

**Haute Ecole
Groupe ICHEC – ECAM – ISFSC**



Enseignement supérieur de type long de niveau universitaire

Formulation du projet de mémoire :

Projet : étude de faisabilité d'un garde-meuble pour les clients particuliers

Travail présenté par
Rodolfo Vasconez

Pour l'obtention du diplôme de :

Master en sciences commerciales

Année académique 2023 – 2024

Boulevard Brand Whitlock 2 – 1150 Bruxelles

**Haute Ecole
Groupe ICHEC – ECAM – ISFSC**



Enseignement supérieur de type long de niveau universitaire

Formulation du projet de mémoire :

Projet : étude de faisabilité d'un garde-meuble pour les clients particuliers

Travail présenté par
Rodolfo Vasconez

Pour l'obtention du diplôme de :

Master en sciences commerciales

Année académique 2023 – 2024

Boulevard Brand Whitlock 2 – 1150 Bruxelles

Remerciement

Ce mémoire a été un travail laborieux, rendu possible grâce aux nombreuses personnes présentes tout au long de ce travail et qui m'ont soutenu dans les démarches.

Je voudrais remercier ma famille, en particulier mon père, dont les connaissances dans le secteur du déménagement m'ont aidé à orienter mes choix stratégiques, ainsi que ma mère, qui m'a soutenu tout au long de mon cursus à l'ICHEC. Je souhaite également remercier mon frère, qui m'a soutenu dans mon projet entrepreneurial et continue de le faire. Il a toujours été présent, tant financièrement qu'émotionnellement.

Je souhaite aussi remercier tous les professeurs de l'ICHEC, qui m'ont appris des matières intéressantes et m'ont inspiré à apprendre davantage. Je voudrais remercier particulièrement Monsieur Xavier De Poorter, qui a su m'orienter dans ce travail.

Dispositif anti-plagiat

« Je soussigné, Vasconezi, Rodolfo, 2023-2024, déclare par la présente que le travail ci-joint respecte les règles de référencement des sources reprises dans le règlement des études en signé lors de mon inscription à l'ICHEC (respect de la norme APA concernant le référencement dans le texte, la bibliographie, etc.) ; que ce travail est l'aboutissement d'une démarche entièrement personnelle; qu'il ne contient pas de contenus produits par une intelligence artificielle sans y faire explicitement référence. Par ma signature, je certifie sur l'honneur avoir pris connaissance des documents précités et que le travail présenté est original et exempt de tout emprunt à un tiers non cité correctement. »

18 août 2024,

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Rodolfo Vasconezi".

Table des matières

1.	Introduction	1
2.	Analyse interne	3
2.1	Mon histoire entrepreneuriale.....	3
2.1.1	Ressources actuelles de la société	7
2.1.2	Services proposés	7
2.2	Modèle des Big Five.....	8
3.	Analyse environnementale	12
3.1	Secteur du garde meubles	12
3.1.1	Chiffre clés du secteur de stockage	12
3.1.2	Tendance technologique	13
3.2	Analyse PESTEL.....	14
3.2.1	Politique.....	14
3.2.2	Economique	16
3.2.3	Sociale	16
3.2.4	Technologique	16
3.2.5	Environnemental.....	18
3.2.6	Légal	18
3.3	Analyse SWOT	20
3.3.1	Forces	20
3.3.2	Faiblesse	21
3.3.3	Opportunités	23

3.3.4	Menaces	24
4.	Analyse de la concurrence.....	26
4.1	Shurgard	26
4.1.1	Présence et infrastructure.....	26
4.1.2	Caractéristiques des installations.....	27
4.1.3	Services complémentaires	27
4.1.4	Service client	28
4.1.5	Forces (avantages concurrentiels)	28
4.1.6	Faiblesses (limites)	29
4.2	Boxify	29
4.2.1	Présence et infrastructure.....	29
4.2.2	Caractéristiques des installations.....	30
4.2.3	Services complémentaires	30
4.2.4	Service client	31
4.2.5	Force (avantages concurrentiels)	32
4.2.6	Faiblesses (limites)	32
4.3	Adrien et fils	33
4.3.1	Présence et infrastructure.....	33
4.3.2	Caractéristiques des installations.....	33
4.3.3	Services complémentaires	33
4.3.4	Service client	34
4.3.5	Forces (avantages concurrentiels)	34

4.3.6	Faiblesses (limites)	35
4.4	Patar J	35
4.4.1	Présence et infrastructure.....	35
4.4.2	Caractéristiques des installations.....	37
4.4.3	Service complémentaire	37
4.4.4	Service client	37
4.4.5	Forces (avantages concurrentiels)	37
4.4.6	Faiblesses (limites)	38
5.	Etude quantitative	39
5.1	Méthodologie.....	39
5.2	Analyse des résultats	40
6.	Business Model Canvas.....	47
6.1	Partenaires clés	47
6.2	Activités clés	51
6.3	Proposition de valeur	51
6.4	Ressource clés	52
6.5	Relation client.....	52
6.6	Canaux	53
6.7	Segmentation de client.....	55
6.8	Structure des couts.....	56
7.	Stratégie marketing.....	57
7.1	Stratégie concurrentielle	57

7.2	Campagne Google Ads	58
7.2.1	Fonctionnement Google Ads	58
7.2.2	Stratégie pour ma campagne Google Ads	59
8.	Plan financier	69
8.1	Prévisions des revenus.....	69
8.1.1	Caractéristique de l'entrepôt.....	69
8.1.2	Taux d'occupation	69
8.1.3	Tarification	69
8.2	Cout d'exploitation	71
8.3	Conclusion financière	79
9.	Conclusion	80
	Bibliographie	82

1. Introduction

Le mémoire que j'ai choisi a pour objectif d'étudier la faisabilité d'un projet de garde-meuble pour des clients particuliers. Tout au long de ce travail, j'évaluerai la viabilité de ce projet grâce à des analyses approfondies sur différents sujets (tels que le marketing, les finances...) dont certains auront pu être vus durant mon cursus à l'ICHEC.

Dans la première partie, j'évalue ma personnalité (grâce à un modèle théorique) ainsi que la situation actuelle de mon entreprise de déménagement, afin de mieux connaître ma position et de déterminer la direction à prendre pour ce nouveau projet. Ensuite, il est essentiel d'évaluer le secteur dans lequel je souhaite me lancer, qui est nouveau pour moi : le secteur de l'entreposage. Je m'appuie sur les données disponibles du secteur et des grandes entreprises pour mieux comprendre leurs activités : taux d'occupation des espaces de stockage, rentabilité du secteur... J'utilise l'outil PESTEL pour mieux comprendre l'environnement dans lequel ces entreprises de stockage se développent. Grâce à la collecte de ces informations, je pourrai par la suite dresser une analyse SWOT, qui me permettra de mieux comprendre les points forts et les points faibles à prendre en compte pour la conduite de ce projet.

Ensuite, j'identifie mes principaux concurrents, dont les entreprises de déménagement proposant le service de garde-meuble, afin de vérifier le type de service qu'ils proposent et les caractéristiques de leur société. Cela me permettra de savoir comment ils fonctionnent et éventuellement de m'inspirer des aspects positifs de ces sociétés (localisation, type de service...).

Je prévois une étude quantitative auprès de potentiels clients, qui m'aidera à identifier leurs caractéristiques et leurs besoins afin de mieux cibler mon audience. Ces données seront utiles pour les campagnes de marketing, en particulier les campagnes de Google Ads que je mènerai. Je développerai ensuite mon modèle d'affaires grâce à l'outil BMC (Business Model Canvas) dans lequel je détaillerai la relation avec les clients, ma proposition de valeur, mes finances et mon infrastructure.

L'avant-dernier point porte sur la manière dont je souhaite aborder la campagne Google Ads en définissant ma stratégie concurrentielle, puis en détaillant le fonctionnement de l'outil Google et en établissant la stratégie marketing pour les campagnes publicitaires que je désire mener sur cette plateforme.

Finalement, j'évaluerai les coûts et les revenus grâce à un plan financier prévu sur cinq ans, dans lequel j'évaluerai si mon projet est financièrement réalisable. Cette dernière analyse me permettra de valider la rentabilité de mon projet et de prévoir des situations possibles, comme l'investissement dans un nouvel entrepôt, par exemple, si le projet s'avère rentable.

À la fin de ce travail, j'émettrai mes conclusions en tenant compte de toutes les analyses réalisées et des informations collectées au cours de ce travail.

J'espère que ce mémoire sera suffisamment clair pour mes lecteurs. L'entrepreneuriat est une passion que j'ai découverte il y a moins de trois ans, après en avoir entendu parler longtemps pendant mes cours à l'ICHEC. Bien que la rédaction d'un mémoire ne soit pas un travail facile, j'ai pris du plaisir à le faire, car il s'agit d'un projet que je souhaite rendre réel.

2. Analyse interne

Dans cette section, je vais détailler mon parcours en tant qu'entrepreneur, en expliquant également l'évolution de ma société de déménagement. Je commencerai par retracer les principales étapes de la création et du développement de mon entreprise, en soulignant les défis rencontrés et les succès obtenus. Cette description permettra de mieux comprendre la situation actuelle de ma société ainsi que les raisons qui m'ont conduit à envisager un nouveau projet. Je détaillerai, après, ce que nous avons acquis comme ressources et ce que nous proposons comme services dans l'actualité.

Par ailleurs, j'analyserai ma personnalité à l'aide du modèle des cinq traits de caractère. Cela m'aidera à mieux comprendre la manière dont je mènerai ce nouveau projet. Cette analyse approfondie me permettra d'identifier les qualités qui pourraient favoriser le succès de cette nouvelle étape. Elle m'aidera également à mettre en lumière les aspects de ma personnalité susceptibles de poser des défis. En comprenant mieux mes forces et mes faiblesses, je pourrai mieux contrôler mon état émotionnel et surmonter les difficultés éventuelles.

2.1 Mon histoire entrepreneuriale

Cette partie du mémoire a pour but de détailler les trois dernières années d'activités de la société, durant lesquelles j'ai été impliqué, ainsi que de rappeler les forces et les faiblesses qui ont conduit la société RVF Movers à la situation dans laquelle elle se trouve actuellement. Prendre conscience de ces éléments me permettra de définir la stratégie et la direction que je souhaite donner au nouveau projet abordé dans ce mémoire.

Mon père a débuté en tant qu'indépendant complémentaire en 2007. Il a acheté sa première camionnette cette même année afin de réaliser de petits transports pour les particuliers. Par la suite, il a développé ses activités, achetant plusieurs camions et un lift, avant de tout vendre à l'un de ses concurrents en 2013. Nous avions alors l'intention de quitter la Belgique et sommes retournés dans notre pays d'origine (l'Equateur) la même année.

Cependant, les affaires n'ont pas marché comme prévu là-bas, et nous sommes revenus en Belgique en 2017. Cette même année, mon père m'a parlé de ses intentions de reprendre les activités de déménagement, mais nous n'avions pas les moyens financiers nécessaires pour le faire. Il avait plusieurs crédits à rembourser, et nous ne parvenions pas à gagner la confiance des banques pour obtenir un prêt.

En 2020, pendant la période du Covid, après plusieurs années de travail en tant que job étudiant, je me suis fixé un objectif : réunir suffisamment d'argent pour relancer l'entreprise de déménagement. J'avais besoin d'un financement car, avec mes seules économies, il m'était impossible d'acheter le matériel nécessaire. J'ai rencontré des difficultés au début pour trouver un organisme financier prêt à m'aider. En effet, les banques refusaient de nous financer car

j'étais encore étudiant et je n'avais pas de revenus fixes. Mon père, quant à lui, était fiché à la Banque nationale en raison de dettes liées à son numéro de TVA.

J'ai finalement réussi à réunir de l'argent pour aider à rembourser les dettes de mon père, et j'ai trouvé de l'aide auprès du service 1819. Je les ai contactés, et ils m'ont informé des organisations qui pouvaient m'aider dans mon projet. Ils m'ont conseillé deux organismes : Microstart et Crédal. Ce sont des institutions qui demandent plusieurs documents, dont un business plan et un plan financier, afin de vérifier la faisabilité du projet.

J'ai acquis beaucoup d'expérience dans ce genre de démarches, car il s'agissait à chaque fois de me remettre en question et d'analyser correctement le marché dans lequel je souhaitais m'investir (concurrence, fournisseurs...). J'ai entamé les démarches pour obtenir un emprunt auprès de Microstart à la fin de l'année 2020. Ne sachant pas comment ce genre d'organisme fonctionnait, j'ai essayé de m'informer en consultant leur site pour comprendre les démarches à suivre. J'avais très peu d'espoir que ma demande aboutisse, compte tenu de ma situation économique. Ils m'ont demandé plusieurs documents pour connaître mon projet et évaluer mon implication dans celui-ci. J'ai dû élaborer un plan financier comprenant toutes les dépenses prévues par la société ainsi que le chiffre d'affaires estimé. J'ai également dû analyser le marché et établir les tarifs de chaque service que je comptais proposer.

Après trois mois de démarches administratives, le conseil a validé ma demande de crédit en février 2021. Ce financement m'a permis d'acheter mon premier monte-charge (environ 12 000 €). Concernant la prospection des clients, j'ai dû chercher des moyens pour faire connaître mon projet. J'ai commencé par utiliser une application appelée Listminut (aujourd'hui RingTwice). J'ai également publié des petites annonces sur Facebook pour attirer davantage de demandes, car nous n'avions pas suffisamment de travail au début.

J'ai créé un site internet afin de donner une image plus professionnelle à l'entreprise. J'ai également conçu un logo à l'aide d'un programme appelé Adobe Illustrator, que j'ai aussi utilisé pour créer mes cartes de visite. J'avais demandé des devis à des sociétés de marketing pour s'occuper de la partie graphique, mais le budget dépassait mes attentes. Pour la création du site, du logo et des cartes de visite, on me demandait entre 3 000 € et 4 000 €. Je n'avais pas les moyens de payer ce montant, mais il était essentiel de développer l'image de marque, car je pensais que cela contribuerait à donner plus de crédibilité au projet. Mon intention a toujours été que les gens pensent que nous sommes une grande société, dotée de tout le matériel nécessaire pour satisfaire leurs demandes. En réalité, nous venions de commencer, et nous étions à peine deux dans le projet : mon père et moi. De plus, nous devions parfois faire appel à d'autres sociétés, car nous avions besoin d'un camion plus grand ou d'un lift plus haut, par exemple.

Les affaires ont commencé à bien fonctionner, et en mai 2021, nous avons réussi à financer un camion par nos propres moyens après trois mois d'activité. À la fin de la première année, j'avais

au moins cinq demandes par mois et je commençais à avoir besoin d'un lift plus grand, capable d'atteindre au moins le huitième étage (le mien atteignait seulement le cinquième étage).

Le problème était que nous dépendions énormément d'une société avec laquelle nous travaillions au début, et qui parfois n'effectuait pas son travail correctement : elle arrivait en retard ou annulait son intervention quelques jours avant la date prévue. Cela nous faisait parfois perdre des clients et nuisait à notre réputation. Les demandes pour ce type de machine devenaient de plus en plus fréquentes, et nous avions donc besoin d'un tel appareil si nous voulions continuer à développer le projet.

J'ai envoyé des demandes auprès de l'organisme public Finance.brussels afin d'obtenir un deuxième crédit, mais celui-ci m'a été refusé. J'ai également recontacté Microstart pour un second crédit, mais malheureusement, je ne pouvais pas faire une nouvelle demande, car cela dépassait le montant total que je pouvais emprunter. J'ai néanmoins essayé de convaincre mon gestionnaire de dossier, car la société avait du potentiel et nous avions absolument besoin d'un deuxième lift pour pouvoir développer nos activités.

Après de nombreux appels et mails expliquant la situation de la société, mon gestionnaire m'a expliqué qu'il existait une possibilité de m'octroyer un nouveau crédit sous certaines conditions. En effet, il n'était pas possible de financer un projet à plus de 15 000 €, mais elle m'a suggéré d'envoyer une demande comme s'il s'agissait d'un projet différent. De cette manière, je pouvais obtenir un deuxième financement de 15 000 €. Comme il s'agissait de deux numéros de TVA différents (celui de mon père et le mien), il était légalement possible de faire une deuxième demande, mais en réalité, l'organisme n'accepte généralement pas ce type de pratique, car financer le même projet deux fois pour un montant total de 30 000 € représente un risque, et les conditions d'octroi sont strictes. Cependant, ils ont fait une exception, et j'ai finalement pu obtenir le prêt dont j'avais besoin. Avec ce montant, j'ai pu acheter un deuxième lift capable d'atteindre le dixième étage.

Fin juin 2021, nous avions besoin de quelqu'un pour nous aider à travailler pendant l'été, car nous espérions recevoir beaucoup de demandes. Nous avons contacté mon oncle pour qu'il nous aide, et il a accepté. Grâce aux bénéfices engendrés par l'activité durant cette période, nous avons pu acquérir un camion supplémentaire et une remorque pour une valeur de 20 000 €, sans avoir besoin de crédit. La situation de l'entreprise s'améliorait, et nous avions besoin d'une personne supplémentaire pour nous aider. J'ai convaincu mon frère de venir en Belgique, et il a intégré l'entreprise en novembre de la même année. Mon frère était très motivé et voulait vraiment nous aider à développer la société.

J'ai essayé de me renseigner sur le marketing digital, car j'avais entendu parler de ce domaine lors de cours de marketing à l'ICHEC. J'ai commencé avec la publicité sur Facebook. Malheureusement, elle n'a pas été très efficace, et je dépensais beaucoup d'argent sans obtenir de rentabilité. En avril 2022, j'ai testé l'outil Google Ads, qui m'a permis d'entrer en contact

avec de nombreux clients potentiels. J'ai exploré cet outil et me suis renseigné sur YouTube pour comprendre son fonctionnement. J'ai également appris comment rendre les campagnes plus efficaces et rentables.

Ma première campagne a été un succès : j'ai réussi à acquérir dix clients pour 250 € hors TVA, avec un chiffre d'affaires de 3 500 € hors TVA, ce qui représentait un bon résultat. Après deux mois, j'ai modifié les paramètres de ma campagne, mais malheureusement, cela a été un échec. Je payais environ 80 € pour acquérir un client, ce qui n'était pas rentable et m'a fait perdre beaucoup d'argent. Cependant, ces erreurs m'ont permis d'identifier les aspects sur lesquels je devais me concentrer, et j'ai appris à mener des campagnes rentables sans trop dépenser. Google Ads m'a permis d'augmenter mon chiffre d'affaires et d'élargir ma clientèle.

En 2022, nous avons acquis une stabilité financière grâce au développement de la société et à sa rentabilité. Nous avions désormais la possibilité de demander un crédit auprès d'une banque. Nous avons demandé un montant de 35 000 € à EuropaBank, ce qui nous a permis d'acquérir un troisième camion. Nous avons également acheté un troisième lift par nos propres moyens.

En 2023, nous avons acquis un lift supplémentaire capable d'atteindre le 16e étage. Nous l'avons financé partiellement par la banque grâce à l'aide de mon frère, qui a demandé un crédit personnel. À la fin de cette année, j'ai entamé les démarches pour la création d'une société à responsabilité limitée (SRL). Les principaux actionnaires sont mon frère et mon père. Je n'ai pas encore intégré la société, mais je le ferai une fois mes études terminées. Pour l'instant, je bénéficie du statut d'étudiant indépendant.

En 2024, nous avons acheté deux lifts supplémentaires par nos propres moyens et nous planifions actuellement d'acheter un quatrième camion. D'ici fin août, nous prévoyons d'acquérir tout le matériel nécessaire à l'activité de déménagement. Nous avons également pour objectif de disposer du capital nécessaire pour financer une nouvelle activité d'ici fin 2024. Depuis fin 2023, j'avais envisagé de développer un projet de stockage pour particuliers. J'ai commencé à recevoir des demandes pour entreposer des affaires, mais je n'avais pas l'espace nécessaire pour le faire. J'ai également commencé à travailler avec une société dont le propriétaire est un ancien étudiant de l'ICHEC. Il me contactait pour des demandes de déménagement, et je voyais que son activité d'entreposage fonctionnait bien. J'ai donc perçu un potentiel dans ce secteur. De plus, nous avons les ressources nécessaires pour démarrer une telle activité. Il me reste à étudier la faisabilité de ce projet grâce à ce mémoire.

Actuellement, j'essaie de gérer la plupart des tâches administratives moi-même, notamment la comptabilité, le marketing et les démarches administratives. Cela me permet de réduire les coûts principalement et de garder un contrôle sur ce que je souhaite faire. Par exemple, pour le site internet, si je souhaite mettre à jour des informations concernant la société ou les tarifs, je peux le faire rapidement et directement depuis mon ordinateur, sans passer par un intermédiaire. Je travaille actuellement avec plusieurs plateformes pour investir dans la publicité en ligne. Je

continue à m'occuper des clients et à proposer des rendez-vous sur place pour réaliser des estimations de prix. Mon père et mon frère s'occupent de la partie opérationnelle : conduite des camions, réparation des véhicules, recrutement et formation des déménageurs.

2.1.1 Ressources actuelles de la société

Jusqu'à fin juillet 2024, nous avons acquis 6 monte-meubles, 3 camions et 2 remorques. Parmi les monte-meubles que nous possédons, nous avons un appareil qui atteint le 16^e étage, un autre adapté pour les accès très compliqués et qui peut être démonté, et enfin un autre qui est tractable et peut passer par les entrées de garage. Nous sommes entièrement équipés pour tout type de demande, allant du client particulier qui souhaite transporter un petit meuble à une société qui déménage ses bureaux à l'international. Nous sommes capables d'organiser jusqu'à 4 déménagements en même temps, avec un volume total de 160 m³.

Nous louons trois garages et en possédons un. Dans ces quatre espaces, nous entreposons des affaires de tout type : du matériel d'emballage, des monte-meubles et des outils. Il reste un volume libre d'environ 20 m³ si un stockage est nécessaire. Nous louons également deux places de parking. De manière générale, la société dégage un bénéfice moyen (avant impôts) de 10 000 € par mois. Notre chiffre d'affaires est passé de 1 200 € par mois à 40 000 € par mois en 3 ans.

2.1.2 Services proposés

Avant le déménagement, nous chargeons d'évaluer le volume des biens à déménager et de proposer un devis détaillé. Cela permet de planifier le déménagement et de déterminer les coûts associés. Nous proposons également un service d'emballage, qui comprend la fourniture de matériaux d'emballage (cartons, papier bulle, ruban adhésif) et l'emballage proprement dit des objets. Le déballage peut également être proposé pour aider à défaire les cartons à la nouvelle adresse.

Nous proposons des déménagements au sein de Bruxelles et aux alentours, ainsi que des déménagements entre différentes villes ou régions. Ce type de service implique la logistique nécessaire pour transporter les biens sur de longues distances, parfois en traversant des frontières nationales. Par exemple, nous sommes déjà allés en Suisse et au Royaume-Uni, où il a fallu prévoir les documents nécessaires pour les contrôles douaniers.

Nous offrons également des services spécialisés pour le transport d'objets lourds ou encombrants, comme des pianos, des coffres-forts ou des équipements de fitness. Nous disposons de chariots spéciaux et de sangles adéquates. Nous pouvons aussi fournir du matériel d'emballage pour des besoins spécifiques, comme le déménagement de collections d'art, de meubles précieux ou anciens, d'antiquités ou de matériel médical. Enfin, nous aidons à la

gestion et à l'élimination d'encombrants, tout en évitant cependant les matériaux qui pourraient endommager le camion, comme les déchets de construction.

2.2 Modèle des Big Five

Dans cette partie j'analyserai ma personnalité selon le modèle de Zhao afin de déterminer mes forces et faiblesses et l'impact que ça pourrait avoir dans le développement de mon futur projet de garde-meuble.

D'après Courtois (2018), l'étude de Zhao Hao sur le modèle des cinq grands traits de personnalité (Big Five) analyse comment ces traits influencent le comportement entrepreneurial. Ce modèle des Big Five comprend les éléments suivants : l'ouverture à l'expérience, la responsabilité, l'extraversion, l'amabilité et la stabilité émotionnelle. Zhao examine la relation entre ces traits et le succès entrepreneurial, en se basant sur une étude approfondie de la littérature sur le sujet ainsi qu'une méta-analyse.

Selon Courtois (2018), ce modèle a été référencé pour la première fois en 1932 par le scientifique McDougall, qui décrivait la personnalité en cinq facteurs. Un autre théoricien, Thurstone, a également conclu que la personnalité se base sur cinq facteurs, ce qu'il a démontré grâce à une analyse factorielle des données obtenues auprès de 1300 participants. Cette analyse reposait sur un inventaire de 60 adjectifs décrivant les caractéristiques de la personnalité. Ainsi, le modèle des cinq traits de personnalité a été documenté et analysé sous différents angles depuis plus de 90 ans.

Une étude suggérait une évaluation avec 45 affirmations dans laquelle il fallait évaluer l'adhérence à ces affirmations. Les réponses allaient de « désapprouve fortement », qui compte pour un point, à « approuve fortement », qui vaut pour 5 points. Voici quelques exemples de phrases proposées : est bavard, est plein d'énergie, peut être angoissé, est inventif, est facilement anxieux, ... (Courtois, 2018).

J'ai réalisé ma propre évaluation et les résultats sont les suivants. J'ai fait un lien avec les caractéristiques proposées par l'étude de Hao Zhao sur le comportement de l'entrepreneur et les cinq traits.

Selon Courtois (2018), le trait concernant l'ouverture à l'expérience inclut la créativité, la curiosité et la prédisposition à tenter de nouvelles expériences. Les individus plus ouverts d'esprit sont généralement innovants, imaginatifs, artistiques et réceptifs. En lien avec l'entrepreneuriat, d'après Zhao (2006), les entrepreneurs possédant ces traits ont tendance à innover et à s'adapter aux changements du marché. En cas de difficultés, ils peuvent facilement trouver des solutions car ils sont très imaginatifs. Sur cinq, j'obtiens un score de trois. En effet, j'ai peu d'attraction pour tout ce qui est artistique et innovant. Je suis quelqu'un de très logique, et j'ai du mal à imaginer au-delà de ce qui existe. Cela peut être un frein, car je suis peu réceptif

aux nouvelles idées qui pourraient émerger concernant le concept de garde-meuble. C'est pourquoi je me base sur une idée déjà connue : un concept déjà mis en place par les sociétés de déménagement, dans lesquelles les clients souhaitent stocker leurs affaires. J'ai du mal à développer, par exemple, un nouveau concept comme le co-stockage. L'idée est de mettre en relation un particulier souhaitant stocker et une personne possédant un espace (garage, entrepôt...) (Businesscoot, 2022).

