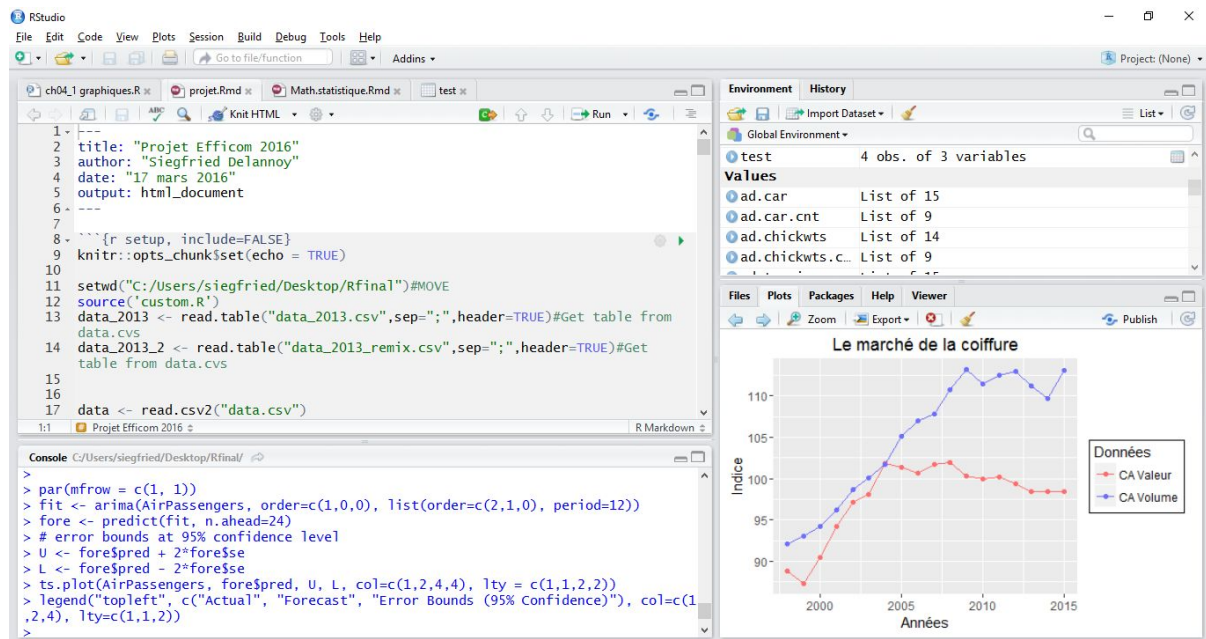
A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q
1	Année	Mois	Valeur	Volume	IPC.coiffure	IPC.général	IPC.bien.servicess	Nb.etablissements								
2	2015	12	121.6	113.2	136.11	100.04	142.87									
3	2015	11	86	80.2	136.79	99.82	142.56									
4	2015	10	103.5	96.6	136.69	100.01	142.33									
5	2015	9	99.1	92.6	136.67	99.95	142.45									
6	2015	8	104.2	97.5	136.42	100.35	142.61									
7	2015	7	101.2	94.8	136.3	100.03	142.1									
8	2015	6	96.5	90.4	136.34	100.44	142.33									
9	2015	5	97.6	91.5	136.18	100.52	142.52									
10	2015	4	100.6	94.2	136.27	100.28	142.32									
11	2015	3	96.1	90.1	136.11	100.17	141.85									
12	2015	2	89.3	83.7	136.14	99.52	141.59									
13	2015	1	85.7	80.4	136.01	98.86	141.32									
14	2014	12	115	108	134.84	99.86	141.09									
15	2014	11	87.7	82.4	134.79	99.78	140.47									
16	2014	10	103	97	134.57	99.95	140.45									
17	2014	9	97.7	92.1	134.36	99.92	140.59									
18	2014	8	104.1	98.4	134.11	100.3	140.81									
19	2014	7	101.7	96.2	133.97	99.86	140.18									
20	2014	6	94.1	89.1	133.84	100.18	140.66									
21	2014	5	102.5	97	133.87	100.22	140.68									
22	2014	4	99.7	94.3	133.9	100.2	140.73									
23	2014	3	98.3	93.2	133.7	100.24	140.52									
24	2014	2	90.1	85.5	133.54	99.79	140.32									
25	2014	1	87.1	82.8	133.3	99.24	139.65									
26	2013	12	114.4	108.8	132.72	99.8	139.23	82743								
27	2013	11	91	86.7	132.59	99.46	138.86	82743								
28	2013	10	103.2	98.5	132.4	99.5	138.87	82743								
29	2013	9	94.6	90.4	132.21	99.63	139.35	82743								
30	2013	8	106.8	102.1	132.05	99.86	139.35	82743								
31	2013	7	98.9	94.6	131.94	99.4	138.8	82743								

