



République algérienne démocratique et populaire
Ministère d'enseignement supérieur et de la recherche scientifique
Ecole supérieur de management Tlemcen
Incubateur de l'école supérieur de management Tlemcen



Projet de fin d'étude : dans le cadre de l'article ministériel 1275 en vue de l'obtention du diplôme Master en science de gestion et l'attestation label projet innovant

Spécialité : Management et Stratégie des Entreprises (*) / Marketing (**)

Thème :

Presentation du business plan de Notre startup:

Elogency



Présenté par :

BAROUDI Maroua (*)

BOURAS Sarah (**)

DEROUICHE Merieme Wafa (**)

Encadré par :

DR HAID Zahia

Devant le jury composé de :

<i>Nom et Prénom</i>	<i>Grade</i>	<i>Poste</i>
Dr BEZZAR Mohamed Soufyane	MCA	Président et Directeur d'incubateur ESM
Dr HAID Zahia	MCA	Encadrante
Dr Chenini MOUSSA	MCA	Membre de la cellule incubateur ESM
Dr SALMI Abdeldjabar	MCA	Chef de département deuxième cycle
Saidani Fatima Zohra	DRH Yalidine	Partenaire socio-économique

Année universitaire :

2022/2023

Remerciement

Aujourd'hui marque la fin d'un chapitre important de notre vie académique. Après des années d'efforts, de recherches et de dévouement, nous sommes fiers de vous présenter notre mémoire de fin d'études. Nous tenons à profiter de cette occasion pour exprimer notre gratitude et nos remerciements à toutes les personnes qui ont contribué à la réalisation de ce travail.

Avant tout, nous remercions le bon Dieu qui nous a donné du courage, de la volonté et de la patience, afin de réaliser ce travail.

Dans un premier temps, nous tenons à remercier notre encadrante Me Z. HAID, pour son soutien, son exigence, sa disponibilité et de nous avoir communiqué sa passion pour la recherche qui a contribué grandement à la réussite de ce projet académique.

Ensuite, nous aimerions exprimer notre profonde gratitude envers les membres de l'incubateur commençant par son directeur Mr S. BEZZAR, l'équipe incubateur Me A. KHEDIM, Mr A. IZNASNI, pour leur précieuse guidance, leurs conseils avisés et leur soutien inconditionnel tout au long de cette aventure académique. Leurs connaissances, leur expertise et leur patience ont été essentielles pour nous aider à façonner ce mémoire et à en faire une réalité.

Nous tenons également à remercier sincèrement nos enseignants et nos professeurs qui ont contribué à notre formation tout au long de notre parcours universitaire. Leurs cours, leurs encouragements et leurs remarques constructives ont joué un rôle crucial dans le développement de nos compétences et de notre passion pour ce domaine d'études.

Nous voudrions également exprimer notre reconnaissance envers notre famille, qui a toujours été présente pour nous et qui a été notre source de motivation constante. Leur amour, leur encouragement et leur soutien indéfectible ont été des piliers essentiels de notre réussite académique.

Nous souhaitons également adresser nos remerciements à nos amis et camarades de classe qui ont partagé avec nous cette expérience mémorable. Leurs discussions, leurs idées et leur soutien mutuel ont rendu ce voyage plus enrichissant et stimulant.

Enfin, nous tenons à remercier tous ceux qui, de près ou de loin, ont contribué à ce projet, que ce soit par leurs conseils, leur relecture, leurs commentaires ou leurs encouragements. Votre soutien a été d'une valeur inestimable.

Table des matières

<u>Introduction Générale</u>	01
<u>Chapitre 01 : présentation du projet</u>	02
1. L'idée du projet	03
2. Les valeurs proposées	14
3. L'équipe	16
4. Les objectifs	20
5. Planning	25
<u>Chapitre 02: les aspects innovants</u>	34
1. La nature de l'innovation	34
2. Les domaines d'innovation	36
<u>Chapitre 03 : l'analyse stratégique du marché</u>	40
1. Analyse et diagnostique de l'entreprise	42
2. Objectifs et stratégies	48
3. Choix des moyens opérationnels	58
<u>Chapitre 04 : processus de servuction</u>	64
1. La servuction	65
2. L'approvisionnement	69
3. La main d'œuvre	70
4. Partenaire	74
<u>Chapitre 05 : plan financier</u>	77
1. Coûts et charges	78
2. Le chiffre d'affaires	82
3. Le tableau de compte des résultats	85
<u>Chapitre 06 : prototype</u>	86
1. Présentation du prototype	87
2. Questionnaire cible	90
3. Questionnaire partenaire	99
<u>Conclusion générale</u>	103

Liste des figures

N° figure	Nom de la figure	N° page
01	Les différents niveaux de prestations logistiques	08
02	Road Map ELOGENCY	25
03	Diagramme de GANTT simplifié	30
04	La matrice d'innovation	35
05	Le plan Marketing ELOGENCY	41
06/07/08/09/10/11	Logo des concurrents directs et indirects	46/47
12	Choix des stratégies marketing ELOGENCY	55
13	Mix Marketing ELOGENCY	59
14	MCD ELOGENCY	65
15/16	Identité ELOGENCY	68/69
17	Rémunération ELOGENCY	80
18/19	Charges et amortissements	81/82
20	TCR ELOGENCY	85

Liste des tableaux

N° tableau	Nom du tableau	N° page
01	Méthode SMART pour ELOGENCY	21
02	Objectifs à court terme	22
03	Objectifs à moyen terme	23
04	Objectifs à long terme	24
05	Analyse SWOT ELOGENCY	45
06	Analyse SWOT concurrents	47
07	Objectifs MKT et KPI	62/63
08	Main d'œuvre ELOGENCY	70
09	Partenaires ELOGENCY	76
10	Répartition de la cible ELOGENCY	83
11	<i>Information sur location d'entrepôts</i>	83
12/13	<i>CA optimiste et pessimiste</i>	83/84

Liste des schémas

N° schéma	Nom du tableau	N° page
01	Les Wilayas d'activité	32
02	Analyse PESTEL	43/44

Introduction générale

Dans un monde en constante évolution, de plus en plus d'individus se tournent vers l'entrepreneuriat pour saisir des opportunités, exprimer leur créativité et façonner leur propre parcours professionnel. L'entrepreneuriat joue un rôle essentiel dans le développement économique et social en offrant des occasions d'innovation, de création d'emplois et de croissance.

En Algérie, l'entrepreneuriat a pris une importance croissante ces dernières années, stimulé par des initiatives gouvernementales telles que le décret 270-12 émis par le Ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche scientifique. Ce décret marque un tournant majeur dans l'écosystème entrepreneurial du pays, soulignant son importance en tant que solution pour lutter contre le chômage et favoriser le développement économique durable.

Il incite les étudiants à exploiter leurs compétences, leurs connaissances et leur créativité pour créer des entreprises novatrices et contribuer à la croissance du pays. En tant qu'étudiants engagés dans le processus d'apprentissage, nous sommes conscients des enjeux liés à l'entrepreneuriat et de l'importance de développer notre esprit d'entreprise afin de saisir les opportunités offertes par ce décret.

Nous avons dédié du temps à la recherche d'une idée de projet répondant à un besoin réel sur le marché. Dans ce contexte, nous avons sélectionné notre projet, axé sur le domaine de la logistique, qui vise à apporter des solutions novatrices pour optimiser les processus logistiques des entreprises. Notre concept, nommé ELOGENCY, se positionne comme une réponse concrète aux défis rencontrés dans ce secteur en pleine expansion.

Nous sommes convaincus que notre engagement envers l'entrepreneuriat et notre solution dans le domaine de la logistique contribueront à l'économie algérienne en favorisant la compétitivité, la création d'emplois et la croissance durable.

Chapitre 01 :
Présentation de l'idée du projet

Dans ce chapitre, on va aborder les aspects essentiels concernant l'idée de projet, à savoir :

- 1. A propos de l'idée*
- 2. Les valeurs proposées*
- 3. L'équipe du projet*
- 4. Les objectifs du projet*
- 5. Le planning de réalisation du projet*

1. A propos de l'idée :

L'un des changements les plus marquants depuis les années 90, dans le monde économique et du business c'est l'émergence des concepts de : la chaîne logistique (supply chain), third party logistic, réingénierie des processus de production et de distribution ainsi que d'autres termes indiquant la nécessité de créer des synergies entre les différents acteurs tout le long de la chaîne de valeur de l'entreprise.