Le deuxième trait mentionné concerne la responsabilité. Selon Courtois (2018), elle est associée à l'autodiscipline, au sens du devoir et à l'accomplissement des objectifs. Les individus responsables sont organisés et persévérents. D'après Zhao (2006), ce trait est fortement corrélé avec le succès entrepreneurial. En effet, la responsabilité aide les entrepreneurs ou gestionnaires à être mieux organisés et à atteindre leurs objectifs. J'obtiens un score de quatre sur cinq. Je ne suis pas très responsable et j'ai tendance à procrastiner. Cependant, cela change lorsqu'il s'agit de responsabilité professionnelle. Je me suis rendu compte, lors de la gestion de ma société, que je devais en effet être autodiscipliné, car il n'y a personne au-dessus de moi pour me dire ce que je dois faire ou pour me fixer des délais. Je dois moi-même organiser mon travail et bien définir les tâches les plus et les moins urgentes afin de respecter les échéances. Autrement, je risque de reporter ce que je dois faire et de me retrouver avec peu de temps pour des tâches importantes, comme la remise des factures pour la déclaration de la TVA. Je n'avais pas ce genre de problème au début de mon activité, mais plus l'entreprise se développe, plus il y a du travail. Concernant le projet que je souhaite mener, il y aura évidemment de nouvelles opérations à ajouter à mon activité actuelle de déménageur, qu'il faudra organiser, coordonner et possiblement déléguer (par exemple, l'aménagement de l'entrepôt).

La troisième caractéristique de la personnalité concerne l'extraversion. D'après Courtois (2018), elle implique l'ouverture aux autres, la facilité à établir des relations et à connaître les gens. Les personnes extraverties ont tendance à chercher des opportunités au sein de leur cercle social. L'extraversion implique également de l'énergie et de l'assertivité. D'après Zhao (2006), dans le milieu entrepreneurial, il existe une forte corrélation positive avec le succès. Les entrepreneurs extravertis ont tendance à tirer profit de leurs relations sociales et des opportunités d'affaires. Leurs compétences sociales leur permettent aussi de convaincre et de mieux connaître leurs interlocuteurs. J'ai obtenu un score de deux sur cinq. Je ne suis pas quelqu'un de très sociable. Il m'est très difficile d'aborder des personnes que je ne connais pas ou très peu. Je suis quelqu'un de très réservé et, sur le plan professionnel, je ne suis pas du genre à établir des amitiés avec des personnes qui pourraient potentiellement m'aider dans mes projets. Néanmoins, je fais des efforts, et cela ne m'a pas empêché de conclure des affaires avec des clients potentiels. Je n'ai pas de difficulté à rencontrer mes clients et à essayer de les convaincre de la qualité des services proposés. Je n'évite pas le contact, bien au contraire : je privilégie la communication en face à face ou par téléphone plutôt que par mail. Je confronte le problème s'il y en a, et j'assume mes responsabilités, malgré mes faibles compétences sociales. Je me vois peu impliqué dans des groupes existants d'entrepreneurs à la recherche d'affaires pour mon futur projet, mais je n'hésiterai pas à faire des efforts et à m'impliquer dans ceux-ci.

Je veillerai également à toujours maintenir un bon contact avec mes clients actuels et à promouvoir mon projet dans des foires commerciales, par téléphone, sur les réseaux sociaux, etc.

D'après Courtois (2018) l'amabilité se caractérise par de la coopération, la confiance donnée aux autres malgré certains différents. Elle permet d'avoir de meilleures relations interpersonnelles. Zhao (2006) a conclu que cette caractéristique n'est pas en forte corrélation avec les entrepreneurs performants. Dans son ouvrage il mentionne que des études ont démontré qu'un haut degré d'amabilité pourrait être préjudiciable dans un environnement concurrentiel. Concernant mon évaluation j'ai obtenu un 4 sur cinq. Dans mon travail, le fait que l'amabilité soit préjudiciable ou non dépend du contexte. En effet, pour le contact client il s'avère que ça soit une bonne caractéristique. Les personnes m'ont plusieurs fois mentionné que j'étais quelqu'un de très sympathique et qu'il se sentaient en confiance quand il me contactait. Il me comparait avec la concurrence et il me disait qu'il préférerait travailler avec moi car la communication était meilleure. Je n'ai pas fait d'étude approfondie concernant le contact avec mes clients et les facteurs qui pourraient être les plus déterminants pour conclure des affaires avec eux mais je peux conclure que l'amabilité aide beaucoup pour aborder un prospect. Dans le cas des fournisseurs il m'a été arrivé que je doive rester peu aimable afin de trouver une solution à un problème survenu. J'ai eu le cas avec un mécanicien qui priorisait des sociétés plutôt que la mienne pour la réparation d'un de mes camions. Deux semaines sont passées et j'ai dû téléphoner et me rendre sur place afin de résoudre le problème. La discussion était tendue mais en faisant pression j'ai pu obtenir une solution dans les 2 jours. Je donne priorité à un dialogue calme quand mais quand les choses se corsent il est préférable de garder l'amabilité de côté.

Concernant la stabilité émotionnelle, d'après Courtois (2018), elle se définit comme la capacité d'une personne à savoir gérer son stress et ses émotions négatives. Les personnes avec une stabilité émotionnelle ont tendance à être plus calmes et résilientes. Selon Zhao (2006), ce trait présente une forte corrélation positive avec le succès entrepreneurial. Ainsi, lorsque des problèmes surgissent, elles parviennent à contrôler la situation sans se laisser emporter par les émotions. Dans une situation de stress, il arrive que certaines personnes préfèrent éviter la situation et ne pas trouver de solution. Elles abandonnent, et c'est ce que peuvent ressentir certains entrepreneurs au début de leur projet. En effet, l'entreprise qu'ils gèrent doit encore se consolider ; ils doivent faire face à la concurrence et aux réglementations pour lesquelles ils ne sont pas encore en règle, et il est normal que tout ce poids entraîne de la frustration. J'ai obtenu une évaluation de 3 sur 5. Ce dernier point est pour moi le plus important, car gérer des difficultés, des conflits, des disputes, c'est quelque chose de courant dans la vie entrepreneuriale. Et cela devient plus crucial lorsque l'entreprise croît et se développe. Il y a plus de responsabilités et de choses à gérer. Cela me rajoute du stress, car je suis le principal concerné lorsqu'il s'agit de résoudre un problème. Je m'occupe de toutes les tâches administratives : relation avec le client, prise de rendez-vous, établissement du devis, choix stratégique... Je suis donc entièrement responsable de faire en sorte que tout fonctionne

correctement. Il est parfois difficile de prendre la bonne décision, ce qui rend la situation encore plus angoissante. Il m'est arrivé parfois de vouloir abandonner le projet, car je n'arrive pas à gérer le stress correctement.

En conclusion, cette analyse des "Big Five" m'a permis de prendre conscience de mes qualités et de mes défauts (sur le plan psychique). J'ai également pu comprendre comment cela pouvait affecter ma vie entrepreneuriale. Cela me permettra donc de savoir sur quels points je devrais être vigilant et sur lesquels je pourrai travailler, notamment grâce à la littérature et aux travaux dédiés aux meneurs de projets, qui permettent d'avoir une meilleure connaissance et un meilleur contrôle de soi. Le dernier point m'a permis de me rendre compte qu'il est parfois très difficile de rester motivé avec toutes les difficultés que les meneurs de projets peuvent rencontrer. Mais ce qui est essentiel, c'est de toujours garder en tête la raison pour laquelle on a décidé un jour de commencer cette aventure. Ce qui me motive principalement c'est le fait d'avoir atteint une stabilité financière et de pouvoir aider ma famille économiquement grâce à ce projet. Je ne suis pas né dans un milieu favorisé mais je veux m'en sortir et démontrer peut-être aux gens de ma communauté que même si nous ne possédons pas les ressources financières pour lancer un grand projet on peut trouver les moyens et les organismes (financés par des aides publiques pour la plupart) qui peuvent nous venir en aide pour commencer notre petite aventure entrepreneuriale. La motivation est pour moi un élément clé pour maintenir une stabilité émotionnelle et surmonter les obstacles que je rencontrerai lors de la mise en place du garde-meuble.

3. Analyse environnementale

3.1 Secteur du garde meubles

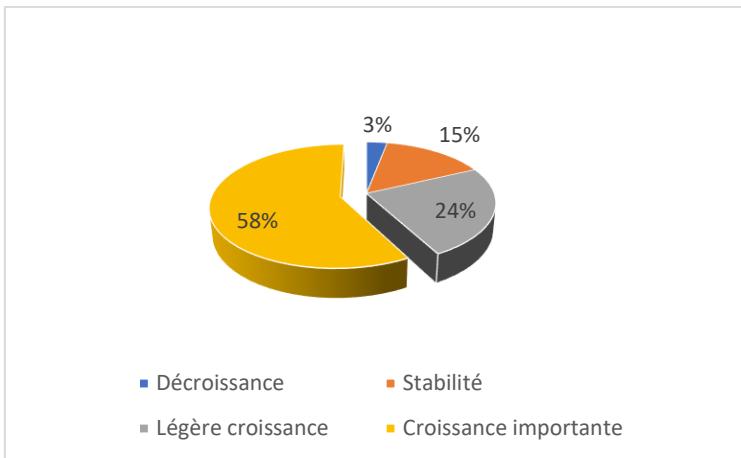
Je vais maintenant analyser le secteur du garde-meuble afin de mieux comprendre le fonctionnement du marché de l'entreposage.

Le garde-meuble est un endroit qui permet d'entreposer temporairement des affaires personnelles, telles que des meubles ou des caisses (Larousse, 2024). Ce type de service est proposé par un intermédiaire qui met à disposition cet espace. La durée de location peut varier de quelques jours à plusieurs semaines. L'espace de stockage peut être très varié, allant d'un simple casier pour ranger des documents, par exemple, à des entrepôts (Businesscoot, 2022). Concernant la demande, celle-ci émane des particuliers qui sont à la recherche d'un espace supplémentaire pour entreposer leurs affaires, n'ayant pas assez de place chez eux. Selon la Chambre interprofessionnelle du self-stockage (2024), il est utile de faire une distinction entre l'espace d'entreposage en libre-service, communément appelé self-stockage, et le garde-meuble, qui ne permet pas un accès facile. Le premier offre souvent des contrats plus flexibles. Il permet ainsi au client de ne pas s'engager sur une période spécifique et de libérer l'espace quand il le souhaite, sans frais additionnels. Il permet également de modifier le volume de stockage plus facilement. Le garde-meuble, quant à lui, est souvent lié à un contrat à durée déterminée. L'accès est restreint et peut comporter des frais en fonction de la demande. Ces deux solutions se caractérisent généralement par une relation de particulier à professionnel. Un nouveau concept est apparu : le co-stockage, qui consiste à mettre en relation des particuliers, ceux possédant un espace pour stocker (garage, cave...) et ceux qui en ont besoin (Businesscoot, 2022).

Selon Chauveau (2017), les raisons qui motivent les clients particuliers à vouloir entreposer leurs biens sont les suivantes. Premièrement, il peut s'agir d'un déménagement. Le garde-meuble peut être une solution temporaire en vue de la transition d'un logement à un autre. Une deuxième raison concerne des travaux à réaliser. En effet, durant cette période, il est nécessaire de libérer un peu de place chez soi afin que le chantier se déroule dans de bonnes conditions. Une autre raison est le manque de place chez soi, ce qui concerne en grande partie les régions urbanisées avec un fort pouvoir d'achat, où les habitants acquièrent un grand nombre de biens. Un autre motif serait le travail en vue d'une mission temporaire. Le travailleur évite ainsi de payer un loyer souvent plus coûteux qu'un garde-meuble. D'autres motifs peuvent se présenter, comme une séparation, un déménagement international... (Capital, 2024).

3.1.1 Chiffre clés du secteur de stockage

Selon la Federation of European Self Storage Associations (2022), la majorité des acteurs du marché du self-stockage prévoient une rentabilité croissante pour les mois à venir.



Expectative de rentabilité net (FEDESSA,2022)

Le rapport indique également que la rentabilité annuelle par mètre carré en Belgique est de 200 € hors taxes. Une autre donnée importante concerne le taux d'occupation, qui dépasse les 85 %. Cette information servira par la suite à déterminer la rentabilité attendue de mon garde-meuble. Il est également mentionné qu'en Belgique, 96 % des entreprises sont propriétaires de leurs espaces de stockage. Selon la FEDESSA (2022), le secteur a été impacté par l'augmentation des coûts des travailleurs. C'est une des raisons qui auraient incité les pays scandinaves à adopter des systèmes automatiques, réduisant ainsi le personnel sur place. Ce type de développement pourrait impacter le processus de commande des clients, et il serait alors intéressant d'analyser comment la technologie influence les tendances de l'emploi. Le rapport mentionne également la répartition des clients professionnels et particuliers : en Belgique, il y a environ 69 % de clients particuliers et 31 % de clients professionnels (FEDESSA, 2022).

3.1.2 Tendance technologique

Selon Shurgard (2023), la digitalisation permet d'accélérer la croissance. Ils ont, entre autres, développé une application qui permet de gérer tout le processus de stockage depuis un téléphone. Parmi les fonctionnalités de cette application, on trouve la possibilité de consulter et de payer ses factures, d'ouvrir la porte principale du lieu de stockage et de gérer les réservations. Ce dernier point est particulièrement important, car en 2023, au moins 39 % des utilisateurs ont réservé leur espace en ligne. Toujours selon Shurgard, l'optimisation des processus digitaux permet de réduire les coûts et d'améliorer l'efficacité opérationnelle. Cet aspect est à prendre en compte dans l'offre que je pourrais proposer. Par exemple, je pourrais intégrer une fonctionnalité de réservation en ligne sur mon site internet. C'est une solution simple à mettre en place, qui ne nécessite pas de compétences avancées en développement web.

D'après Safestore (2023), leur investissement dans le marketing digital leur a permis d'augmenter la demande de 43 % au cours des cinq dernières années. Grâce à un budget important alloué à ce domaine et aux compétences développées en interne, ils sont considérés

comme les leaders du secteur du self-storage. Selon ce même rapport, l'acquisition de clients s'est faite en grande partie en ligne, représentant ainsi 89 % des demandes au Royaume-Uni et 85 % en France. Les demandes en ligne proviennent principalement de smartphones. Les clients recherchent un espace de stockage en utilisant des moteurs de recherche, en incluant des mots-clés génériques comme "stockage" ou "garde-meuble" et en précisant leur localité. Cette information est cruciale pour orienter mon choix stratégique concernant l'investissement en publicité pour mon projet. En effet, je choisirais d'utiliser principalement Google Ads, une plateforme qui permet de diffuser des annonces sur le moteur de recherche Google.

3.2 Analyse PESTEL

Selon Washington State University (2024), l'analyse PESTEL est un outil qui est utilisé afin d'analyser le macro-environnement permettant d'identifier les facteurs qui peuvent avoir une influence sur l'entreprise. En effet elle permet d'analyser les aspects liés à la politique, à l'économie, au milieu social, aux tendances technologiques, à l'environnement et aux lois.

3.2.1 Politique

Selon la World Bank (2022), la Belgique est un pays dont la politique est relativement stable, se classant 61ème. Ce classement est calculé selon un indice situé entre -2,5, représentant une faible stabilité, et +2,5, représentant une forte stabilité. La Belgique obtient un score de 0,58. Cette stabilité offre un cadre prévisible pour les entreprises, y compris dans le secteur du garde-meuble. Selon le SPF Économie (2024), les politiques économiques mises en place devraient permettre une croissance économique, notamment grâce aux plans de résilience et de reprise de l'Union Européenne, qui ont entraîné une indexation des salaires et une augmentation du taux d'emploi, ainsi qu'aux bénéfices générés par les entreprises au cours des années passées.

Les entreprises qui souhaitent se développer dans le secteur du garde-meuble à Bruxelles devront faire attention aux politiques locales de planification urbaine. Le Plan Régional de Développement Durable (PRDD) influence directement les décisions de zonage dans la région (Perspective.brussels, 2018). Par exemple, le plan vise à densifier les zones urbaines et à optimiser l'utilisation du sol. Cela pourrait rendre plus difficile de trouver des espaces pour des entrepôts ou des garde-meubles dans certaines parties de la ville.

Cependant, cette densification pourrait aussi créer des opportunités dans des zones moins peuplées ou en périphérie, où la demande pour des services de stockage pourrait augmenter. Le PRDD insiste sur le développement durable, ce qui pourrait entraîner des normes plus strictes pour les nouveaux bâtiments. Les entreprises pourraient devoir investir dans des infrastructures plus écologiques, comme des bâtiments économes en énergie ou utilisant des technologies durables. Bien que ces investissements puissent augmenter les coûts au départ, ils pourraient aussi donner un avantage aux entreprises qui respectent ou dépassent ces exigences environnementales.

En plus, le plan cherche à promouvoir la mixité fonctionnelle, c'est-à-dire à encourager la coexistence d'activités économiques, résidentielles et commerciales dans les mêmes zones (Perspective.brussels, 2018). Pour les entreprises de garde-meuble, cela pourrait signifier plus de possibilités dans les quartiers où les projets mixtes sont favorisés, en répondant aux besoins de stockage des habitants et des entreprises. Mais cela pourrait aussi amener plus de concurrence pour l'espace disponible.

Enfin, le PRDD pourrait introduire ou renforcer certaines réglementations qui toucheraient directement le secteur, comme celles sur la sécurité, la gestion des déchets ou la protection contre les incendies. Mais il pourrait aussi offrir des aides sous forme de subventions ou d'incitations fiscales pour des projets qui correspondent aux priorités du plan, surtout ceux axés sur la durabilité ou la revitalisation urbaine (Perspective.brussels, 2018).

En Flandre, il y a le Plan de Politique Spatiale de la Flandre (BRV), qui est une vision à long terme pour l'aménagement du territoire. Ce plan peut avoir plusieurs impacts importants sur le secteur du garde-meuble. Le BRV encourage la densification des zones urbaines pour éviter l'étalement urbain (Beleidsplan Ruimte Vlaanderen, 2018). Cela signifie qu'il y aura moins de terrains disponibles dans les zones urbaines pour les installations de garde-meuble, car l'espace est de plus en plus utilisé pour des logements, des bureaux et des infrastructures publiques. Les entreprises de garde-meuble devront donc peut-être chercher des emplacements en périphérie des villes ou dans des zones industrielles où il y a encore de la place.

En plus, le BRV met l'accent sur la protection des espaces ouverts et naturels, ce qui limite le développement de nouvelles infrastructures dans certaines zones rurales ou périurbaines (BRV, 2018). Les opérateurs de garde-meuble devront donc respecter des régulations strictes concernant l'utilisation des terres, ce qui peut limiter les possibilités d'expansion ou de nouvelles constructions. Le plan encourage aussi l'adoption de pratiques de construction durable et écoénergétiques (BRV, 2018). Les entreprises de garde-meuble pourraient être amenées à investir dans des bâtiments plus écologiques, en utilisant des technologies d'énergie renouvelable ou des systèmes de gestion de l'eau.

Enfin, le BRV vise à améliorer la mobilité et les infrastructures de transport (BRV, 2018). Cela pourrait avoir un impact positif sur le secteur du garde-meuble. Des infrastructures de transport plus efficaces facilitent l'accès aux installations de garde-meuble, tant pour les clients que pour les entreprises qui stockent des marchandises. Les sites proches des nouvelles infrastructures routières ou des hubs de transport pourraient devenir particulièrement attractifs. Le BRV influence également les décisions de zonage (comme à Bruxelles) au niveau local, ce qui peut affecter où et comment les entreprises de garde-meuble peuvent opérer. Par exemple, certains quartiers pourraient être réservés à des usages spécifiques comme résidentiels ou commerciaux. Cela pourrait limiter ainsi les options pour installer de nouveaux garde-meubles dans certaines zones.

3.2.2 Economique

D'après Stanbic Bank Trade (2023), la Belgique a une économie stable et diversifiée, avec une présence importante dans les services, l'industrie et le commerce. Le secteur tertiaire représente 69 % du PIB belge et emploie jusqu'à 80 % de la population active. Cette économie est soutenue par un réseau de transport bien développé et une position géographique stratégique en Europe, ce qui en fait un centre logistique important. La Belgique est située entre la France, l'Allemagne et le Royaume-Uni, qui sont parmi les plus grandes économies d'Europe.

En Belgique, environ 98 % de la population vit en zone urbaine, une tendance qui continue de croître (Statista, 2024). Selon Statbel (2024), la population urbaine ne cesse d'augmenter, surtout dans des villes comme Bruxelles, Anvers et Gand. Cette croissance pourrait augmenter la demande pour des services de garde-meuble, car les espaces de vie en ville sont souvent plus petits, ce qui pousse les gens à chercher des solutions de stockage externes.

Il est aussi important de noter que de plus en plus de petites entreprises, surtout dans le commerce en ligne, utilisent ces services de garde-meuble pour gérer leurs stocks sans avoir à investir dans des entrepôts permanents (Businesscoot, 2022). Le marché européen du self-stockage est en pleine croissance, avec un taux de croissance annuel composé (CAGR) estimé à 4,13 % entre 2021 et 2026 (Businesswire, 2021). Cette croissance est due à plusieurs facteurs comme l'urbanisation, la réduction de la taille des logements et l'augmentation des déménagements.

3.2.3 Sociale

L'urbanisation croissante en Belgique, surtout dans des villes comme Bruxelles, Anvers et Gand, fait que les zones urbaines deviennent de plus en plus densément peuplées. Cela signifie que la taille moyenne des logements diminue, et les espaces de vie sont souvent limités (Perspective.brussels). En conséquence, de plus en plus de résidents cherchent des solutions de stockage externes pour pallier ce manque d'espace. Selon Eurostat (2024), Bruxelles est l'une des villes les plus densément peuplées d'Europe, avec une population en constante augmentation. En 2023, la ville comptait plus de 1,2 million d'habitants.

Des facteurs sociaux comme le vieillissement de la population et l'augmentation des séparations conjugales contribuent également à la demande croissante pour des solutions de stockage temporaires. En effet, le vieillissement de la population, avec une proportion croissante de personnes âgées, entraîne souvent des déménagements vers des logements plus petits ou des maisons de retraite (Robert, 2023).

3.2.4 Technologique

L'adoption des technologies numériques, comme les systèmes de gestion en ligne, l'accès électronique sécurisé et les solutions de surveillance avancées, transforme le secteur du

stockage (Burnam, 2023). En plus, les innovations telles que l'intelligence artificielle (IA) et l'Internet des objets (IoT) permettent une gestion plus efficace des installations et offrent une meilleure expérience aux clients (Burnam, 2023). Cela attire aussi bien les consommateurs individuels que les entreprises, comme les startups et les PME, qui cherchent des solutions flexibles pour leur logistique et leur stockage.

Les plateformes de gestion en ligne permettent aux clients de réserver, payer et gérer leur espace de stockage via des interfaces numériques. Ces systèmes facilitent l'accès aux informations en temps réel et la gestion des contrats, améliorant ainsi l'expérience client. Par exemple, des entreprises comme Shurgard en Belgique offrent des plateformes en ligne où les utilisateurs peuvent choisir et réserver leur box de stockage, gérer leurs paiements et consulter les informations de leur contrat à tout moment (Shurgard, 2023).

De nombreux garde-meubles utilisent des systèmes d'accès électronique sécurisé, comme des serrures numériques ou des accès biométriques, pour permettre aux clients d'accéder à leurs unités de stockage de manière autonome et sécurisée. Par exemple, Shurgard utilise des codes d'accès personnalisés et des systèmes de surveillance 24/7 pour s'assurer que seuls les clients autorisés peuvent entrer dans leurs unités de stockage (Shurgard, 2023).

Les solutions de surveillance avancée, telles que les caméras de sécurité haute définition et les capteurs de mouvement connectés, offrent une sécurité renforcée aux installations de stockage. Ces systèmes peuvent être intégrés à des plateformes de gestion numérique qui alertent automatiquement les gestionnaires en cas d'activité suspecte (Verisure, 2024).

L'IA et l'IoT permettent une gestion plus intelligente des installations. Par exemple, des capteurs IoT peuvent surveiller en temps réel l'occupation des unités de stockage et fournir des données aux gestionnaires pour optimiser l'utilisation de l'espace. Ces technologies peuvent aussi prédire les besoins en maintenance, réduire les coûts opérationnels et améliorer l'efficacité globale des installations (Xavier Dalloz, 2023). Par exemple, une entreprise pourrait utiliser des capteurs IoT pour surveiller l'environnement de stockage (température, humidité) et alerter les clients en cas de variations susceptibles d'endommager leurs biens.

D'autres utilisations des nouvelles technologies incluent le remplacement des serrures traditionnelles par des systèmes d'accès numériques, où les clients peuvent entrer avec un code PIN unique, une carte magnétique ou même une reconnaissance biométrique. Des entreprises comme Janus International proposent des systèmes de contrôle d'accès sophistiqués intégrant ces technologies (Goldstein, 2021). Les serrures électroniques connectées à une application mobile permettent aux utilisateurs de verrouiller ou déverrouiller leur unité à distance et envoient des notifications en cas de tentative d'intrusion. Des caméras de sécurité IP haute définition, comme celles offertes par Nest ou Arlo, offrent une surveillance continue accessible à distance par les gestionnaires d'installations ou même les clients.

Comme dernier exemple, intégrer des chatbots sur le site web ou une application pourrait aider les clients en tout temps. Ces bots, alimentés par l'intelligence artificielle, peuvent répondre aux questions courantes, guider les clients dans le processus de réservation ou les aider à choisir la taille de l'unité de stockage la plus adaptée à leurs besoins. L'IA peut aussi analyser les habitudes des clients et prédire les besoins futurs en stockage, permettant une meilleure gestion de l'inventaire et des promotions ciblées.

3.2.5 Environnemental

En Belgique, la gestion des déchets est encadrée par des lois régionales. Les entreprises, y compris celles de garde-meuble, doivent respecter des règles strictes pour trier, recycler, et éliminer les déchets. Par exemple, en Flandre, le Décret sur la gestion des déchets oblige les entreprises à séparer les déchets recyclables des non-recyclables et à traiter correctement les déchets dangereux (VLAREMA 8, 2021). Elles doivent aussi tenir un registre des déchets qu'elles produisent et éliminent. En Wallonie, une Déclaration Environnementale est obligatoire pour les entreprises de plus de 10 employés, où elles doivent indiquer la quantité de déchets produits et comment ils sont traités (WALLEX, 2024).

En ce qui concerne la gestion des eaux pluviales, les entreprises doivent les gérer pour éviter que les sols et les nappes phréatiques ne soient contaminés. En Flandre, par exemple, les lois imposent d'installer des systèmes pour récupérer l'eau de pluie ou de créer des bassins de rétention pour réduire les risques de ruissellement (Vlaamse Milieumaatschappij, 2024). Pour les entreprises qui stockent des substances dangereuses, il y a aussi des règles à suivre. Toute entreprise en Belgique qui utilise des substances dangereuses doit respecter des normes pour protéger les sols et éviter la pollution (FEB, 2023).

Enfin, pour les nouveaux projets d'infrastructure, comme la construction de garde-meubles, il est essentiel de suivre les réglementations locales en matière d'urbanisme et d'environnement. Par exemple, le Plan Régional de Développement Durable (PRDD) à Bruxelles impose des critères pour une construction durable, comme l'intégration d'énergies renouvelables et d'espaces verts (Perspective.brussels, 2018). En Flandre, le Plan de Politique Spatiale (BRV) insiste sur la durabilité dans l'aménagement du territoire, ce qui signifie que les nouveaux projets doivent utiliser l'espace de manière efficace et écologique (BRV, 2018).

3.2.6 Légal

Pour assurer la sécurité contre les incendies et protéger les personnes et les biens dans les bâtiments, il existe plusieurs normes importantes. Ces normes servent à : prévenir les incendies, limiter leur propagation à l'intérieur et à l'extérieur des bâtiments, garantir une évacuation rapide et sécurisée des personnes, et permettre une intervention efficace des services de secours (Bureau de Normalisation, 2009).