[Données utilisés]

Le traitement des données

De part mon envie l'année prochaine d'entrer dans un Master orienté Data, j'ai donc commencé en début d'année scolaire à me former à la data en général, aux statistiques et au langage R.

Je me suis donc rapidement servie des compétences acquises pour réaliser la contextualisation du marché, non seulement ces compétences m'ont permis d'approfondir ladite contextualisation, mais qui plus est le fait de l'appliquer dans un vrai cas fut épanouissant et instructif.



[Rstudio]

Deux autres sources d'informations fiables m'ont été utiles, le CNEC (Conseil national des entreprises de coiffure) et l'UNEC (Union Nationale des Entreprises de Coiffure). Bien qu'une grande partie des données issues de ces deux organismes viennent de l'INSEE également, pas mal d'informations étaient propres à chacune et furent intéressantes pour contextualiser le marché.

Résultat

Contextualisation du marché

Introduction

Afin de mieux appréhender le marché de la coiffure, nous avons utilisé les bases de données de l'INSEE, et créé un sondage.

Sondage

Ce sondage est fait dans le cadre d'un projet étudiant, toutes données envoyées resteront anonyme, un grand merci pour vos participations !

Votre sexe :

Homme ▼

Votre âge :

25

Combien de fois par an allez vous chez le coiffeur :

6

Combien payez vous par prestation en moyenne :

23

[Capture d'une partie du sondage]

Sondage

Dans le but d'avoir une vision plus précise du marché de la coiffure, nous avons dans un premier temps, effectué un sondage à questions fermés afin de mieux appréhender ce domaine, il regroupe ~155 votes, ce qui représente une marge d'erreur de 8% de part le nombre de votes.

Les questions sont :

Votre sexe : Homme / Femme

Votre âge : 0-100

Combien de fois par an allez vous chez le coiffeur : 0-100

Combien payez vous par prestation en moyenne : 0-1000

Chez quel type de coiffeur allez vous : Indépendant / Enseigne / Les deux

Pour vous aller chez le coiffeur est : Plaisant / Nécessaire / Déplaisant

Qu'est-ce qui est pour vous le plus important : Le prix / La qualité de la prestation / Les services annexes / La relation avec le coiffeur

Avez vous déjà fait appel à un coiffeur à domicile : Oui / Non

Seriez vous prêt à le faire : Oui / Non | Ce champ n'apparaît que si Domicile est définis à Non

Quand vous faites vous coiffer : En semaine / Le week end / Peu importe

A quelle heure : Le matin / Le midi / Le soir / Peu importe

Vous laisserez vous coiffer par une personne dont ce n'est pas le métier : Oui / Non

Il est à noter que la majorité de nos sondés ont entre 18 et 30 ans de par la méthode employée, utilisant principalement les réseaux sociaux et nos proches.

Nous avons très rapidement pu extraire des informations qui sont au premier abord évidentes :

- Les femmes payent plus cher.
- Les hommes vont plus souvent chez le coiffeur.

Mais aussi d'autres informations intéressantes :

- Seul 28% des clients trouvent cet acte plaisant.
- 78% d'entre eux trouvent la qualité du service plus important que le prix ou que la relation avec le coiffeur

Dans le brief, il fut évoqué la possibilité de se faire coiffer par des personnes dont cette pratique n'est pas le métier. Au vu des résultats apportés par le sondage cette idée semble relativement mauvaise. En effet comme vue précédemment, du fait de la qualité perçu comme primordial et que seulement 22% de nos sondés seraient prêts à faire appel à des coiffeurs non professionnels.

