**Abdoulaye Maiga  
Aichatou Komah  
Claudia Sanchez   
Mélanie Biroun  
Alexandra Dubois**

**Projet d’entreprise :**

**Travail présenté à M. Slim Barhoumi  
pour le cours de Marketing**

**Collège LaSalle**

**Été 2016**

**Table des matières**  
  
Table des matières…………………………………………………………………………………………2

I Introduction : Abrégé administratif…...…………………………………………………………...........3  
 1) Présentation du marché………………………………………………...…………………….3  
 2) Présentation du concept………………………………………………………………………3  
 3) Présentation de l’équipe………………………………………………………………………4  
 4) Présentation du rapport……………………………………………………………………....4  
II Analyse de la situation…………………………………………………………………………………..4  
 1) Présentation du FFOM……………………………………………………………………...4  
 2) Environnent externe…………………………….……………………………………….…..5  
 3) Détermination des enjeux…………………………………………………………………….7  
III Mission et objectifs marketing………………………………………………………………………….8  
IV Stratégies marketing et budget………………………………………………………………………..9  
V Exécution…………………………………………………………………………..……………………11  
VI Conclusion……………………………………………………………………………………………...11  
Références………………………………………………………………………………………………...12

1. **Introduction**
2. **Présentation du marché**

Pour vous mettre en contexte, le taux de chômage chez les étudiants au Québec est de 12,4%. Malgré ce taux plutôt faible, on constate que les étudiants du collège LaSalle, qu'ils soient citoyens Canadiens ou étudiants étrangers, sont tous, en grande partie à la recherche d'un emploi. À ce moment-là, le problème qui se pose est que la plupart des étudiants étrangers n'ont pas les contacts nécessaires et l'expérience requise pour se trouver un travail. De plus, Montréal est une ville qui accueille beaucoup d'étudiants, ce qui fait que la concurrence est plus rude.   
Les étudiants québécois travaillent en moyenne 14,7 heures par semaine avec un taux de rémunération de 12,26$ de l’heure. Leur revenu mensuel est donc de 540,66$.   
Du côté des étudiants internationaux, leurs frais de scolarité sont exorbitants. Leurs revenus sont aussi très bas puisqu’ils ne peuvent pas travailler plus de 20 heures par semaine. Ils sont donc plus touchés par le besoin d’un emploi.   
En 2009, on comptait 30 593 étudiants étrangers au Québec et ce nombre continu de croître d’année en année. Ces derniers ont entre 18 et 20 ans, donc ils passent beaucoup de temps à surfer sur internet. On estime qu’ils y passent en moyenne jusqu’à 2 heures de temps par jour.

1. **Présentation du concept**

Après avoir constaté que le besoin d’emploi est grandissant chez les étudiants étrangers au collège LaSalle. Nous avons eu l'idée de créer un site internet pour les aider à trouver un travail dans n’importe quel domaine. Ce site donnera un avantage aux étudiants étrangers puisqu'ils n'ont pas d'expérience dans le pays ni les contacts qu’il faut. Le site sera constitué 3 sections :  
- l'employeur  
- le réseautage (les étudiants chanceux qui ont trouvé un emploi et qui veulent aider leurs pairs)  
- les bénéficiaires. 

1. **Présentation de l’équipe**

 Nous sommes des étudiants du collège LaSalle inscrits au programme de gestion de commerce en deuxième session. Notre équipe est composée de 5 personnes dont 3 étudiants internationaux et 2 citoyens. En nous basant sur notre expérience au collège, nous avons eu l’idée de créer ce concept.

Voici les membres de notre équipe :

Aichatou Komah  
Claudia Sanchez  
Melanie BIroun  
Alexandra Dubois  
Abdoulaye Maiga

1. **Présentation du rapport**

Dans notre rapport, nous allons tout d’abord faire l’analyse de l’environnement interne puis externe. Cette analyse nous permettra de déterminer les enjeux et les objectifs de notre entreprise. Ensuite, nous mettrons en place une stratégie marketing, après cela, nous déterminerons le budget qu’il faudra établir dans le but de rentabiliser notre entreprise. Enfin, on essayera d’établir un calendrier d’action qui détaillera les événements importants dans la conception de notre entreprise.

