

Présentation de la solution AwoO au Conseil d'Administration

Tables de matières

Le contexte extérieur	2
L'évolution de l'E-commerce.....	2
L'évolution des attentes.....	2
Stagnation de la consommation classique à prévoir	3
Le contexte du Club.....	3
Une solution de gestion et de paiement en ligne	3
Un nouveau mode de réservation	4
L'opportunité	4
Bénéficier d'un outil de gestion performant.....	4
Vendre sur notre site Web de manière interactive et moderne	4
Avoir une équipe de vendeurs : les sites touristiques	5
Être vendu sur le site de la FF Voile	5
Bénéficier de la mutualisation	5
Des coûts	5
Des efforts	6
Un contexte juridique sécurisé	6
La proposition.....	6
Pour quel coût ?	7
Pourcentage des ventes effectuées via la plateforme.....	7
La caution	7
Les gratuités	7
Les économies	8
Quand démarrer ?.....	9
Option 1.....	9
Option 2.....	9
Option 3.....	9

Le contexte extérieur

L'évolution de l'E-commerce

L'E-commerce révolutionne l'acte d'achat, c'est une évolution fondamentale de la consommation, le tourisme est directement concerné au point d'être devenu le premier secteur marchand du E-commerce. Cette tendance est devenue une vague de fond, la croissance du E-commerce en 2010 a été de 28%, succédant aux 25% de 2009. En 2010 ce nombre devrait dépasser les 31 milliards d'euros, 38 milliards en 2011 et 46 milliards en 2012.

LE MARCHÉ E-COMMERCE

Chiffre d'affaires
e-commerce
produits + services
en milliards d'Euros

+25%
en 2009



Source : Etude iCE – Bilan e-commerce 2009/Fevad/KPMG

L'évolution des attentes

Il est nécessaire de considérer en premier lieu l'évolution des achats sur le web et le comportement des consommateurs. Une étude récente de NEB (Nautisme En Bretagne) exprime le fait que les clients potentiels ne pénètrent pas facilement dans un club nautique, se sentant des intrus malgré les efforts du club. En effet, un consommateur moyen a toujours ce sentiment de jugement à l'égard du néophyte, et ce pour tous les sports.

Il faut aussi noter un phénomène important, la volonté de faire pratiquer une activité sportive n'est pas souvent suivie de l'acte d'achat. Qui fait la queue au guichet du club en début de vacances pour trouver un stage disponible, connaît la contrainte que cela représente et surtout le risque de ne pas être servi.

En réalité **la volonté de pratiquer n'est souvent pas satisfaite**. Et l'E-commerce peut devenir un atout pour rapprocher l'offre du client par des informations rassurantes, accessibles et une réservation simplifiée.

Un exemple concret concerne le cas des séniors. L'étude « Le temps libre des Français dédié au sport », réalisée par Audencia Nantes School of Management, Ineum Consulting et KantarSport, met en avant les tendances qui impactent l'évolution de la pratique sportive.

En premier lieu nous retrouvons la prise en compte de la santé et du bien-être, ensuite l'explosion du sport sénior, la réduction du temps de travail et la multiplication des offres de sport. Il est aussi expliqué que : « Dans un monde où les gens sont de plus en plus stressés et vivent de plus en plus vieux, le sport représente pour de nombreux individus un exutoire et un moyen de mieux vieillir. Par ailleurs, il facilite la constitution ou le renforcement d'un réseau social ».

Une autre étude menée par LH2 révèle que les achats en ligne des séniors représentent 39% de leur budget annuel, et qu'ils plébiscitent en premier lieu l'achat de loisirs. La Fédération du E-commerce et de la vente à distance (FEVAD) explique que le secteur du E-commerce devrait poursuivre sa forte progression dans les prochaines années, grâce notamment à la croissance de l'accès à Internet des ménages. Les jeunes restent dans une croissance stable mais réagissent très positivement à la découverte de nouveaux sports ou produits.

Il y a là un **potentiel de développement** très important pour le secteur du loisir.

Stagnation de la consommation classique à prévoir

De plus en plus les consommateurs sont demandeurs de nouveaux produits. L'étude montre que le client souhaite voir un renouvellement de l'offre qu'il connaît. On retrouve ce phénomène dans tous les milieux et il apparaît aujourd'hui dans le monde du sport. Il faut pouvoir présenter des produits « tests » rapidement, c'est-à-dire réagir en temps réel à la demande précise du consommateur. L'E-commerce prévoit ce comportement et propose des outils pour opérer ces opérations marketing.