Contexte

Le marché de la coiffure.

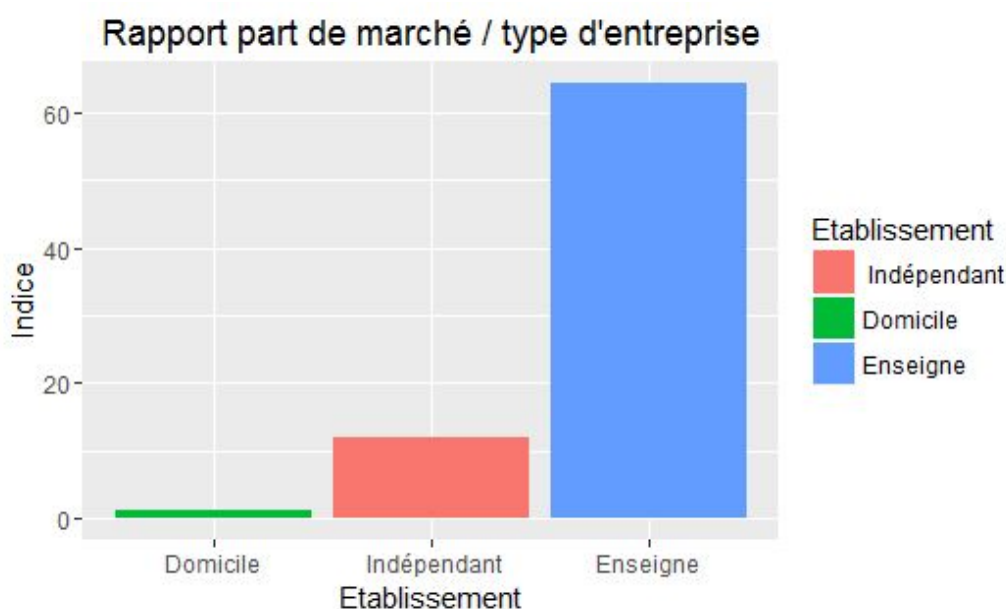
Le marché de la coiffure est le deuxième secteur de l'artisanat en nombre d'entreprises, il représente 82.743 établissements en 2013. Ce marché fait vivre 168.864 actifs et représente un chiffre d'affaire de plus de 6,2 milliard d'euros. Ainsi, un rapide calcul laisse présager un chiffre d'affaire moyen par entreprise de 74.930€/an.¹

Cependant, la réalité est bien plus nuancée : un salon indépendant touche en moyenne 62.500€/an, là où un salon sous enseigne (Tchip, Dessange, ...) touche près de 335.000€/an.²

Bien qu'il soit important de prendre en considération le fait que les enseignes ont en moyenne 5.4 actifs par salon contre 1.8 chez les indépendants (soit 3 fois plus d'actifs chez les enseignes) et la marge brute de près de 90%, la différence reste énorme. Une brève extrapolation des charges et des salaires montre indéniablement un bénéfice plus important chez les enseignes.²⁻³

Et les coiffeurs à domicile dans tout ça ?

Entre 2003 et 2013 le nombre de coiffeurs à domicile a tout simplement triplé. Avec une moyenne de 5.227€/an, les coiffeurs à domicile gagnent environ 65 fois moins qu'une enseigne.¹⁻²



Les coiffeurs à domicile sont principalement d'anciens coiffeurs de salon, mais aussi d'apprentis coiffeurs ne trouvant pas d'emploi après l'obtention de leurs diplômes. L'augmentation si brutale de leurs nombre s'explique donc, d'une part, du fait des difficultés à trouver un emploi, et d'une autre part de la facilité à fonder son entreprise depuis 2008 avec le régime d'auto entrepreneur.