Les bâtiments doivent aussi être divisés en compartiments coupe-feu pour empêcher les incendies de se propager rapidement. Chaque compartiment est conçu pour contenir l'incendie dans une zone spécifique du bâtiment (Bureau de Normalisation, 2009). Les matériaux de construction doivent résister au feu en fonction de leur utilisation et de leur emplacement. Par exemple, les cloisons et les plafonds doivent pouvoir résister au feu pendant un certain temps, généralement entre 30 et 120 minutes.

Les bâtiments doivent avoir suffisamment d'extincteurs adaptés aux risques présents, et des bouches d'incendie doivent être disponibles pour que les pompiers aient accès à l'eau. Les issues de secours doivent être bien signalées, facilement accessibles, et les portes de secours doivent pouvoir s'ouvrir facilement en cas d'urgence. Les couloirs menant aux issues doivent être dégagés en permanence, et un éclairage de secours est obligatoire pour que les voies d'évacuation soient visibles même en cas de coupure d'électricité (Bureau de Normalisation, 2009). De plus, tous les équipements de sécurité, comme les systèmes de détection et les extincteurs, doivent être entretenus régulièrement. Les employés doivent aussi être formés aux procédures d'urgence, à l'utilisation des extincteurs, et aux méthodes d'évacuation (Bureau de Normalisation, 2009). Il est également nécessaire d'équiper les bâtiments de systèmes de détection automatique d'incendie. Ces systèmes doivent couvrir toutes les zones à risque et déclencher des alarmes pour prévenir les occupants en cas d'incendie. Les alarmes doivent être assez fortes pour être entendues dans tout le bâtiment.

En Belgique, les entreprises de stockage doivent aussi se conformer au Règlement Général sur la Protection des Données (Union européenne, 2016). Ce règlement, en vigueur depuis le 25 mai 2018 dans toute l'Union européenne, impose des règles strictes sur la collecte, le traitement, le stockage et la protection des données personnelles (Union européenne, 2016).

Les entreprises doivent informer les clients de manière claire sur l'utilisation de leurs données, y compris les objectifs du traitement, la durée de conservation des données, et les droits des personnes concernées (Union européenne, 2016). Cette information doit être fournie au moment de la collecte des données. Par exemple, lors de la signature d'un contrat de stockage, les clients doivent recevoir une politique de confidentialité expliquant l'utilisation de leurs données personnelles. Les entreprises doivent avoir une base légale pour traiter les données personnelles, comme le consentement explicite des individus, l'exécution d'un contrat ou la conformité à une obligation légale. Pour les entreprises de stockage, cela signifie par exemple obtenir le consentement des clients pour conserver leurs données ou traiter leurs informations pour la gestion des contrats (Union européenne, 2016).

Les clients ont des droits spécifiques sur leurs données personnelles, comme le droit d'accès, de rectification, de suppression (droit à l'oubli), de limitation du traitement, de portabilité des données, et d'opposition (Union européenne, 2016). Les entreprises doivent avoir des processus en place pour répondre à ces demandes dans un délai raisonnable. Par exemple, un client pourrait demander à une entreprise de stockage de supprimer toutes ses données après la fin du

contrat. Pour garantir la sécurité des données, les entreprises de stockage doivent mettre en place des mesures techniques et organisationnelles appropriées. Cela inclut la protection contre les accès qui ne sont pas autorisés, la perte de données, ou la divulgation (Union européenne, 2016). Par exemple, elles peuvent installer des systèmes de contrôle d'accès électroniques ou utiliser le cryptage des bases de données contenant des informations personnelles.

Il se peut qu'il y ait par exemple une fuite d'informations personnelles, ce qui constitue une violation des données personnelles. Dans ce cas l'entreprise doit alors informer l'autorité de protection des données compétente (en Belgique, l'Autorité de protection des données, APD) dans les 72 heures suivant la découverte de la violation. Dans le cas où cela représenterait un risque élevé pour les droits et libertés des personnes concernées, celles-ci doivent également être informées (Union européenne, 2016). Par exemple, si une base de données de clients est compromise, l'entreprise doit immédiatement signaler l'incident à l'APD et informer les clients concernés.

3.3 Analyse SWOT

Selon Mourre (2021), la matrice SWOT est un outil d'analyse largement utilisé pour évaluer divers aspects d'une organisation. Elle aide à organiser les données en quatre catégories distinctes en fonction de deux types d'impact. D'une part, elle examine l'environnement interne en identifiant les forces (strengths) et les faiblesses (weaknesses). D'autre part, elle évalue l'environnement externe en distinguant les opportunités (opportunities) et les menaces (threats). Grâce à cette matrice, il est possible de dresser un tableau complet de la situation en classant et en analysant les informations pertinentes.

3.3.1 Forces

Un point important, c'est que notre société a beaucoup d'expérience dans le déménagement et le transport. On peut aider nos clients sur plusieurs aspects, comme comment protéger leurs meubles, emballer leurs affaires, ou encore ce qu'il faut prévoir pour le déménagement, comme la réservation de stationnement ou les délais pour réserver un service. On donne aussi des conseils sur le type de lift à utiliser et sur les prix des services de transport. Pour le transport, on a tout le matériel nécessaire. On peut répondre à presque tous les besoins spécifiques sans devoir passer par d'autres entreprises, ce qui nous permet d'offrir des prix intéressants à nos clients.

Voici quelques services que nous proposons, mais qui sont souvent sous-traités par d'autres entreprises et peuvent coûter cher :

- Lift jusqu'au 16^{ème} étage
- Lift tractable (pour accéder aux cours intérieures ou garages) jusqu'au 10^{ème} étage

- Lift échelle (pour les accès par les portes) jusqu'au 3^{ème} étage
- Volume de camion jusqu'à 70 m³ en un seul trajet
- Montage de meubles
- Déménagement de pianos

Un autre point fort de notre société, c'est notre expérience dans le domaine. On sait comment déplacer tous types d'objets, que ce soit des choses fragiles comme des œuvres d'art ou des objets en verre, ou des choses encombrantes comme des pianos et des tables de billard. Cela nous permet de nous démarquer de la concurrence dans le déménagement, mais aussi dans le stockage. Si les clients ont besoin de stocker ces objets spéciaux, on peut les transporter nous-mêmes, sans passer par une entreprise spécialisée, ce qui revient moins cher.

Notre personnel est déjà formé pour manipuler les biens avec soin. Du coup, les coûts et le temps pour former de nouveaux employés sont réduits. Étant donné qu'on connaît bien nos clients de déménagement, on peut personnaliser les offres de garde-meuble pour répondre exactement à leurs besoins et préférences. Cela améliore leur satisfaction et les encourage à rester avec nous. Une équipe qualifiée et expérimentée assure que les biens sont manipulés correctement, réduisant les risques de dommages et de pertes. On peut améliorer ainsi la satisfaction des clients tout en diminuant les coûts liés aux réparations ou réclamations.

Par ailleurs, notre société a une bonne réputation sur Google avec 60 avis positifs. Les futurs clients peuvent lire les commentaires de nos clients précédents, ce qui peut les aider à choisir notre entreprise. De plus, des clients satisfaits sont plus susceptibles de nous recommander à leurs amis, leur famille ou leurs collègues. Cela crée un bouche-à-oreille positif et attire de nouveaux clients.

Nos clients actuels qui utilisent les services de déménagement peuvent avoir des besoins en stockage temporaire ou à long terme. Ils sont plus susceptibles de faire confiance à une entreprise avec laquelle ils ont déjà une relation de confiance. Cela facilitera donc leur conversion en clients de garde-meuble. Une base de clientèle existante permet de réduire les coûts de marketing et de prospection pour attirer de nouveaux clients. Je peux par exemple utiliser les canaux de communication existants (Facebook, Instagram, site internet, Whatsapp, adresse mail) pour informer les clients actuels de la nouvelle offre via des publications, des emails, des messages ou des appels directs.

3.3.2 Faiblesses

Une de nos principales faiblesses c'est que notre société n'a pas encore d'expérience dans le stockage. Même si on sait comment stocker des meubles, on ne connaît pas encore bien comment fonctionne ce genre de société. C'est pour ça que ce mémoire est super important : il

va m'aider à comprendre comment gérer ce projet. Par exemple, on n'a pas encore d'idée sur la saisonnalité du secteur ou le taux d'occupation des espaces de stockage.

Pour gérer un garde-meuble de manière efficace, il me faut des compétences en organisation et en optimisation des espaces de stockage, ainsi qu'en gestion des stocks. Sans expertise et sans faire des recherches avant, je pourrais avoir des difficultés à mettre en place des processus efficaces, ce qui pourrait entraîner une mauvaise utilisation de l'espace et une gestion non optimale des ressources. Ne pas avoir de connaissances spécifiques peut aussi se traduire par des infos manquantes pour le service client. Par exemple, je pourrais donner des réponses incorrectes aux questions des clients, mal gérer les demandes spéciales, et avoir du mal à résoudre les problèmes qui pourraient surgir. Les clients potentiels pourraient douter de notre capacité à gérer les biens de manière professionnelle et sécurisée si on manque d'expérience dans le garde-meuble. Ça pourrait nuire à la crédibilité de l'entreprise et la rendre moins attrayante.

Une autre faiblesse est liée au capital. On n'a pas encore investi dans des entrepôts, donc on devra louer un espace pour offrir ce service. Cela représente un coût fixe important, et je devrai faire attention à ne pas fixer un prix trop bas pour couvrir ces frais. Les concurrents qui possèdent leurs propres entrepôts n'ont pas ce problème, car ils ont un capital plus important en cas de besoin et peuvent proposer des tarifs plus bas grâce aux économies d'échelle. En gros, ils louent ou achètent de plus grandes surfaces, ce qui revient souvent moins cher au mètre carré.

Avec des ressources limitées en termes de camions, il faudra choisir comment les répartir. Par exemple, si on manque de disponibilités, on devra choisir entre un client qui veut déménager et un autre qui a besoin de stockage et de transport. C'est un point à réfléchir, surtout pour l'avenir, comme investir dans plus de camions et former plus de personnel. Mais au début, ce sera un tri à faire.

Une autre faiblesse est liée au personnel. Il devra gérer à la fois les déménagements et le stockage, ce qui augmentera sa charge de travail. Cette surcharge pourrait entraîner une certaine pression et une baisse de la qualité du travail. Il sera important de bien gérer le projet dès le début, car comme c'est une nouvelle activité, il y aura plus de travail opérationnel et administratif. Il faudra peut-être demander du renfort ou gérer efficacement la situation. C'est un point sur lequel il faut rester vigilant. Investir dans ce projet va épuiser les ressources financières de l'entreprise, ce qui pourrait limiter les fonds disponibles pour maintenir l'activité principale. Par exemple, on pourrait avoir moins de budget pour acheter de nouveaux véhicules, améliorer l'équipement ou faire du marketing pour attirer de nouveaux clients.

3.3.3 Opportunités

Grâce au développement de l'intelligence artificielle, la gestion des stocks et des réservations devient plus facile. En effet, il existe des ERP et des CRM qui utilisent déjà l'intelligence artificielle et qui permettent de stimuler la productivité des entreprises. Par exemple, la plateforme HubSpot dispose d'un bot qui permet d'entamer une conversation en utilisant notamment la technologie de ChatGPT. D'autres exemples de logiciels incluent Notion AI et Calendly, qui aident les entrepreneurs dans la planification et la gestion de projets. Conversica, quant à lui, est un logiciel qui permet d'améliorer et d'humaniser la relation avec le client. Il y a aussi l'outil Document AI qui permet d'extraire des données structurées à partir de ressources non structurées. Actuellement, le logiciel populaire comme ChatGPT, DALL-E, et Midjourney sont des générateurs de texte ou d'images qui peuvent aider à la création de contenu pour les publications sur les réseaux sociaux, par exemple (Thierry-Aymé, 2023).

Il est également possible d'étendre le service de stockage à plusieurs régions. Cela permettrait d'élargir l'offre de stockage, mais aussi de déménagement. Je pourrais ainsi augmenter ma base de clients potentiels. Les sources de revenus seraient diversifiées, et je ne dépendrais plus d'un seul secteur géographique. De plus, cela permettrait d'améliorer l'image de l'entreprise en étant présente dans plusieurs zones, ce qui renforcerait sa crédibilité. Un autre avantage est la répartition des risques. En étant présent dans plusieurs régions, il est plus facile de gérer d'éventuels problèmes liés à des événements locaux, comme des travaux qui entravent l'accès à l'entrepôt, des incendies, des inondations... Une fois le projet consolidé (augmentation des clients, demandes continues, connaissance du marché), il serait possible de louer un entrepôt plus grand. Cela permettrait de bénéficier des économies d'échelle, car un entrepôt plus grand coûte moins cher au mètre carré (Immoweb, 2024).

Une autre opportunité pourrait être l'exploration de niches spécifiques, comme le stockage de biens professionnels : imprimantes, électroménagers, archives... Avec la digitalisation des entreprises, il y a une tendance à devoir stocker des archives physiques (Les Echos, 2021). Un autre exemple serait le stockage de biens de valeur, comme des bijoux ou des œuvres d'art. Ce genre de service spécialisé a généralement un coût plus élevé qu'un stockage classique, ce qui signifie une marge bénéficiaire plus importante. Les marchés de niche sont souvent confrontés à une concurrence moins directe que les segments de marché plus généraux. Cela peut permettre à mon entreprise de s'imposer comme leader dans un domaine spécifique et de tirer parti d'une position concurrentielle plus forte. Un concept intéressant à mentionner est celui du stockage mobile. Il s'agit de proposer des solutions où les conteneurs de stockage sont livrés au domicile du client, remplis, puis transportés jusqu'à l'entrepôt (Rouquette, 2021)

Enfin, lorsque j'aurai suffisamment de ressources financières, je pourrai éventuellement penser à développer une application mobile, comme le fait la société de self-stockage Shurgard. Cette application offre plusieurs fonctionnalités : elle permet d'ouvrir la porte de l'entrepôt, de payer

les factures, de mettre à jour ses coordonnées, d'estimer le volume à stocker, et de réserver un box.

3.3.4 Menaces

Un environnement concurrentiel intense peut représenter une menace. La présence et le développement de grandes entreprises très connues, comme Shurgard, peuvent entraîner une guerre des prix pour attirer de nouveaux clients et rester compétitifs. Ces grandes entreprises disposent d'une base de clients fidèles, ce qui peut rendre difficile pour une nouvelle société de convaincre les clients de changer de fournisseur de stockage. Si le marché est saturé, investir dans le marketing devient compliqué, car ces grands acteurs, ayant des ressources financières importantes, n'hésitent pas à dépenser plus d'argent pour attirer la clientèle.

Un autre problème lié à un environnement concurrentiel est la pression sur la qualité des services et sur l'innovation. Par exemple, si les grandes entreprises décident d'investir dans des fonctionnalités avancées sur leur site, notamment avec l'intelligence artificielle, et que ces tendances se popularisent et deviennent la norme, il faudra suivre le mouvement. Sinon, il sera difficile d'attirer de nouveaux clients. On pourrait imaginer une entreprise qui parvient à programmer un assistant virtuel optimisé par l'intelligence artificielle, capable de fournir un service complet : estimation du volume, encodage des coordonnées, réservation de la surface d'entreposage... Pour un nouvel entrant comme moi, cela nécessiterait des ressources importantes : investissements continus en technologie, formation du personnel, et amélioration des infrastructures informatiques.

Les coûts énergétiques pourraient également être une menace. L'énergie, incluant l'électricité et le carburant, est essentielle pour faire fonctionner les installations de stockage, que ce soit pour l'éclairage, la climatisation, le chauffage, ou la sécurité. Une hausse des coûts énergétiques pourrait augmenter considérablement les coûts opérationnels, ce qui aurait un impact sur la marge bénéficiaire. Si ces coûts augmentent et que je ne peux pas les répercuter sur mes clients sans risquer de les perdre, mes marges bénéficiaires en souffriraient, réduisant ainsi la rentabilité de l'entreprise et limitant mes possibilités d'investissement.

En termes de compétitivité, les entreprises concurrentes qui ont déjà optimisé leur consommation d'énergie, par exemple en installant des sources d'énergie renouvelable comme l'a fait Shurgard ou qui ont accès à des sources d'énergie moins coûteuses grâce aux économies d'échelle, pourraient proposer des tarifs plus attractifs (Shurgard, 2023). Une nouvelle société dans le secteur de l'entreposage, comme la mienne, pourrait avoir du mal à rivaliser sur les prix. De plus, les prix de l'énergie peuvent être très variables et difficiles à prévoir, surtout avec un contrat à tarif variable (Engie, 2024). Cette incertitude pourrait compliquer la planification financière et les prévisions budgétaires, ce qui augmenterait ainsi le risque financier pour ma société.

Des régulations strictes en matière d'efficacité énergétique pourraient nécessiter des investissements supplémentaires dans des technologies plus performantes ou des rénovations d'infrastructures pour se conformer aux normes. Ceci pourrait augmenter ainsi les coûts d'exploitation. Par exemple, en 2023, les législateurs ont décidé de réduire la consommation finale d'énergie de l'Union européenne d'au moins 11,7 % d'ici 2030, en se basant sur les prévisions établies en 2020 (Matteo Ciucci, 2024). Une forte consommation d'énergie peut également avoir un impact négatif sur l'image de marque de l'entreprise. Les clients sont de plus en plus sensibles aux pratiques durables, et une entreprise perçue comme non respectueuse de l'environnement pourrait perdre des clients au profit de concurrents plus soucieux de l'environnement. Une étude menée par Europe Survey montre, par exemple, que 45 % des adultes français sont préoccupés par l'impact environnemental de leurs achats (Europe Survey, 2023).

L'augmentation des prix de l'immobilier pourrait également être perçue comme une menace. Si les loyers augmentent, je devrai ajuster les tarifs de mes services en conséquence, ce qui pourrait nuire à ma compétitivité. Les prix immobiliers élevés pourraient m'obliger à chercher des installations dans des zones moins coûteuses, souvent situées en périphérie ou loin des centres urbains. Cela pourrait entraîner des coûts logistiques supplémentaires, comme des frais de transport plus élevés. Si l'entreprise se trouve éloignée des zones stratégiques proches des centres urbains ou des principaux réseaux de transport, cela pourrait limiter sa capacité à attirer des clients et à servir efficacement ses marchés cibles.

Selon Statbel (2024), le prix de l'immobilier a augmenté d'environ 0,8 à 5 % en fonction du type de bâtiment. L'immobilier belge est généralement en hausse dans toutes les régions, si l'on compare sur cinq ans. Bien qu'il n'y ait pas eu d'augmentation spectaculaire, je dois tout de même rester vigilant, surtout en comparant les prix et la qualité des entrepôts : équipement, isolation, localisation, car même s'il s'agit d'un loyer et non d'un achat, c'est un engagement à long terme.

4. Analyse de la concurrence

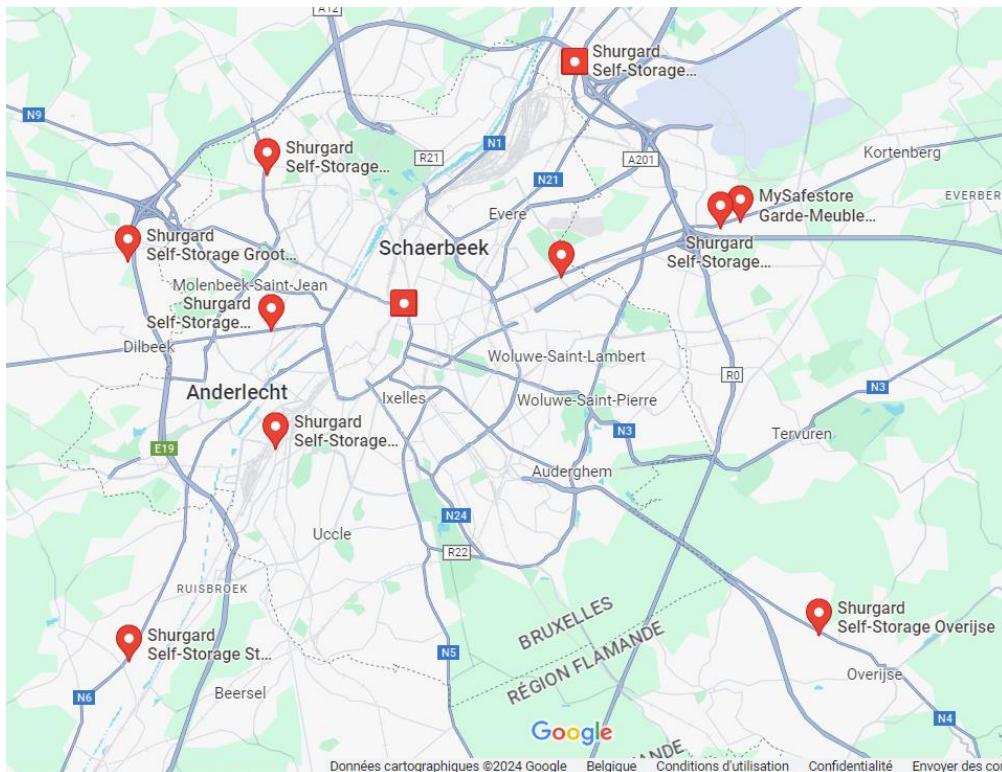
4.1 Shurgard

Shurgard est une entreprise internationale spécialisée dans le self-stockage, fondée en 1970 aux États-Unis. Depuis, elle est devenue l'un des leaders mondiaux dans ce secteur. Shurgard est présente en Europe et aux États-Unis, avec 267 centres répartis dans plusieurs pays européens comme la France, les Pays-Bas, la Grande-Bretagne, la Suède, l'Allemagne, la Belgique et le Danemark (Shurgard, 2023).

4.1.1 Présence et infrastructure

Shurgard possède un vaste réseau d'installations modernes. À Bruxelles, ses centres sont répartis dans les communes de Evere, Forest, Molenbeek-Saint-Jean et Jette. En dehors de Bruxelles, elle est également présente dans le Brabant flamand et le Brabant wallon, avec des centres à Machelen, Zaventem, Beersel, Dilbeek, Nivelles, Wavre et Waterloo. Ces emplacements sont bien choisis, offrant un accès facile depuis les principales routes et autoroutes, ce qui est très pratique pour les clients.

Sur cette carte on peut voir l'étendue de cette société à Bruxelles et aux alentours



Localisation des centres Shurgard à Bruxelles et aux alentours (Source : GoogleMap 2024)

4.1.2 Caractéristiques des installations

Les installations de Shurgard sont réputées pour leur modernité et leur sécurité. Chaque site est équipé de technologies avancées pour assurer la sécurité des biens stockés, telles que :

- Systèmes de surveillance vidéo 24/7
- Contrôle d'accès personnalisé avec des codes uniques pour chaque client
- Alarmes individuelles pour chaque unité de stockage
- Clôtures et éclairage sécurisé

Shurgard propose des options de location flexibles, avec une grande variété de tailles d'unités de stockage, allant des petits espaces pour les effets personnels ou les documents, jusqu'aux grands espaces adaptés pour le stockage de meubles, de véhicules ou de stocks d'entreprises. Les contrats de location sont aussi flexibles, permettant des locations à court ou à long terme selon les besoins des clients.

Les espaces sont généralement ouverts de 6h00 à 23h00, mais ne sont pas accessibles la nuit pour des raisons de sécurité. Dans certains centres, comme à Machelen, la présence du personnel a été réduite, et les services pour le nord de Bruxelles sont désormais centralisés à Evere, où les contrats doivent être signés. Le service client est également disponible par téléphone pour répondre aux questions sur les prix, les disponibilités et le fonctionnement du service.

4.1.3 Services complémentaires

En plus des solutions de stockage, Shurgard offre plusieurs services complémentaires :

- Vente de matériel d'emballage : cartons, rubans adhésifs, housses de protection...
- Assurance des biens stockés. Ils offrent une couverture en cas de dommages ou de vol en fonction de la valeur totale des objets stockés.
- Options de paiement en ligne pour simplifier la gestion des contrats de location
- Accès prolongé aux unités de stockage. Cela permet aux clients de récupérer ou de déposer leurs biens à des heures flexibles

4.1.4 Service client

Shurgard mise sur la transparence des prix, avec des tarifs clairs et sans frais cachés. Cela peut renforcer la confiance de ses clients. L'expérience client chez Shurgard est optimisée par une interface en ligne simple et conviviale. Leur site permet aux clients de réserver leur unité de stockage, de gérer leur contrat et de payer en ligne. Il permet également de calculer le volume via un outil en ligne.

The screenshot shows the Shurgard volume calculator interface. On the left, a sidebar lists rooms: Salon, Cuisine/salle à manger, Chambre à coucher, Chambre des enfants, Bureau, and Autres. Each room has a count of '0 objets ajoutés' and a total volume of '0,0m³'. A button 'Salon' is highlighted. On the right, a main panel titled 'Sélectionnez les objets à stocker' lists items with '+' icons for adding them to the volume calculation. The items include: Canapé 2 places, Canapé d'angle, Fauteuil, Bibliothèque, Banc TV, Tapis, Carton, Canapé 3 places, Méridienne, Table basse, Meuble TV, Télévision, Lampadaire, and Euro-palette. At the bottom, there are buttons for 'Trouvez un box de ce volume', a search bar 'Enter your city or postcode', and a red button 'Obtenez les tarifs'.

Calculateur de volume Shurgard (Shurgard, 2024)

Les centres Shurgard sont faciles d'accès et offrent des horaires d'ouverture larges, ce qui est pratique pour les clients qui ont besoin de flexibilité. L'entreprise continue d'étendre son réseau en Europe pour répondre à la demande croissante de solutions de self-stockage dans les zones urbaines. Shurgard investit régulièrement dans l'amélioration de ses infrastructures et dans l'extension de ses services, ce qui lui permet de rester leader sur le marché.

4.1.5 Forces (avantages concurrentiels)

Shurgard est une marque reconnue et respectée dans le domaine du self-stockage, surtout en Europe. Grâce à sa longue histoire et à sa réputation de fiabilité, elle a un avantage significatif sur les nouveaux venus et les plus petites entreprises du marché. Une des forces de Shurgard est qu'elle possède un vaste réseau d'installations, avec une présence dans de nombreuses grandes villes européennes. Cet avantage géographique lui permet d'attirer une large clientèle et de bénéficier d'économies d'échelle.

Un autre avantage de Shurgard concerne ces installations. Elles sont réputées pour leur modernité, leur propreté et leur sécurité. L'investissement constant dans des technologies de pointe pour la surveillance, le contrôle d'accès et la gestion des unités de stockage renforce la confiance des clients. En tant que grand acteur du marché, Shurgard a la capacité financière d'investir dans l'amélioration continue de ses installations. Elle a également la possibilité de développer sa capacité technologique (les services en ligne et les systèmes de gestion des entrepôts par exemple), et d'étendre son réseau.

4.1.6 Faiblesses (limites)

Les investissements dans des installations modernes et sécurisées pourrait être une faiblesse. L'investissement dans des technologies de sécurité avancées et la gestion d'un large réseau d'installations peuvent entraîner des coûts opérationnels élevés, ce qui pourrait affecter les marges bénéficiaires, Shurgard pratique généralement des prix plus élevés que certains de ses concurrents locaux ou régionaux pour cette raison.