Dans un contexte de globalisation des marchés, on ne parle plus uniquement du développement d'une fonction par la maximisation de ses éléments (exemple : transport), mais plutôt d'optimisation de l'efficacité de la chaîne logistique. Depuis toujours, ce sont les travailleurs des transports qui assurent l'acheminement des biens produits, mais en quelques dizaines d'années, la structure de l'économie mondiale a amorcé un rapide tournant. Le capital est devenu plus mobile, les chaînes d'approvisionnement se sont intégrées par-delà les frontières, traversant plusieurs mers et continents, depuis l'origine des matières premières jusqu'au consommateur final, et les travailleurs ont à la fois de nouveaux défis à relever et de nouvelles occasions à saisir pour exercer leur pouvoir.

C'est ainsi qu'aujourd'hui, les entrepôts sont devenus plus que de simples espaces de stockage de longue durée : ils assurent désormais des services de gestion des flux de marchandises pour une période déterminée sous des critères bien définis auparavant. Dans une supply chain, l'entreposage est un processus mis en place afin de stocker des marchandises avant qu'elles ne soient mises en vente dans des endroits dédiés à cette fonction. C'est principalement dans les entrepôts que ce type d'opération logistique a lieu. Mais il s'avère en réalité que tout local peut servir d'emplacement pour l'entreposage de marchandises. De cela, une gestion efficace du système d'entreposage peut être un facteur de compétitivité non négligeable pour les entreprises qui cherchent la performance.

La tâche de trouver un espace pour emmagasiner les marchandises avant qu'elles ne soient livrées n'est pas aussi évident pour les e-commerçants vu la nature de saisonnalité du métier selon la période d'année, et du coup l'externalisation de la fonction de logistique pourra être un enjeu très important permettant de se concentrer sur l'activité principale qui est la vente. Cette digitalisation du

processus de livraison des commandes est considérée aussi comme un facteur rassurant pour les clients car ils peuvent le suivre depuis le lancement jusqu'à l'expédition.

Les petites et moyennes entreprises (PME) peuvent rencontrer des difficultés à trouver un entrepôt adapté à leurs besoins en raison de plusieurs facteurs. Tout d'abord, les PME ont souvent des volumes de stockage plus petits par rapport aux grandes entreprises, ce qui signifie qu'elles ont besoin d'un entrepôt de petite ou moyenne taille. Ensuite, les PME peuvent ne pas avoir l'expertise nécessaire pour trouver un entrepôt qui répond à leurs besoins en matière de stockage. Par exemple, elles peuvent avoir besoin d'un entrepôt équipé de racks de stockage, de chambres froides, ou encore d'un espace sécurisé pour stocker des produits de valeur. Enfin, les coûts de location d'un entrepôt peuvent être un facteur de limitation pour les PME, qui ont souvent des budgets plus restreints que les grandes entreprises. Les prix de location peuvent varier en fonction de la taille, de l'emplacement et des fonctionnalités de l'entrepôt, et les PME peuvent ne pas être en mesure de se permettre les coûts élevés de location d'un entrepôt de grande taille ou doté de fonctionnalités spécifiques.

En offrant un réseau d'entrepôts et une solution de gestion en ligne pour gérer et optimiser la logistique de stockage, notre startup résout ces difficultés en proposant des options de stockage adaptées aux besoins des PME, à des prix compétitifs et en fournissant une expertise en logistique pour aider les PME à trouver l'entrepôt qui convient le mieux à leurs besoins.

Tout comme les PME, à partir d'un certain seuil d'activité, les grandes entreprises cherchent à externaliser leurs entrepôts ou leur fonction de logistique : à cause du surplus de produits et l'insuffisance de l'espace de stockage, où carrément pour consacrer tous les moyens et ressources matériels et immatériels pour développer leurs cœur métier vu que stocker plus veut dire dépenser plus !

Afin d'accompagner ces différents acteurs économiques pour régler leurs problèmes liés à la logistique, spécialement le stockage, une idée est apparue !

ELOGENCY est une solution e-logistique qui relie entre des demandeurs : des professionnels cherchant un espace pour stocker des biens destinés à la vente, et des offreurs : des particuliers ou des entreprises ayant des places vacantes prête à recevoir des marchandises, tout en prenant en considération : la nature du produit, la durée, le rangement, la sécurisation, le zonage.... Elle peut être incluse dans deux domaines différents :

➤ Le secteur tertiaire généralement appelée secteur des services: est le troisième niveau de l'économie des trois secteurs (industriel et agriculture). Il comprend toutes les activités qui ne produisent pas directement des biens de consommations. Ce secteur est composé de deux type :

- ✓ *Tertiaire principalement marchand comme*: le commerce, le transport...
- ✓ *Tertiaire Principalement non marchand comme*: l'administration publique, l'enseignement...

ELOGENCY va contribuer à ajouter une valeur dans le secteur de l'entreposage en utilisant les technologies d'informations et des communications nouvelles (NTIC). En Algérie 2021, Le ministère du Commerce et de la Promotion des exportations a recensé 2.984 chambres froides avec une capacité globale de stockage de 3,5 millions de mètres cubes (m3), ainsi que 1.860 entrepôts d'une capacité de stockage de 6,4 millions m3, précisant que ces espaces sont conformes à la réglementation et sont actuellement opérationnels.

➤ Le secteur du PROPTECH: il y a deux ans, on ne parlait pas du proptech malgré sa relation très étroite avec l'aspect « immobilier ». Ce domaine est une petite partie d'une transformation numérique plus large dans l'industrie immobilière, il comprend à la fois les changements technologiques, les changements des mentalités du secteur, des consommateurs et de nos attitudes, des mouvement et transactions en impliquant les constructions urbaines. En fait là on parle plutôt commercialisation que construction : c'est l'immobilier 2.0.

Notre vision à travers cette plateforme digitale est d'exploiter toute capacité d'entreposage existante dans le territoire national en faveurs des professionnels ayant un besoin pareil à l'aide des systèmes d'informations et des DATA BASES.

À la base de toute création d'entreprise, il y a une idée qui peut avoir plusieurs origines : elle peut être née d'une

- ✓ Expérience professionnelle,
- ✓ D'un savoir-faire,
- ✓ D'une formation initiale nous ayant permis d'acquérir les compétences indispensables,
- ✓ Ou encore de simple circonstance nous ayant offert l'opportunité de nous lancer.

Une opportunité d'affaire est un contexte favorable qui se présente à un moment donné pour lancer une entreprise ou développer un projet entrepreneurial, elle est considérée comme une

occasion de développer une entreprise qui répond à un besoin ou une demande sur le marché, ou encore d'apporter une innovation dans un domaine donné. Peut être identifiée de différentes manières :

- ✓ L'observation d'une demande non satisfaite sur un marché ;
- ✓ De l'émergence d'une nouvelle technologie ;
- ✓ La recherche d'une solution à un problème spécifique,
- ✓ L'identification d'une opportunité non encore exploitée ou l'envie de poursuivre une passion
- ✓ D'un changement réglementaire et législatif.

L'origine de notre idée est le fruit d'une observation minutieuse du marché, permet d'identifier un problème réel de la logistique à qui les entreprises sont confrontées ; Il y a plusieurs opportunités qui pourraient justifier la création d'une entreprise de logistique agissant comme intermédiaire entre les entreprises et les propriétaires d'entrepôts. Voici quelques exemples :

- ✓ L'e-commerce est en plein essor et les entreprises ont besoin de moyens efficaces pour stocker et livrer leurs produits à leurs clients. Les propriétaires d'entrepôts peuvent avoir des espaces de stockage inutilisés qu'ils pourraient mettre à disposition des entreprises à la recherche d'un espace de stockage temporaire ou permanent.
- ✓ Les entreprises cherchent à réduire leurs coûts en externalisant certaines activités non essentielles, telles que le stock de sécurité et la gestion des stocks. En agissant comme intermédiaire, notre entreprise pourrait offrir des solutions de stockage et de gestion de stocks plus économiques et flexibles pour les entreprises.
- ✓ La logistique est un domaine complexe qui peut être difficile à gérer pour les petites entreprises qui ne disposent pas des ressources et des compétences nécessaires. Notre entreprise pourrait offrir des services de logistique clés en main pour aider les entreprises à gérer efficacement leurs opérations logistiques.
- ✓ Il peut y avoir un manque d'espaces de stockage disponibles dans certaines régions ou certaines zones industrielles. Notre entreprise pourrait offrir une solution pour résoudre ce problème en mettant en relation les propriétaires d'entrepôts disposant d'espaces de stockage inutilisés avec les entreprises ayant besoin d'un espace de stockage. En résumé, il y a une forte demande pour des solutions logistiques efficaces et économiques, et notre entreprise pourrait offrir une solution novatrice pour répondre à cette demande

En résumé, il y a une forte demande pour des solutions logistiques efficaces et économiques, et notre entreprise pourrait offrir une solution novatrice pour répondre à cette demande.