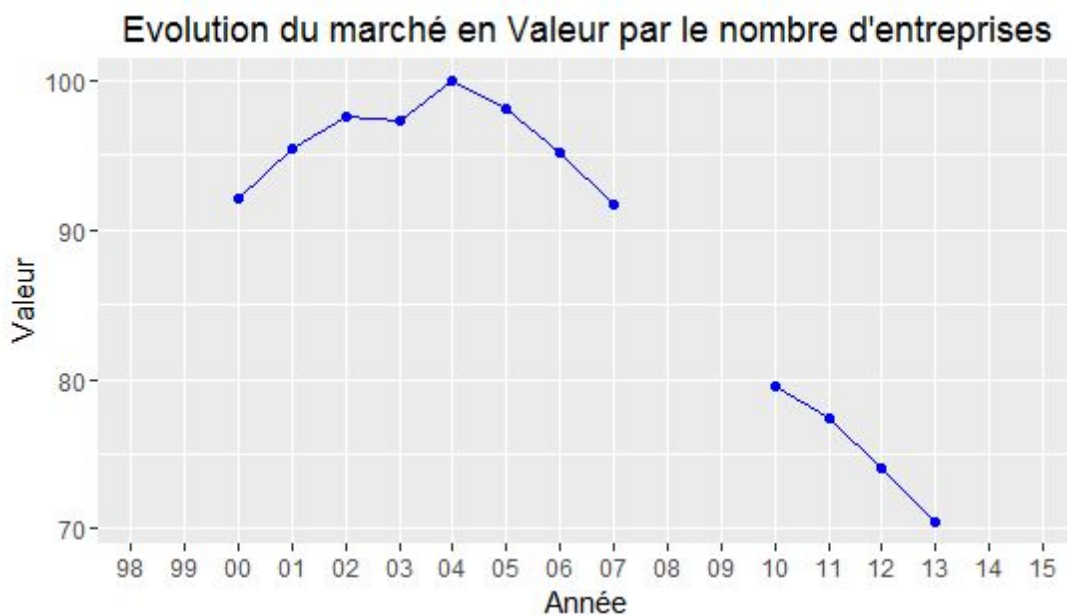
Les offres à domicile sont constituées à 33% d'offres bas de gamme (soit 3 fois plus que chez les indépendants). Le reste étant exclusivement d'une gamme intermédiaire, le tarif moyen proposé par les coiffeurs à domicile est 5€ moindre que les autres.²

Un contexte économique difficile.

Le marché de la coiffure est en baisse depuis près de 10 ans. Le nombre d'entreprise sur cette période a augmenté de près d'un tiers.

De ce fait la moyenne des bénéfices possibles par entreprises a donc baissé de près de 30% entre 2004 et 2013 en valeur et 40% en volume.

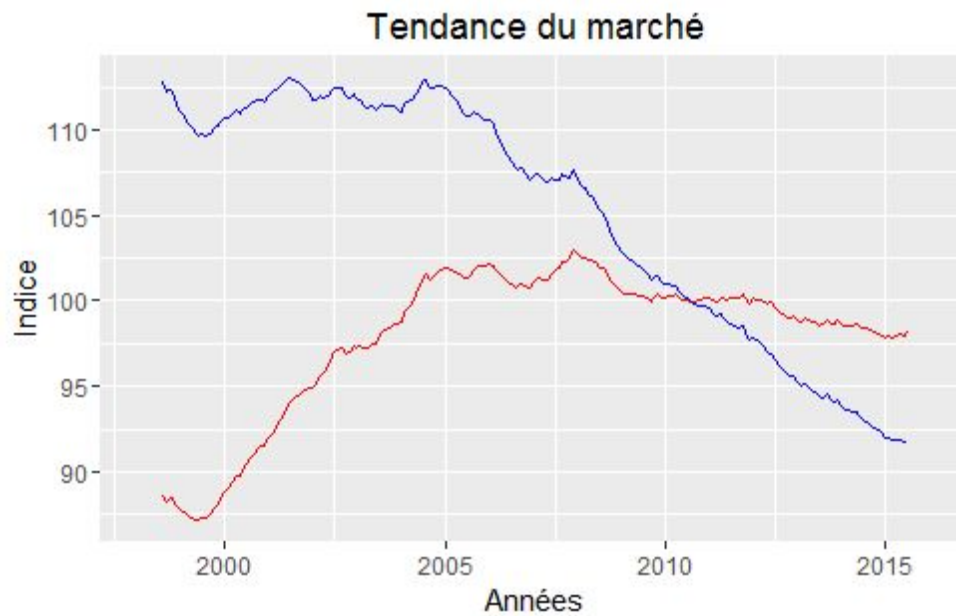
Aujourd'hui le marché est saturé et la situation n'est pas prête de changer, de par une augmentation des actifs incessant et une diminution du marché.²⁻⁴