En tant que grande entreprise avec une structure hiérarchique plus complexe, Shurgard pourrait être moins agile que les petits acteurs du marché pour réagir rapidement aux changements du marché ou pour personnaliser ses offres selon les besoins locaux spécifiques.

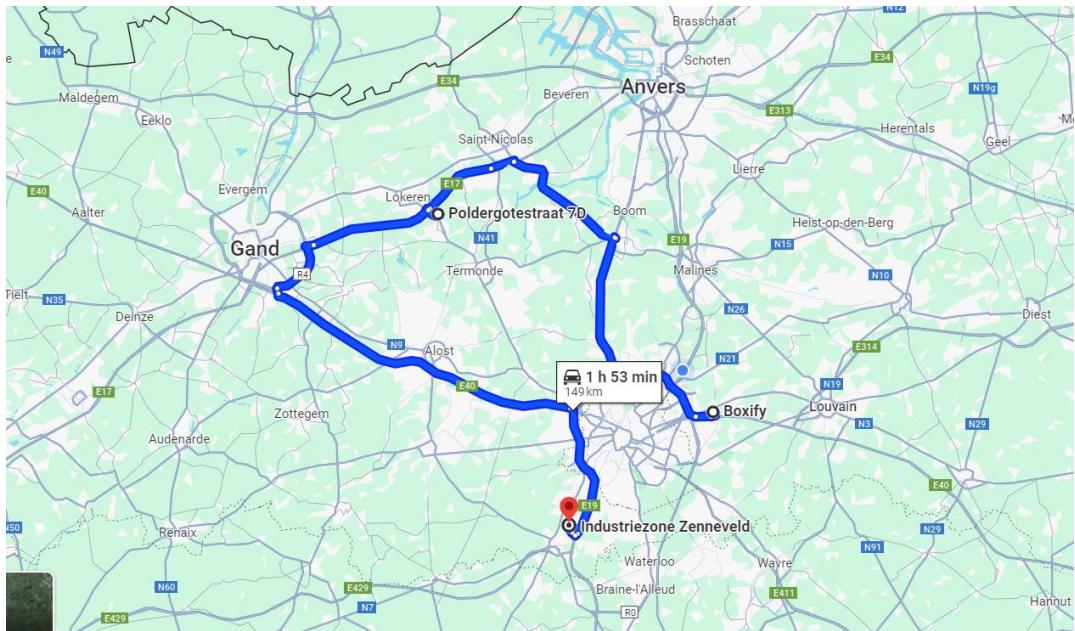
4.2 Boxify

Boxify est une entreprise belge spécialisée dans le stockage à la demande. Cette société a été fondé en 2015 et elle est présente en Belgique uniquement.

4.2.1 Présence et infrastructure

Cette société développe ses activités à Bruxelles principalement. Elle ne possède pas d'installation dans la capitale mais elle possède un entrepôt à Zaventem et à Beersel situé près de axes routiers qui rejoignent Bruxelles. Elle a aussi un entrepôt à Zele à mi-chemin entre Anvers et Gand (plus grandes villes de Belgique)

Voici, sur la carte, les trois entrepôts en question.



Localisation des entrepôts de Boxify (Source : GoogleMap 2024)

4.2.2 Caractéristiques des installations

Cette société ne propose pas d'espace de stockage personnel. Le fonctionnement consiste à prendre les affaires directement chez le client. Ils les stockent ensuite directement dans leur entrepôt. Une autre option est que le client se déplace lui-même à l'entrepôt et dépose ses effets personnels.

Ils ont différentes zones de stockage. Les affaires du client sont réparties dans ces zones en fonction des caractéristiques de chaque objet : fragilité, poids, volume... La hauteur de l'entrepôt est d'environ six à huit mètres. Boxify possède des étagères avec la même hauteur afin d'optimiser tout l'espace disponible. Ils sont également équipés de chariots élévateurs qui permettent d'atteindre ses distances.

4.2.3 Services complémentaires

Ils offrent un service d'inventaire si le client le souhaite, pour qu'il sache exactement ce qui a été entreposé. Ce service est payant, et le prix dépend du volume des affaires à inventorier. Comme Shurgard, ils proposent aussi du matériel de déménagement, comme des cartons, du ruban adhésif, et des housses de protection.

En ce qui concerne le transport, ils s'occupent généralement des volumes inférieurs à 12m³ avec leur propre petite camionnette. Pour des volumes plus grands, ils font appel à des entreprises de déménagement externes. Les services de lift, de démontage, de remontage et d'emballage sont aussi sous-traités la plupart du temps.

4.2.4 Service client

Le contact avec les clients se fait principalement par téléphone et par mail. Le service est personnalisé : ils prennent le temps de discuter avec le client pour bien comprendre ses besoins en matière de stockage et de transport. Ils aident aussi pour les démarches administratives, comme réserver un emplacement de stationnement pour une camionnette ou un lift. Chaque client a un opérateur dédié qui répondra à ses questions.

Ils sont joignables du lundi au samedi, de 8h00 à 18h00. Par contre, l'accès aux affaires stockées est limité. Pour récupérer un objet, il faut payer un montant qui varie selon le volume. Ce tarif n'est pas affiché sur leur site, mais il est mentionné quand on demande un devis. À part ça, les prix en fonction du volume à entreposer sont bien indiqués en ligne.

The screenshot shows a user interface for choosing a storage plan. At the top, it says "Choisissez votre plan de stockage". Below that are two rows of buttons. The first row contains duration options: "-3 mois ?" (selected), "+3 mois ?", "+6 mois ?", "+9 mois ?", and "+12 mois ?". The second row contains size options: "Petit" (selected), "Moyen", "Large", and "X-Large". Below these are three storage unit icons with their details: a small unit for 3m³ at 70.18€/mois, a medium unit for 5m³ at 103.48€/mois, and a large unit for 7m³ at 124.88€/mois. Each unit has a "Sélectionner ce plan" button at the bottom.

Durée	Volume	Prix
-3 mois	3m ³	70.18€/mois
+3 mois	5m ³	103.48€/mois
+6 mois	7m ³	124.88€/mois
+9 mois		
+12 mois		

Propositions de prix Boxify (Boxify, 2024)

Comme on peut le voir, les tarifs varient en fonction de la durée de stockage. Le coût du transport vers leur entrepôt influence aussi le prix : plus la distance est grande, plus c'est cher, ce qui est logique pour un service de déménagement.

Leur offre est personnalisée, et ils peuvent s'occuper de l'entreposage d'objets de tout type (machines industrielles, objets de grande valeur, objets lourds et encombrants...) en proposant des services complémentaires comme l'assurance, le transport national et international, la manutention, la protection et l'emballage.

4.2.5 Force (avantages concurrentiels)

Boxify se distingue par son modèle de stockage à la demande, qui offre une grande flexibilité aux clients. En prenant en charge le transport des biens vers l'entrepôt, Boxify simplifie le processus de stockage, ce qui est particulièrement attractif pour les clients urbains qui n'ont pas beaucoup de temps ou qui n'ont pas de véhicule. Leur approche en matière de service client est un de leurs gros points forts. Le fait qu'un opérateur soit dédié à chaque client pour répondre à ses questions et gérer ses besoins crée une relation de confiance, et offre un service plus personnalisé que celui des grandes entreprises.

Les entrepôts de Boxify sont bien placés, proches des grands axes routiers reliant Bruxelles, Anvers et Gand, ce qui rend l'accès et le transport des biens plus faciles et rapides. Cela permet aussi de réduire les délais et les coûts liés à la logistique. Dans leurs entrepôts, ils utilisent des étagères de grande hauteur et des chariots élévateurs, ce qui permet d'optimiser l'espace disponible et d'améliorer l'efficacité du stockage.

Boxify est capable de stocker une large gamme d'objets, qu'il s'agisse de machines industrielles, d'objets de grande valeur ou d'objets encombrants, tout en proposant des services complémentaires comme l'assurance et le transport international. Cette polyvalence leur permet de toucher un plus large marché.

4.2.6 Faiblesses (limites)

Contrairement aux modèles traditionnels de self-stockage où les clients ont un accès direct à leur espace, Boxify ne propose pas cette option. Les clients doivent planifier à l'avance pour accéder à leurs biens, ce qui peut être un inconvénient pour ceux qui ont besoin d'un accès fréquent. Le fait que certains coûts, comme les frais de récupération des biens, ne soient pas clairement mentionnés sur leur site web peut créer de la méfiance chez les clients potentiels. Ce manque de transparence peut être mal perçu, surtout si les clients découvrent ces frais seulement après avoir demandé un devis. D'ailleurs, il y a un avis négatif à ce sujet sur leur fiche Google.

Boxify dispose d'une petite camionnette pour les volumes de moins de 12m³, mais doit sous-traiter les services de transport pour les volumes plus importants. Cette dépendance envers d'autres entreprises peut limiter le contrôle de Boxify sur la qualité du service, et augmenter les coûts opérationnels, surtout si leurs partenaires augmentent leurs prix. L'accès limité aux biens stockés peut être une contrainte majeure pour les clients qui ont besoin d'accéder régulièrement à leurs affaires. Cette restriction peut dissuader certains clients qui préfèreraient un accès plus libre à leurs biens.

4.3 Adrien et fils

Adrien et Fils est une entreprise familiale située à Bruxelles, fondée en 1930. Elle propose des services de déménagement locaux et internationaux, principalement à Bruxelles et dans le Brabant flamand.

4.3.1 Présence et infrastructure

La société est présente à Bruxelles et dans le brabant flamand. Elle propose des services de déménagement locaux et internationaux. Elle possède ses propres camions et lifts. Elle donne un service complet concernant le transport : emballage, démontage/remontage, manutention... Elle soustrait quelques services comme les lifts spéciaux (monte-meuble du dixième étage jusqu'au 22^{ème} étage, monte-meuble pour les accès restreints nécessitant être démonté...)

4.3.2 Caractéristiques des installations

L'entreprise possède trois lieux de stockage. À Bruxelles, les clients peuvent stocker leurs affaires dans un box personnel, sécurisé par un cadenas, avec un accès via un ascenseur pour les étages supérieurs. Un vigile surveille les allées et venues, et des caméras de sécurité assurent une surveillance constante. L'accès est disponible de 7h30 à 17h00 du lundi au vendredi, et de 7h30 à 12h00 le samedi. Ce site est situé à Etterbeek, au centre de Bruxelles, ce qui peut être pratique, bien que l'accès soit parfois compliqué aux heures de pointe à cause du trafic.

Les deux autres lieux de stockage, à Overijse et Halle, fonctionnent comme des garde-meubles. Ici, les clients remplissent eux-mêmes des caisses en bois pour entreposer leurs affaires. Ils peuvent demander de l'aide, mais cela leur sera facturé. L'accès à ces caisses se fait uniquement sur rendez-vous, ce qui nécessite de prévenir à l'avance. Les caisses sont empilées dans l'entrepôt, avec un chariot élévateur pour les déplacer. Chaque caisse fait environ deux mètres de haut, et l'entrepôt, lui, a une hauteur de huit mètres, ce qui permet de superposer trois à quatre caisses.

4.3.3 Services complémentaires

Adrien et Fils propose aussi des services de déménagement pour les bureaux, qui nécessitent souvent le transport de grandes quantités d'affaires. Pour cela, ils disposent de grands camions de 50 à 60m³, capables de transporter beaucoup de choses en un seul trajet. Ils réalisent également des déménagements internationaux et offrent un service de groupage, qui permet de regrouper plusieurs envois vers des destinations comme l'Espagne, le Portugal ou l'Italie. Ils possèdent aussi des containers pour les déménagements maritimes et des remorques de 40m³ pour augmenter la capacité de chargement de leurs camions.

4.3.4 Service client

Le contact avec l'entreprise se fait principalement par mail ou par téléphone. Pour réserver un espace de stockage, la procédure est simple : il suffit d'envoyer une demande par mail ou via un formulaire en ligne. Le service devient plus personnalisé lorsqu'il s'agit de déménagements importants. Dans d'autres cas, les clients sont invités à utiliser le calculateur de volume sur leur site. Cependant, ce calculateur n'est pas toujours fiable, et il arrive souvent que le volume réel soit plus important que prévu. Cela peut être dû à un mauvais fonctionnement de l'outil ou à une sous-estimation des mesures par le client.

Calculateur de volume Adrien et Fils (Adrien et Fils, 2024)

Il est aussi important de noter que ces calculateurs, comme celui de Shurgard, peuvent être trompeurs car ils ne tiennent pas compte des espaces vides entre les objets lorsqu'ils sont superposés. Le seul moyen fiable reste une estimation basée sur des photos ou une visite sur place.

4.3.5 Forces (avantages concurrentiels)

Adrien et Fils bénéficie d'une solide réputation, construite depuis 1930, ce qui rassure les clients sur la qualité et la fiabilité de leurs services. Leur longue expérience leur donne une grande notoriété dans la région de Bruxelles.

Le fait qu'ils possèdent leurs propres camions et équipements de levage leur permet de contrôler la qualité de leurs services. Avec des installations de stockage à Bruxelles, Overijse et Halle, ils peuvent facilement servir leurs clients locaux et régionaux. Leur large gamme de services, incluant les déménagements locaux et internationaux, les solutions de garde-meubles, et les déménagements de bureaux, attire une clientèle variée. De plus, ils proposent des solutions d'entreposage à la fois similaires à celles de Shurgard (self-storage) et de Boxify (garde-meubles), ce qui leur permet de répondre à différents besoins.

Leurs prix de stockage sont compétitifs et adaptés à tous les budgets. Par exemple, pour un budget restreint, un client peut choisir un stockage en container ou en garde-meuble, ce qui est plus économique que le self-storage.

4.3.6 Faiblesses (limites)

Adrien et Fils pourrait être désavantagée par rapport à des concurrents comme Shurgard, qui offrent un accès plus flexible à leurs installations et une forte présence en ligne. Ces concurrents, grâce à leurs ressources plus importantes et leur expérience internationale, peuvent représenter une menace. Les clients s'attendent de plus en plus à des services rapides, flexibles, et technologiquement avancés. Si Adrien et Fils ne modernise pas ses outils et n'offre pas un accès plus flexible à ses installations, ils risquent de perdre des parts de marché.

Le calculateur de volume en ligne semble poser problème, car il donne souvent des estimations incorrectes. Cela peut entraîner des mécontentements ou des coûts supplémentaires pour les clients, nuisant à l'image de l'entreprise en termes de professionnalisme et de transparence. Ils pourraient remédier à ce problème en offrant un service plus personnalisé, même pour les petites demandes.

Enfin, bien que leur réputation soit solide, les tarifs pour les déménagements et les transports sont plus élevés que ceux de la concurrence, ce qui pourrait dissuader de nouveaux clients d'essayer leurs services.

4.4 Patar J

Patar J est une société familiale fondée il y a plus ou moins 50 ans. Elle est spécialisée dans le domaine du déménagement. Elle est située à Schaerbeek, proche de ma zone d'intervention. Elle gère tout type de services y compris l'entreposage.

4.4.1 Présence et infrastructure

Comme on peut le voir sur la carte ma société est présente à quelques mètres. Il s'agit de mon concurrent le plus direct car étant donné que nous sommes présents dans le même quartier les gens me comparent souvent avec cette société. Les internautes ont tendance à chercher une

société proche de leur domicile car une majorité des entreprises facturent le temps de déplacement vers le client.

Je profite que la carte soit visible ci-dessous pour mentionner que ma société a une position stratégique sur cette carte. Je n'ai plus de présence physique à Schaerbeek mais le fait d'être présent à Schaerbeek virtuellement nous permet de recevoir des demandes provenant de cette commune et celles aux alentours. La population est dense et le pouvoir d'achat des habitants des communes situés aux alentours est assez élevé (Etterbeek, Woluwe-Saint-Lambert). Pour l'entrepôt je créerai une fiche google mentionnant l'adresse exacte de l'entrepôt mais je continuerai à garder ma présence à Schaerbeek.

Patar J, par exemple n'a pas mentionné son entrepôt, sur Google Maps mais garde une seule position, celle de Schaerbeek qui est plus intéressante que celle où se situe leur entrepôt. La localisation sur Google est donc un élément stratégique. Il y a certaines sociétés qui situent leurs locaux sur différentes communes (je pense par exemple aux bureaux d'avocat) pour essayer de capter plus de clientèle. C'est ce que je pense faire et l'idée serait de créer une sorte d'agence virtuelle comme à Schaerbeek. L'objectif serait de faire apparaître ma société sur d'autres zones stratégiques en partageant aux clients l'idée d'un service local (proposition d'un devis dont le déplacement est gratuit, livraison de matériel gratuite). Il y a très peu de gens qui se déplacent sur place. Sur les trois années de travail, j'ai eu uniquement deux personnes qui se sont déplacés en pensant que nous avions nos bureaux à Schaerbeek alors que nous avions juste un garage. Cependant, je ne néglige pas que la présence physique pourrait être également un moyen de se faire connaître, surtout si le bureau est visible et se situe dans une zone à forte très fréquentée.



Localisation de la société RVF Movers et Patar J (Source : GoogleMap 2024)

4.4.2 Caractéristiques des installations

Patar J est principalement présente à Bruxelles, avec un entrepôt à Overijse. Pour le service de stockage, l'accès aux affaires entreposées est payant. Les affaires sont stockées dans des caisses en bois, mais il n'est pas possible de louer une caisse de stockage sans utiliser leur service de transport.

4.4.3 Service complémentaire

Patar J propose divers services complémentaires au déménagement, comme le démontage de meubles. Ils ne sous-traitent aucune demande et possèdent tout le matériel nécessaire pour offrir un service complet, comme de grands lifts et des lifts pour les accès restreints. Ils organisent aussi des transports réguliers vers des destinations internationales et offrent un service de groupage.

4.4.4 Service client

Le contact avec Patar J se fait principalement par téléphone ou par mail. Toutes les informations de contact et sur l'entreprise sont disponibles sur leur site. Cependant, il est impossible de connaître leurs tarifs sans les contacter d'abord. Ils proposent des visites sur place pour évaluer les besoins. Patar J ne s'occupe pas des petits volumes, préférant se concentrer sur les grands déménagements et les transports internationaux. Ils sont donc assez sélectifs dans le choix de leurs clients en fonction de la quantité de travail à réaliser.

4.4.5 Forces (avantages concurrentiels)

L'une des forces principales de Patar J c'est le fait que ce soit une société familiale qui existe depuis environ 50 ans. Cette longue expérience leur a permis de construire une solide réputation dans le domaine du déménagement en Belgique. Grâce à leurs nombreuses années d'activité, ils ont pu acquérir beaucoup d'expérience et une large clientèle. L'entreprise bénéficie d'une localisation stratégique. En effet elle située au nord de Bruxelles proche du centre et des communes avec un fort pouvoir d'achat.

Patar J propose une gamme complète de services liés au déménagement, incluant le démontage de meubles et le transport international. Ils possèdent tout le matériel nécessaire, ce qui leur permet de répondre à presque toutes les demandes sans avoir à sous-traiter. Cela lui permet également de maintenir un haut niveau de qualité dans ses prestations. Ils sont équipés pour gérer aussi bien les déménagements locaux que les internationaux et il offre même des services de groupage.

4.4.6 Faiblesses (limites)

Contrairement à d'autres entreprises, il n'est pas possible de louer une caisse de stockage chez Patar J sans utiliser leur service de transport. Cela peut être un inconvénient pour les clients qui souhaitent seulement entreposer leurs affaires. De plus l'accès au stockage est très limité. Les tarifs de Patar J ne sont pas disponibles en ligne. Les clients doivent les contacter directement pour obtenir une estimation, ce qui peut être un frein pour ceux qui préfèrent comparer les prix rapidement.

5. Etude quantitative

5.1 Méthodologie

J'ai mené une étude quantitative avec un objectif marketing précis : comprendre les besoins de mes futurs clients en matière de stockage. Cette étude me permettra aussi de mieux cibler la population en fonction de leur âge, sexe, localisation... Il est important de préciser que j'ai uniquement interrogé des clients particuliers. Comme mentionné précédemment, il y a plus de particuliers qui souhaitent stocker des affaires que de professionnels, donc c'est plus pertinent pour moi de me concentrer sur eux.

Ces informations sont cruciales pour me permettre de prendre de meilleures décisions stratégiques, notamment pour ma campagne Google Ads, que je détaillerai plus tard. Le but de cette campagne sera de mieux cerner les besoins des clients qui recherchent un espace de stockage, que ce soit en termes de localisation, de taille...

J'ai réalisé le sondage de deux manières : d'abord en envoyant un questionnaire via Google Forms, puis en appelant directement certaines personnes pour leur poser les questions. Dans l'échantillon, la plupart des gens cherchaient une solution de stockage, même s'ils n'étaient pas tous sûrs d'en avoir besoin. Par exemple, certains voulaient juste se renseigner sur le service, tandis que d'autres savaient déjà ce qu'ils voulaient.

Je n'ai pas demandé à ceux qui ne connaissent pas le service ou qui ne sont pas intéressés de remplir le questionnaire, car je préfère me concentrer sur les personnes qui sont déjà en phase de recherche. Je n'ai pas le budget pour lancer une campagne Google de branding visant tout le monde, donc je cible d'abord ceux qui sont déjà familiers avec le service.

Comme je gère une société de déménagement, il m'a été facile de trouver les bonnes personnes à interroger. En effet, dans le déménagement, il arrive parfois que les clients aient besoin d'un espace de stockage. Ce n'est pas une demande fréquente, et certains ne savent même pas qu'une entreprise de déménagement peut offrir ce genre de service. Quand j'ai ce type de demande, je trouve toujours une solution, même si je n'ai pas d'entrepôt propre. Cela m'a permis de bien comprendre le processus de stockage, de poser les bonnes questions dans le formulaire, et d'analyser les réponses de manière plus précise.

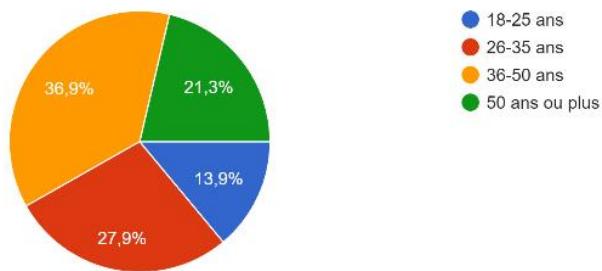
Je collabore aussi avec une société qui vend des prospects intéressés par des services de déménagement. La plateforme s'appelle Déménagement365. Parmi ces prospects, certains avaient besoin de stockage. Comme ils n'étaient pas forcément intéressés par mon entreprise, je les ai appelés pour leur poser directement les questions du formulaire. Enfin, j'ai également obtenu des contacts intéressés par le stockage grâce à la société avec laquelle je suis en partenariat. Cette dernière propose un service de garde-meuble, ce qui m'a permis d'accéder à encore plus de prospects.

5.2 Analyse des résultats

Les premières questions concernent l'âge, le sexe et le lieu d'habitation.

Quel est votre tranche d'âge ?

122 réponses



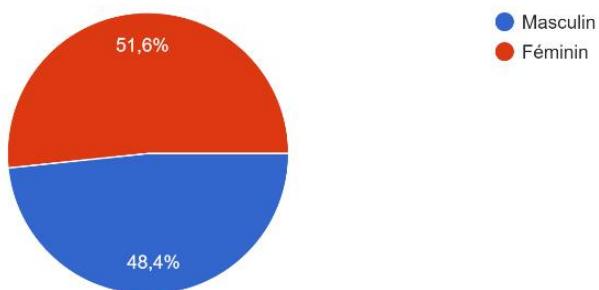
Âge des potentiels clients qui souhaitent entreposer des affaires, 2024

On peut voir dans le graphique que les principaux intéressés par ce service sont des personnes âgées de plus de 25 ans. Cela peut être lié à leur pouvoir d'achat. En effet, les jeunes de moins de 25 ans sont pour la plupart encore aux études et n'ont pas toujours les moyens de payer un tel service. Parfois, ce sont leurs parents qui s'occupent des frais. Je fais ce constat car, dans le domaine du déménagement, c'est souvent le cas. Les étudiants me contactent souvent pour les options les moins chères. Ils demandent généralement à louer un camion sans chauffeur ou parfois seulement un lift pour descendre les meubles qui ne passent pas par l'ascenseur ou par l'escalier.

Dans ma stratégie, je ciblerai plutôt les personnes déjà en âge de travailler, généralement celles de plus de 25 ans. Il est également important de mentionner qu'il existe beaucoup de personnes de plus de 50 ans qui sont intéressées par ce service, comme dans le déménagement. Cependant, à partir de soixante ou septante ans, ces personnes sont souvent aidées par leur famille pour les démarches. En effet, il arrive que ce soit leurs enfants qui me contactent, entament les démarches, choisissent la société, signent le devis et paient le service. Ainsi, le public visé reste principalement les personnes âgées entre 30 et 50 ans.

Quel est votre genre ?

122 réponses

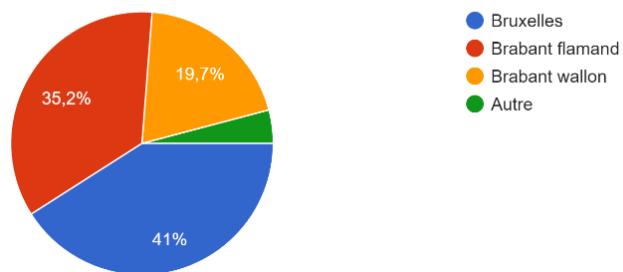


Genre des potentiels clients qui souhaitent entreposer des affaires, 2024

Concernant le genre, je constate qu'il n'y a pas de différence significative. Dans le domaine du déménagement, je reçois également une proportion similaire de demandes provenant des deux sexes. Il n'y a donc pas de remarque particulière à faire, puisque la répartition est presque égale. Il s'agira donc de cibler les deux genres dans mes publicités.

Où habitez vous ?