ELOGENCY est une agence d'intermédiations collaborative proposant des offres en relation avec la logistique de l'entreprise, principalement la fonction de stockage. Elle cherche à mettre en relation les business qui ont un besoin d'externalisation de stockage avec des propriétaires d'entrepôts capable et disponible pour recevoir une marchandise. Cette solution e-logistique est un prestataire 3PL « Third Party Logistics » : qui désigne l'action de sous-traiter tout ou une partie de la logistique à un prestataire externe. Notre rôle est de répondre à tout besoin au niveau de la supply chain de notre cible : le choix de l'entrepôt adéquat, traitement des commandes, gestion des retours clients, la gestion des flux de marchandises ainsi que les flux d'information.

Notre réseau d'activité va regrouper plusieurs types d'entrepôts logistiques sur le territoire algérien, afin d'ajuster en temps réel les capacités de production et de vente, centraliser les données, tout ça à la demande ! On peut citer :

- *Entrepôt industriel*: généralement situé dans des zones de production pour stocker des matières premières, des produits semi-finis ou des produits finis.
- *Entrepôt de distribution*: appeler aussi site d'enlèvement, sert à stocker toutes marchandises en attente de livraison à des grossistes, à des détaillants ou à des consommateurs finaux.
- *Entrepôt sous douanes*: réglementé par la douane pour le stockage de marchandises importées pour une durée maximale de deux ans.
- *Entrepôt frigorifique*: qui est équipé d'un système de réfrigération pour le stockage des produits périssables tels que les produits alimentaires, les produits pharmaceutiques...
- *Entrepôt de transit*: qui est utilisé pour stocker temporairement les marchandises en transit entre deux destinations.

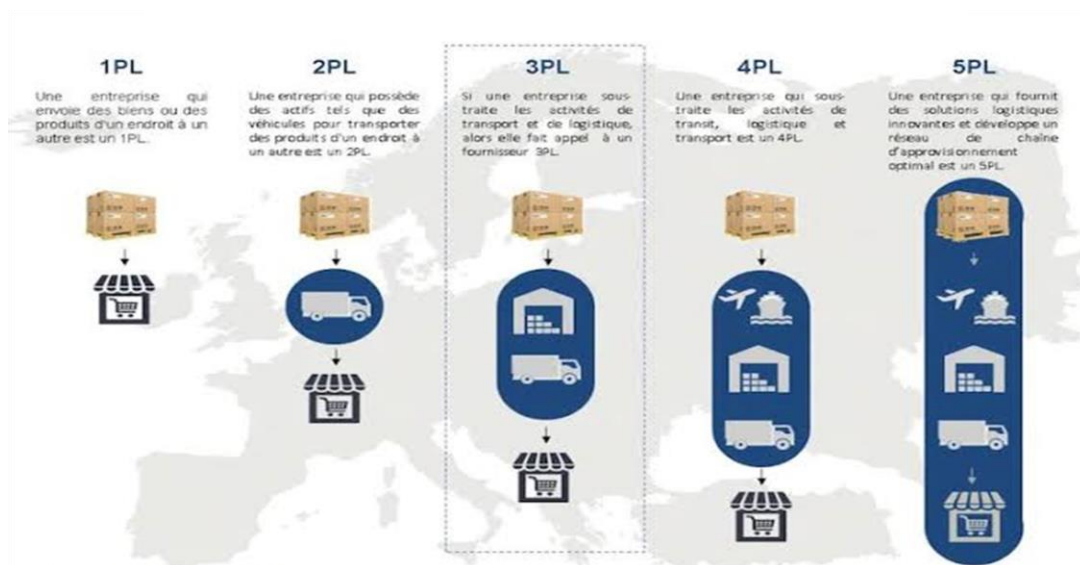
Les notions d'instantanéité, dynamisme et satisfaction client sont fortement cités lorsqu'on parle d'un système logistique digitalisé. Le choix d'un pivotement d'une supply chain interne a une supply chain externe peut être bénéfique pour le business à différentes échelles :

- ✓ *Un focus sur l'activité principale*: confier la tâche du suivi du stock, gestion des retours, traitement des commandes et de même la livraison peut économiser un temps précieux pour le développement commercial et l'inbound marketing

- ✓ *Bénéficier du savoir-faire des experts*: faire appel à des prestataires logistiques experts est un gage de qualité et de sécurité.
- ✓ *Gagner en flexibilité*: les entreprises e-logistiques peuvent fournir une grande flexibilité face aux fluctuations de la demande tout en adaptant les processus logistiques en conséquence.
- ✓ *Réduire les coûts variables*: en externalisant la logistique, les montants investis liés à la logistique sont mieux gérés et maîtrisés tel que les salaires de la main d'œuvre.

En effet, il existe plusieurs niveaux de prestations d'externalisation de la logistique, allant du First Party Logistics, 1PL au 5PL (du simple vers le complexe) : le passage d'un niveau à un autre est traduit par une création d'une valeur ajoutée nouvelle et une sophistication des prestations offertes, ainsi qu'en parallèle cela reflète le degré d'externalisation des activités de la chaîne logistique par les entreprises. Faisons une projection pour notre agence e-logistique suivant son développement :

Figure01 : les différents niveaux de prestations logistiques



Source : <https://cutt.ly/4wejY7IO>

Le 1PL est le premier niveau de prestation logistique, qui s'occupe de distribuer la marchandise d'une place à une autre, autrement dit une entreprise qui ne dispose pas d'une flotte de véhicule fait appel à un transporteur pour le faire ! Pour ELOGENCY, notre vision est plus large qu'une simple agence de transport.

Chapitre 01 : présentation de l'idée

Le deuxième niveau est le 2PL qui, en plus de transporter les produits d'un endroit à un autre, on ajoute la tâche de l'entreposage. ELOGENCY va essayer d'assurer ces deux opérations de base pour nos clients à l'aide d'une base de données contenant un large répertoire des différents endroits de stockage avec des conditions différentes en termes de surface, hauteur, largeur, équipement... le choix de l'entrepôt idéal va être basé sur une analyse des caractéristiques de la marchandise que l'entreprise veut stocker selon la quantité, la durée, les dimensions...

Le troisième niveau de 3PL est apparu avec le principe que la logistique a commencé au fur et à mesure à intégrer des actions industrielles qui sont faites durant ou en fin de cycle de l'activité tel que la gestion des flux. L'agence ELOGENCY va prendre en charge le suivi des états de stocks et des flux physiques (les entrées et les sorties de marchandises), mais aussi les flux d'informations où le client va recevoir des rapports réguliers sur son activité.

Le niveau suivant est le 4PL, appelé aussi prestataire intégrateur qui aura pour mission la coordination des différents acteurs intervenants tout au long de la chaîne logistique, et aussi il assure une certaine responsabilité vis-à-vis des résultats. A ce stade, ELOGENCY va être apte à organiser, gérer, visualiser, optimiser en permanence et adapter tous les prestataires 3PL impliqués.

Le dernier niveau est le 5PL et il reflète la dernière phase d'évolution dans le domaine de la logistique. Il offre des systèmes automatisés et intelligents posant le client et sa satisfaction au centre d'intérêt avec une assistance, audit et conseil. En d'autres mots, leur but est de rendre la chaîne d'approvisionnement plus efficace et fournir des solutions innovantes et très développées. Avec une intégration des BDD et des NTIC, ELOGENCY cherche à faciliter le processus de la supply chain avec des systèmes d'automatisation d'un côté, et d'un CRM (Customer Relationship management) performant d'autre côté.

