



SAS Garage Snow

Pitch

Janvier 2016

Sommaire

Pitch

Sommaire

2

Concept

3

Equipe fondatrice

4

Business model

5

Marché

7

Indicateurs de performance

8

Concurrence

9

Analyse stratégie SWOT

10

Stratégie opérationnelle

11



« Trouver un garage sérieux, honnête à des prix abordables est parfois mission impossible. Snow, est un réseau de plus de 100 garages dédiés à la réparation et à l'entretien de votre véhicule. Des professionnels multi marques développant une vraie technicité. Des garages proches de chez vous proposant une large gamme de prestations pour toujours mieux vous satisfaire et répondre à l'ensemble de vos besoins. Trouver un garage sérieux, honnête à des prix abordables est parfois mission impossible. »

Curriculum vitae des fondateurs / porteurs du projet

John Snow

Président - Janvier 2016



John Snow a fait ses études à l'Université de Westeros en Master mécanique automobile.

- 5 ans d'expérience à Winterfield chez Midas,
- 10 ans d'expérience au Speedy de Shadow Tower du Nord.

Son intrépidité et son courage font de lui un atout indispensable pour les Garages Snow fort de son réseau de plus de 100 garages.

1

Vidange / Entretien

Entretien des filtres à huile, air, carburant et mise à niveau du liquide de refroidissement.

Tarif : **99.00 € HT**

2

Révision - A

Révision des véhicules de moins de 5 ans ou de moins de 50 000 Km.

Tarif : **250.00 € HT**

3

Révision - B

Révision des véhicules de plus de 5 ans ou ayant plus de 50 000 Km au compteur.

Tarif : **500.00 € HT**

Marché (géographie, taille du marché, ciblage des clients)

1

Marché à saisir

Les réseaux spécialisés sous enseigne se distinguent deux types de réseaux : les réseaux de réparation rapide (Speedy, Midas, Axto...) spécialisés dans la réparation automobile et les réseaux de centres auto (Feu Vert, Maxauto, Norauto...) spécialisés dans la vente d'accessoires et de pièces détachées et qui assurent aussi quelques activités de maintenance.

2

Ciblage

Les parcs automobiles des entreprises et les automobiles des particuliers.

3

Confiance

Les garagistes indépendants qui ne pourront investir dans des formations et des équipements rendus nécessaires par la haute technicité des véhicules sont amenés à disparaître. Par contre, ceux qui obtiendront un agrément de service après vente auprès d'un ou plusieurs constructeurs pourront faire face à la vive concurrence des enseignes qui poursuivent leur politique de maillage du territoire. L'obtention d'agréments auprès des constructeurs constituera une garantie de qualité de services et de prix pour des consommateurs, très valorisante pour la profession.