Le contexte du Club

Une solution de gestion et de paiement en ligne

Nous avons besoin de nous adapter à notre environnement et au comportement de notre clientèle. Il est nécessaire pour cela de moderniser nos outils en adoptant une solution de gestion performante, personnalisée et modulable. Par ailleurs, le mode de paiement est en pleine évolution. Aujourd'hui le chèque se démode et deviendra bientôt inexistant. Le télépaiement et le paiement par carte sont les moyens de paiement auxquels il faut nous adapter rapidement pour ne pas perdre de clientèle.



Un nouveau mode de réservation

La vente sur le site-web du club représente un avantage en plus de la réservation au guichet ou par téléphone. Ce transfert de mode de réservation pour les clients est un atout car il permet une visibilité sur le 1^{er} média au monde : Internet (Etude IAB France). La FEVAD explique que fin 2010, 51% des français effectuaient leurs achats en ligne.

L'opportunité

Bénéficier d'un outil de gestion performant

La FF Voile nous propose la solution AwoO qui est composée de la sorte :

- Un logiciel de gestion (Club Manager) en Full Web* comprenant :
 - o La gestion des produits du club
 - o La gestion de la clientèle
 - o La gestion des licences
 - o Le suivi des ventes
 - o La gestion des promotions
- Le Back Office AwoO (sur le site Internet AwoO)
 - o Suivi complet de l'activité du club
 - o Gestion du fichier client
- Le Marketplace
 - o Page intégrée dans le site du club où les clients réservent et achètent nos produits.

*Le Full Web : Tout d'abord, Full Web signifie « directement accessible via internet, à partir de n'importe quel poste doté d'un simple navigateur (connexion Internet) ». Ce qui signifie que vous y avez accès depuis votre club ou même depuis votre domicile. Il existe de nombreux avantages. Les données ne sont plus sauvegardées sur le poste de l'utilisateur mais sur un serveur protégé. Ainsi la casse ou le vol du matériel n'entraîne aucune perte de données. Par ailleurs, il n'y a plus de maintenance à domicile. Le technicien travaille depuis le serveur et la mise à jour se fait automatiquement sur les différents sites Internet de vente en ligne. C'est un gain de temps, de sécurité et d'argent.

Vendre sur notre site Web de manière interactive et moderne

Pour avoir accès au Marketplace, une simple manipulation technique est nécessaire. Il suffit d'intégrer une page web supplémentaire au site du club, comme un simple « copier-coller ». Ensuite nous entrons nos stages dans le Club Manager qui les affichent instantanément sur le Marketplace.



L'avantage ici est de travailler avec les dernières technologies. Nous pouvons illustrer nos stages avec des images, des vidéos, des témoignages, des conseils, des documents, ou encore des liens internet. Nous entrons dans l'air 2.0 ou l'interactivité avec le client prime.

Avoir une équipe de vendeurs : les sites touristiques

AwoO s'occupe de nous trouver des distributeurs pour que notre offre soit visible dans de nombreux sites Internet. Ce sont principalement des organismes touristiques qui désirent valoriser l'offre de sport sur leur site Internet. Ils ont l'avantage de nous offrir une visibilité supplémentaire et une nouvelle clientèle.

Être vendu sur le site de la FF Voile

Faire partie de la solution AwoO c'est voir son offre diffusée sur le nouveau site Internet de la FF Voile : jefaisdelavoile.fr. C'est une opportunité car la FF Voile a investi dans un nouveau site Internet, complémentaire à son site institutionnel, qui s'adresse au grand public et qui est totalement dédié aux activités proposées par les clubs de voile qui sont mis en valeur. Les clients pourront notamment rechercher par territoire ce qui les intéresse sans avoir à passer par différents moteurs de recherches.

Bénéficiaire de la mutualisation

Des coûts

Notre passage à AwoO ensemble nous permet de bénéficier de la gratuité de l'utilisation du logiciel. En effet grâce à cette plateforme commune, le volume d'argent qui y transite est bien plus grand que si un club se lançait seul dans une commercialisation en ligne. Les commissions bancaires sont de ce fait très avantageuses.

Nous évitons aussi les coûts que peuvent représenter l'achat d'un logiciel et d'une solution de vente en ligne, du référencement, de la recherche de distributeurs, de la maintenance et du développement du logiciel.

Il est toujours possible pour un club d'augmenter ses prix. Les tarifs de la voile sont généralement plus bas que tous les autres sports. Une augmentation de prix peut être effectuée et contrôlée grâce au Club Manager. Grâce à ce contrôle, nous pouvons soit se rendre compte du bon fonctionnement d'un produit, ou effectuer des promotions pour le relancer.