Il est essentiel de noter que nous visons deux cibles différentes : les clients (les professionnels) et les annonceurs (les propriétaires des entrepôts). Le service proposé par notre application pour chacune de nos cibles peut être décrit de la manière suivante :

- Pour les annonceurs : Voici un exemple du processus de travail de notre startup avec les partenaires :

- ✓ *Inscription* : les propriétaires d'entrepôts intéressés à travailler avec nous peuvent s'inscrire sur notre site en fournissant des informations sur leur entrepôt, y compris l'emplacement, la taille, les caractéristiques et les coûts.
- ✓ *Vérification et approbation* : notre équipe vérifiera les informations fournies par les partenaires et évaluera leur admissibilité pour être ajoutés à la liste des entrepôts disponibles sur le réseau. Les partenaires approuvés recevront une notification de leur approbation et seront invités à compléter leur profil sur le site.
- ✓ *Négocier les termes du contrat* : Une fois que ELOGENCY a identifié un partenaire potentiel, il négocie les termes du contrat, y compris la commission qu'il recevra sur le prix de location de l'entrepôt. Les termes du contrat peuvent également inclure des détails sur les services qu'il fournira, tels que la gestion de la réservation, le suivi de location et la maintenance de la relation avec le client.
- ✓ *Intégration des entrepôts dans notre réseau* : Une fois le contrat signé, son entrepôt sera intégré dans notre réseau, nos partenaires peuvent utiliser le site pour gérer l'actualité de ses informations et la disponibilité de leur entrepôt.
- ✓ *Notification de réservation* : Lorsqu'un client réserve un entrepôt sur le site web de ELOGENCY, notre SMI (système de messagerie intégré) va envoyer à la team et à notre partenaire une notification d'une demande de réservation.
- ✓ *Paiement de la commission* : une fois les deux parties se met d'accord sur la réservation, ELOGENCY recevra une commission sur le prix de location de l'entrepôt pour chaque réservation effectuée par le biais de son site web. Les paiements de commission seront effectués conformément aux termes du contrat conclu entre nous et le partenaire.
- ✓ *Suivi et gestion de la location* : notre équipe logistique permettra aux partenaires de suivre l'état de ses entrepôts et de gérer la location en temps réel.
- ✓ *Établir une relation de confiance* : la clé d'une intégration réussie des entrepôts dans notre réseau est d'établir une relation de confiance avec chaque propriétaire d'entrepôt. Par le travail en étroite collaboration avec eux pour assurer une communication fluide, des réservations ponctuelles et un service de qualité.

En suivant ces étapes, nous pourrions intégrer des entrepôts dans notre réseau de manière efficace et rentable, ce qui contribuera à la réussite de notre startup de logistique.

- Pour les clients : Voici un exemple du processus de travail de notre startup avec nos entreprises clientes :
 - ✓ *Visite* : les prospects intéressés à utiliser notre site pour trouver un espace de stockage peuvent entrer le nom de la ville où il souhaite stocker ses marchandises dans la barre de recherche, espérons de trouver des entrepôts disponibles en fonction de leur emplacement, de leur taille et de leurs caractéristiques.
 - ✓ *Résultat* : le site web de Celle affiche une liste des entrepôts disponibles dans cette ville, avec des informations telles que leur emplacement, leur prestation de stockage, leurs horaires d'ouverture et leur degré de sécurité.
 - ✓ *Réservation* : Le prospect sélectionne l'entrepôt qui convient le mieux à ses besoins et entre ses informations de contact pour passer une réservation. Les informations incluent le nom de l'entreprise, l'adresse e-mail, nom du contact, le numéro de téléphone, la nature des produits, conditionnement, quantité estimée, la date de début de la location et la durée de la location.
 - ✓ *Correspondance* : une fois qu'une réservation est acceptée, ELOGENCY confirmera la réservation avec le client par e-mail ou par téléphone, en lui fournissant toutes les informations nécessaires pour accéder à l'entrepôt et y stocker ses marchandises.
 - ✓ *Suivi et gestion de stock* : Une fois que le client a commencé à utiliser l'entrepôt, il peut continuer à travailler avec ELOGENCY pour d'autres services logistiques, tels que le suivi des flux physiques, la gestion des stocks et la gestion des retours.
 - ✓ *Maintenir la relation avec les clients* : on assure la satisfaction des clients par la fourniture d'un excellent service client en répondant rapidement à leurs demandes d'entreposage et en résolvant les problèmes techniques rapidement, la Personnalisation de notre approche pour répondre à leurs besoins spécifiques, et par être proactif en proposant des solutions logistiques innovantes et en anticipant leurs besoins futurs.

La conception d'équipe et le choix des membres sont essentiels pour la réussite d'un projet entrepreneurial. En effet, chaque membre de l'équipe a un rôle important à jouer dans la réalisation des objectifs fixés.

Notre équipe se compose de trois étudiantes de L'ECOLE SUPRIEURE DE MANAGEMENT à TLEMCEM talentueuses. Les deux étudiantes en marketing ont une connaissance approfondie du marché, de la concurrence et des consommateurs, ainsi que des compétences en communication et en création de stratégies marketing efficaces. La troisième étudiante, spécialisée en stratégie des entreprises, a une solide expérience en planification stratégique, en gestion de projet et en analyse de données.

Ensemble, nous formons une équipe compétente et complémentaire qui est déterminée à créer une startup de logistique innovante et efficace qui répond aux besoins de nos clients. Nous sommes convaincues que notre travail d'équipe et notre engagement envers l'excellence nous permettront de mener à bien ce projet et d'en faire une réussite."

Voici les tâches clés que l'équipe va partager :

- *La gestion de projet*: la gestion de projet est un élément clé pour s'assurer que le projet reste sur la bonne voie. L'équipe doit suivre les progrès, gérer les risques et s'assurer que les livrables sont livrés en temps voulu.
- *La communication*: la communication est cruciale pour la réussite du projet. Les membres de l'équipe doivent être en mesure de communiquer efficacement entre eux et avec les parties prenantes externes, telles que les clients, les fournisseurs et les investisseurs.
- *La planification*: la planification est une étape clé dans la réussite d'un projet entrepreneurial. L'équipe doit définir les objectifs, les échéances et les ressources nécessaires pour atteindre les résultats attendus. Il est important de définir les rôles et les responsabilités de chaque membre de l'équipe.
- *Création et développement de site web*: l'équipe serait chargée de concevoir et développer le site web, en veillant à ce qu'il soit fonctionnel, intuitive et conviviale pour l'utilisateur. Ils

devront travailler sur la programmation, l'interface utilisateur, l'intégration de fonctionnalités et la mise en place des services en ligne.

- *Promotion et commercialisation* : l'équipe serait chargée de la promotion du site auprès des entreprises concernées en Algérie. Ils devront identifier les canaux de communication appropriés, créer des campagnes publicitaires et des stratégies de marketing pour attirer les utilisateurs, établir des partenariats avec d'autres entreprises et participer à des événements liés à l'industrie.
- *Gestion des partenariats* : cette équipe sera responsable de la négociation, de la conclusion et de la gestion des partenariats avec les entrepôts et les fournisseurs de services tiers. Ils devront travailler sur les termes et les conditions, la gestion des relations, le suivi des performances et la résolution des problèmes.
- *Gestion des employés* : cette équipe sera responsable de la gestion des employés impliqués dans le projet, y compris la sélection, la formation, la planification des horaires, la gestion des performances et la communication interne.
- *Gestion des opérations* : cette équipe sera responsable de la gestion quotidienne de site web et des opérations de l'entreprise, y compris la maintenance de site, la résolution des problèmes techniques, la gestion de la comptabilité et de la conformité réglementaire, et la gestion de la relation client.
- *La gestion financière* : la gestion financière est importante pour s'assurer que le projet reste rentable. L'équipe doit gérer le budget, suivre les coûts et les revenus et s'assurer que le projet reste sur la bonne voie.
- *La recherche et développement* : si le projet nécessite des développements spécifiques, l'équipe doit effectuer une recherche approfondie pour déterminer les meilleures solutions techniques et opérationnelles. Cette tâche peut être confiée à un membre spécialisé dans le domaine.