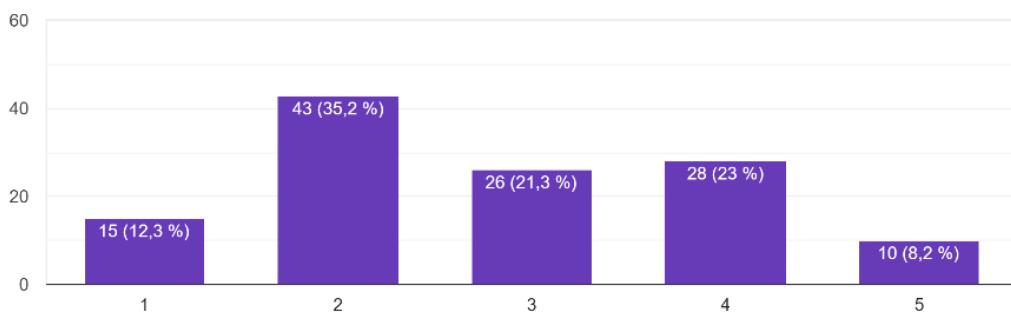
122 réponses



Localisation des potentiels clients qui souhaitent entreposer des affaires, 2024

Critère pour le choix de l'espace de stockage : Etre proche du lieu de domicile

122 réponses



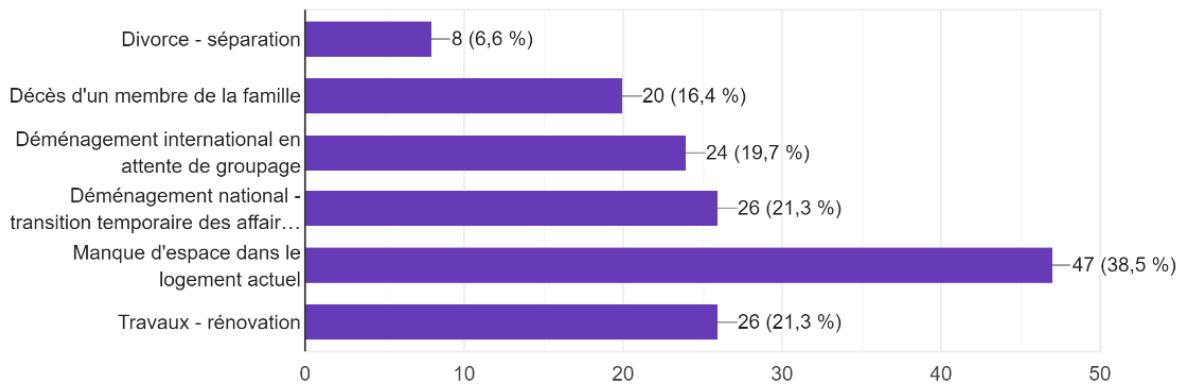
Nombre de clients potentiels souhaitant entreposer près de leur domicile, 2024

En ce qui concerne la localisation des clients, la majorité provient de Bruxelles, ce qui est logique, car la plupart de mes clients pour le déménagement sont Bruxellois. Il est intéressant de noter qu'il y a également beaucoup de demandes provenant du Brabant wallon et du Brabant flamand. Cela s'explique par le fait que de nombreuses personnes des périphéries viennent habiter à Bruxelles ou dans les environs. D'autres restent dans la même province, mais choisissent tout de même de faire appel à une entreprise bruxelloise, car elle n'est pas loin et propose des tarifs plus compétitifs que les entreprises locales.

Concernant les questions liées aux critères de choix pour un espace de stockage, les répondants devaient évaluer chaque élément selon une échelle de « pas important », « peu important », « avis mitigé », « important », « très important ». Chaque élément correspondait à un numéro sur le graphique allant d'un à cinq, cinq étant « très important ». Ce qui est intéressant, c'est que pour la plupart des répondants, le fait que le garde-meuble soit proche de leur domicile n'a pas vraiment d'importance. Cela me conduit à conclure que je peux choisir un entrepôt qui ne soit pas forcément à Bruxelles, où les loyers sont souvent très élevés. Je privilégierais plutôt les périphéries, où de nombreux entrepôts viennent d'être construits et sont plus abordables.

Quels sont les raisons qui vous ont poussé à vouloir stocker ?

122 réponses



Principales raisons qui amènent les clients potentiels à entreposer, 2024

Le critère le plus important concerne le manque de place dans le logement actuel du répondant. Il arrive parfois que l'on m'appelle pour déplacer quelques objets, car les gens n'ont pas d'endroit où stocker le surplus de leurs affaires. Ils n'ont pas de cave ou de garage, ou bien ces derniers sont déjà remplis. Souvent, il s'agit de meubles qu'ils souhaitent remplacer mais qu'ils ne veulent pas jeter ou donner. Ce sont généralement des objets qui ne sont plus utiles et qui seront entreposés pour le long terme.

Une autre raison pour le stockage concerne l'entreposage d'affaires en vue d'un déménagement national, ce qui a intéressé 26 personnes (soit 21,3 % des personnes interrogées). Il s'agit d'un transit entre l'ancienne et la nouvelle adresse. Parfois, les gens sont obligés de quitter leur logement et, le temps de trouver une nouvelle demeure, ils doivent entreposer leurs affaires quelque part. Il arrive aussi que des clients aient besoin d'un espace pour stocker de nouvelles pièces qu'ils achètent avant de déménager. Il s'agit souvent d'un stockage à court terme.

Concernant les travaux et rénovations, il peut s'agir d'un stockage partiel ou complet d'un logement. En effet, parfois, ce sont juste des travaux de rénovation pour une seule pièce de la maison, et parfois, c'est la maison entière qui est à rénover. Le volume est donc très variable d'un cas à l'autre. La durée du stockage varie également. Il peut s'agir de travaux nécessitant uniquement un rafraîchissement (peinture, décoration...) ou d'une rénovation complète (réaménagement, mise en conformité de l'électricité...).

Les déménagements internationaux sont également un critère important (19,7 %). Il s'agit, comme pour les déménagements nationaux, d'un transit, mais ici, dans l'attente d'un groupage. Le groupage permet aux déménageurs de regrouper plusieurs clients qui souhaitent déménager vers la même destination et de partager les coûts. Il est donc plus économique d'entreposer les

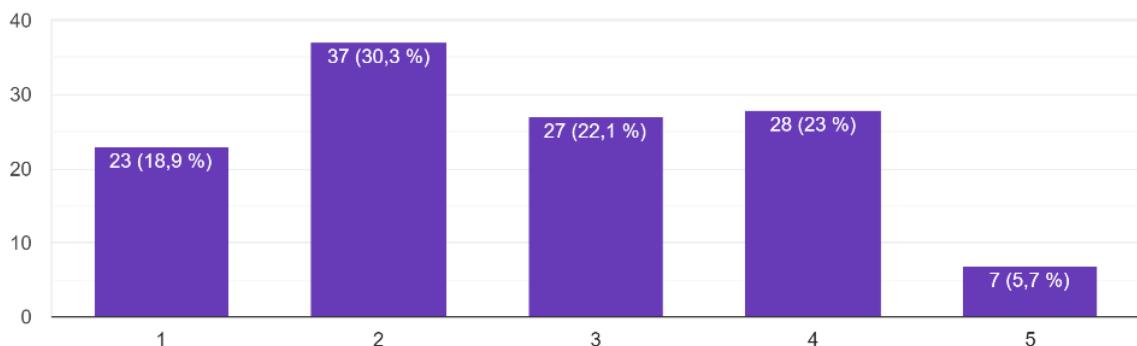
affaires en attendant de trouver une entreprise de déménagement qui propose la destination internationale souhaitée.

Les dernières raisons incluent le décès d'un membre de la famille (16,4 %) et la séparation (6,6 %). Dans le premier cas, ce sont généralement les enfants de parents décédés qui me contactent. Ils ne savent pas encore quoi faire des affaires du défunt : les vendre, les donner, les jeter ou les partager entre héritiers. Ils doivent toutefois vider le logement pour le vendre ou le rendre au propriétaire s'il était loué, et en attendant de prendre une décision, ils doivent entreposer ces affaires quelque part.

Concernant les divorces ou séparations, le besoin de stockage est assez rare, car la plupart du temps, les gens trouvent un accord pour se répartir les affaires et coordonnent les deux déménagements. Dans ces cas, je réalise le déménagement (parfois le même jour) vers deux adresses différentes. Il arrive aussi qu'une des deux personnes reste dans l'ancien logement, et qu'il n'y ait donc qu'un seul déménagement à effectuer. Dans d'autres cas, il se peut qu'un des membres doive quitter immédiatement le logement et doive donc entreposer ses affaires en attendant de trouver une nouvelle maison.

Critère pour le choix de l'espace de stockage : Avoir accès à son espace de stockage

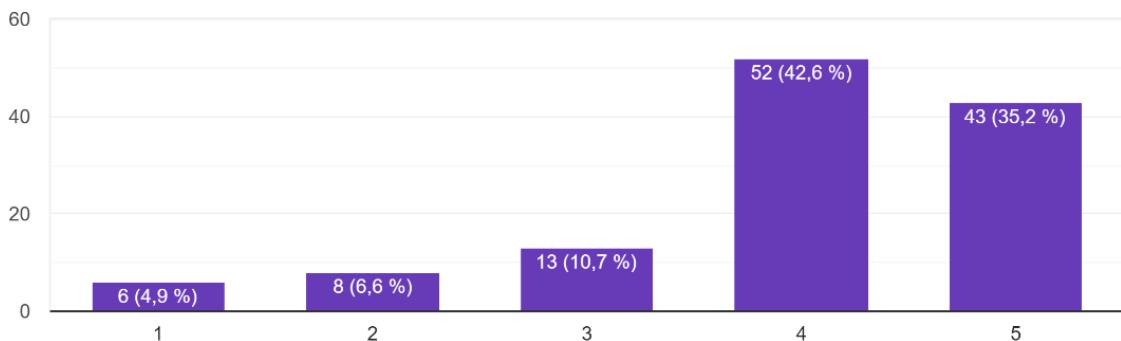
122 réponses



Nombre de clients potentiels souhaitant avoir accès à son espace d'entreposage, 2024

Dans ce graphique on peut s'apercevoir que très peu de personne donne de l'importance à l'accès au stockage. Le fait de proposer nous-mêmes la manutention des affaires est une alternative au self-stockage. De plus, il y a un avantage économique et sécuritaire lié au fait de ne pas donner accès sans rendez-vous. En effet, il y a un meilleur contrôle car on sait qui rentre et qui sort et quels sont les objets entreposés. C'est moins cher car on optimise l'espace. Il n'y a pas besoin de créer un chemin pour accéder à chaque box. La box peut être mise à disposition du client quand celui-ci le demande. Cela peut se dérouler moyennant rémunération comme le font les concurrents.

Critère pour le choix de l'espace de stockage : Que l'espace soit sécurisé ou sec
122 réponses

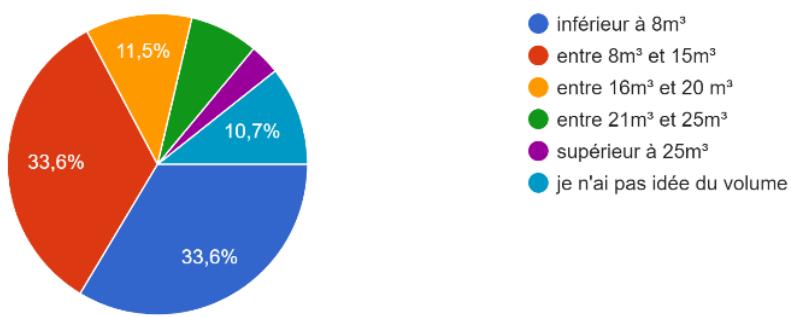


Nombre de clients potentiels souhaitant avoir un espace sec ou sécurisé, 2024

On peut constater que le service de garde-meuble doit être sûr et sec. Ce n'est pas le cas dans tous les garde-meubles, et parfois, le client ne se rend pas directement sur le site pour vérifier ces critères. Il fait confiance aux informations fournies en ligne, car c'est par ce moyen qu'il contacte une société. Il est donc crucial que les informations concernant la sécurité (systèmes utilisés) et l'environnement sec (entrepôt chauffé) soient clairement affichées sur mon site et qu'elles soient convaincantes, car ce sera un facteur déterminant pour le prospect.

volume du box souhaité

122 réponses



Volume souhaité pour entreposer, 2024

La taille du volume est très variable, mais il y a quand même une grande demande pour les volumes entre 0 et 15 m³ (67,2 %). Une grande partie des personnes interrogées n'avait pas d'idée précise du volume dont elles avaient besoin. Cela pourrait être une opportunité, car je pourrais proposer, dans mon offre, une évaluation du volume, comme je le fais pour mes services de déménagement. Cela m'aidera à me démarquer de la concurrence qui propose

uniquement des outils en ligne, souvent peu précis pour évaluer le volume réel. Cette évaluation pourrait se faire via un appel vidéo, permettant au client de se rassurer quant au choix du volume de stockage. Il est également important de rester flexible par rapport à la demande du client, car il se peut que celui-ci se trompe et sous-estime son volume. Il faudra alors être capable de lui proposer des alternatives, comme un box plus grand et un contrat qui peut s'adapter en fonction du volume réel à stocker.

6. Business Model Canvas

Selon Hub.Brussels (2023), le Business Model Canvas est un outil qui permet aux entrepreneurs de lancer leur idée de projet. Cette méthode, conçue par Alex Osterwalder, se compose de 9 postes.



Business Model Canvas (Blog Gestion de projet, 2022)

La partie à gauche décrit la manière dont l'entrepreneur va travailler, tandis que la partie droite se concentre sur les clients : comment faire connaître le service, et comment ce service pourra être contracté. Enfin, la partie inférieure concerne les revenus et les frais à prévoir.

6.1 Partenaires clés

Il est important d'expliquer que nous essayons de réduire au maximum les coûts. Pour y parvenir, il y a beaucoup de choses que nous pouvons faire nous-mêmes, que ce soit au niveau administratif, opérationnel... Par exemple, pour le marketing, nous n'avons pas besoin de faire appel à une agence, car j'ai acquis de l'expérience dans le domaine de la publicité en apprenant moi-même grâce à des vidéos sur YouTube. Cependant, nous avons tout de même besoin d'aide dans certains domaines, et c'est pour cette raison que je détaillerai ce que nous pouvons faire nous-mêmes ou pas.

Dans le service de stockage, il est souvent nécessaire de transporter les affaires pour le client, et il arrive parfois que le client demande également un service d'emballage. En termes de transport, je suis bien équipé (camions, lifts, etc.). Par contre, pour l'emballage, j'aurai besoin d'être fourni en cartons, film plastique, rubans adhésifs, particules de remplissage, papier journal et papier bulle.

Pour les cartons, il est plus intéressant de se fournir directement auprès de grandes usines et de passer une grande commande afin de bénéficier de réductions sur le prix unitaire du carton. Je me fournirai auprès de VPK Group, qui a des usines en Flandre. J'ai la capacité de stocker environ 3 000 cartons dans un de mes garages. Même si les usines se trouvent loin de Bruxelles (environ une heure de route), je peux transporter cette commande moi-même, ce qui aidera à réduire le coût. La demande en cartons est assez importante, donc il est intéressant de passer une grande commande, car le stock sera vite épuisé. En revanche, pour le reste du matériel, je me fournirai chez Movers Shop, une société basée à Bruxelles spécialisée dans le matériel de déménagement.

Pour le stockage, j'utiliserais des boîtes en bois. Je me procurerai les planches en bois auprès de magasins de bricolage comme Brico, Hubo, Gamma, etc. Je fabriquerai moi-même les boîtes, car les boîtes préfabriquées coûtent très cher. Dans un premier temps, je ferai cela moi-même, puis je réévaluerai la nécessité d'acheter des boîtes. Si c'est le cas, mon fournisseur sera Movers Shop. On peut trouver sur internet des plans pour la fabrication de ces caisses en bois et s'aider de tutoriels pour le traitement du bois et des conseils pour bien le travailler : type de bois à acheter, vis à utiliser, durabilité du matériel...



Caisse en bois pour entreposage (Doc Emballage, 2022)

En ce qui concerne l'assurance de l'entrepôt, j'ai déjà parlé avec un courtier basé à Schaerbeek. Pour l'instant, la compagnie d'assurance est à déterminer, car tout dépend de la date à laquelle

je souhaite commencer le contrat. Il est essentiel de préciser que je souhaiterais louer un entrepôt en Flandre, près de Bruxelles. Je n'ai pas les fonds nécessaires pour l'achat. Il se situera près de mon domicile, au nord de Bruxelles, aux alentours de Zaventem, Vilvoorde, Machelen...

Concernant le système de sécurité, je travaillerai avec la société Verisure. Ils proposent un système de surveillance 24 heures sur 24. Ainsi, il n'est pas nécessaire qu'une personne soit présente sur place pour surveiller les lieux. La surveillance se fait à distance grâce à un opérateur qui reçoit les alertes du système de sécurité en temps réel et qui avertit la police ou les pompiers si nécessaire. Ils proposent des capteurs qui détectent toute tentative d'intrusion, comme une porte ou une fenêtre forcée, ou un mouvement inhabituel à l'intérieur de l'entrepôt. Verisure offre également des caméras de surveillance permettant de surveiller les activités à l'intérieur et à l'extérieur du bâtiment. Ces caméras sont équipées de fonctions telles que la vision nocturne et l'enregistrement HD. Elles peuvent être configurées pour enregistrer automatiquement lorsqu'elles détectent un mouvement, offrant ainsi une preuve vidéo en cas d'incident. Je peux visionner les images des caméras en temps réel via une application mobile, ce qui me permettra de surveiller l'entrepôt même lorsque je ne suis pas sur place. Ils proposent également des détecteurs de fumée intégrés au système d'alarme, permettant une réaction rapide en cas d'incendie. Tous les systèmes Verisure sont connectés à un centre de télésurveillance opérationnel 24/7. En cas d'alerte, les agents de télésurveillance sont immédiatement informés et peuvent prendre les mesures appropriées : contacter les propriétaires, alerter les forces de l'ordre, ou envoyer des agents de sécurité sur place si nécessaire.

En ce qui concerne la publicité, j'utiliserais essentiellement Google Ads. Selon Olivier Andrieu (2023), Google est le moteur de recherche le plus utilisé en Occident, représentant plus de 90% des recherches sur internet, devançant ainsi les moteurs tels que Yahoo, Bing, DuckDuckGo, etc.

J'établirai des partenariats avec des sociétés de déménagement qui ne possèdent pas d'espaces de stockage afin de leur proposer mes services. Je le ferai également avec les agences immobilières, qui sont souvent les premières à savoir lorsqu'un client déménage. Dans un premier temps, je me concentrerai sur les agences situées dans la région de Bruxelles afin de proposer un service plus personnalisé en termes de proximité. Je contacterai également les courtiers en crédit immobilier.

Comme nous l'avons vu, une des raisons pour lesquelles les gens souhaitent entreposer leurs biens est liée à des travaux qu'ils envisagent, nécessitant ainsi de dégager de l'espace pendant leur réalisation. Il est donc pertinent de contacter des entreprises actives dans le secteur de la construction pour proposer des services de transport et de stockage. Par exemple, les entreprises de rénovation résidentielle, les entrepreneurs généraux, et les sociétés spécialisées dans les projets de construction sont souvent confrontés à des chantiers où les clients doivent temporairement libérer des meubles et des biens personnels pour permettre la réalisation des

travaux. Les architectes et designers d'intérieur, souvent impliqués dans la planification et l'exécution de projets de rénovation, peuvent également recommander des solutions d'entreposage à leurs clients pour faciliter le bon déroulement des travaux. Il est essentiel d'offrir des options de stockage flexibles, car les délais des projets de construction peuvent varier.

Le partenariat avec ces sociétés pourrait se structurer comme suit : nous établirons un accord de partenariat avec les entreprises de construction, qui recommanderont systématiquement nos services de garde-meuble à leurs clients. En échange, nous pourrions offrir une commission sur les contrats conclus ou des réductions spéciales pour leurs clients.

Il arrive parfois qu'un client rencontre des difficultés pour effectuer ses paiements. Je pourrais proposer un plan de paiement avec intérêts dans ce cas, si le client le souhaite. Malheureusement, il peut aussi arriver que certains clients ne souhaitent pas payer. Ils peuvent avoir d'autres dettes ou choisir d'ignorer les rappels. Dans ce cas, je ferai appel à une société de recouvrement pour m'aider à récupérer la totalité ou une partie de la dette. Je contacterai la société Interencaiss, qui gère mes factures impayées. Cette société contacte le client et tente de trouver un arrangement : paiement échelonné, paiement complet, etc. Si le client ne répond pas aux appels, un recommandé est envoyé. Tout cela respecte les procédures légales en matière de recouvrement de dettes.

Concernant l'entreposage, nous aurons besoin d'un chariot élévateur pour soulever les caisses en bois. Nous choisirons la marque Toyota en raison de sa fiabilité et de la disponibilité des pièces de rechange. En cas de panne, nous essaierons de réparer la machine nous-mêmes. Cependant, si nécessaire, nous pourrons faire appel à un atelier mécanique agréé par Toyota. Toyota offre des programmes d'entretien régulier pour prévenir les pannes et maintenir les chariots en parfait état de fonctionnement. Ils assurent un service de réparation rapide et efficace pour minimiser les temps d'arrêt et peuvent aider à réparer une panne urgente moyennant rémunération. De plus, ils proposent des formations pour les opérateurs de chariots élévateurs, permettant de respecter les normes de sécurité et de maximiser l'efficacité des opérations. Il serait intéressant de suivre ces formations afin de bien utiliser le chariot.

Pour mon activité principale, j'investis dans des plateformes qui génèrent des prospects. Parmi ces clients potentiels, il y a souvent des demandes pour des services d'entreposage. Ces plateformes utilisent des sites web bien référencés et des campagnes marketing pour attirer des visiteurs recherchant des services de déménagement. Ces visiteurs remplissent un formulaire en ligne, détaillant leurs besoins spécifiques (date, destination, type de déménagement...). Les demandes sont ensuite filtrées et qualifiées en fonction de critères spécifiques pour s'assurer qu'elles répondent aux exigences des entreprises de déménagement partenaires. Une fois qualifiées, les prospects sont envoyés aux sociétés de déménagement inscrites sur la plateforme. Selon la plateforme, ces prospects peuvent être exclusifs (envoyés à une seule entreprise) ou partagés (envoyés à plusieurs entreprises). Par exemple, sur la plateforme Triglobal, la demande

est envoyée à 2 ou 3 sociétés de déménagement. Je travaille également avec la plateforme Déménagement 365, où les demandes sont envoyées à 5 ou 6 sociétés. Les sociétés de déménagement paient une somme fixe pour chaque prospect reçu, indépendamment de la conversion de ce prospect en client final. Le coût par prospect peut varier en fonction de la qualité et des spécificités du prospect (distance du déménagement, type de service demandé...) Sur Déménagement 365, je peux payer pour un filtre qui me permettra de recevoir uniquement les demandes pour des logements supérieurs à une pièce.

Je pourrais également leur proposer un forfait groupé, en créant des offres incluant des services de déménagement, d'entreposage et de retour des biens après la fin des travaux, à un tarif réduit pour les clients des entreprises partenaires. Concernant le secteur de la construction, je pourrais participer à des salons professionnels, à des événements de l'industrie du bâtiment, ou organiser des présentations pour les entreprises de construction afin de leur faire découvrir les avantages de nos services.

6.2 Activités clés

Je souhaite mettre en location des petits box de stockage avec des capacités de 8 m³ et 10 m³. En combinant ces box, je pourrai proposer les volumes suivants : 8, 10, 16, 18, 20 et 24 m³. Je proposerai à mes clients des services de transport et de déménagement. Dans un premier temps, l'accès au garde-meuble se fera moyennant paiement. Par la suite, lorsque l'activité aura grandi, je proposerai également un garde-meuble en libre-service.

Je vendrai également le matériel d'emballage, comme décrit précédemment. En outre, je proposerai des services d'emballage, de démontage et de remontage de meubles. Ce sont les services les plus demandés et les plus utiles lors d'un déménagement ou d'un transport. Si le client le souhaite et si ma disponibilité le permet, je proposerai aussi d'autres petits services, tels que : des travaux de peinture, l'accrochage d'objets au mur (télévisions, tableaux...), et des réparations mineures de meubles.

6.3 Proposition de valeur

Je propose à mes clients un service complet allant de l'emballage au stockage de leurs affaires. Tout cela se déroulera dans un environnement sûr et sec, facile d'accès pour les clients qui souhaitent entreposer eux-mêmes leurs affaires. Je fournirai un service plus personnalisé que celui de mes concurrents comme Shurgard, Lock'o et MySafestore. Via WhatsApp ou par e-mail, je proposerai aux clients d'envoyer des photos des objets à stocker afin de les aider à choisir le garde-meuble le plus adapté. Pour les volumes importants, c'est-à-dire supérieurs à 20 m³, je me déplacerai sur place pour effectuer une évaluation gratuite et sans engagement. Je fournirai également des conseils pour leur déménagement. E

6.4 Ressource clés

Concernant les ressources financières, je pourrais solliciter un soutien bancaire en passant par mon courtier, qui pourrait contacter Europabank. Initialement, je ne prévois pas d'emprunter d'argent, mais cette option restera disponible si des besoins de liquidités imprévus surviennent. Si l'activité se développe de manière significative, emprunter pourrait devenir pertinent pour financer des projets d'expansion, tels que l'achat d'un entrepôt ou de matériel comme des chariots éléveurs. Actuellement, grâce à la société de déménagement, je génère des liquidités mensuelles comprises entre 5 000 et 10 000 €, ce qui me permet de couvrir le loyer et les frais fixes. Je pourrais ainsi économiser en deux à trois mois pour couvrir la garantie locative nécessaire.

En ce qui concerne le personnel, je prendrai en charge la partie commerciale et administrative, y compris la gestion des campagnes Google Ads. Je solliciterai l'aide de ma sœur ou de mon frère pour des tâches moins spécialisées. Pour la gestion opérationnelle, les employés existants de la société de déménagement contribueront au nouveau service de stockage.

Pour la gestion des opérations, j'utiliserai le logiciel Odoo, qui me permettra de gérer la comptabilité, les contrats et les opérations de stockage. Le site web existant, pour lequel je paie déjà un abonnement, sera utilisé pour intégrer les informations nécessaires concernant les services de stockage.

6.5 Relation client

Je communiquerai avec mes clients via l'application de messagerie WhatsApp, car de nombreux clients actuels me contactent déjà par ce biais. Je serai également disponible par téléphone et par e-mail professionnel. Je serai aussi présent sur les réseaux sociaux tels que Facebook et Instagram, mais je veillerai à diriger tous mes clients vers le site internet ou mon numéro de téléphone. Je fournirai le maximum de conseils et d'informations utiles par téléphone ou par e-mail afin d'attirer les clients. De plus, je mènerai régulièrement des enquêtes de satisfaction à l'aide de formulaires en ligne anonymes pour améliorer le service. Cela permettra aux clients de laisser des commentaires en toute confiance.

Je mettrai également en place un programme de fidélité offrant des réductions aux clients utilisant les services de stockage à long terme ou pour des volumes importants. Je veillerai à partager le lien de ma page Google Business pour que les clients puissent déposer leurs avis, et pour que ceux qui trouvent mon entreprise sur Google Maps puissent voir les avis des autres clients.

6.6 Canaux

Les clients potentiels pourront réserver leur espace de stockage via le site internet. Je développerai des pages supplémentaires sur le même domaine que celui de ma société de déménagement.

Voici à quoi ressemble la première page

The screenshot shows a website for storage services. At the top, there is a navigation bar with links: Accueil, À propos, Contact, Galerie, and Tarifs (which is highlighted). To the right of the navigation bar are three contact buttons: "Visite-Devis gratuit" (with a briefcase icon), "04 88 423 823" (with a phone icon), and "info@RVFmovers.com" (with an envelope icon). Below the navigation bar, a large button says "Réservez votre BOX !" (Reserve your box!). Underneath it, the text "Nous estimons le volume pour vous" (We estimate the volume for you) is displayed. A modal window is open, showing price options: "Prix 22m3", "Prix 45m3", "Déménagement international", and "Garde meuble". In the center of the page, there is a text block: "Bruxelles et ses alentours ? Notre service de stockage est la solution. Espace de rangement sec et sécurisé !". Below this, a red button says "Tarifs >". Further down, the text "Contactez-nous pour obtenir plus d'informations et réservez votre espace de stockage dès maintenant." is followed by a red button with the phone number "+32488 423 823" and a green message icon with a red notification dot. At the bottom, there are four service highlights with images: "Sécurité Maximale" (padlock image), "Environnement sec" (warehouse image), "Tarifs Compétitifs" (piggy bank image), and "Service de transport" (truck image). Each highlight has a detailed description below it.