1. **Analyse de la situation**
2. **Présentation du FFOM**

**Forces :**

-Nouvelle innovation dans le domaine de la recherche d'emploi.

- Les éditeurs du site-web connaissent bien les besoins des étudiants internationaux puisqu’ils sont issus eux même de cette communauté.

- Gratuité du site.

- La session réseautage qui permettra aux étudiants d’être référés par leurs pairs travaillant au sein d’entreprises qui recrutent.

-Nous avons de bonnes relations avec les professeurs de l’établissement. On peut donc mettre en contact les étudiants à la recherche d’emploi avec les enseignants qui peuvent offrir des stages ou des emplois.

-Les concepteurs du projet n’ont pas de crédit. Il est donc aisé de faire une demande de prêt chez les banques.

-Nous sommes des étudiants de diverses origines. Certains parlent espagnol, d’autres anglais ou encore arabe. On peut donc facilement communiquer avec des étudiants internationaux de différents pays.

-Les éditeurs du site ne sont pas seulement de simples collègues de classe, ils sont aussi amis. L’entente et la cohésion régnera donc au sein de l’entreprise.

-Deux des cinq personnes qui sont responsables du site travaillent déjà. L’une d’entre-elles travaille depuis 5 ans et l’autre depuis 3 ans à Montréal de ce fait, ils connaissent bien le marché de l’emploi.

-Les créateurs du site ont entre 20 et 24 ans, ils sont donc familiers avec le web et les nouvelles technologies.

-Nous n’avons pas une mauvaise réputation dans le milieu de la recherche d’emploi. On peut donc facilement gagner la confiance des étudiants.

**Faiblesses :**  
  
- Le manque d’expérience des éditeurs, car les étudiants qui auront à travailler sur notre site sont en formation du programme d’informatique de gestion et en gestion de commerce.

-Notre société est formé de cinq étudiants âgés de 20 à 25 ans trois d’entre eux n’ont pas l'expérience dans le marché de travail québécois, car ils sont des étudiants à temps pleins.

- Le manque de fond nécessaire pour créer le site. Pour investir dans notre projet il nous faudra une somme d’argent qu’on n’a pas encore, par rapport aux concurrents comme joobboom, jobillico, qui sont des professionnels et qui ont les ressources nécessaires pour chaque session de leurs sites.

- Le manque de temps de la part des éditeurs du site qui sont encore des étudiants. Ils ne seront pas en mesure de travailler selon notre horaire, nous devons ajuster nos heures de travail en fonction de leurs disponibilités.  
  
**Environnement externe**

**Opportunités :**

De plus en plus d'étudiants arrivent chaque année à Montréal, on estime leur nombre à 15 000[[1]](#footnote-1).

Aussi, le collège Lasalle compte plus de 4000 étudiants dont 30% sont des étudiants internationaux[[2]](#footnote-2). De plus, l’école est présente dans plusieurs pays. Les étudiants de ces pays sont de potentiels nouveaux inscrit à collège Lasalle Montréal.

À cela il faut aussi ajouter que le gouvernement du Québec encourage les entreprises à diversifier leurs personnels au nom de la politique gouvernementale : *la diversité, une valeur ajoutée*.[[3]](#footnote-3)

Les jeunes utilisent de plus en plus Internet. En effet, depuis 1997, le nombre de jeunes ayant déjà utilisé (au moins une fois) Internet est passé de 72 % à la quasi-totalité (99 %) ; le nombre de jeunes se déclarant usagers réguliers d'Internet (plusieurs heures et plusieurs fois par semaine) est passé de 33 à 80 %. Ils utilisent le net en moyenne 2 heures par jours.

La distribution d’Internet dans les foyers est très régulière au Québec. En 2012 on estime à 81,6% [[4]](#footnote-4)des ménages ont accès à Internet.

La saison estivale qui est la saison pendant laquelle les étudiants étrangers peuvent travailler à temps plein est une période propice à l’emploi car les salariés réguliers prennent congé. Les étudiants peuvent donc faire des remplacements. Cette manière d’être embauché permet de se faire un réseau professionnel solide qui peut être aussi utile à la fin des études.

**Menaces :**  
Réglementation sur le travail des étudiants étrangers basé sur l’article 211(1) de la législation sur le travail au Canada peut changer à tout moment.