[4]

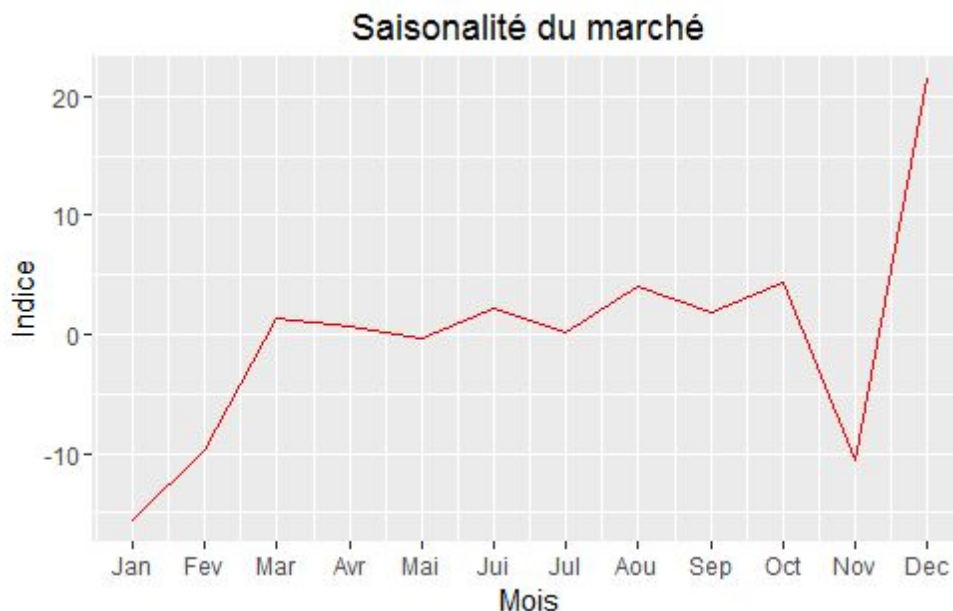
Les indépendants souffrent de plus en plus de la situation, leur image vieillissante peine face au réseaux des enseignes qui gagnent toujours plus de parts de marché, avec une très forte segmentation vers le bas de gamme et le haut de gamme.⁵

Tout ça mène près de 3.000 établissements à mettre la clé sous la porte chaque année, tandis que près de 1.500 autres sont repris.¹



[6-7]

La saisonnalité dans la coiffure



[8]

Sur ce graphique représentant le chiffre d'affaire global en valeurs depuis 1998, la période de décembre voit une nette augmentation des ventes. Cette saisonnalité est dû principalement aux festivités de Noël et du Nouvel An. Ceci dit, les mois entourant décembre voit leurs CA diminué drastiquement.

Bien que le domaine de la coiffure semble relativement homogène au cours de l'année, la période des fêtes de fin d'année et une période où des actions marketing sont à préconiser, en poussant des offres, effectuant des campagnes de mails pour rappeler les services aux clients.

La vie d'un coiffeur

Les départs dans la coiffure sont de l'ordre des 13% par ans, avec une moyenne de temps travaillé de 6 ans chez les coiffeurs, s'expliquant notamment par le contexte économique, mais aussi par des conditions de travail d'un point de vue physique avec les positions à prendre et d'un point de vue temporel avec les heures d'équivalences. Les allergies très répandues dans le domaine de la coiffure sont également un facteur important.²⁻⁹

Le salaire moyen net est de 1.174€/mois pour les employés et 2.179€/mois pour les artisans. Profession comportant 9,5% d'hommes et 90,5% de femmes, et où les femmes sont mieux payées que les hommes en tant qu'employé.²

La profession de la coiffure est particulièrement sujet à l'auto-entreprenariat, près d'un tiers des coiffeurs sont à leur compte.²

Quel avenir pour les diplômés ?