Nos Tarifs

Promo pour les périodes de stockage de + 6 mois !



Il y aura un onglet spécial pour les services de stockage. Ils pourront envoyer leur demande via un formulaire. Celui-ci permettra aux clients de rentrer les données dont ils estiment nécessaire. Il pourra placer le volume qu'il estime ou il aura le choix de cocher une case pour nous faire savoir qu'il ne sait pas estimer le volume. Il sera également capable de mettre ses coordonnées ; nom, prénom, adresse... Ensuite je recevrai toutes ces données par mail pour pouvoir leur proposer une offre.

Réservez votre BOX !

Nous estimons le volume pour vous

Nom

Téléphone *

E-mail

Estimation du volume

<input checked="" type="checkbox"/> 8m ³	<input type="checkbox"/> 24m ³
<input type="checkbox"/> 10m ³	<input type="checkbox"/> 30m ³
<input type="checkbox"/> 16m ³	<input type="checkbox"/> >30m ³

<input type="checkbox"/> Visite gratuite à domicile
<input type="checkbox"/> Estimation par vidéo

Commentaires

Demander un devis

Je publierai sur le site toutes les informations utiles pour le client. La localisation de l'entrepôt ainsi qu'une carte indiquant l'accès. J'ajouterai un espace où je publierai des photos des services prestés pour donner plus de confiance aux clients, comme je l'avais fait pour la partie déménagement.

Concernant la page Facebook, bien que je ne prévoie pas d'investir d'argent au début, je publierai des informations sur le nouveau service de garde-meuble et des photos du matériel disponible dès que nous l'aurons. Par exemple, des photos des box de stockage, de l'entrepôt, des systèmes de sécurité, des camions, des chariots élévateurs, et du matériel de transport. Pour Instagram, je publierai les mêmes informations que sur Facebook et mettrai en ligne des stories pour promouvoir le service.

J'ai quelques bases concernant le SEO et j'essaierai également d'améliorer mon positionnement sur le moteur de recherche Google. Je suis conscient que la concurrence est rude, je me baserai dans un premier temps sur les mots clés à faible recherche afin d'avoir de meilleurs résultats. Cela avait fonctionné pour ma page de déménagement avec le mot clé « déménagement »

intercontinental » et j'ai eu plusieurs demandes de personnes qui souhaitaient déménager à l'étranger. Il s'agissait pour la plupart de personnes qui travaillaient dans des ambassades. Je pourrai faire de même avec le service de stockage.

Je mettrai également à jour mes cartes de visite dans lequel je ne mentionne pas le service de garde-meuble. Il est intéressant de le faire car je distribue ces cartes à tous mes clients et il faut qu'il soit conscient que je ne serai plus une simple entreprise de transport mais bien une société qui propose toute sorte de service. Il m'est arrivé par exemple que des clients me demandent si nous possédons un lift. Certains pensaient que j'étais tout seul et que je proposais uniquement un service de transport avec camion alors que notre gamme de prestation est bien plus large. Les cartes de visites je les ferai moi-même grâce au programme Adobe Illustrator. J'aurai donc la possibilité de réaliser les changements que je veux instantanément et pour un cout moins cher. Le modèle sera envoyé vers une imprimerie qui me fournira donc les cartes de visites selon le grammage et les dimensions choisis du papier.

Même si cela ne sera pas fait dans la première année d'activité, il convient de réfléchir à d'autres canaux de publicité afin de ne pas dépendre de quelques-uns. Je peux par exemple faire connaître ma société grâce à la publicité payée dans les journaux. En effet, on peut contacter le service correspondant afin de payer un article dédié à notre société par exemple. Un autre type de publicité concerne une annonce graphique qui peut occuper de la place dans plusieurs articles en ligne ou dans un journal en format papier. Ou il peut s'agir également d'une section entièrement dédiée à la publication de petites annonces divisé selon la catégorie : emploi, bien immobilier, services... Il faudra analyser les lecteurs des journaux choisis, comparer les lecteurs et viser ceux qui correspondent à nos potentiels prospects. Il s'agira de viser notre public cible qui correspond, comme je l'ai constaté lors de l'enquête, à des personnes de tout genre (hommes ou femmes), et de plus de 25 ans. On peut dans un premier temps viser les journaux avec une audience à majorité Bruxelloise.

6.7 Segmentation de client

Notre public cible, d'après l'enquête, est constitué de personnes de tous les genres (hommes ou femmes) et de plus de 25 ans. La majorité de ces personnes vivent à Bruxelles, dans le Brabant flamand et dans le Brabant wallon. La raison pour laquelle nous nous concentrons sur ces zones est que la plupart de nos clients se trouvent dans et autour de la capitale. Bien que l'enquête ait montré que les gens n'attachent pas une grande importance à la localisation du site, il s'agit tout de même d'un service local. Donc, nous devons rester dans notre zone habituelle.

Dans un premier temps, je vais cibler les clients particuliers, car ce sont les principaux clients des centres de stockage selon l'étude de la FEDESSA. Je ne m'adresse pas aux clients professionnels pour l'instant, car leur approche marketing est différente et je veux éviter de dépenser mon temps et mon argent. En ce qui concerne le volume et la durée de stockage, je ne fais pas de filtrage, car toutes les demandes sont intéressantes. Je préfère ne pas offrir de

réductions aux personnes qui cherchent à tout prix à économiser. Parfois, je fais des réductions pour les déménagements lorsque les demandes sont faibles (souvent au début du mois), pour remplir mon agenda. Mais pour l'entreposage, il sera difficile de prévoir le nombre de demandes et comme les contrats sont souvent à long terme, je préfère négocier les prix dès le départ pour éviter de remplir l'entrepôt avec des tarifs trop bas. Comme je l'ai expliqué précédemment, je préfère miser sur un service personnalisé que sur des tarifs plus bas.

6.8 Structure des couts

La structure des couts sera analysée dans le plan financier. J'analyserai tous les couts nécessaires liés uniquement à l'activité d'entreposage. Mon objectif est de savoir si cette activité sera rentable pour ma société et quand elle sera rentable. Je ne rajouterai pas les couts ou les bénéfices liés à la vente de matériel d'emballage ou les services de transport vers l'entrepôt. En effet, je pars du principe que je pourrais avoir le même résultat sans le service de stockage.

7. Stratégie marketing

7.1 Stratégie concurrentielle

Selon Olivier Meier (2022), il y a un type de stratégie concurrentielle modélisé par Michael Porter de l'Université de Harvard qui se divise en 3 groupes permettant à l'entrepreneur de déterminer son avantage concurrentiel. Il s'agit des stratégies génériques. Celles-ci permettent de donner réponse à deux questions : sur quels avantages en termes de concurrence, la société souhaite-t-elle miser ? et l'entreprise souhaite prendre part de tout le marché ou d'une partie de celui-ci ?

La première stratégie concerne la domination par les coûts, qui consiste à proposer un tarif inférieur à celui de la concurrence afin d'augmenter les parts de marché (Meier, 2022). Je pourrais être tenté d'utiliser cette stratégie pour attirer davantage de clients. En effet, il arrive que beaucoup de gens orientent leur choix en fonction du prix du service. Je me suis rendu compte, lorsque j'ai débuté dans mon activité entrepreneuriale, qu'il y avait beaucoup de personnes qui me contactaient parce que je proposais, au début de mon activité, des prix relativement bas par rapport à ceux de la concurrence. Dans le cas du service de garde-meuble, cela s'avère difficile. La raison en est que j'aurais beaucoup de coûts fixes (loyer, abonnement sécurité, électricité...). Ce sont des coûts assez conséquents pour mon activité qui peuvent rapidement mettre en péril mon projet. Je pourrais très vite être devancé par mes concurrents, qui ont des prix avantageux.

Une deuxième stratégie générique est la différenciation. Dans cette stratégie, l'entrepreneur choisit de donner plus de valeur à une offre déjà reconnue par le client (Meier, 2022). Celle-ci se développe grâce à une politique d'image, une politique de qualité et des prestations haut de gamme et personnalisées. Il s'agit d'une stratégie qui nécessite un grand investissement en marketing pour attirer l'attention du client sur la qualité du service proposé par la compagnie. Par exemple, des campagnes à fort impact médiatique autour de personnalités ou de slogans. Cette stratégie nécessite un service de qualité, mais aussi unique. Selon mon analyse, cette campagne pourrait fonctionner car on pourrait investir dans la diffusion d'une campagne publicitaire axée sur la qualité du service proposé. Dans mon cas, on pourrait miser sur la sécurité, les conditions de stockage (environ sec et protégé contre toute infestation de nuisibles, etc.). Malheureusement, ce type de stratégie demande d'être déjà implanté et d'avoir l'expérience nécessaire pour fournir un service de grande qualité. Elle exige également beaucoup de ressources financières pour commencer, or je ne compte pas investir énormément d'argent en publicité.

Une autre stratégie générique, appelée focalisation, prévoit que l'entrepreneur se concentre sur un segment de marché où la concurrence est absente ou peu présente (Meier, 2022). Il s'agit d'un segment stratégique de taille réduite. L'entrepreneur évite ainsi de se confronter directement à de grands concurrents qui possèdent plus de moyens humains, financiers,

matériels... Il s'agit donc d'une stratégie de niche, avec une cible particulière et une concentration des compétences et des ressources sur cette cible.

Dans mon cas, je choisis la stratégie de différenciation. Il s'agirait principalement de proposer un service plus personnalisé : estimation du volume sur place, évaluation des besoins en termes de transport et de stockage... Ce sont des éléments que très peu d'entreprises prennent en compte. En effet, le personnel des sociétés telles que Shurgard ou Lokabox n'est pas disponible pour répondre à ce genre de questions. Les clients sont souvent renvoyés vers leur site internet, qui propose de calculer le volume en ligne, mais qui est très peu fiable quant à la véracité du volume. Ils sont assez flexibles dans le cas où le client se tromperait par rapport à la surface de stockage, mais si le client se trompe, il s'agit d'un travail laborieux de vider et de remplir de nouveau l'espace de stockage correctement. De plus, si la société n'a pas de disponibilité pour un espace plus grand, les coûts engendrés (transport vers une autre adresse, annulation du contrat...) seront à la charge du client. Je veillerai également à avoir le contrôle total de mes activités sans devoir dépendre de sous-traitant. Cela m'aidera à avoir un contrôle sur mes tarifs et à gérer le service de stockage comme je le souhaite.

D'après Safestore (2023), la plupart des recherches proviennent des moteurs de recherche tels que Google. Selon Olivier Andrieu (2024), Google est le moteur de recherche le plus utilisé en Europe occidentale. C'est la raison pour laquelle je prévois d'utiliser Google Ads pour ce projet. En effet, les autres moteurs de recherche représentent une part de marché assez faible : moins de 10 %. De plus, je prévois un budget d'environ 300 € par mois. Il n'est donc pas nécessaire de répartir le budget sur d'autres moteurs de recherche dans un premier temps. Ce serait une perte de temps, car il faudrait également analyser les données et les résultats sur différentes interfaces. Je n'investirai pas le montant sur les réseaux sociaux pour les mêmes raisons. Tout comme Safestore, je me suis rendu compte que la plupart des demandes provenaient principalement de Google Ads, alors que j'investissais le même montant sur Facebook Ads, Instagram...

7.2 Campagne Google Ads

7.2.1 Fonctionnement Google Ads

Google Ads fonctionne comme une enchère en ligne. On peut décider combien on est prêt à payer pour que notre annonce apparaisse quand quelqu'un fait une recherche avec certains mots-clés (Google, 2024). La place de l'annonce dans les résultats dépend de combien on a misé, mais aussi de la qualité et de la pertinence de l'annonce. Les entreprises choisissent des mots-clés qui correspondent à ce qu'elles proposent, et quand un utilisateur recherche ces mots, leur annonce peut s'afficher. Google Ads offre aussi plein d'options de ciblage, comme choisir où l'annonce apparaît (géographiquement), à qui (selon l'âge, les centres d'intérêt, etc.), pour atteindre les personnes les plus intéressées (Google, 2024).

Google Ads propose différents formats d'annonces. Il y a des annonces textuelles qui apparaissent directement dans les résultats de recherche, des annonces visuelles ou « display » qu'on voit sur des sites partenaires de Google, des vidéos sur YouTube, et même des annonces pour les applications mobiles. Cette diversité permet de personnaliser la stratégie publicitaire en fonction des objectifs et du public qu'on veut toucher.

Maintenant, je vais expliquer pourquoi j'ai choisi d'utiliser Google Ads pour mon projet, au lieu d'autres moyens publicitaires. Google Ads offre des outils super pratiques pour mesurer l'efficacité des campagnes. On peut suivre combien de fois l'annonce a été vue (impressions), combien de clics elle a reçu, le coût par clic (CPC), le taux de conversion, et plein d'autres fonctionnalités. Ça permet de modifier la campagne en cours de route pour obtenir le meilleur retour sur investissement (ROI).

On peut aussi définir un budget quotidien et ajuster les enchères en fonction de ses objectifs financiers, ce qui permet de contrôler les dépenses facilement. On ne paie que quand quelqu'un clique sur l'annonce, ce qui assure que chaque centime dépensé a le potentiel d'attirer un client. Enfin, contrairement au référencement naturel (SEO) qui peut mettre du temps à donner des résultats, Google Ads permet d'obtenir une visibilité immédiate dans les résultats de recherche.

7.2.2 Stratégie pour ma campagne Google Ads

L'un des objectifs est d'augmenter la visibilité locale pour attirer des visiteurs qualifiés sur mon site internet. L'objectif final est de transformer ces visiteurs en clients qui utiliseront nos services. Les principaux indicateurs de performance seront :

- Le taux de clics (CTR)
- Le coût par clic (CPC)
- Le coût par conversion (CPA)
- Le nombre de conversions (réservations ou demandes de devis)
- Le retour sur investissement (ROI)

Ciblage

Comme on l'a vu dans l'étude, les demandes viennent des deux sexes, mais il y a aussi des différences d'âge. Malheureusement, sur Google Ads, il est difficile de cibler précisément par âge. Le seul vrai filtre qu'on peut utiliser est la situation géographique. D'après l'étude, la plupart des demandes viennent de Bruxelles, du Brabant wallon et du Brabant flamand. Comme le budget est limité, il est préférable de se concentrer d'abord sur Bruxelles et le Brabant flamand. Je souhaite d'abord faire un test pour voir comment la campagne fonctionne. Pour ce premier test, je vais donc cibler uniquement la région de Bruxelles.

Mots-clés

Un mot-clé, c'est un terme ou une phrase que les annonceurs choisissent pour que leurs annonces s'affichent quand un utilisateur fait une recherche sur Google ou visite des sites partenaires (Google, 2024). Quand quelqu'un tape une requête sur Google, le moteur de recherche compare les termes avec les mots-clés choisis par les annonceurs. Si la recherche correspond à un de mes mots-clés, mon annonce participe à une enchère pour être affichée. Le résultat de cette enchère détermine si mon annonce s'affiche et à quelle position.

Google Ads propose plusieurs types de correspondances pour les mots-clés, ce qui permet de contrôler comment et quand mes annonces apparaissent en fonction des recherches des utilisateurs. La "correspondance large" est l'option par défaut et la plus flexible. Avec celle-ci, mes annonces peuvent s'afficher pour les recherches contenant mes mots-clés, ainsi que pour des variantes similaires, des synonymes, ou même des recherches liées. Par exemple, pour un mot-clé comme « garde-meuble », mon annonce pourrait s'afficher pour des recherches comme « garde-meuble Bruxelles » ou « entrepôt à louer ». Cette méthode est généralement utilisée par les sociétés avec un gros budget, car elle permet de viser tous les types de recherches liées, de près ou de loin, au terme cherché. Mais ce n'est pas très précis, donc je n'utiliserai pas cette méthode, surtout que mon budget est limité à 300 €, et je veux cibler des recherches très spécifiques.

Il y a aussi la « correspondance par expression ». Mes annonces s'affichent quand les recherches contiennent la phrase exacte ou une variation proche, dans le bon ordre, mais avec des mots avant ou après. Par exemple, pour « garde-meuble Bruxelles », mon annonce pourrait apparaître pour « garde-meuble Bruxelles pas cher » ou « box Bruxelles ». Enfin, il y a la méthode de « correspondance exacte ». Avec celle-ci, mes annonces ne s'affichent que si les recherches correspondent exactement au mot-clé choisi, ou à une légère variation, comme une faute d'orthographe ou une abréviation.

Je vais utiliser principalement la « correspondance par expression » parce que ça me permet d'être assez précis sans être trop limité. Ça me permet aussi de ne pas gaspiller mon budget sur des recherches trop larges. Enfin, on peut aussi spécifier des mots-clés pour lesquels on ne veut pas que nos annonces apparaissent. Par exemple, si j'exclus le mot « gratuit », mes annonces ne s'afficheront pas pour des recherches comme « garde-meuble gratuit ».

Enchère sur les mots-clés

Quand je choisis un mot-clé pour ma pub, je fixe un montant maximum que je suis prêt à payer pour chaque clic (on appelle ça le coût par clic ou CPC). Par exemple, je vais fixer ça à 1,50€. Google ne se contente pas de ça, il évalue aussi la pertinence et la qualité de mon annonce en fonction du mot-clé choisi, du contenu de la page sur laquelle l'annonce renvoie, et du taux de clics (CTR) attendu. Cette évaluation s'appelle le « score de qualité ». Pour obtenir un bon

score, il faut que mon annonce soit accrocheuse, mais aussi honnête. Par exemple, mettre un prix très bas qui n'est pas vrai pourrait attirer du monde, mais les gens quitteront vite mon site quand ils se rendront compte que ce n'est pas le vrai prix. Certains mettent des titres comme « garde-meuble pas cher », car « pas cher » est un terme très recherché, donc ça attire des clics. Mais moi, je préfère mettre en avant mon service personnalisé. Par exemple, dans mon annonce, je pourrais écrire « estimation du volume gratuite » ou encore utiliser un mot comme « meilleure », en disant par exemple « meilleure solution de stockage ».

Éléments à prendre en compte avant de lancer la campagne

Quand on parle du budget pour une campagne Google Ads, il faut savoir qu'il n'est pas forcément nécessaire de mettre une grosse somme pour que ça soit rentable. En fait, si on donne un gros budget à Google, ça peut même faire grimper le coût par clic (CPC), ce qui n'est pas toujours une bonne chose. J'ai pu arriver à cette conclusion en essayant l'outil et en observant les résultats. J'ai déjà eu une expérience avec ma société de déménagement où j'avais mis beaucoup d'argent dans une campagne, mais ça n'a pas vraiment rapporté. Il y a plusieurs raisons pour lesquelles ça n'a pas fonctionné, et c'est important d'apprendre de ces erreurs pour ne pas refaire les mêmes dans la prochaine campagne.

Budget et nombre de recherches

La première erreur était de mettre un budget trop élevé par rapport au nombre de recherches. Si je mets trop d'argent dans un secteur où il y a peu de recherches, Google va essayer d'épuiser mon budget, ce qui va faire monter le coût par clic. On pourrait obtenir les mêmes résultats avec un budget plus petit. Il faut savoir qu'on peut fixer un montant mensuel pour que Google dépense, et il fera tout pour le dépenser. Mais parfois, ça veut dire que mes annonces vont apparaître pour des recherches qui ne sont pas vraiment pertinentes. Par exemple, j'avais choisi un mot-clé en correspondance par expression, comme « déménagement Bruxelles », mais j'ai eu des résultats comme « déménagement Bpost », ce qui n'avait rien à voir avec mon intention initiale. Pour éviter ce genre de problème, il faut bien comprendre les différentes intentions de recherche.

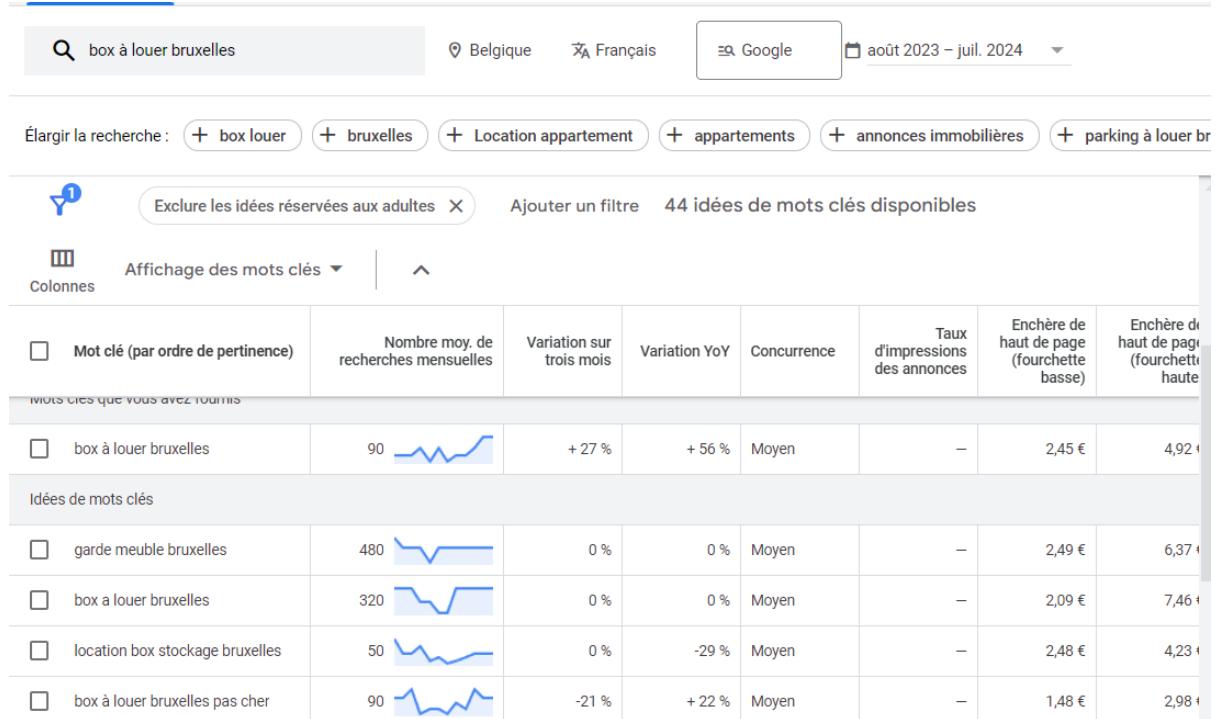
Intention de recherche

L'intention informationnelle, par exemple, concerne les utilisateurs qui cherchent des infos ou des réponses à une question précise, comme « comment déménager » ou « combien coûte un déménagement ». Ces gens ne cherchent pas forcément à acheter quelque chose, juste à s'informer. Il y a aussi l'intention navigationnelle, où l'utilisateur cherche un site web ou une marque précise, comme « Déménagement Deschamps ». Dans mon secteur, ce type d'intention peut être trompeur. J'ai déjà eu des gens qui m'ont contacté en pensant que j'étais une autre entreprise, et c'était une perte de temps, car ils ne voulaient finalement pas faire affaire avec moi. Enfin, il y a l'intention transactionnelle, celle que je vise. Ici, l'utilisateur est prêt à acheter

un produit ou s'inscrire à un service. C'est ce type d'intention qui est le plus intéressant pour les annonces payantes, car ça peut mener à des conversions.

Lancement de la campagne

Maintenant que je sais quelle intention je vise, je vais utiliser l'outil de planificateur de mots-clés pour trouver des termes à intégrer dans ma nouvelle campagne. Par exemple, j'ai commencé à chercher avec « box à louer à Bruxelles » pour voir quelles suggestions le planificateur me donne. Cela me permettra de mieux cibler mes annonces et de maximiser mes chances de succès. Voici ce que le planificateur me suggère



Planificateur de mots-clés « box à louer bruxelles » (Google Ads, 2024)

J'ai utilisé l'outil de planification de mots-clés pour choisir plusieurs mots-clés intéressants. Le mot le plus recherché était « garde meuble Bruxelles », alors j'ai décidé de l'analyser de plus près. Je voulais vérifier si ce mot-clé correspondait à une intention de recherche transactionnelle, c'est-à-dire que les gens qui le recherchent sont prêts à acheter ou à réserver un service. Pour cela, j'ai simplement tapé ce mot-clé dans Google et j'ai regardé les résultats.

Sponsorisé



shurgard.com

<https://www.shurgard.com>

⋮

Garde meuble à Bruxelles | Box à Louer à Proximité

Location de box à €1 le premier mois ! Pas d'acompte. Réservation & annulation gratuites. Location de box avec accès 7 jours sur 7. Pas d'acompte et réservation...



Sponsorisé



Safestore

<https://www.safestore.com>

⋮

Boxes de 1m² à 50m² - Garde Meuble Bruxelles

Choisissez entre les deux magasins de **Bruxelles** : Zaventem ou Forest. Réservez vite! Unités de 1m² à 50m² pour que vous ne payiez que l'espace dont vous avez...



Sponsorisé



Boxify

<https://www.boxify.be>

⋮

Boxify - Storage Brussels | Helpdesk Open 7 Days A Week

Choose Boxify for easy, fast, and secure storage. Enjoy our flexible storage plans. Boxify simplifies storage. Secure your items and access them whenever you...



Sponsorisé



YouStock

<https://www.youstock.com>

⋮

YouStock Brussels | Self-storage in Brussels

We pack... we store... and we deliver your belongings for as low as €4/month. Free Quote

Recherche Google « garde meuble à bruxelles » (Google, 2024)

Les premières recherches qui apparaissent sont des publicités, ce qui est déjà un bon signe. Ça veut dire que des entreprises paient pour apparaître ici, donc elles cherchent à vendre ou à promouvoir un service. Mais comme je ne sais pas si ces pubs sont là pour vendre ou juste pour se faire connaître, je me suis concentré sur les résultats organiques (les résultats qui ne sont pas des publicités).



Shurgard Self-Storage

<https://www.shurgard.com> › Accueil › Self stockage

⋮

Garde-meuble Bruxelles - Location box stockage chez vous

Box à louer à proximité de **Bruxelles** ✓ **Garde-meuble** de 1 à 30 m² ✓ Accès 7 jours sur 7 ✓ A partir de € 1 le premier mois ✓ Aucune contrainte de durée de ...

Bruxelles - Forest · Bruxelles - Evere · Bruxelles - Jette · Bruxelles-Ouest

Recherche Google « garde meuble à bruxelles » (Google, 2024)

 Adrien Self-Storage
<https://www.adrienselfstorage.com> ::

Garde-meuble self storage : espace de stockage à Bruxelles ...

La taille de nos box varie de 1 à 50 m². Ils sont chauffés et ventilés. Nos sites sont super protégés, alarme intrusion, incendie, sous surveillance vidéo, le ...

Recherche Google « garde meuble à bruxelles » (Google, 2024)

CHOISISSEZ VOTRE
SOLUTION DE STOCKAGE

GARDE MEUBLE

Le + important, c'est **le prix !**

-  Préparez vos caisses
-  Nous venons chercher vos affaires
-  Accédez à vos biens sur rendez-vous
-  À partir de 4€/m³ par mois TVAC

EN SAVOIR PLUS

SELF STORAGE

Le + important, c'est **l'accessibilité' !**

-  Choisissez votre centre et la taille du box
-  Déposez vos biens ou profitez du service de transport
-  Accédez à votre box 7j/7 de 6h à 22h
-  À partir de 6€/m³ par mois TVAC

EN SAVOIR PLUS

Proposition de prix (Adrien et fils, 2024)

€ LE 1^{er} MOIS DE LOCATION ⓘ QUELLE QUE SOIT LA DUREE. FRAIS DE DOSSIER EXCLUS.