Les concurrents (jobilico, kijiji, emploi Québec) détiennent une grande partie du marché de la recherche d’emploi à Montréal. Kijiji compte à lui seul plus de 79 millions de visiteurs[[5]](#footnote-5) au total par mois et plus de 200 000 nouvelles annonces publiées chaque jour. Jobilico quant à lui offre plus de 60 000 opportunités d’emploi avec plus de 60 000 entreprises partenaires

Les étudiants risquent d’abandonner leurs études pour juste travailler ce qui pourrait changer l’image que le site veut donner. En effet plusieurs étudiants viennent dans le but d’avoir la citoyenneté et pour cela, ils ont besoin de travailler. Ce genre de site web pourrait réduire le nombre d’années d’étude d’un étudiant étranger.

Selon la législation en vigueur au Québec sur la protection des données des utilisateurs d’un site web, l’opérateur d’un site Web est responsable des informations personnelles qui lui sont fournies. Il doit informer le visiteur que certaines informations seront recueillies et à quelles fins elles seront utilisées. L’opérateur ne pourra utiliser ces informations qu’aux fins précisées dans sa politique. De plus, il devra permettre au visiteur d’accéder aux informations qui le concernent, tout en les protégeant par des mesures de sécurité́ appropriées contre tout accès non autorisé. Or nous comptons vendre les données des utilisateurs.

Les canaux de distribution pour la publicité de notre produit (un site web) sont très rares. Il nous faut traiter les big data sur le web afin de cibler les potentiels clients et leurs envoyer de la publicité. Cependant ce type de communication est très coûteux.

1. **Détermination des enjeux (objectifs et conditions de réussite)**

Une des choses qui rendra notre entreprise attirante et qui sera une première pour la clientèle est la section réseautage. Nous voulons mettre sur le site un portail pour mettre directement en contact nos clients avec les personnes travaillant au sein d’entreprises qui recrutent, de cette manière, nous pourrons augmenter les chances d’avoir des réponses positives aux demandes d’emploi.

Pour encourager les gens à référer leurs pairs nous voulons créer un certificat à offrir aux personnes qui ont réussi à trouver du travail à au moins 10 personnes. Ce certificat pourrait valoriser un curriculum vitae dans la mesure où il montre que le détenteur est une personne qui aide les gens dans le besoin.

Pour pouvoir augmenter le nombre de visiteurs sur le site internet il faudra également montrer aux étudiants qu’ils ont la possibilité de travailler avec leurs professeurs dans le domaine qu’ils étudient. Après avoir mené des entrevues auprès des potentiels consommateurs, nous nous sommes aperçus que bon nombre d’entre eux veulent travailler avec leurs professeurs. Pour satisfaire ce besoin nous prévoyons de faire des meilleurs étudiants des différents programmes des tuteurs dans les matières qu’ils maîtrisent le plus.

Nous bénéficions d’un grand avantage concurrentiel dans la mesure où la clientèle que nous visons sont des membres de notre entourage. Cet avantage permet de faire du marketing de pression en distribuant des brochures pendant nos rencontres entre étudiants. Cette manière de faire du marketing permet d’attirer plus de clients.

1. **Mission et objectifs marketing**
2. **Mission**

Notre entreprise se fixe pour mission d’offrir des emplois d’abord aux étudiants internationaux et ensuite aux étudiants nationaux du collège LaSalle. Nous nous engageons à les mettre en contact avec des employeurs qui respectent leurs principes et leurs valeurs morales. Djossi+ assure à ses utilisateurs des réponses rapides, fiables et complètes. Notre entreprise respecte la Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques. Nous souhaitons conserver seulement 32 jours les données des anciens utilisateurs du site. De plus, nous tenons à instaurer la fraternité et l’esprit de convivialité au sein des équipes d’éditeurs de Djossi+ afin que le rendement soit meilleur. En vue d’être en adéquation avec les services que nous offrons, nous favorisons la diversité ethnique au sein de notre entreprise.