Des efforts

Etre vendu par d'autres sur Internet demande beaucoup de temps et de travail pour un club qui se lance seul. Avec AwoO, nous profitons d'une solution qui se charge de tout. L'effort à produire est de se lancer dans la solution rapidement afin de profiter de tous les avantages.

Un contexte juridique sécurisé

Partner Talent nous propose à travers AwoO une sécurité juridique. Tout d'abord le contrat signé entre la FF Voile et Partner Talent puis celui que nous signons avec Partner Talent, empêche la possibilité d'augmentation des commissions touchées par la plateforme. Nous avons aussi la possibilité de nous rétracter dans les 3 mois de notre adhésion. L'intérêt de notre Club est partagé par Partner Talent, qui n'est rémunéré que par un pourcentage sur nos ventes. Nous sommes donc sûrs des efforts de Partner Talent.

La proposition

Nous bénéficions :

- D'un outil de gestion gratuit, il est évolutif, simple et performant
- De l'insertion dans notre site web d'une i Frame (Marketplace)
- De la vente de nos offres sur le site de la FF Voile
- De la vente de nos offres sur les sites de tourisme, démarchés par Partner Talent
- D'un module de paiement en ligne

Pour quel coût ?

Pourcentage des ventes effectuées via la plateforme

	Vente par téléphone, accueil ou courrier	Vente sur le site web du club	Vente par un site distributeur	Vente hors convention
Distributeur	0%	0%	4%	Selon accord
Plateforme (AwoO)	0%	3%	6%	6%
Producteur (clubs)	100%	97%	90%	Selon accord accepté

Partner Talent nous propose des tarifs particulièrement bas car la FF Voile a investi à l'origine dans le projet. Son investissement dans le développement de AwoO (Voile) nous permet de mutualiser ces coûts et de bénéficier de gratuités et d'avantages comparatifs.

La caution

La caution a deux effets :

- C'est une garantie pour Partner Talent que nous allons mettre notre offre sur la plateforme.
- Elle est utilisée en cas de « surbooking » mal géré pour rembourser les clients mécontents.

Nous avons trois mois pour tester la solution et pouvoir la quitter sans frais. Ensuite nous sommes liés par un contrat de deux ans. Si nous quittons la solution durant cette période (21 mois), la caution est gardée. Après deux ans, un préavis de 6 mois est demandé et la caution est restituée.

Les gratuités



Nous bénéficions de nombreuses gratuités : le logiciel et ses évolutions régulières, l'hébergement et la maintenance, la marque blanche (i Frame), l'accès gratuit aux espaces de formation et d'échanges, un nombre illimité d'utilisateurs, le mini site, et la recherche de diffuseurs et distributeurs.

Ces gratuités sont possibles car Partner Talent base son modèle économique uniquement sur le succès de notre vente sur le Web.

Les économies

Nous économisons sur :

- Des frais bancaires réduits (de 1 à 2% d'économies)
- Pas de logiciel de gestion à payer
- Pas d'interface web à faire
- Recherche de distributeurs pour être vendu
- Gain de temps sur les tâches administratives (ex : la saisie des licences, les démarches auprès de la banque, la saisie des stages). Tout est automatisé et ainsi plus facile à saisir.

Quand démarrer ?

Option 1

- Commencer dès 2011 pour être au top en 2012.
- Bénéficier des avantages FF Voile et être vendus sur son site grand public (je fais de la voile.fr) sans commissions pendant deux ans. Cela représente une économie de 4% de commissions sur le site de la FF Voile.
- Bénéficier des avantages AwoO (caution réduite à 50% : 500€ au lieu de 1000€).
- Formation gratuite prise en charge par FF Voile.
- Bénéficier des témoignages dès 2012 (en 2011 nous utiliserons des témoignages de professionnels).

Option 2

- Attendre 2012 pour que tout soit stabilisé mais nous aurons à payer plus cher et il faudra rattraper le retard.

Option 3

- Ne rien faire mais prendre le risque de ne pas aller chercher d'autres clients, et de s'isoler.

Délibération

Le conseil d'administration autorise :

Monsieur

- A adhérer au nom du club à la solution AwoO, et à recevoir un identifiant et un mot de passe qui permettront de recevoir le formulaire complet d'inscription.
- A signer le contrat avec Partner Talent.
- A payer la caution à Partner Talent.

Le :

A :

Signature du président du Président du Conseil d'Administration :

Signature du mandaté :