

MANDAT HIVER 2021



Stratégies d'acquisition de membres et d'expansion de l'offre

Compagnie

La Remise est un organisme à but non lucratif qui a pour mission de mettre en commun des appareils utilitaires, des espaces de travail et des connaissances afin d'augmenter la capacité d'agir de ses membres tout en facilitant une transition vers un mode de vie plus résilient, solidaire et écologiquement responsable. L'organisation permet à ses abonnés d'emprunter des outils à des prix abordables, de louer des ateliers de travail et de bénéficier de formations et de partage de savoir avec des experts du milieu.

Mandat

Dans l'optique d'acquérir de nouveaux membres et d'élargir son offre, La Remise souhaite étudier la faisabilité et les limites de trois axes d'expansion de services : la livraison, la réservation en ligne ainsi que l'ouverture d'une 2^e succursale. Pour s'y faire, le CCGP réalisera une analyse comparative des meilleures pratiques observées dans des entreprises de location et de partage de biens, afin d'établir des recommandations et des processus clairs qui leur permettront de surpasser les attentes de leurs abonnés.



Description

1. Étude de l'état actuel (semaine 1 à 2)

- Comprendre la motivation et les intérêts des membres actuels de s'abonner à La Remise (services offerts, avantages, etc.)
- Analyser les processus actuels du point de vue des membres et des employés en lien avec l'emprunt d'équipement ou d'ateliers

2. Benchmark et analyse d'opportunités d'expansion de l'offre (semaine 2 à 6)

- Réaliser une étude comparative des meilleures pratiques observées dans des entreprises similaires où des services de location sont offerts et dans des entreprises de partage et de ventes de ressource P2P (*Peer to Peer*)
- Analyse de rentabilité/faisabilité et des limites de trois axes d'expansion de l'offre :
 1. Livraison et réseaux de points de collecte et de réception
 2. Réservation en ligne
 3. Ouverture d'une 2^e succursale

3. Recommandations et proposition de nouveaux processus (semaine 6 à 10)

- Selon les résultats de la phase 2, prioriser les pratiques à implanter pour assurer une rétention des membres et favoriser l'acquisition de nouveaux membres
- Proposer des processus quant aux axes à prioriser (ex. processus de livraison)