Bien sûr, les rôles et les responsabilités précis de chaque membre de l'équipe dépendront de la taille et de la complexité du projet, ainsi que des compétences et des expériences individuelles des membres de l'équipe. Donc Chaque membre de l'équipe doit jouer un rôle important dans la

planification, la recherche et le développement, la gestion de projet, la communication, la promotion et la commercialisation, et la gestion financière. En travaillant ensemble, l'équipe peut surmonter les défis et atteindre les objectifs fixés pour le projet.

2. Les valeurs proposées :

L'intermédiation de stockage en e-logistique ne consiste pas seulement à fournir des services de stockage et de gestion de stock. Les startups qui réussissent dans ce domaine ont également une culture forte et des valeurs qui guident leurs actions et leur prise de décision stratégiques globales et qui servent à tisser des relations de confiance et de fidélité avec les clients et les partenaires aussi. Voici quelques-unes des valeurs que notre projet peut proposer :

- *La Nouveauté* : généralement on dit que cette chose est nouvelle sur le marché ou dans l'industrie, s'il présente de produits nouveaux, des nouvelles technologies, des nouveaux modèles commerciaux, de nouveaux modes de production, etc. D'où, notre service est nouveau car il répond aux besoins des entreprises, il pourrait avoir un impact positif sur le marché en offrant une solution innovante pour résoudre les problèmes de stockage et en créant de nouvelles opportunités commerciales pour les entreprises et les propriétaires d'entrepôts.
- *L'adaptation* : c'est Savoir faire preuve de flexibilité pour changer, ajuster, évoluer, et la capacité de s'adapter rapidement dans un contexte, des événements ou des besoins pour rebondir et aller vers la réussite ! Nos services vont être flexibles et adaptatifs à la demande afin d'optimiser le temps et le suivi de stock du côté clientèles, et d'exploiter les espaces vacants d'une manière rationnelle du côté partenaire : autrement dit trouver la combinaison idéale entre l'offre et la demande !
- *Economiser plus d'argent* : Les entreprises peuvent aussi profiter d'une économisation d'argent en louant de l'espace de stockage uniquement lorsque cela est nécessaire, plutôt que de devoir investir dans un espace permanent et coûteux. Les propriétaires d'entrepôt peuvent également augmenter leur revenu en louant leur espace disponible à des entreprises qui en ont besoin quel que soit la durée et la période et profiter d'une meilleure rotation.

- *La Commodité* : Les entreprises qui ont besoin d'espace de stockage peuvent trouver rapidement et facilement des entrepôts disponibles qui répondent à leurs besoins. De même, les propriétaires d'entrepôt peuvent facilement trouver des locataires potentiels.
- *Réduction des risques* : notre service va garantir la sécurité, les entreprises peuvent être rassurées de savoir que leur inventaire est stocké dans un endroit sécurisé, équipé de système de sécurité avancé. Les propriétaires d'entrepôt peuvent également bénéficier d'une sécurité renforcée grâce à l'installation de systèmes de sécurité modernes.
- *Gestion facile* : Les entreprises peuvent gérer leur stockage via notre plateforme en ligne, ce qui facilite la gestion et la coordination des opérations de stockage. Les propriétaires d'entrepôt peuvent également profiter de cette plateforme pour gérer les locations, la facturation et la maintenance.
- *L'Efficacité* : Le système de stockage peut optimiser l'utilisation de l'espace de stockage disponible, permettant ainsi aux entreprises d'utiliser au mieux l'espace dont elles disposent. Les propriétaires d'entrepôt peuvent également maximiser le rendement de leur investissement en louant leur espace de stockage de manière plus efficace.
- *La conception* : notre application va Avoir un design unique : qui attire le visuel des utilisateurs et permet de sortir du lot. Le design doit être cohérente visuellement (la couleur, le police est les photos, etc.), et tous les éléments doivent fonctionner de manière similaire par rapport au site web, et l'applications, etc.

3. L'équipe du projet :

La réussite d'un projet dépend d'une façon directe de l'équipe exécutive et sa complétude. Voici ELOGENCY' team :

- *Premier membre* : DEROUICHE Merieme Wafa , née le 02 octobre 2000 j'habite à Djelfa et Je suis une étudiante de master 2 en spécialité marketing à l'école supérieure de management de Tlemcen et j'ai la chance de suivre plusieurs formations dans des domaines variés, notamment les langues étrangères : une formation pendant une session en la langue française

à CCF (centre culturel de français) de Tlemcen et une formation pour deux niveaux en la langue anglaise dans le cfti (centre de formation en technologie informatique) de Tlemcen.

J'ai une grande passion pour le marketing et une compréhension approfondie des différentes stratégies marketing. Grâce à ma capacité à communiquer efficacement, je suis en mesure de travailler avec des clients de différentes cultures, ce qui est un atout important pour notre projet. En outre, je suis capable de travailler sous pression et de résoudre rapidement les problèmes qui peuvent survenir dans mon travail quotidien.

En tant que participant à ce projet, mes tâches pourraient inclure :

- ✓ La contribution à la définition de la stratégie de marketing et de communication de la startup.
- ✓ La participation à l'analyse des besoins des clients et des tendances du marché pour adapter les offres
- ✓ La coordination et la gestion des campagnes de marketing en ligne et hors ligne pour accroître la visibilité et la notoriété de la startup.
- ✓ Le développement des relations avec les partenaires potentiels et les clients pour renforcer le réseau de la startup.
- ✓ La collaboration avec les autres membres de l'équipe pour assurer une intégration harmonieuse des différentes activités du projet.

Ces tâches peuvent être ajustées en fonction des besoins et des priorités du projet au fil du temps

➤ *Deuxième membre : Sarah Bouras, née le 27 mars 1999 à Ain Taya et j'habite à Alger. Actuellement étudiante en deuxième année de Master à l'École Supérieure de Management de Tlemcen, j'ai obtenu mon baccalauréat en gestion et économie en 2017. Après cela, j'ai étudié pendant trois ans à l'École Supérieure de Statistique et j'ai réussi le concours d'accès aux Écoles Nationales Supérieures en 2020, ce qui m'a orienté vers l'ESM-Tlemcen.*

J'ai acquis de l'expérience professionnelle en effectuant un stage de 15 jours dans une agence commerciale de Sonelgaz Bouira en 2021. Ce stage m'a permis de comprendre l'importance du travail d'équipe et du respect des délais. J'ai également travaillé en tant que vendeur pharmaceutique

à Ain Taya, Alger pendant six mois, où j'ai développé des compétences en communication et en vente. Cela m'a conduit à choisir la spécialité marketing pour terminer mon Master, car j'ai découvert mes compétences dans ce domaine.

Récemment, j'ai suivi une formation de six semaines sur le BMC, l'Abel projet innovant, l'étude de marché et le plan financier d'un projet à la Maison d'Entrepreneuriat de l'ESM Tlemcen. Je parle couramment le français car j'ai suivi une formation de trois niveaux de A21 à B22 au Centre de Culture de Français (CCF). J'ai également des connaissances en anglais, car j'ai suivi un niveau à l'école de formation CFTI à Tlemcen.

En dehors de mes études et de ma carrière, je suis passionnée par la couture et le patronage. J'ai même suivi un stage de 15 jours sur le patronage. Durant la période de la pandémie, j'ai ouvert une page Instagram appelée "hasar_style", où j'ai pu vendre des vêtements que j'ai cousus moi-même en exploitant l'opportunité de l'achat en ligne

Voici quelques tâches que je peux les effectuer en tant que spécialiste du marketing pour soutenir mon équipe dans ce projet :

- ✓ Élaborer une stratégie de marketing pour la plateforme et créer du contenu de qualité pour notre site Web et nos réseaux sociaux afin d'attirer l'attention des clients potentiels et développer une marque et une identité visuelle Effectuer une étude de marché pour Comprendre les tendances du marché.
 - ✓ Collaborer avec l'équipe pour développer et créer une interface utilisateur conviviale et pour s'assurer que la plateforme est facile à utiliser
 - ✓ Veiller sur la satisfaction des clients existants et adopter des politiques pour les fidéliser afin d'avoir un feedback positif qui peut être la base d'un programme de parrainage et de recommandation pour élargir notre réseau.
 - ✓ Pouvoir négocier avec les clients et les propriétaires d'entrepôts.
- *Troisième membre*: BAROUDI Maroua née le 13 novembre l'an 2000 à Ain Temouchent, j'habite actuellement à Tlemcen, titulaire d'un BAC scientifique en 2018 où j'ai opté pour l'école supérieur de management (ESMT) pour terminer mes études supérieures. Je suis une étudiante en 5ème année suivant la spécialité du management et stratégies des entreprises

où j'ai terminé le major de ma promotion. Durant mon parcours j'ai effectué deux stages d'une durée de chaque un de 15jr dans différents départements ce qui m'a permis d'acquérir des connaissances et de l'expérience en ce qui concerne le fonctionnement des entreprises dans l'écosystème algérien en général.