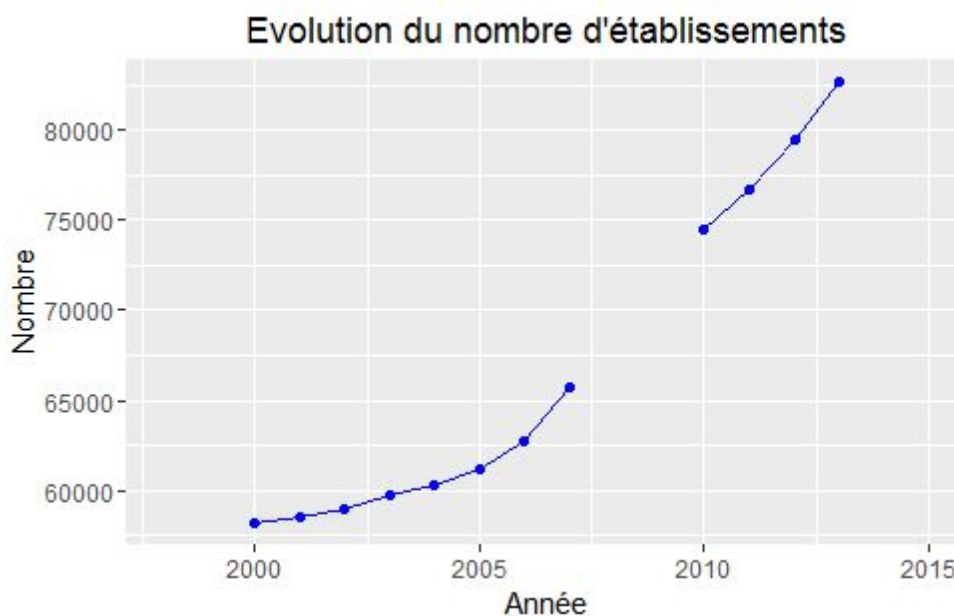
On pourrait penser qu'avec près de 23% des actifs sous contrat d'apprentissage et de professionnalisation, nul doute que l'avenir sera radieux... mais en réalité, ne serait-ce qu'en 2013, pour 30.885 formés il n'y eu que 17.950 embauches et 9.112 créations/reprises d'entreprises, soit au moins 3.813 formés sur la touche.¹⁻²

Pourquoi "au moins"? Car les 3.000 formés de l'année précédente ainsi que les 20.000 départs n'ont peut être pas abandonné l'idée d'être coiffeur, le nombre de coiffeurs sans emploi s'accumule donc, malgré 20% de salariés à temps partiels.

Ainsi, de moins en moins d'entreprises embauchent, avec près de 51% d'entre elles sans salariés en 2013.²

Une brève demande auprès de l'école Maestris nous a indiqué que près de 80% des jeunes (18-20) trouvent un emploi à la sortie de leurs cursus, contre seulement 30% pour ceux en reconversion ou autre. Ceux ne trouvant pas d'emploi s'orientent vers l'entrepreneuriat ou se reconvertissent.

L'explosion du nombre d'entreprises ?



[4]

Le nombre d'établissement quant à lui est en nette augmentation, et ce malgré la crise de 2008, ceci étant dû en partie par le régime auto entrepreneur incitant à la création d'entreprise de par sa facilité et ses faibles taxes, lié à la difficulté de trouver un emploi dans le secteur.