16,6 Mrd €

DE TAILLE DE MARCHÉ

Principaux indicateurs de performance

16,6 MRDS €

Taille du marché en 2012

49 993 GARAGES

Nombre d'entreprises du secteur en 2014

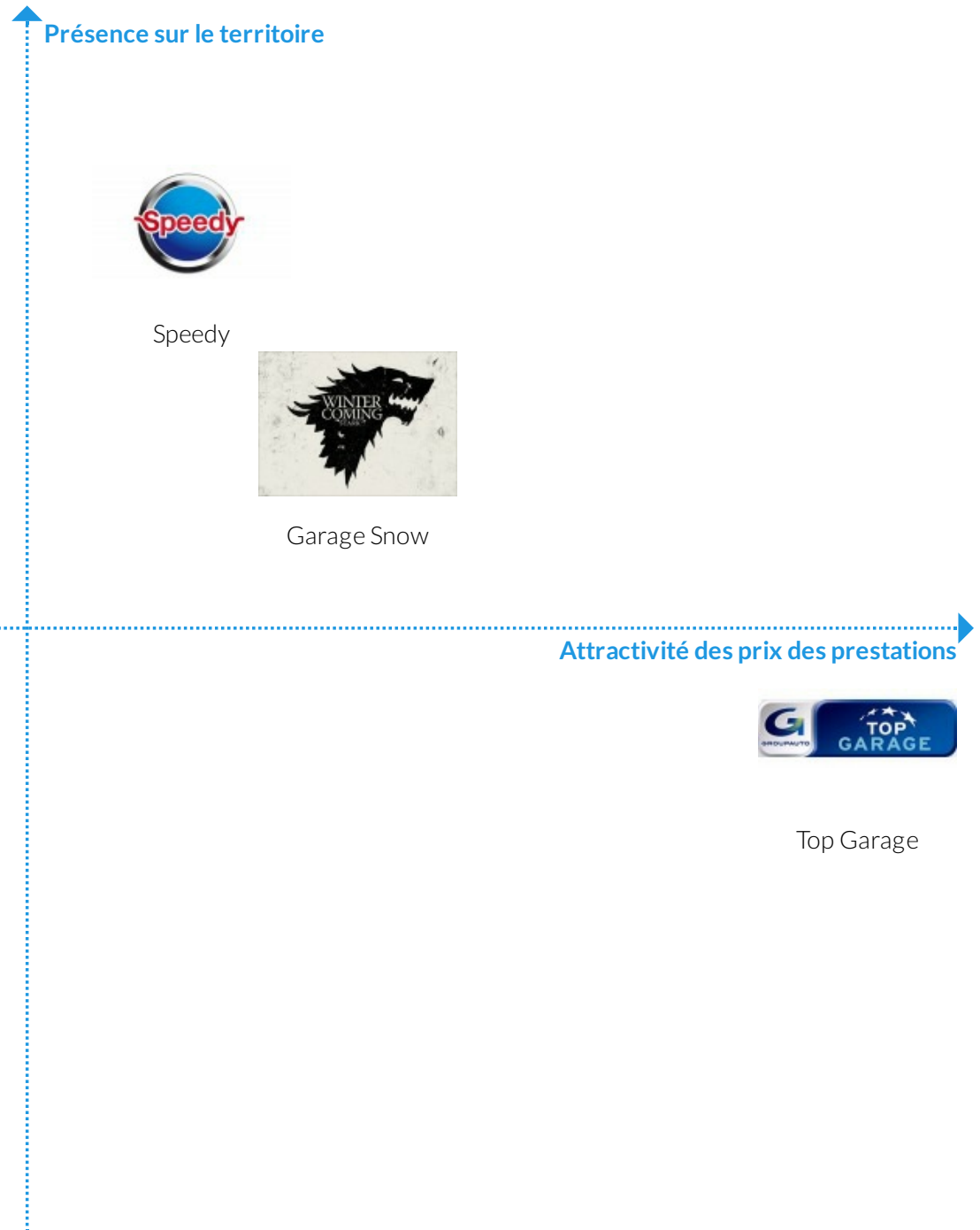
100 PARTENAIRES

Taille du réseau Snow

98,9%

Taux de satisfaction observé chez les Garages Snow
(Etude INFE)

Concurrence



Analyse stratégique - Matrice SWOT

Atouts

Contraintes

Forces - Garage Snow s'appuie sur un réseau de garages très qualitatif

Faiblesses - Mais souffre de coûts fixes très importants

**Interne
(votre
structure)**

- Réseau de plus de 100 garages à travers l'ensemble du territoire français
- Taux de satisfaction des clients Snow supérieur à 99% selon une étude indépendante
- Main d'oeuvre extrêmement qualifiée
- Equipement à la pointe de la technologie
- Présence dans les quartiers d'affaires pour couvrir les besoins des entreprises

- Coûts de la main d'oeuvre qualifiée très important
- Loyers très élevés dans les zones à haute valeur ajoutée,
- Notoriété insuffisante à ce jour sur les entreprises du CAC40
- Délai d'intervention parfois trop long pour obtenir certaines pièces

Opportunités - Marché en constante sophistication

Menaces - Investissements très lourds pour suivre les avancées technologiques

**Externe
(le marché)**

- La marginalisation du «do it yourself» : face à la technicité croissante des véhicules, les particuliers se contentent de l'entretien courant. Les interventions plus sophistiquées sont de moins en moins accessibles à un non-professionnel,
- L'évolution réglementaire entraîne une mutation structurelle du secteur au profit des enseignes de réparation rapide et des garagistes indépendants.

- La technicité croissante des véhicules (augmentation du nombre de matériel électronique embarqué) contraint les garagistes à employer une main d'oeuvre très qualifiée qui alourdit de façon notable les charges de personnel,
- La fiabilité croissante des véhicules pèse sur l'activité des professionnels du secteur.

Stratégie de communication

Garage Snow a signé un partenariat stratégique avec le Groupe TF1 / Eurosport pour sponsoriser les deux émissions phares dédiées à la saison 2015 de Formule 1.

Stratégie d'acquisition de clients

Acquisition et fidélisation des clients par le biais des conditions de paiement : un site e-commerce peut les mettre en valeur (par exemple, le paiement 100% sécurisé, Paypal...) sur sa page d'accueil. Le but est de sécuriser l'internaute afin qu'il achète et qu'il rachète en toute confiance. Par ailleurs une carte de fidélité à points permettant des remises importantes sur les prestations courantes seront proposées aux clients fidèles.

Stratégie des Ressources humaines

Chaque nouveau garage nécessite :

- 4 garagistes qualifiés (salaire moyen de 25 K€ / an bruts),
- 1 administratif (comptable / RH), (salaire moyen de 30 K€ / an bruts),
- 1 secrétaire (salaire moyen de 20 K€ / an bruts).

Stratégie de développement

2016 : Développement du site web d'e-commerce,

2017 : Créations / acquisitions de 10 nouveaux garages,

2018 : Développement en Europe de l'est et en Italie,

2019 : Développement dans le reste de l'Europe,

2020 : Rapprochement avec un des leaders européen du Garage.

SAS Garage Snow

John Snow

57 avenue du General De Gaulle, 92200 Neuilly sur Seine