Dans un cadre personnel, j'ai été un membre dans deux clubs estudiantins ayant deux visions différentes, dans le comité des relations extérieures et trésorerie, et j'étais le chef du projet de salon d'emploi PROSTEP, ainsi qu'organisatrices dans beaucoup d'autres événements.

Durant ces cinq ans j'ai travaillé dur sur ma personnalité, mes compétences, mes connaissances et mes skills hard et soft, et du coup j'ai réussi à forger un profile stratège avec excellence me permettant d'intégrer le monde du business et de lancer mon propre projet. Pour cela les taches que je peux les exécuter sont les suivantes :

- ✓ Définir la stratégie globale du projet ainsi que les objectifs visés à court, à moyen et à long terme.
- ✓ Mise en place des étapes et des outils pour aboutir aux résultats voulus (organisation du travail, répartition des tâches, coordination des actions...)
- ✓ Rédiger des rapports réguliers pour suivre et analyser le développement de l'activité et réaliser des actions correctives s'il le faut.
- ✓ Fédérer les collaborateurs autour du projet et créer le climat collaboratif favorable afin d'augmenter la productivité de l'équipe
- ✓ Effectuer une veille prospective sectorielle et construire des partenariats internes et externes.

Le mode d'interaction entre les membres du projet est un élément très important pour favoriser la communication, améliorer la compréhension, éviter les malentendus, favoriser l'innovation et encourager la motivation. Cela peut contribuer grandement à la réussite du projet dans son ensemble. Une collaboration productive passe par une communication forte et efficace ; il est donc indispensable de travailler avec les bons outils de communication d'équipe ! Ce n'est pas pour nous démotiver, mais selon le Project Management Institute (PMI), 1 projet sur 5 échoue à cause d'une communication inefficace... !

Il convient de rappeler que les interactions professionnelles physiques sont la règle et la base de tout travail d'équipe. Pour permettre à chacun de donner le meilleur de soi-même individuellement, il est important de tenir compte des différentes personnalités et des styles de communication au sein des équipes. Pour notre cas, toutes les 3 nous sommes des étudiantes au sein de la même école depuis trois ans, et nous sommes aussi des amies proches où on fait beaucoup d'activités en trinôme, comme David Rockefeller disait : « Mieux vaut une amitié fondée sur le business qu'un business fondé sur l'amitié ».

Au début, on a commencé à travaillé ensemble sur idée de projet et le BMC d'une façon quotidienne dans la bibliothèque de l'école, parfois dans la résidence universitaire et aussi dans les bibliothèques publiques. Dans nos séances de brainstorming, nous nous sommes appuyées sur les « Mind Map » pour cartographier et bien organiser l'ensemble des idées générées, ce qui nous à permit de bien simplifier le projet et les traduire en logigrammes et diagrammes pour l'analyser.

Suite au départ des membres d'équipe chacune a sa ville de résidence pour le mois sacré de RAMADAN, nous étions obligés de pivoter vers un mode de communication digital afin de reprendre le travail et poursuivre notre étude. Parmi les outils qu'on les a choisis :

- Pour les appels : nous programmons des séances via ZOOM, Google MEET et parfois via Messenger. Au moyen les séances durent entre deux et trois heures.
- Pour la prise de notes : la meilleure solution pour noter les idées et les commentaires durant une réunion c'est l'application MIRO qui est un tableau blanc collaboratif accompagné d'un Dashboard d'outils divers comme un stylo, un post-It ect
- Pour la répartition des tâches : l'une des applications que nous avons trouvez très efficace c'est TRELLO, ou on peut gérer les flux de travail, ajouter des fichiers, programmer des check-lists et même écrire des notes pour ne pas les oubliées.
- Pour le stockage des fichiers : le partage des documents de rédaction et des supports d'études entre les membres se fait par le Google DRIVE, ou chacun dépose son WORD, PDF, EXCEL et autres fichiers dedans permettant aux personnes autorisées à les consultés.

Tout le monde sait qu'un climat amical est un atout majeur pour que les personnes travaillent bien ensemble. Et du coup toute équipe à besoin d'un moment informel de détente et de recule de la

charge de travail continue qui aura pour vertu d'améliorer l'ambiance amicale, apaiser les tensions, éviter les conflits et surtout reprendre en force et donner davantage pour aboutir aux objectifs. Nous, pendant la pause, on partait déjeuner ou prendre un café ensemble, discutait sur des sujets en dehors du projet et parfois jouer au pingpong pour se détresser. On avait une journée par semaine où on ne la consacrait rien que pour nous et pour renforcer notre lien d'amitié par aller faire du shopping ou regarder un film.

En effet, il est important de noter que malgré nos efforts pour maintenir une communication régulière et une collaboration efficace, il y avait des moments où certains membres de l'équipe étaient confrontés à des problèmes tels que des connexions internet instables ou des empêchements personnels. Cependant, plutôt que de laisser ces problèmes affecter négativement l'avancement du projet, nous avons travaillé en binôme pour nous assurer que chacun était en mesure de progresser dans son travail, et accordé au membre ayant des problèmes de connexion ou d'indisponibilité le temps nécessaire pour travailler sur leurs tâches en différé et pour se mettre à jour avec le reste de l'équipe. Cela a permis à chacun de se sentir soutenu et encouragé, et renforçant ainsi notre cohésion en tant qu'équipe.

En somme, notre mode d'interaction est basé sur la communication régulière, la collaboration efficace, la rétroaction constructive et l'établissement de liens personnels forts.

4. Les objectifs du projet :

Lorsque l'on se lance dans un nouveau projet, il est important de définir clairement les objectifs que l'on souhaite atteindre. Cela permet non seulement de mieux comprendre les résultats que l'on cherche à obtenir, mais aussi de mieux cibler les actions à mettre en place pour y parvenir. En général, les objectifs doivent être spécifiques, mesurables, réalisables, atteignable et temporels (SMART). Avec les indicateurs SMART, il devient plus facile de Suivre l'efficacité du projet, la Maitrise de la mise à disposition des ressources, Renforcement de la motivation des acteurs et la Maitrise des risques. Ils doivent être alignés sur notre stratégie globale, et être mis en œuvre avec des plans d'action clairs et des indicateurs de performance pour assurer une progression continue vers les objectifs à long terme.

Prenons l'utilisation de la méthode SMART sur Un de nos objectifs sur le court terme comme un exemple :

Tableau 01 : la méthode SMART

<u>Objectif</u>	<u>Spécifique</u>	<u>Mesurable</u>	<u>Atteignable</u>	<u>Réalisable</u>	<u>Temporel</u>
Élaborer une stratégie de lancement solide, en se concentrant sur la mise en place de notre plan de Marketing, et se lancer dans une durée de 3 mois	Nous visons à développer une stratégie de lancement solide pour notre service en se concentrant sur le plan de marketing dans une durée de 3 mois	Nous suivrons les résultats de notre plan de marketing pour déterminer si nous avons atteint notre objective en utilisant les utiles d'analyse pour mesurer l'efficacité et ajuster la stratégie en conséquence.	Oui, nous avons les ressources nécessaires pour élaborer une stratégie solide et nous concentrer sur le plan de marketing.	Nous avons mené des études de marché qui indiquent que notre service répond à un besoin spécifique du marché.	Nous avons fixé une durée de 3 mois pour l'élaboration de notre stratégie de lancement et la mise en place de notre plan marketing

Source : Elaborer par nous même

Et voici les objectifs qu'on vise à les réaliser dans le court, le moyen et le long terme :