Le client dans tout ça

Le fait de se faire coiffer est un acte routinier, dont le tarif moyen pour un client était de 19,4€ pour un homme et 42,8€ pour une femme en 2013. Il faut aussi prendre en compte le fait que les hommes vont plus souvent chez le coiffeur que les femmes, mais que les femmes sont plus friandes des services annexes.²

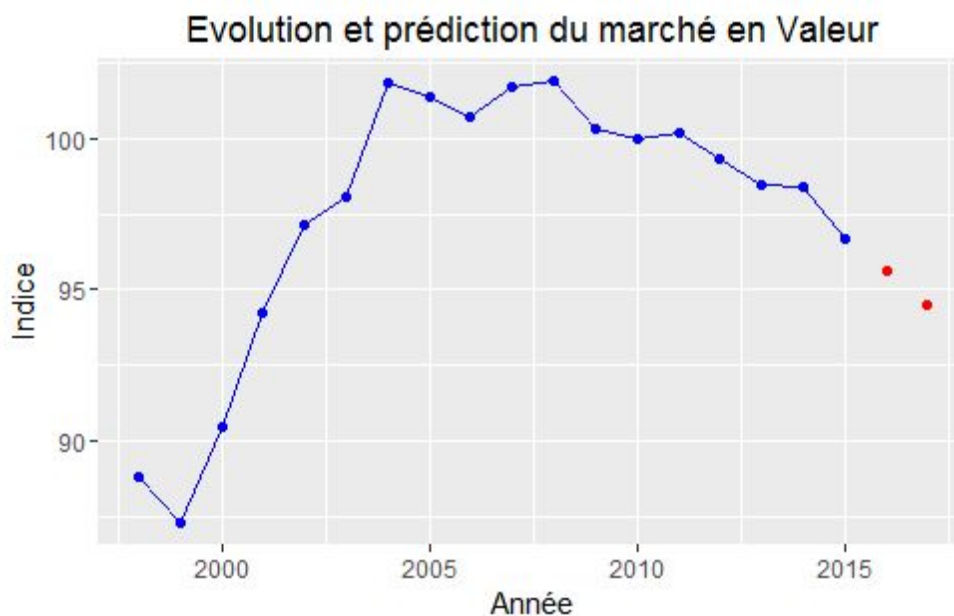
Aussi bien chez les femmes que chez les hommes, le facteur le plus important est la qualité du service, puis vient le prix notamment chez les hommes. Les femmes changeraient, en moyenne, plus de 150 fois de coiffeurs au cours de leurs vie.¹⁰

Chez les hommes et chez les femmes le fait d'aller se faire coiffer n'est pas qualifié de plaisant, mais nécessaire, cependant il est à noter que plus de femmes que d'hommes trouvent cet acte déplaisant.¹¹

Près d'une personne sur deux a déjà été coiffé à domicile, et près d'un tiers des personnes ne l'ayant pas fait se disent prêts à tenter l'expérience, ce qui veut dire que la coiffure à domicile a un taux de pénétration potentiel de près de 66%.¹¹

Le futur de la coiffure

Soyons réaliste, presque tout le monde a besoin de se faire coiffer. Avec un taux de pénétration proche des 100%, nul doute que ce marché n'atteindra jamais le point mort. Par contre, celui-ci a sans doute besoin d'évoluer : on voit donc de plus en plus de nouveaux concepts apparaître, des types de techniques (lissages d'autres pays), des produits de coiffures bio, des coiffeurs express...



Mais l'avenir de la coiffure se situe peut-être dans un tout autre type d'innovation, tel qu'une Uberisation du marché, d'autant plus que la digitalisation massive constitue une opportunité pour ce type d'application.

Les français à l'ère du digital

Les Français ont été 83,8% à avoir accès à internet en 2014 et 34,7 millions d'entre eux ont déjà acheté via le web. 53% affirment avoir déjà recherché des avis pour effectuer un achat en ligne.¹²⁻¹³

En 2014 le nombre de mobinaute s'élevait à 27 millions et 8 millions de foyers possédaient une tablette, en 2015 près de 6 millions de français avaient déjà acheté via leurs mobile, 10,7% des internautes mobiles et 23,5% des utilisateurs de tablettes ont acheté via leurs supports ces derniers mois (Observation de Janvier - Mars 2015).¹²⁻¹⁴

Le français moyen passait déjà plus d'une heure par jour sur son smartphone. Il est à noter qu'en fonction du support utilisé les centres d'intérêts diffèrent ainsi que la façon, le contexte et les individus qui les utilisent change.¹²⁻¹⁴

SOURCES :

Note : Tous les graphiques sont issus de l'utilisation du langage R en exploitant les sources suivantes.