1. **Objectifs**

Il est très important pour nous d’avoir comme clients les étudiants internationaux qui sont conscients que leurs études est la raison principale de leur venue au Canada. Ainsi, parmi les conditions pour être inscrit sur le site web, il faudra fournir une attestation de fréquentation scolaire. Notre premier objectif est d’être très accessible au niveau technologique. La place pour cet objectif est d’abord sur Internet et ensuite sur les appareils intelligents en créant l’application Djossi+. Nous voulons aussi permettre aux étudiants d’avoir accès plus facilement au site Djossi +. Pour cela nous prévoyons comme place un local exprès pour le site dans le collège LaSalle. Les produits à la disposition des utilisateurs sont les ordinateurs et tablettes connectés sur le site web. Un autre objectif qu’on se fixe est d’informer un maximum d’étudiant du collège que notre site existe et cela par mio et nous le feront gratuitement. On utilisera pour cela des annonces publicitaires. Nous voulons aussi permettre aux utilisateurs du site d’être informés à tout moment de la disponibilité d’un poste en leurs envoyant des alertes personnalisées par mails. Pour que notre projet connaisse un grand succès, il faudra avoir un stand lors des journées portes ouvertes du collège. Cela permettra de se faire une clientèle fidèle. Nous voulons privilégier les demandes des étudiants les plus studieux, pour cela on prévoit de signer une entente avec le collège Lasalle pour qu’ils nous fournissent le nombre d’échec aux cours des demandeurs d’emploi. Ces étudiants représentent aussi une de notre clientèle cible. Il est également très important pour nous de réussir à faire embaucher au moins 100 étudiants à temps partiel durant la première année d’ouverture du site. Pour cela nous ferons du porte à porte auprès des sociétés pour déposer les cv des personnes les plus aptes à être engagés. Nous comptons créer au sein de notre entreprise un comité qui s’occupe de l’éthique car nous souhaitons gérer Djossi+ de manière transparente. Puisque l’inscription du site sera gratuite et que nous voulons faire du profit il faudra vendre de la publicité. D’abord nous vendrons de la publicité selon le type d'enchère coût par mille (cpm) selon la taille de la bannière que les sociétés veulent nous faire exposer nous pouvons charger entre 2 à 10$. Ensuite nous prévoyons de vendre la publicité selon le système ad words qui coûtera environ 10 centimes selon les mots clefs.

1. **Stratégie marketing et budget**

Durant la phase de lancement de notre entreprise, nous allons d’abord créer une association dans le but de mettre en contact les différents demandeurs d’emploi avec les travailleurs à temps plein comme à temps partiel. Cette façon de procéder créera un réseau solide qui peut être utile même quand les étudiants deviendront des résidents. La place idéale pour se rencontrer sera le carrefour étudiant au 5eme étage de l’école. La segmentation la plus bénéfique pour ce projet est la segmentation sociodémographique car on veut avoir dans l’association des détenteurs d’emploi, qui ont donc un revenu mensuel fixe entre (350 et 1000 $). Après avoir mis en place ce réseau, nous allons commencer à concevoir le site web Djossi+ qui sera disponible sur tous les ordinateurs de l’école avec le navigateur firefox. Pour pouvoir rentrer dans le marché nous allons laisser les clients (les étudiants du collège Lasalle) s’inscrire gratuitement sur le site. La segmentation que nous voulons cette fois est la comportementale. En effet, nous voulons des clients qui utilisent le web en moyenne 2 à 3 heures par jour. Nous avons un avantage concurrentiel qui est le soutient des professeurs. Effectivement, ces derniers peuvent appuyer les demandeurs d’emploi par des lettres de recommandations. Ils peuvent même référer des étudiants. Les étapes que l’on vient d’énumérer rentrent dans la grande partie de cycle de vie de notre produit qui est l’introduction. À cette étape nous investissons beaucoup d’argent pour le logiciel de création du site web et pour mobiliser les étudiants et les entreprises au sein de l’association (diners, réunions, déplacements). Quand nous aurons une clientèle cible, nous créerons l’application Djossi+ disponible sur tablettes et Smartphone. Les clients que nous voulons cette fois sont ceux qui aiment la technologie et qui l’intègrent dans leur vie quotidienne. Nous souhaitons créer une application gratuite à télécharger mais qui possède des fonctionnalités payantes. C’est la phase de croissance de l’entreprise. Pendant la phase de maturité de l’entreprise nous ferons payer l’abonnement du site, soit 1$ par mois. Ce prix est fixé en fonction du nombre de personnes que nous attendons sur le site. Si nous avons durant la 1ere année 600 abonnés et que le logiciel de conception du site web est gratuit pendant les 6 premiers mois, nous pourrons faire un bénéfice d’au moins 500$ (en tenant en compte les frais de déplacement et de repas). Afin de faire savoir aux étudiants que leurs cv sont entre de bonnes mains, Nous prévoyons de mettre sur le site une section suivi des cv. Cette section du site sera vue sur la page d’accueil pour que les clients ne passent pas trop de temps à la chercher. Nous serons les 1ers à donner l’occasion aux clients de faire un suivi de leurs cv, aucun concurrent ne fait connaître l’évolution de la demande lors des postulations. Néanmoins, ce privilège sera offert aux étudiants qui payent 2$ supplémentaires par mois. Après 2 ans de présence sur le marché de l’emploi, au moment où nous passons au stade de la maturité, nous comptons avoir en plus des étudiants internationaux du Collège Lasalle, tous les étudiants de Montréal. Pour cela, il faut adapter notre produit en fonction des écoles et des attentes des étudiants qui y étudient. Les anglo-saxons seront référés par des anglo-saxons et les francophones par des francophones. À cette période, l’inscription au site sera 4$ et le téléchargement de l’application passera de 1$ à 2$. Nous tenons à cibler les étudiants internationaux qui viennent d’Afrique. Pour cela, nous prévoyons de sponsoriser des évènements (concours, fêtes, jeux) qui mettent l’Afrique à l’honneur. Étant donné que les consommateurs recherchent la plupart de temps les emplois sur le site de leurs établissements, il faut réussir à afficher de la publicité sur les pages web des écoles concernés. Nous devons ainsi faire le traitement de plusieurs données pour cibler les potentiels clients et leur envoyer de la publicité sur les pages web.