Tableau 02: objectifs à court terme

<i>Le terme</i>	<i>L'objectif</i>	<i>KPI</i>
<u>Court terme</u> : des objectifs que l'on vise à atteindre dans un futur proche, généralement dans une période de 2 à 12 mois. Ils sont essentiels pour la gestion opérationnelle de l'entreprise et contribuer à la réalisation des objectifs à moyen terme	Élaborer une stratégie de lancement solide, en se concentrant sur la mise en place de notre plan de Marketing, et se lancer dans une durée de 3 mois	La génération d'un certain nombre de leads qualifiés avant le lancement.
	Collecter une base de données de 50 entrepôts potentiels dans la région avec des informations détaillées sur les spécifications de chacun d'eux dans 2 mois.	La base de données contient 50 entrepôts avec ses informations actuels
	Mettre en place un système de suivi de la législation en matière de stockage dans les 2 mois	La mise à jour régulière des informations législatives.
	Négocier des contrats avec au moins 10 propriétaires d'entrepôts dans les trois prochains mois	Le nombre de contrats signés. Le nombre de contacts établis avec les propriétaires d'entrepôts potentiels dans les deux prochains mois.
	Formation d'équipe sur les différentes prestations logistiques et les meilleurs pratiques avec des sessions bimensuelle	Taux de participation à la formation ; Score de satisfaction des employés envers la formation

Source: Elaborer par nous même

Tableau 03: objectifs à moyen terme

<u>Moyen terme</u> : des objectifs que l'on vise à atteindre sur une période de 1 à 3 ans. Ces objectifs sont généralement plus ambitieux que nos objectifs à court terme et visent souvent à renforcer la position concurrentielle de notre startup pour saisir de nouvelles opportunités de marché	Atteindre la rentabilité dans les deux ans suivant le lancement de la startup.	Le ROI (Return on Investment ou Retour sur Investissement). $= (\text{Gain de l'investissement} - \text{Coût de l'investissement}) / \text{Coût de l'investissement} \times 100$
	Augmenter le nombre de clients de 50% d'ici trois ans en améliorant l'offre de services de la startup et en mettant en place une stratégie de marketing efficace.	Taux de conversion des prospects en clients <u>où</u> nombre de nouveaux clients acquis. Taux de conversion des prospects en clients = $(\text{Nombre de nouveaux clients} / \text{Nombre de prospects}) \times 100$. Nombre de nouveaux clients acquis = $(\text{Nombre de nouveaux clients} - \text{Nombre de clients perdus}) / \text{Nombre de clients totaux au début de la période} \times 100$
	Élargir les services proposés par notre startup, en proposant : - des solutions de logistique inversée : gestion de retour des produits - des services de transport routier pour les entreprises clientes par l'intégration des entreprises de transport logistiques dans notre réseau des partenaires.	Taux d'adoption des nouveaux services par les clients $= (\text{Nombre de clients utilisant les nouveaux services} / \text{Nombre total de clients}) \times 100$ Taux d'acquisition de nouveaux partenaires
	Développer des partenariats avec au moins 10 entreprises de transport logistique et 150 entreprises d'entrepôt d'ici la fin de la deuxième année, dans différentes régions du nord et l'ouest d'Algérie pour offrir une couverture logistique complète et compétitive.	Taux de complétude du réseau de partenaires <u>où</u> Taux d'acquisition de nouveaux partenaires Taux de complétude du réseau de partenaires = $(\text{Nombre total de partenaires intégrés} / \text{nombre total de partenaires cibles}) \times 100$ Taux d'acquisition de nouveaux partenaires = $\text{Nombre de nouveaux partenaires intégrés} / \text{nombre total de partenaires cibles} \times 100$
	Réduire le temps de traitement des demandes des clients de 33.33% (aux deux tiers) d'ici deux ans en améliorant les processus internes, pour améliorer l'efficacité et réduire les coûts afin de proposer des tarifs compétitifs tout en maintenant une marge bénéficiaire suffisante. (Si on commence par 72 H d'ici 2 ans va être 48 h).	Temps moyen de réponse (TMR) <u>où</u> Temps moyen de traitement (TMT) $\text{TMR} = \text{temps total pour répondre à toutes les demandes} / \text{nombre total de demandes}$ $\text{TMT} = \text{temps total pour traiter toutes les demandes} / \text{nombre total de demandes}$

Source: Elaborer par nous même

Tableau 04: objectifs à long terme

<i>Long terme : Les objectifs à long terme sont des cibles à atteindre sur une période prolongée, généralement de plusieurs années. Ils visent à transformer l'entreprise ou l'organisation de manière significative.</i>	Augmenter la notoriété de la marque : en vise à développer une réputation solide pour la qualité de nos services et leur fiabilité, ce qui contribuera à la fidélisation des clients et à la croissance organique.	Nombre de mentions de la marque sur les réseaux sociaux au cours d'une période donnée : calculé à l'aide des outils d'analyse des médias Score de notoriété de la marque auprès de la population en général : calculé à l'aide des sondages d'opinion auprès des consommateurs.
	Élargir le marché cible : en vise à élargir notre marché cible en s'adressant à de nouveaux segments de marché, tels que les entreprises internationales ou les entreprises de secteurs différents. L'objectif peut être d'atteindre un nouveau marché cible avec une part de marché de 10 % ou plus	Part de marché cible = $(\text{chiffre d'affaires de l'entreprise sur le marché cible} / \text{chiffre d'affaires total du marché cible}) \times 100$.
	Diversification de services : en vise élargir notre portefeuille de services en proposant des solutions de stockage plus avancées, comme l'emballage, la livraison, la location des matérielles professionnelles (Chariot élévateur, grue...) pour répondre aux besoins spécifiques de nos clients.	Nombre de nouveaux services proposés = $\text{nombre de services proposés à la fin de la période} - \text{nombre de services proposés au début de la période}$.
	Augmenter le taux de rétention des clients : la team viser à augmenter le taux de rétention des clients, en offrant des services de qualité supérieure, un support client exceptionnel et des offres spéciales pour les clients existants. L'objectif peut être de maintenir un taux de rétention de 80 % ou plus.	Taux de rétention des clients = $[(\text{Nombre de clients à la fin de la période} - \text{Nombre de nouveaux clients acquis pendant la période}) / \text{Nombre de clients au début de la période}] \times 100$
	Accroître les revenus : en vise à augmenter les revenus en attirant de nouveaux clients, en offrant des services hauts de gamme à des tarifs plus élevés, en proposant des offres groupées ou en introduisant de nouveaux services. L'objectif peut être d'augmenter les revenus de 30 % ou plus	Le chiffre d'affaires = $\text{ventes totales} - \text{retours} - \text{annulations}$ Taux de croissance des ventes = $(\text{chiffre d'affaires actuel} - \text{chiffre d'affaires de la période précédente}) / \text{chiffre d'affaires de la période précédente} \times 100$

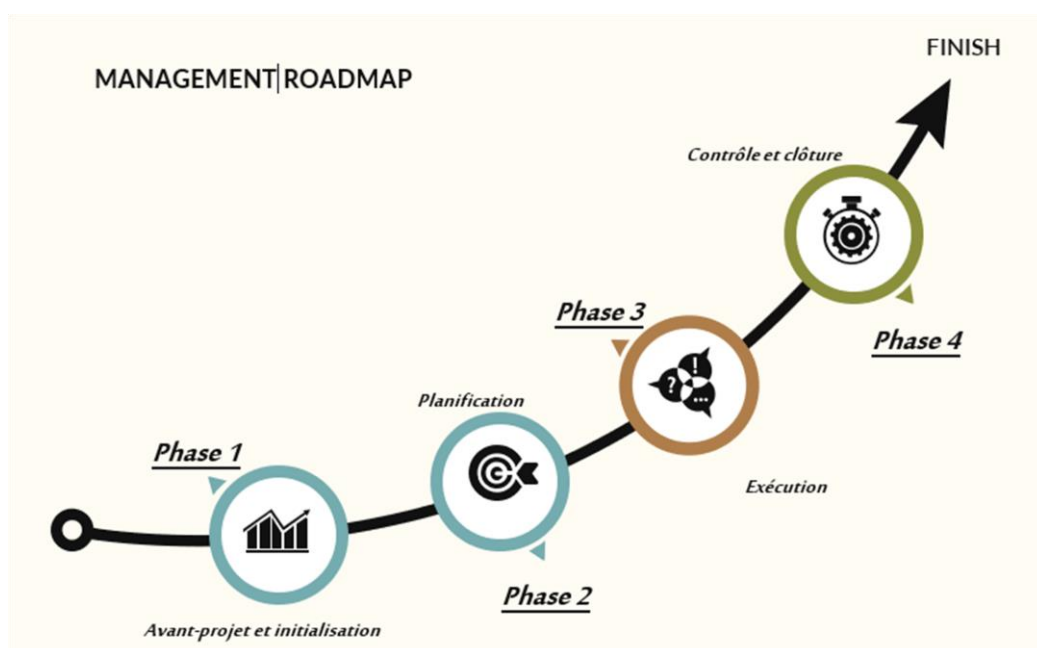
Source: Elaborer par nous même

5. Le planning de réalisation du projet :

La planification stratégique est une partie essentielle de la gestion de projets ou d'activités de toute nature, et elle est particulièrement importante dans la mise en œuvre d'une vision d'entreprise. Un simple visuel comme une feuille de route fournit un aperçu clair des tâches et des étapes stratégiques qui aide à définir un plan à long terme pour atteindre les objectifs.