€ LE 1^{er} MOIS DE LOCATION ⓘ QUELLE QUE SOIT LA DUREE. FRAIS DE DOSSIER EXCLUS.

€ LE 1^{er} MOIS DE LOCATION ⓘ QUELLE QUE SOIT LA DUREE. FRAIS DE DOSSIER EXCLUS.

€ LE 1^{er} MOIS DE LOCATION ⓘ QUELLE QUE SOIT LA DUREE. FRAIS DE DOSSIER EXCLUS.

Accueil > Self stockage > Bruxelles

Liste Carte

 <p>Bruxelles - Evere ★★★★★ Avenue des Communautés 3 1140 Evere</p>	<p>Garde-meubles à 1 m² - 36 m²</p>	<p>Prix à partir de € 91,00 /mois</p>
 <p>Bruxelles - Forest ★★★★★ Rue Saint-Denis 298 1190 Forest</p>	<p>Garde-meubles à 1 m² - 42 m²</p>	<p>Prix à partir de € 124,00 /mois</p>
 <p>Bruxelles - Jette ★★★★★ Avenue de l'Exposition 250 1090 Jette</p>	<p>Garde-meubles à 1 m² - 27 m²</p>	<p>Prix à partir de € 68,00 /mois</p>

Proposition de prix (Shurgard, 2024)

En regardant ces résultats, je suis tombé sur deux entreprises qui proposent des services de stockage. Elles offrent la possibilité de réserver un espace et affichent aussi les prix, ce qui montre bien que l'intention de recherche est transactionnelle. J'ai ensuite fait la même analyse pour d'autres mots-clés, et voici ceux que j'ai finalement choisis : « location espace de stockage », « garde meuble Bruxelles », « garde meuble prix », « location de garde meuble », « stockage à Bruxelles », « box à louer à Bruxelles », et « tarif garde meuble ». J'ai aussi choisi des mots-clés en longue traîne, c'est-à-dire des expressions plus spécifiques. Les mots-clés généraux comme « garde meuble » sont très compétitifs et peuvent coûter cher. Par contre, des mots-clés plus spécifiques, comme « garde meuble Bruxelles », attirent un public plus ciblé et peuvent être plus rentables.

Pour les titres de mes annonces, je vais choisir des titres accrocheurs et une description convaincante pour attirer plus de monde sur mon site. Ça va m'aider à augmenter mon taux de clics (CTR). Le CTR, c'est le pourcentage de personnes qui cliquent sur mon annonce par rapport au nombre total de fois où elle a été affichée (Google, 2024).

Pour créer des titres efficaces, il faut d'abord comprendre les besoins des clients. Par exemple, un particulier n'aura pas les mêmes besoins qu'un professionnel, donc il faut personnaliser les titres en fonction de ça. Il faut aussi inclure les mots-clés principaux dans les titres pour que mes annonces soient pertinentes et attirent les clics. Par exemple, si quelqu'un cherche « garde meuble Bruxelles », un titre comme « garde-meubles sécurisé à Bruxelles » captera mieux son attention. Il est aussi important d'avoir un appel à l'action (CTA) comme « réservez maintenant » ou « obtenez un devis gratuit » pour motiver les gens à cliquer.

Composant	Niv ↓	État	Type de composant	Position épingle	Impr.
Estimation du volume gratuite	Annonce	Éligible	Titre	Aucun	17
Garde meuble sécurisé	Annonce	Éligible	Titre	Aucun	209
Box à louer	Annonce	Éligible	Titre	Aucun	1028
Solution de stockage Bruxelles	Annonce	Éligible	Titre	Aucun	83
Stockage et service transport	Annonce	Éligible	Titre	Aucun	200
Box déménagement	Annonce	Éligible	Titre	Aucun	154
Espace supplémentaire à portée de clic. Réservez maintenant votre espace de stockage !	Annonce	Éligible	Description	Aucun	1434
Estimez avec nous votre volume. Découvrez nos offres de box.	Annonce	Éligible	Description	Aucun	0
Stockez en toute simplicité. Réservez dès aujourd'hui ! Evaluation du volume gratuite !	Annonce	Éligible	Description	Aucun	940
Gardez vos biens en sécurité dans notre garde meuble. Entrepôt sec et sécurisé.	Annonce	Éligible	Description	Aucun	0

Titres choisis pour une campagne de garde-meuble RVF Movers (Google Ads, 2024)

Mot clé		Type de correspondance	Groupe d'annonces	État	Conversion	Coût/conv.	URL finale	Clics	Impr.	CTR	CPC moy.	↓ Coût	Taux de conv.
"location espace de stockage"		Expression exacte	Groupe d'annonces 1	Éligible	0,00	0,00 €	—	49	741	6,61 %	1,75 €	85,56 €	0,00 %
'garde meuble Bruxelles'		Expression exacte	Groupe d'annonces 1	Éligible	4,00	12,50 €	—	16	246	6,50 %	3,13 €	50,01 €	25,00 %
Cells from Smart Campaign Ads RVF analyse donnée (web) HAUTTEL_Event					3,00	—		—	—	—	—	—	—
					1,00	—		—	—	—	—	—	—
'garde meuble prix'		Expression exacte	Groupe d'annonces 1	Éligible	0,00	0,00 €	—	3	95	3,16 %	1,87 €	5,60 €	0,00 %
'location de garde meuble'		Expression exacte	Groupe d'annonces 1	Éligible	0,00	0,00 €	—	1	23	4,35 %	1,86 €	1,86 €	0,00 %
'stockage à bruxelles'		Expression exacte	Groupe d'annonces 1	Non éligible Volume de recherche faible	0,00	0,00 €	—	0	0	—	—	0,00 €	0,00 %
'box à louer à bruxelles'		Expression exacte	Groupe d'annonces 1	Non éligible Volume de recherche faible	0,00	0,00 €	—	0	6	0,00 %	—	0,00 €	0,00 %
'tarif garde meuble'		Expression exacte	Groupe d'annonces 1	Éligible	0,00	0,00 €	—	0	0	—	—	0,00 €	0,00 %
Total ...					4,00	35,76 €		69	1111	6,21 %	2,07 €	143,03 €	5,80 %
Total ...					7,00	26,72 €		94	1434	6,56 %	1,99 €	187,05 €	7,45 %

Mots-clés choisis pour une campagne de garde-meuble RVF Movers (Google Ads, 2024)

Comme on peut le voir il y a certain mot clés qui n'ont pas été diffusés. On pourrait les supprimer car ils n'ont aucune utilité. Néanmoins on peut les laisser car comme ça on peut savoir quelle mot clés ne sont pas performants. Ça évitera par exemple de placer cette combinaison de mots clés dans les titres des annonces. On peut voir que le mot clé qui reçoit le plus de clics est celui de « location espace de stockage » et « garde meuble Bruxelles ». Cela

m'aide à comprendre que pour les campagnes dans le brabant flamand on utilisera le même terme de recherche afin de recevoir plus de visite sur mon site et que mon annonce soit pertinente.

Comme on peut le voir dans le deuxième graphique, le montant total investi dans cette publicité est d'environ 187,50€. Il y a eu un total de dix personnes qui m'ont contacté pour un service de garde meuble et quatre qui ont décidé de faire affaire avec moi. Cela fait plus ou moins 50€ par client acquis. C'est un résultat satisfaisant car ce qu'il faut savoir c'est que ce client va utiliser nos services une première fois, et s'il est satisfait il va nous recommander vers d'autres personnes. Il peut également réutiliser le service après quelque temps. Néanmoins, il est possible d'améliorer cette campagne. Le cout par clic est d'environ 2€ ce qui est cher. Mon objectif est de diminuer ce cout. Ma stratégie pour la prochaine campagne afin de diminuer le cout serait de cibler plus de lieux : le brabant flamand et le brabant wallon. C'est tout à fait différent à ce que je voulais faire avant mon premier essai car je ne voulais pas éparpiller mon budget sur plusieurs régions car je partais de l'hypothèse que cela pourrait augmenter mes couts, en ayant plus de lieux ciblés. Néanmoins, après le premier essai mon hypothèse sera différente car j'ai eu comme résultat des recherches concentrés sur Bruxelles et Google à utiliser le budget que j'ai suggéré pour enchérir sur des termes concurrentielles (il a donc investi plus d'argent). Une possible raison serait que le volume de recherche n'était pas assez élevé à Bruxelles. De plus, il y a l'air d'avoir une grande concurrence entre annonceurs.

Je vais limiter le prix par clic et mon hypothèse serait que le fait de cibler plus de villes aurait comme résultat que mes annonces apparaissent dans les lieux où les enchères sont les plus basses. Ça me permettra d'éviter d'enchérir sur des zones qui sont très sollicitées. Je vais dans un premier temps baisser le cout à 1€ par clic. Voici maintenant quelques exemples de terme de recherche utilisé par les internautes qui ont cliqué sur mon annonce.

<input type="checkbox"/> Termes de recherche	Type de correspondance	Ajoutée/Exclue	Groupe d'annonces	Impr.	↓ Interacti	Taux d'interaction	Cout moy.	Coût	Toutes les conversions	Taux de conv.	Conversions	Cout/conv.
<input type="checkbox"/> box a louer bruxelles	Expression exacte (variante proche)	Aucun	Groupe d'annonces 1	41	4 clics	9,76 %	2,36 €	9,45 €	0,00	0,00 %	0,00	0,00 €
<input type="checkbox"/> garde meuble ath	Expression exacte (variante proche)	Aucun	Groupe d'annonces 1	4	3 clics	75,00 %	0,85 €	2,56 €	0,00	0,00 %	0,00	0,00 €
<input type="checkbox"/> box garage à louer	Expression exacte (variante proche)	Aucun	Groupe d'annonces 1	37	3 clics	8,11 %	0,66 €	1,97 €	0,00	0,00 %	0,00	0,00 €
<input type="checkbox"/> garde meuble schaerbeek	Expression exacte (variante proche)	Aucun	Groupe d'annonces 1	6	2 clics	33,33 %	2,71 €	5,43 €	0,00	0,00 %	0,00	0,00 €
<input type="checkbox"/> garde meuble laeken	Expression exacte (variante proche)	Aucun	Groupe d'annonces 1	7	2 clics	28,57 %	0,90 €	1,79 €	0,00	0,00 %	0,00	0,00 €
<input type="checkbox"/> garde meuble bruxelles	Mot clé exact	✓ Ajouté	Groupe d'annonces 1	36	2 clics	5,56 %	7,15 €	14,30 €	1,00	50,00 %	1,00	14,30 €
Calls from Smart Campaign Ads				—	—	—	—	—	1,00	—	1,00	—
<input type="checkbox"/> box bruxelles	Expression exacte (variante proche)	Aucun	Groupe d'annonces 1	24	2 clics	8,33 %	1,13 €	2,26 €	0,00	0,00 %	0,00	0,00 €
<input type="checkbox"/> box à louer bruxelles pas cher	Expression exacte	Aucun	Groupe d'annonces 1	4	2 clics	50,00 %	1,21 €	2,42 €	0,00	0,00 %	0,00	0,00 €
<input type="checkbox"/> box à louer bruxelles	Correspondance exacte (variante proche)	Aucun	Groupe d'annonces 1	8	2 clics	25,00 %	2,72 €	5,44 €	0,00	0,00 %	0,00	0,00 €
<input type="checkbox"/> stockage bruxelles	Correspondance exacte (variante proche)	Aucun	Groupe d'annonces 1	9	1 clics	11,11 %	3,82 €	3,82 €	0,00	0,00 %	0,00	0,00 €

Termes de recherche entrés pour une campagne de garde-meuble RVF Movers (Google Ads, 2024)

On voit ici que par exemple le terme de recherche « box à louer bruxelles » est un terme avec un taux d'interaction assez élevé par rapport aux nombres d'impressions. Les impressions sont le nombre de fois que les gens ont effectué cette recherche et qui ont eu mon annonce dans leurs résultats de recherche (ils n'ont pas forcément cliqué sur mon annonce). Cela m'aide à me dire que je pourrai utiliser cette combinaison de mots dans les titres de mes annonces. C'est également d'une grande aide pour le SEO car je pourrai optimiser mon site en utilisant ces termes.

Je vois également que le terme « garde-meuble » revient assez souvent, suivi d'une zone géographique précise (commune, ville...). Il est donc important, par exemple, que la page sur laquelle les internautes tombent mentionne la localisation de l'entrepôt. Il serait aussi intéressant de les faire savoir que même s'il se trouve loin de mon entrepôt, ils peuvent compter sur notre aide pour le déplacement de leurs affaires. Insister sur cet élément pourrait faire en sorte que les gens n'aient pas de problème avec la distance et la localisation du site, et cela augmenterait aussi les conversions.

En conclusion, cette première campagne m'a aidé à mieux choisir mes mots-clés et à définir une stratégie différente de celle que j'avais au début, en corrigeant certains points pour rendre la prochaine campagne plus rentable. Il est important de mentionner que c'est un apprentissage continu, car l'algorithme peut changer à tout moment, ce qui rendra la stratégie différente. Néanmoins, il était essentiel pour moi de noter mes étapes par écrit pour montrer mon raisonnement et être méthodique dans ce que je fais. Cela m'aide aussi à me rappeler pourquoi je fais certains choix, comme pour le budget ou les mots-clés. Cet exercice m'a permis de réfléchir de manière critique, d'appliquer les informations théoriques trouvées sur internet ainsi que les connaissances que j'ai acquises par mon expérience, et de revoir ma stratégie pour l'améliorer. Le fonctionnement de Google Ads n'est pas une science exacte mais il est important de s'informer et d'actualiser nos connaissances sur l'outil afin de mieux le manipuler.

8. Plan financier

8.1 Prévisions des revenus

8.1.1 Caractéristique de l'entrepôt

J'ai choisi un entrepôt dans le Brabant flamand car il coûte moins cher qu'à Bruxelles. Le coût du loyer est en moyenne de 10€ par mètre carré pour les surfaces allant de 100m² à 300m². J'ai choisi un entrepôt situé aux alentours de Vilvorde qui coûte environ 2000€ pour 200m² de surface. Je suppose que je démarre l'activité début 2025, en ayant pu mettre de l'argent de côté. Je prévois d'économiser environ 30 000 € d'ici la fin de l'année 2024. Je prévois également une augmentation du loyer de 10%, ce qui fera un loyer de 2200€ par mois si je débute l'activité en 2025. Il s'agit d'un entrepôt plus ou moins neuf (entre quinze et vingt ans). La hauteur intérieure de celui-ci est de six mètres. La porte mesure environ quatre mètres.

8.1.2 Taux d'occupation

L'occupation sera estimée en fonction du volume. Pour calculer la capacité totale de l'entrepôt, il faut prendre en compte sa superficie et sa hauteur. Il faut calculer une zone de passage pour entrer et sortir avec le chariot élévateur et accéder aux zones de l'entrepôt. J'estime une superficie de 20% qui ne sera pas utilisée pour de l'entreposage. Il resterait alors 160m² utilisables. La hauteur est de 6 mètres. Il faut laisser un mètre pour pouvoir retirer les caisses, ce qui fait environ cinq mètres réellement utilisables. Le volume total d'entreposage est donc de 160m² par cinq mètres, ce qui nous donne un total de 800m³.

Le taux d'occupation varie en fonction du mois. L'idéal serait d'atteindre un taux de 80% sur toute l'année. Je prévois dans mon plan financier que je n'atteindrai pas un taux de 80% la première année car il faut le temps que le service se fasse connaître auprès de mes clients actuels et de potentiels clients en recherche d'espace de stockage.

8.1.3 Tarification

Le prix prévu pour ce genre de service varie de 11€ par mètre cube (pour les volumes supérieurs à 15m³) à 14€ par mètre cube (pour les volumes entre 1m³ et 15m³). Comme nous l'avons vu dans l'étude menée, il y a plus de demande pour des volumes inférieurs à 15m³. On se rapproche donc d'un prix moyen de 13€. Pour fixer ces prix je me suis basé sur les tarifs indiqués par Boxify sur leur site internet car c'est la société qui se situe principalement dans le brabant Flamand (mon entrepôt sera basé là-bas) et qui propose plus ou moins le même service que je souhaite pour mon projet : un service personnalisé.

Dans mon plan financier, je prévois de faire une estimation du taux d'occupation (par mois) multiplié par le volume total et le prix moyen de 13€. Je ne prévois pas d'inclure dans le chiffre d'affaires les activités en relation avec le déménagement. Je souhaite uniquement savoir quelle serait la faisabilité du projet si on proposait uniquement un service d'entreposage. Les services

complémentaires, comme la vente de matériel d'emballage et le service de transport (déménagement et lift), sont des services supportés actuellement grâce à l'activité de déménagement.

Je prévois une augmentation du prix par mètre cube de 1,5€ chaque année. Voici comment se présente le tableau les premiers mois avec un prix moyen de 13€/m³. Le chiffre de 10 400€ concerne le chiffre d'affaires total avec 100% du taux d'occupation. Le taux d'occupation est estimé par mois et on le retrouve dans la première ligne de ce tableau. Il s'agit d'un nombre allant de 0,00 à 1,00 qui représente le pourcentage.

Taux de TVA	Année 1 - 2025											
	1/2025	2/2025	3/2025	4/2025	5/2025	6/2025	7/2025	8/2025	9/2025	10/2025	11/2025	12/2025
entreposage 13€/m ³	21%	0,30	0,50	0,50	0,60	0,60	0,65	0,70	0,75	0,65	0,70	0,60
entreposage 14,5€/m ³	21%											
entreposage 16€/m ³	21%											
entreposage 17€/m ³	21%											
entreposage 18€/m ³	21%											
(-)	21%											

2.2. Chiffre d'affaires : Prix de vente (= prix unitaire, mois par mois, pour chaque produit-service, hors TVA)

entreposage 13€/m ³	21%	10.400,00	10.400,00	10.400,00	10.400,00	10.400,00	10.400,00	10.400,00	10.400,00	10.400,00	10.400,00	10.400,00
entreposage 14,5€/m ³	21%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
entreposage 16€/m ³	21%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
entreposage 17€/m ³	21%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
entreposage 18€/m ³	21%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(-)	21%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

2.3. Chiffre d'affaires : Résultat (= nombre d'unités vendues, multiplié par prix unitaire, pour chaque mois, pour chaque produit-service, hors TVA)

entreposage 13€/m ³	21%	3.120	5.200	5.200	6.240	6.240	6.760	7.280	7.800	6.760	7.280	6.240	6.240
entreposage 14,5€/m ³	21%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
entreposage 16€/m ³	21%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
entreposage 17€/m ³	21%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
entreposage 18€/m ³	21%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(-)	21%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL (hors TVA)		3.120	5.200	5.200	6.240	6.240	6.760	7.280	7.800	6.760	7.280	6.240	6.240

Voici une représentation du taux d'occupation

Taux de TVA	Année 1 - 2025											
	1/2025	2/2025	3/2025	4/2025	5/2025	6/2025	7/2025	8/2025	9/2025	10/2025	11/2025	12/2025
entreposage 13€/m ³	21%	0,30	0,50	0,50	0,60	0,60	0,65	0,70	0,75	0,65	0,70	0,60
entreposage 14,5€/m ³	21%											
entreposage 16€/m ³	21%											
entreposage 17€/m ³	21%											
entreposage 18€/m ³	21%											
	Année 2 - 2026											
	1/2026	2/2026	3/2026	4/2026	5/2026	6/2026	7/2026	8/2026	9/2026	10/2026	11/2026	12/2026
entreposage 13€/m ³	21%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
entreposage 14,5€/m ³	21%	0,60	0,60	0,60	0,75	0,80	0,80	0,90	0,90	0,85	0,85	0,80
entreposage 16€/m ³	21%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Année 5 - 2029											
	1/2029	2/2029	3/2029	4/2029	5/2029	6/2029	7/2029	8/2029	9/2029	10/2029	11/2029	12/2029
entreposage 13€/m ³	21%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
entreposage 14,5€/m ³	21%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
entreposage 16€/m ³	21%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
entreposage 17€/m ³	21%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
entreposage 18€/m ³	21%	0,65	0,70	0,75	0,75	0,85	0,95	0,90	0,90	0,85	0,85	0,70

Comme on pourra le noter, les mois ensoleillés (juin, juillet, août et septembre) seront les périodes dans lesquelles le taux d'occupation est le plus élevé en raison de la forte demande pour ces périodes. Voici les résultats estimés en termes de chiffre d'affaires de l'activité d'entreposage sur les 5 années :

1. Situations bilanaires		2025	2026	2027	2028	2029
Chiffre d'affaires		74.360	106.140	119.680	129.880	139.680
<i>entreposage 13€/m³</i>		74.360	-	-	-	-
<i>entreposage 14,5€/m³</i>		-	106.140	-	-	-
<i>entreposage 16€/m³</i>		-	-	119.680	-	-
<i>entreposage 17€/m³</i>		-	-	-	129.880	-
<i>entreposage 18€/m³</i>		-	-	-	-	139.680
Marge brute d'exploitation		74.360	106.140	119.680	129.880	139.680
en % du chiffre d'affaires		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Le chiffre d'affaires va dépendre du prix moyen par mètre cube et du taux d'occupation. Le délai de paiement est un élément important à prendre en compte, car un délai long pour les clients et un délai court pour les paiements des fournisseurs pourraient mettre en péril la trésorerie de la société. Ici, le délai pour les clients sera de maximum 15 jours. Pour le premier mois, je demanderai qu'il soit payé avant d'entamer le service. Je prioriserai les domiciliations afin que ce soit plus facile pour le client et qu'il ne doive pas penser à payer leur facture, ce sera automatique. Néanmoins, pour certains, ce ne sera pas faisable. Dans ce cas, j'attendrai deux semaines avant d'envoyer un rappel. Ensuite, si le client ne veut pas payer, je passerai par une société de recouvrement qui s'occupera de suivre le paiement et de suivre la procédure légale pour récupérer le montant de la facture.

8.2 Cout d'exploitation

Le principal coût dans ce projet concerne le loyer, estimé à 2200€ TTC par mois. Concernant l'électricité et l'eau, il y aura des périodes où l'électricité sera plus sollicitée en raison de la température en hiver, par exemple, où il faudra chauffer plus l'entrepôt. Néanmoins, je choisirai de payer une mensualité fixe auprès du fournisseur d'énergie. D'après le calculateur d'Engie, le prix serait d'environ 250€ hors TVA. Il faut prendre en compte aussi le paiement de la garantie locative. J'ai contacté les agences immobilières, et elles demandent pour la plupart 6 mois de garantie. Il faut donc compter 13200 € avant de démarrer l'activité.

Concernant les coûts liés à la télécommunication (téléphone, internet), ceux-ci sont déjà pris en compte dans l'activité de déménagement. Je ne les prendrai pas en compte dans ma nouvelle activité, car il n'y aura pas de différence par rapport aux coûts actuels, qui sont déjà supportés par ma société.

Concernant l'assurance, j'ai reçu un devis d'environ 300 € par mois, qui comprend l'assurance de l'entrepôt et la responsabilité civile. Dans cette formule, il y a une assurance de base qui couvre les objets entreposés des dégâts des eaux et des incendies. Mes clients auront le choix de souscrire à une assurance plus complète, qui couvre la valeur totale de leurs objets à assurer en fonction de la franchise choisie en cas de vol ou autres dommages.

Pour le système de sécurité, je choisirai la compagnie Verisure. J'ai reçu un devis pour 900€, qui inclut les caméras, les détecteurs de mouvement et les détecteurs d'incendie. L'abonnement me coûtera 90€ par mois et me permettra une vigilance continue de la part de Verisure, grâce à leurs caméras et détecteurs connectés à la centrale.

Concernant le salaire et les charges sociales, je ne mettrai rien dans ce poste. La gestion de cet entrepôt se fera principalement par mon père, mon frère et moi. Ce sont des coûts qui sont déjà supportés par l'activité principale. Dans notre temps libre, nous nous occuperons de gérer ce lieu. Ce temps libre est en quelque sorte déjà payé par l'activité de déménagement. Nous ne travaillons pas à temps complet dans cette activité, mais nous nous rémunérons comme si nous travaillions à temps complet (environ 40 heures par semaine). Les coûts seront également supportés directement par le client du point de vue de la manutention. En effet, s'il faut remplir une caisse ou aider au déchargement, ce seront des frais qui seront directement imputés à la facture finale. De plus, notre rémunération sera calculée par la suite en fonction du bénéfice de l'activité. Ici, mon but est de savoir combien nous allons dégager en bénéfice avant une éventuelle rémunération. Nous ne souhaitons pas nous verser de salaire dans un premier temps.

Du point de vue du marketing, je souhaite investir environ 300€ par mois. Concernant mes cartes de visite, elles auront un coût de 200€. Comme expliqué précédemment, je me chargerai de gérer les campagnes de publicité moi-même ainsi que l'édition des cartes de visite (j'aurai juste besoin d'un service externe pour les imprimer). La création d'une nouvelle section sur mon site internet n'aura aucun coût. Je vais gérer moi-même la création et l'édition de cette nouvelle page. Voici à quoi ressemble la première partie de la page.

Je vais également gérer une campagne d'emailing pour faire connaître mon service auprès de mes clients actuels. Je vais gérer une autre campagne destinée aux professionnels du déménagement qui souhaiteraient un espace pour stocker les affaires de leurs clients. Je vais demander de l'aide à ma sœur pour la gestion des réseaux sociaux. Elle va avoir un numéro de TVA. Je lui paierai environ 150€ par mois pendant 5 mois afin de gérer et mettre à jour les publications sur les réseaux sociaux. Les tâches consisteront principalement à prendre des photos durant nos interventions et à les ajouter sur les comptes de la société : Instagram et Facebook. Elle viendra également en renfort pour le contact avec les clients car je serai occupé avec d'autres tâches administratives pour l'implémentation de ce projet. Elle peut également m'aider à améliorer le site internet avec de nouvelles photos et de nouveaux onglets peut-être.

Concernant la comptabilité, j'ai parlé avec mon comptable, et il m'a mentionné qu'il augmentera la facture d'environ 75 € par trimestre. Il s'agit d'une nouvelle activité qui impliquera des factures supplémentaires en plus de celles de l'activité principale. Comme ses honoraires dépendent du nombre de pièces justificatives, il doit demander un supplément pour ces services.

Nous devrons acheter un chariot élévateur afin de soulever les caisses en bois. Je prévois d'acheter un chariot qui coûte environ 10 000 €. Ce sera un chariot acheté en seconde main. Le financement se fera grâce à nos apports en capital. Comme expliqué plusieurs fois, nous ne souhaitons pas nous endetter pour ce projet et nous préférions que l'excédent de capital que nous gérons grâce à notre activité de déménagement soit investi dans ce projet. Nous comptons acheter ce chariot après le deuxième mois. Comme le taux d'occupation ne dépasse pas les cinquante pour cent, il n'est pas nécessaire de superposer les caisses. Tout peut être déposé au sol. En suivant les règles de la comptabilité, il sera amorti sur 5 ans.

Voici comment se présentent les coûts la première année. Ici, ne sont pas repris les immobilisations corporelles (chariot) et les créances (garantie locative).