1 : CHIFFRES CLÉS DE COIFFURE 2015*

<http://www.unec.fr/images/documents/unec-statistiques-2015-donnees-31-12-13.pdf>

2 : RAPPORT DE BRANCHE COIFFURE 2014

http://cnec.asso.fr/images/fckeditor/File/Rapport_de_Branche_COIFFURE_donn_es_2013_.pdf

3 : L'ACTIVITÉ DE LA COIFFURE

<https://www.jesuisentrepreneur.fr/informations-sectorielles/services/coiffure/l-activite-coiffure.html>

4 : Évolution du nombre d'entreprise

L'évolution du nombre d'entreprises est issu de plusieurs requêtes et bien que venant majoritairement de l'insee, aucun tableau ne fut trouvé sur le site de l'insee.

5 : LE MARCHÉ DE LA COIFFURE

<https://www.jesuisentrepreneur.fr/informations-sectorielles/services/coiffure/>

6 : INSEE - Indice de chiffre d'affaires en volume - Coiffure (NAF rév. 2, niv. sous-classe poste 96.02A) - Série brute - Base 100 en 2010 - Série arrêtée

<http://www.bdm.insee.fr/bdm2/affichageSeries?idbank=001657768&codeGroupe=1425>

7 : INSEE - Indice de chiffre d'affaires en valeur - Coiffure (NAF rév. 2, niv. sous-classe poste 96.02A) - Série brute - Base 100 en 2010 - Série arrêtée

<http://www.bdm.insee.fr/bdm2/affichageSeries?idbank=001658235&codeGroupe=1425>

8 : Saisonnalité du marché

Obtenu en dissociant le bruit et la tendance de la courbe original [6]

9 : Difficultés du métier et départs

Discussions auprès d'anciens coiffeurs et de coiffeurs en poste

10 : Une femme expérimente en moyenne 150 coiffures au cours de sa vie

http://www.lexpress.fr/styles/coiffure/une-femme-experimente-en-moyenne-150-coiffures-au-cours-de-sa-vie_1274829.html

11 : Sondage réalisé

12 : Internet users (per 100 people)

<http://data.worldbank.org/indicator/IT.NET.USER.P2>

13 : Fédération e-commerce et vente à distance - CHIFFRES CLÉS | 2015

http://www.fevad.com/uploads/files/Enjeux%202015/CHIFFRES_CLES_2015.pdf

14 : LIVRE - Stratégie e-marketing - Virginie Faivet & Anthony Guedj - 4 novembre 2015 (Eyrolles - micro application)

15 : Prédiction

Régression polynomiale de degré 3 - Ajustement du modèle : 97,56%

BIBLIOGRAPHIE :

Marketing :

Stratégie E-marketing - Virginie Faivet & Anthony Guedj - Micro Application

Mercator (Edition 2014) - Jacques Lendrevie & Julien Lévy - Dunod

L'essentiel du marketing - Sebastien Soulez - Gualino Eds

Le petit marketing (Edition 2015) - Nathalie Houver - Dunod

Le petit communication (Edition 2015) - Gaelle Boulbry - Dunod

Les fiches outils du webmarketing - Nathalie Schipounoff & Valérie March & Marie Alice Boyé - Eyrolles

Neuromarketing Le nerf de la vente - Patrick Renvoise & Christophe Morin - De Boeck

Devenez un as de la persuasion - Noah Goldstein & Robert B. Cialdini & Steve Martin - L'Express Roularta

Psychologie du consommateur - Nicolas Guéguen - Dunod

Data :

Data Scientist et langage R - Henri Laude - Editions ENI

probabilités analyse des données et statistique - Gilbert Saporta - Technip

Big data Le cinéma avait déjà tout imaginé ! - Guy Jacquemelle & Xavier Perret & Claire Perret - Kawa

Data no mics - Simon Chignard & Louis-David Benyayer - Fyp

Big data la révolution des données est en marche - Kenneth Cukier & Viktor Mayer-Schonberger - Robert Laffont

Big data et machine learning - Collectif - Dunod