**La promotion de notre entreprise**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Phases** | **Publicité choisie** | **Clients visées** |
| **Introduction** | Flyers | Les entreprises |
| **Croissance** | Affiches publicitaires dans les restaurants | Les étudiants internationaux africains |
| **Maturité** | Réseau sociaux | Tous les étudiants internationaux de Montréal |

1. **Exécution**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Mois** | Juin-aout 2017 | Septembre-décembre 2017 | Janvier-Mars  2018 | Avril-juin  2018 |
| **Actions** | Recherche des entreprises partenaires | Lancement du site  Création de l’application | Ciblage de la clientèle | Ventes des données des utilisateurs |
| **Clients visés** | Personnes qui ont un revenu mensuel fixe | Les étudiants internationaux du collège Lasalle | Les étudiants internationaux de Montréal | Les banques et les entreprises. |

1. **Conclusion**

À la fin de notre analyse, nous nous apercevons que le projet Djossi + est crédible dans la mesure où le besoin est existant. Effectivement les 15000 étudiants internationaux de Montréal vivent des frustrations liées à leur manque d’expérience dans le milieu du travail au Québec. L’analyse de l’environnement nous a montré que le milieu est propice pour l’implantation d’un site web de recherche d’emploi. Les concurrents présents ont des faiblesses tels que le manque de spécificité dans les recherches. Les stratégies que nous comptons développées peuvent nous permettre d’atteindre nos objectifs dont le plus important est de donner du travail aux étudiants internationaux.

**Références**

<http://diversite.gouv.qc.ca/doc/Cadre_Reference_Diversite.pdf>

<http://congresmtl.com/fr/bulletins/fevrier_mars_2011/pages/Montreal_fevrier2011.html>

<https://www.olivierlambert.ca/facebook-ads-comment-ca-marche-combien-ca-coute>

le marketing en action Gilbert Rock

1. Source : *Source : http://www.netalya.com/fr/article2.asp?CLE=158* [↑](#footnote-ref-1)
2. Source : agenda collège Lasalle [↑](#footnote-ref-2)
3. http://www.midi.gouv.qc.ca/publications/fr/dossiers/PlanActionFavoriserParticipation.pdf [↑](#footnote-ref-3)
4. <http://www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/science-technologie-innovation/utilisation-internet/menages-individus/menage-internet-2012.pdf> [↑](#footnote-ref-4)
5. Source : *Sources : http://fr.kijijiblog.ca/a-propos-de-kijiji/* [↑](#footnote-ref-5)