6. Frais généraux (mois par mois, hors TVA)								
Taux de TVA	Année 1 - 2025							
	1/2025	2/2025	3/2025	4/2025	5/2025	6/2025	7/2025	
610 - Loyers et charges locatives	21%	1818,18	1818,18	1818,18	1818,18	1818,18	1818,18	1818,18
6000 - Achat de marchandise (caisses en bois)	21%	1500,00	2000,00	1000,00	1000,00		500,00	
6120 - Fournitures - Eau, gaz, électricité, vapeur	21%	250	250	250	250	250	250	250
612 location et charge locatives (sécurité)	21%	990	90	90	90	90	90	90
6124 - Fournitures - (carte de visite)	21%	200	-	-	-	-	-	-
6131 - Assurances hors RH (incendie, vol, autos, crédit)	21%	300	300	300	300	300	300	300
61321 - Honoraires d'experts - Comptables & fiscalistes	21%	25	25	25	25	25	25	25
61321 - Honoraires d'experts - Autres (sœur)	21%	150	150	150	150	150	-	-
6144 - Frais Commerciaux - Autres (google ads)	21%	300	300	300	300	300	300	300
TOTAL (hors TVA)		5.533	4.933	3.933	3.933	2.933	3.283	2.783

6. Frais généraux (mois par mois, hors TVA)

Taux de TVA	Année 1 - 2025				
	8/2025	9/2025	10/2025	11/2025	12/2025
610 - Loyers et charges locatives	21%	1818,18	1818,18	1818,18	1818,18
6000 - Achat de marchandise (caisses en bois)	21%				
6120 - Fournitures - Eau, gaz, électricité, vapeur	21%	250	250	250	250
612 location et charge locatives (sécurité)	21%	90	90	90	90
6124 - Fournitures - (carte de visite)	21%	-	-	-	-
6131 - Assurances hors RH (incendie, vol, autos, crédit)	21%	300	300	300	300
61321 - Honoraires d'experts - Comptables & fiscalistes	21%	25	25	25	25
61321 - Honoraires d'experts - Autres (sœur)	21%	-	-	-	-
6144 - Frais Commerciaux - Autres (google ads)	21%	300	300	300	300
TOTAL (hors TVA)		2.783	2.783	2.783	2.783

Voici les tableaux qui reprend le résultat après impôts pour les 5 prochaines années.

2. Comptes de résultats	2025	2026	2027	2028	2029
Chiffre d'affaires	74.360	106.140	119.680	129.880	139.680
<i>entreposage 13€/m³</i>	74.360	-	-	-	-
<i>entreposage 14,5€/m³</i>	-	106.140	-	-	-
<i>entreposage 16€/m³</i>	-	-	119.680	-	-
<i>entreposage 17€/m³</i>	-	-	-	129.880	-
<i>entreposage 18€/m³</i>	-	-	-	-	139.680
Marge brute d'exploitation	74.360	106.140	119.680	129.880	139.680
en % du chiffre d'affaires	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Charges d'exploitation	35.248	33.398	36.600	36.600	39.540
<u>1. Frais généraux</u>	<u>35.248</u>	<u>33.398</u>	<u>36.600</u>	<u>36.600</u>	<u>39.540</u>
610 - Loyers et charges locatives	21.818	21.818	24.000	24.000	26.400
6120 - Fournitures - Eau, gaz, électricité, vapeur	3.000	3.000	3.240	3.240	3.240
612 location et charge locatives (sécurité)	1.980	1.080	1.200	1.200	1.320
6124 - Fournitures - (carte de visite)	200	-	-	-	-
6131 - Assurances hors RH (incendie, vol, autos, crédit)	3.600	3.600	3.840	3.840	3.960
61321 - Honoraires d'experts - Comptables & fiscalistes	300	300	360	360	420
61321 - Honoraires d'experts - Autres (sœur)	750	-	-	-	-
6144 - Frais Commerciaux - Autres (google ads)	3.600	3.600	3.960	3.960	4.200
EBITDA	39.112	72.742	83.080	93.280	100.140

Amortissements	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000
Résultat d'exploitation	37.112	70.742	81.080	91.280	98.140
Résultat avant impôts	37.112	70.742	81.080	91.280	98.140
Impôts sur le résultat	9.015	17.423	20.008	22.558	24.273
Résultat après impôts	28.096	53.319	61.073	68.723	73.868

Je constate que la société est rentable chaque année. On peut remarquer que la rentabilité double après la première année. Cela est principalement dû au chiffre d'affaires, qui est supérieur lors de la deuxième année. En effet, j'avais estimé que les premiers mois d'activité le taux d'occupation n'atteindrait pas la moyenne générale du secteur, qui est de 80 %. Au début, il faudra attendre que les clients connaissent notre service et que les premiers contrats soient conclus. Bien que le taux idéal ne soit pas atteint, cela reste un aspect positif, car cela nous donne l'espace et le temps nécessaires pour mettre en place le projet. Il faudra effectivement adapter l'entrepôt, trouver le meilleur aménagement, lancer la campagne publicitaire, l'améliorer, et fabriquer les caisses en bois.

Les années suivantes, la rentabilité est croissante, en raison d'une augmentation du taux d'occupation et d'une hausse du prix moyen par mètre cube. La dernière année est la meilleure avec un prix plus élevé. C'est le meilleur résultat que je puisse atteindre, avec un taux d'occupation de 80,08 %.

Voici le tableau de trésorerie et du cash-flow.

3. Cash Flow Statement		2025	2026	2027	2028	2029
1. Cash-flow opérationnel						
Résultat hors amortissements		30.096	55.319	63.073	70.723	75.868
Variation du besoin en fonds de roul.		-1.787	-700	371	-923	11
<i>Variation stock</i>		-	-	-	-	-
<i>Variation des créances commerciales</i>		-7.550	-2.275	-242	-1.452	-678
<i>Variation des dettes commerciales</i>		3.368	-	323	-	296
<i>Variation du compte TVA</i>		2.396	1.575	290	529	392
Cash-flow issu de l'activité		28.310	54.619	63.443	69.800	75.878
2. Cash-flow financier						
Financements		30.000	-	-	-	-
<i>Capital</i>		30.000	-	-	-	-
Cash-flow financier		30.000	-	-	-	-
3. Investissements						
Investissements		-10.000	-	-	-	-
Variation de trésorerie		48.310	54.619	63.443	69.800	75.878
Trésorerie		48.310	102.929	166.372	236.172	312.050
Prélèvement sur crédit de caisse		-	-	-	-	-
Valeurs disponibles sur compte		48.310	102.929	166.372	236.172	312.050

Le capital investi d'environ 30 000 € sert à payer les investissements nécessaires au démarrage de l'activité, le chariot élévateur principalement. Ce chariot apparaît dans le poste investissement de ce tableau.

Voici le tableau concernant le premier mois d'activité

Cash-flow statement

	Année 1 - 2025					
	1/2025	2/2025	3/2025	4/2025	5/2025	6/2025
Résultat hors amortissements	-913	2.055	1.764	2.544	2.544	3.046
Variation du besoin en fonds de rouleau trésorerie	-12.096	7.537	476	776	694	24
Variation stock	-	-	-	-	-	-
Variation des créances commerciales	-3.775	-2.517	-	-1.258	-	-629
Variation du compte TVA	-2.292	476	476	1.340	-	-
Variation des autres créances	-10.909	10.909	-	-	-	-
Variation des dettes commerciales	4.880	-1.331	-	-	-	-182
Variation du compte TVA	-	-	-	694	694	835
Variation des autres dettes	-	-	-	-	-	-
Cash-flow issu de l'activité	-13.009	9.593	2.240	3.319	3.238	3.071
2. Cash-flow financier						
Financement	30.000	-	-	-	-	-
Capital	30.000	-	-	-	-	-
Cash-flow financier	30.000	-	-	-	-	-
3. Investissements						
Investissements	-10.000	-	-	-	-	-
Variation de trésorerie	6.991	9.593	2.240	3.319	3.238	3.071
Trésorerie	6.991	16.584	18.823	22.143	25.381	28.451
Prélèvement sur crédit de caisse	-	-	-	-	-	-
Valeurs disponibles sur compte	6.991	16.584	18.823	22.143	25.381	28.451

On peut le voir dans le tableau, le cash-flow de l'activité n'est pas suffisant pour couvrir les dépenses initiales. Ce cash-flow est négatif le premier et le deuxième mois. Le capital investi de 30000 € sera donc bien nécessaire pour faire face aux charges des deux premiers mois.

Finalement, grâce à ce montant, nous avons une trésorerie positive tout au long de la première année, ce qui signifie que nous ne devons pas injecter plus de capital ou faire appel à des organismes de crédit.

Voici le tableau pour le reste de l'année

Cash-flow statement								
	Année 1 - 2025							TOTAL 2025
	6/2025	7/2025	8/2025	9/2025	10/2025	11/2025	12/2025	
1. Cash-flow opérationnel								
Résultat hors amortissements	3.046	3.436	3.826	3.046	3.436	2.656	2.656	30.096
Variation du besoin en fonds de rouleau	24	-1.909	424	2.094	-2.518	1.984	726	-1.787
Variation stock	-	-	-	-	-	-	-	-
Variation des créances commerciales	-629	-629	-629	1.258	-629	1.258	-	-7.550
Variation du compte TVA	-	-	-	-	-	-	-	-
Variation des autres créances	-	-	-	-	-	-	-	-
Variation des dettes commerciales	-182	-	-	-	-	-	-	3.368
Variation du compte TVA	835	-1.280	1.054	835	-1.889	726	726	2.396
Variation des autres dettes	-	-	-	-	-	-	-	-
Cash-flow issu de l'activité	3.071	1.527	4.250	5.140	918	4.640	3.382	28.310
2. Cash-flow financier								
Financement	-	-	-	-	-	-	-	30.000
Capital	-	-	-	-	-	-	-	30.000
Cash-flow financier	-	-	-	-	-	-	-	30.000
3. Investissements								
Investissements	-	-	-	-	-	-	-	-10.000
Variation de trésorerie	3.071	1.527	4.250	5.140	918	4.640	3.382	48.310
Trésorerie	28.451	29.979	34.229	39.369	40.287	44.928	48.310	48.310
Prélèvement sur crédit de caisse	-	-	-	-	-	-	-	-
Valeurs disponibles sur compte	28.451	29.979	34.229	39.369	40.287	44.928	48.310	48.310

Comment on peut le voir il s'agit d'une situation stable. Le cash-flow lié à l'activité se maintient positif et la situation s'améliore durant les prochains mois. La valeur disponible sur le compte au final de l'année sera positive. Le montant mensuel que l'on retrouve peut servir pour des

possibles investissements pour de nouveaux achats durant l'année : augmenter le budget publicitaire, achat d'un nouveau chariot...

8.3 Conclusion financière

L'activité génère des liquidités dès les premiers mois. Il est important de noter que l'apport de 30 000 € est crucial car il permet à la société de payer la garantie locative et le chariot élévateur, qui représentent des coûts importants. Sans cet apport, la société aurait été dans le négatif pendant quelques mois. Si cela s'était produit, il aurait été nécessaire de faire un emprunt auprès d'une banque, ce qui aurait engendré des coûts supplémentaires à cause des intérêts. De plus, il n'est pas certain que la banque aurait accepté de financer les pertes de la société. La garantie locative reste difficile également à financer, surtout parce que la société a été créée seulement fin 2023. Par contre, elle aurait peut-être pu financer le chariot élévateur par un leasing.

Si la situation financière reste conforme au plan jusqu'à fin mai, je pourrais décider de louer un deuxième entrepôt, dont les coûts initiaux seraient couverts par les revenus du premier. Cependant, cela pourrait entraîner des coûts supplémentaires, notamment pour le personnel. En effet, avoir un deuxième entrepôt pour nécessiter plus de temps pour la gestion. Il est possible que je n'aie plus assez de personnel pour gérer ce deuxième entrepôt, et je devrais alors payer des heures supplémentaires. Dans ce cas, l'analyse financière serait différente, et je devrais inclure le coût de personnel dans mon tableau car il ne sera plus supporté par ma société de déménagement qui avait du personnel avec des heures de travail disponibles.

Je pourrais réaliser cette deuxième analyse après avoir expérimenté avec ce premier projet, afin de voir combien de temps il me reste pour un deuxième projet de garde-meuble. Je pourrais également penser à louer un entrepôt plus grand pour réduire le prix au mètre carré du loyer, ce qui augmenterait la rentabilité du projet pour payer le personnel nécessaire à cette augmentation de travail.

9. Conclusion

Le secteur de l'entreposage est très diversifié. J'ai pu le constater lors de l'analyse de la concurrence. Il existe des acteurs qui proposent des services différents, et chacun se distingue par son orientation stratégique. Certains se spécialisent uniquement dans l'activité de stockage, d'autres proposent des services complémentaires, et enfin, il y a des sociétés qui offrent le service d'entreposage, mais ce n'est pas leur principale source d'activité, car elles se concentrent sur d'autres activités comme le transport. Chacune dispose d'une stratégie sur laquelle elle se base pour mener ses activités et être rentable. Étant donné que c'est un environnement concurrentiel, il est important de définir une stratégie pour rendre le projet viable : domination par les coûts, différenciation et focalisation. Ici, comme je l'ai mentionné dans la stratégie marketing, je base ma stratégie sur la différenciation, en proposant un service personnalisé au client. Il existe un type de client qui nécessite un spécialiste du transport par exemple, et c'est un marché sur lequel les grandes sociétés d'entreposage ne misent pas. Il peut s'agir parfois de demandes spécifiques nécessitant une attention particulière, comme les œuvres d'art, auxquelles les grandes sociétés d'entreposage ou de déménagement ne peuvent pas répondre sans devoir passer par un sous-traitant. En effet, comme je l'ai mentionné, je propose un service complet, sans dépendre d'autres sociétés. Je possède tout le matériel pour effectuer le service moi-même. Je ne dois pas sous-traiter les demandes, comme le font d'autres concurrents, ce qui implique que j'aurai le contrôle total de mes activités et que je veillerai à la qualité du service pour la satisfaction du client. J'aurai un contrôle sur le prix, l'horaire, et l'organisation des services de stockage et de transport. Ceci me permettra de proposer un service entièrement personnalisé.

Par ailleurs, j'ai fait mon analyse financière, qui montre que l'activité pourrait être rentable dès les premiers mois. Je pourrais réfléchir à ce que je ferai avec cet excès de trésorerie, et un des investissements auxquels j'ai pensé est celui des campagnes publicitaires. En effet, si le cas se présente où je suis rentable, je pourrais réinvestir ce montant dans la campagne Google Ads que je mène. Je pourrais, par exemple, viser d'autres zones géographiques comme le Brabant Wallon afin d'attirer plus de clients. Le projet pourrait peut-être se développer beaucoup plus rapidement que je ne l'aurais espéré. Néanmoins, l'entrepreneuriat n'est pas une science exacte, et ma vision durant ce mémoire était moyennement optimiste. Comme j'ai pu le constater lors de l'analyse de ma personnalité, je suis quelqu'un de très réaliste, et je base mes premières projections sur un scénario moyennement probable. Il s'agira pour moi d'un essai, et si les prévisions se confirment, je prendrai la décision de développer le projet de manière plus importante. Cela va bien sûr m'amener à devoir analyser à nouveau mes chiffres et mes projections. Néanmoins, je possède déjà des informations importantes concernant le secteur comme par exemple : le taux d'occupation, la rentabilité... Ce qui m'aidera dans quelques mois à mieux orienter mes choix stratégiques.

Je vois l'entrepreneuriat comme un apprentissage continu, dans lequel même les erreurs sont une source de connaissance. Dans le cas où l'activité d'entreposage ne soit pas rentable et que

le projet doive s'arrêter, je perdrais peut-être de l'argent, mais j'aurais des connaissances qui me permettront soit de relancer le projet avec plus de ressources, par exemple, soit d'arrêter complètement le projet et me concentrer sur d'autres activités qui pourraient être plus rentables.

Dans un scénario négatif, l'important sera de garder la motivation et d'avoir un état psychologique stable qui me permettra de prendre des décisions adéquates, car on peut très vite fermer les portes en voyant des chiffres négatifs, sans analyser en profondeur ce que ces chiffres peuvent réellement signifier. Il pourrait peut-être juste s'agir d'une saison à faible demande et les bénéfices pourraient venir quelques mois après. L'étude menée au début de ce mémoire m'a inspiré à en apprendre davantage sur la psychologie et le comportement humain, surtout en ce qui concerne la motivation, car pour le développement du garde-meuble, tout comme celui des déménagements, je rencontrerai des difficultés que je devrai surmonter émotionnellement, car les prévisions peuvent être positives, mais la réalité peut être tout à fait différente.

Bibliographie

- Abbaci, A. (2018, 17-19 septembre). *Quel intérêt du Myers-Briggs Type Indicator (MBTI) pour les entreprises algériennes ?* Dans *11th Paris International Conference on Studies in Law, Business, Economics & Interdisciplinary Studies (LBEIS-18)*. Paris, France.
- Adrien & Fils. (2024). *Entreprise de déménagement à Bruxelles*. Récupéré le 15 juin 2024 de <https://www.adrienfils.com/entreprise-demenagement-bruxelles/>
- Adrien & Fils. (2024). *Prix des déménagements à Bruxelles*. Récupéré le 16 juin 2024 de <https://www.adrienfils.com/prix-demenagements-bruxelles/>
- Adrien & Fils. (2024). *Calcul du volume de déménagement*. Récupéré le 16 juin 2024 de <https://www.adrienfils.com/calcul-volume-demenagement/>
- Andrieu, O. (2022). *Réussir son référencement web : Stratégies et techniques SEO* (édition 2022-2023). Eyrolles.
- Beck, P. (2016). Restopia – Self-storage as urban practice. [Chapitre de livre]. Dans Lewe, C., Othold T. et Oxen, N. (éd.), *Müll Interdisziplinäre prespektiven auf das übrig-gebliebene* (pp.117-140). Bielefeld : Transcript.
- Beleidsplan Ruimte Vlaanderen. (2018). *Strategische visie* [PDF]. Dans *Beleidsplan Ruimte Vlaanderen*. <https://www.vlaanderen.be/publicaties/beleidsplan-ruimte-vlaanderen-strategische-visie-geillustreerde-versie>
- Boxify. (2024). *Accueil*. Récupéré le 18 juin 2024 de <https://fr.boxify.be/>
- Boxify. (2024). *Tarifs*. Récupéré le 18 juin 2024 de <https://fr.boxify.be/page/pricing>
- Burnam, C. (2023, 18 avril). *Three ways technology is changing the self-storage industry*. Forbes. <https://www.forbes.com/councils/forbesbusinesscouncil/2023/04/18/three-ways-technology-is-changing-the-self-storage-industry/>
- Businesscoot études et informations sectorielles. (2022). *Les marchés des garde-meubles France*. Paris : Businesscoot
- Capital. (2024, 31 janvier). *Louer un garde-meubles : une solution pour libérer de l'espace chez soi*. Capital. <https://www.capital.fr/immobilier/louer-un-garde-meubles-une-solution-pour-liberer-de-l'espace-chez-soi-1491382>

Chauveau, J. (2017, 13 décembre). *Conteneurs, plates-formes, Internet : le marché du garde-meuble en plein bouleversement*. Les Échos. <https://www.lesechos.fr/2017/12/conteneurs-plates-formes-internet-le-marche-du-garde-meuble-en-plein-bouleversement-189801>

Ciucci, M. (2024, mars). *Efficacité énergétique*. Parlement européen. <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/fr/sheet/69/efficacite-energetique>

Commission européenne. (n.d.). *Protection des données dans l'UE*. Commission européenne. https://commission.europa.eu/law/law-topic/data-protection/data-protection-eu_fr

Courtois, R. (2018). *Le Big Five Inventory français permet-il d'évaluer des facettes en plus des cinq grands facteurs ?* L'Encéphale, 44(3), 208-214. <https://doi.org/10.1016/j.encep.2017.02.004>

Dalloz, X. (2023, 7 novembre). *Le boom silencieux de l'IoT : Quand les objets connectés vont envahir notre vie quotidienne*. La Tribune. <https://www.latribune.fr/opinions/tribunes/le-boom-silencieux-de-l-iot-quand-les-objets-connectes-vont-envahir-notre-vie-quotidienne-982567.html>

ENGIE. (n.d.). *Calculateur de prix*. ENGIE. https://www.Engie.be/fr/?gad_source=1&gclid=Cj0KCQjwwae1BhCARIsAK4JfrwR1w96y1VdLJovaU8cIIExhYnIcaMPuYZ2jMCnxnyWALBZTjN9gqQaAjt6EALw_wcB

Eurostat. (n.d.). *Demographic indicators: Gender distribution of the population* [Table]. European Commission. Récupéré le 10 juin 2024 de https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/DEMO_GIND_custom_7680622/bookmark/table?lang=en&bookmarkId=edacacb0-acad-4876-859f-9549d766826b

FEDESSA and CBRE Ressearch. (2022). *European self storage industry report 2022*. Europe ; FEDESSA et CBRE. Récupéré de <https://www.fedessa.org/resource/fedessa-industry-report-2022.html>

Goldstein, L. (2021, juillet 16). *Janus International group introduces the NS series self-storage door solutions*. Janus International. <https://www.janusintl.com/products/noke?hsCtaTracking=f97d99da-b1db-4dd6-ba84-6d2a71d94330%7C1df75883-a2b6-4973-afe7-d7e3828bd261>

Husson, T. (2024, 7 mars). *Environnement : Comportements d'achat des consommateurs français*. Forrester. <https://www.forrester.com/blogs/environnement-comportements-dachat-des-consommateurs-francais/>

ImmoWeb. (2023, 4 juillet). *Le pouvoir d'achat immobilier des ménages belges moyens chute*. <https://blog.immoweb.be/fr/le-pouvoir-dachat-immobilier-des-menages-belges-moyens-chute/>

Larousse. (2024). *Garde-meuble*. Dans *Dictionnaire de français* (version en ligne). Larousse. <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/garde-meuble/36122>

Michel R. (2015), *Entrepôts et magasins : Tout ce qu'il faut savoir pour concevoir une unité de stockage* (6ème édition). France : Eyrolles.

Mourre, M.-L. (2021). *La stratégie marketing* (2e éd.). Dunod. <https://hal.science/hal-03696167/file/chap%203%20strategie%202%C3%A8me%20%C3%A9dition.pdf>

NBN. (2009, 27 février). Titre du document [PDF]. https://app.nbn.be/data/r/platform/frontend/detail?p40_id=223260&p40_language_code=fr&p40_detail_id=54884&session=15160424489624

Patar J. (2024). Accueil. Récupéré le 10 juin 2024 de <https://patar.be/fr/>

Patar J. (2024). *Garde-meubles*. Récupéré le 15 juin 2024 de <https://patar.be/fr/garde-meubles/>

Patar J. (2024). *Devis gratuit*. Récupéré le 15 juin 2024 de <https://patar.be/fr/devis-gratuit/>

Perspective.brussels. (2018, 13 juillet). *Le plan régional de développement durable : La vision du futur de la région bruxelloise*. <https://perspective.brussels/fr/actualites/le-plan-regional-de-developpement-durable-la-vision-du-futur-de-la-region-bruxelloise-est>

Perspective.brussels. (2018). *Plan régional de développement durable* [PDF]. https://perspective.brussels/sites/default/files/documents/prdd_total_fr_2018.pdf

Research And Markets. (2021, 22 décembre). *Europe self-storage market 2021 - 2026: Business storage expected to gain market popularity*. Business Wire. <https://www.businesswire.com/news/home/20211222005215/en/Europe-Self-storage-Market-2021---2026-Business-Storage-Expected-to-Gain-Market-Popularity---ResearchAndMarkets.com>

Robert, H. (2023, 5 octobre). *Le spécialiste des garde-meubles Homebox poursuit son maillage dans le Val-d'Oise*. Les Echos. <https://www.lesechos.fr/pme-regions/ile-de-france/le-specialiste-des-garde-meubles-homebox-poursuit-son-maillage-dans-le-val-doise-1984909>

Rouquette, P. (2021, 12 juillet). *Déménageurs, cartons, garde-meubles : Après la crise, le secteur du déménagement s'emballe*. Europe 1. <https://www.europe1.fr/economie/demenageurs-cartons-garde-meubles-apres-la-crise-le-secteur-du-demenagement-semballe-4057574>

RVF Movers. (2024). *Garde-meuble*. Récupéré le 2 juin 2024 de <https://www.rvfmovers.com/garde-meuble>

Shurgard. (2024). *Accueil*. Récupéré le 20 juin 2024 de <https://www.shurgard.com/fr-be>

Shurgard. (2024). *Calculateur de volume* [Outils et conseils de self-stockage]. Récupéré le 20 juin 2024 de <https://www.shurgard.com/fr-be/self-stockage/outils-et-conseils-de-self-stockage/calculateur-de-volume>

Shurgard. (2023). *Rapport annuel 2023* [PDF]. Récupéré le 20 juin 2024 de <https://www.shurgard.com/corporate/investors/reports-and-presentations>

Statbel. (2024, 4 juin). *Structure de la population*. <https://statbel.fgov.be/fr/themes/population/structure-de-la-population>

Thierry-Aymé, E. (2023, 13 novembre). *10 outils qui intègrent déjà l'IA et améliorent la productivité de votre entreprise*. Les Echos. <https://www.lesechos.fr/thema/articles/10-outils-qui-integrent-deja-lia-et-ameliorent-la-productivite-de-votre-entreprise-2028348>

Union européenne. (2016). *Règlement général sur la protection des données (RGPD)* (Règlement (UE) 2016/679). Journal officiel de l'Union européenne. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/?uri=CELEX%3A32016R0679>

Verisure. (2024). *Tellement plus qu'une alarme*. Verisure. Récupéré le 25 mai 2024 de https://www.verisure.be/fr/lp/g/tellement-plus-qu'une-alarme?utm_source=google&utm_medium=g&utm_term=14791825393&utm_content=133340711968&utm_campaign=kwdb1890138070&matchtype=e&gclsrc=aw.ds&gad_source=1&gclid=Cj0KCQjwt4a2BhD6ARIsALgH7DrCy5JtIdvlyEtLonhpmhiCRpTtvzme3bmcve2xq7zivleSpTkkQaAIHKEALw_wcB

Vialatte, H. (2021, 14 janvier). *Pro Archives accélère sur la digitalisation des professionnels de l'immobilier*. Les Echos. <https://www.lesechos.fr/pme-regions/occitanie/pro-archives-accelere-sur-la-digitalisation-des-professionnels-de-limmobilier-1280980>

Vlaamse Milieumaatschappij. (2021). *Activiteitenverslag WaterRegulator 2021* [PDF]. <https://www.vmm.be/publicaties/waterregulator-activiteitenverslag-2021/waterregulator-activiteitenverslag-2021>

Vlaamse Regering. (2008). *Decreet betreffende de Vlaamse regelgeving inzake milieubeheer (VLAREMA)*. Belgisch Staatsblad. <https://www.vlaanderen.be/decreet-vlarema>

Washington State University Libraries. (2024). *What is a PESTEL Analysis*. Washington State University Libraries. <https://libguides.libraries.wsu.edu/c.php?g=294263&p=4358409>

World Bank. (n.d.). *Worldwide governance indicators*.
<https://databank.worldbank.org/source/worldwide-governance-indicators>