La feuille de route ; appelée aussi Road Map ; est une représentation visuelle synthétique qui donne un aperçu global des différentes étapes clés d'un projet, présenté dans l'ordre chronologique, à savoir : les activités, les objectifs, les livrables, la durée... mais il est important de dire qu'une road map doit rester relativement simple et volontairement non détaillée

Figure 02: Road Map ELOGENCY



Source: Elaborer par nous même

Phase 1: Dans tout pilotage d'un projet digne de ce nom, l'avant projet est la phase préparatoire qui permet de rappeler comment l'idée est née, son utilité et sa finalité par rapport au besoin, pour savoir la pertinence du projet ainsi que le degré de faisabilité et de réalisation de ce dernier.

L'objectif de cette phase étant de disposer d'informations pertinentes pour éclairer la décision de démarrer ou non le projet. Ces informations sont techniques et permettent de savoir si les

compétences et les moyens techniques de l'organisation (ou du groupe d'organisations) qui mène le projet sont mobilisables en interne ou en externe. Elles sont aussi économiques et permettent de définir le bilan économique du projet en termes de retour sur investissement mais elles donnent aussi des précisions par rapport au marché : Le résultat de cette phase est généralement une étude de faisabilité technico-économique.

Lorsque plusieurs projets sont en concurrence les méthodes utilisées peuvent être des méthodes d'évaluation du profit ou des méthodes d'optimisation des contraintes ou même une étude d'opportunité afin de définir le projet le plus rentable

Après avoir sélectionner et valider le projet, il est primordial de mettre en œuvre un macro planning contenant une vue globale de ce qu'on a besoin pour passer à l'étape suivante qui est le cadrage et la planification.

Phase 2: Le pilier de la réussite de n'importe quel projet est le fait de le bien planifier. La planification est la phase où on détermine et on classe par priorités les tâches du projet, on estime leurs charges et on affecte les ressources nécessaires à leur réalisation. En management des projets, on parle du triangle d'or : c'est un concept qui fait référence à l'importance de la maîtrise de trois contraintes primordiales ayant un impact direct sur le cycle de vie du projet : qualité, coût et délai.

Mais aussi il ne faut pas négliger le fait de réfléchir à comment les risques projet seront gérés, à comment communiquer avec les parties prenantes du projet... il est donc nécessaire de prendre le temps qu'il faut pour planifier un projet en détail avant de passer à l'action. Afin de réussir cette partie de la feuille de route du projet on peut utiliser le Diagramme de Gantt : qui est un outil de gestion du projet qui permet de voir graphiquement les enchaînements et les dépendances entre tâches. Voici un diagramme du Gantt simplifié du projet ELOGENCY :

Cette roadmap inclure les tâches spécifiques pour notre projet de création d'une startup logistique :

1. L'évaluation de la faisabilité de l'idée : 2 semaines

- Préparer de l'idée (2 semaines)
- Pitcher de l'idée (un jour)

2. La formation de l'équipe, y compris les formations sur notre école : (6 semaines chaque formation une semaine)
 - Manuel de projet
 - Parcours de la création d'une startup
 - Innovation et protection intellectuelle
 - Étude de marché, BMC, business plan, tableau de bord
 - L'étude financier
 - Intelligence artificielle
3. Recherche de marché cible et étude de faisabilité pour le projet : 3 semaines
 - Identifier les tendances actuelles du marché de la logistique.
 - Analyser les segments de marché et les opportunités de croissance potentielle.
 - Étudier les besoins et les comportements des clients potentiels en matière de Logistique.
 - Choisir le marché cible adéquat visé par notre projet.
4. L'étude de marché : (toute la durée avant le lancement du projet)
 - Évaluer la concurrence sur le marché de la logistique et du transport.
 - Analyser les barrières à l'entrée sur le marché et les risques potentiels.
 - Étudier les exigences réglementaires et les normes de l'industrie en matière de logistique.
 - Analyser les coûts associés à la création d'une startup logistique.
 - Élaborer des hypothèses financières pour le projet, y compris les coûts de démarrage et les revenus potentiels.
 - Évaluer la faisabilité technique du projet, y compris la technologie requise et les compétences nécessaires pour sa mise en œuvre.
 - Élaborer des scénarios de croissance pour le projet sur le court et le long terme.
5. Évaluation du Business Model Canvas (BMC) : (2semaines)

- Définir la proposition de valeur de projet.
 - Identifier les segments de marché cibles et définir une stratégie de marketing.
 - Préparer des partenariats avec des fournisseurs de services logistiques.
 - Élaborer un plan financier pour estimer les coûts et les sources de revenus.
 - La présentation de BMC.
6. Élaboration du plan d'affaires détaillé : 10 semaines
- La présentation de l'idée
 - Les aspects innovants
 - L'analyse stratégique du marché
 - Le plan de production et d'organisation
 - Le plan financier
 - Le prototype
7. Élaboration du plan d'affaires détaillé : (8 semaines)
- Définir les fonctionnalités du site web en fonction des besoins des clients.
 - Établir une maquette du site web et de l'expérience utilisateur.
 - Trouver un développeur pour construire le site web.
 - Tester et valider le site web avant son lancement.
8. Établissement de partenariats avec les propriétaires d'entrepôts et intégration de leurs informations dans la base de données de la startup : 10 semaines
- Recherche des propriétaires d'entrepôts dans la zone géographique ciblée pour le projet.
 - Analyse des critères de sélection des entrepôts, tels que la taille, l'emplacement, les équipements, les coûts, etc.
 - Établissement d'une liste de contacts et de négociation avec les propriétaires d'entrepôts intéressés.

- Élaboration d'un accord de partenariat avec les propriétaires d'entrepôts, en spécifiant les termes et les conditions de la collaboration.
- Intégration des informations sur les entrepôts partenaires dans la base de données de la startup, en utilisant des outils de gestion de données et des logiciels appropriés.
- Vérification régulière de la qualité des services fournis par les entrepôts partenaires et de la pertinence des informations intégrées dans la base de données.
- Réajustement de la liste des entrepôts partenaires en fonction de l'évolution des besoins des clients et des disponibilités des entrepôts.

9. Lancement de site, marketing et publicité pour attirer les clients : 4 semaines

- Configurer les comptes des réseaux sociaux pertinents pour le projet, tels que, Instagram, Facebook, Twitter, LinkedIn, etc.
- Installer et configurer un système de gestion de contenu (CMS) pour faciliter la mise à jour du site et la publication de contenu régulier.

10. Lancement de Stratégie marketing :(6 semaines)

- Identifier les canaux de marketing les plus efficaces pour les atteindre (publicité en ligne, Événements, salons professionnels, etc.)
- Créer une stratégie de contenu pour le blog de la startup, qui sera utilisé pour améliorer le référencement et la visibilité en ligne.
- Mettre en place une stratégie de référencement naturel (SEO) pour améliorer la visibilité du site web dans les moteurs de recherche.
- Créer des offres promotionnelles pour attirer les clients au lancement du site web.
- Collaborer avec des influenceurs pertinents pour promouvoir la startup sur les réseaux sociaux.
- Planifier des campagnes publicitaires en ligne pour attirer du trafic vers le site web.

11. Acquisition de l'inventaire initial et développement des procédures de gestion de la logistique :(6 semaines)

- Acheter ou louer les équipements nécessaires pour stocker les marchandises.

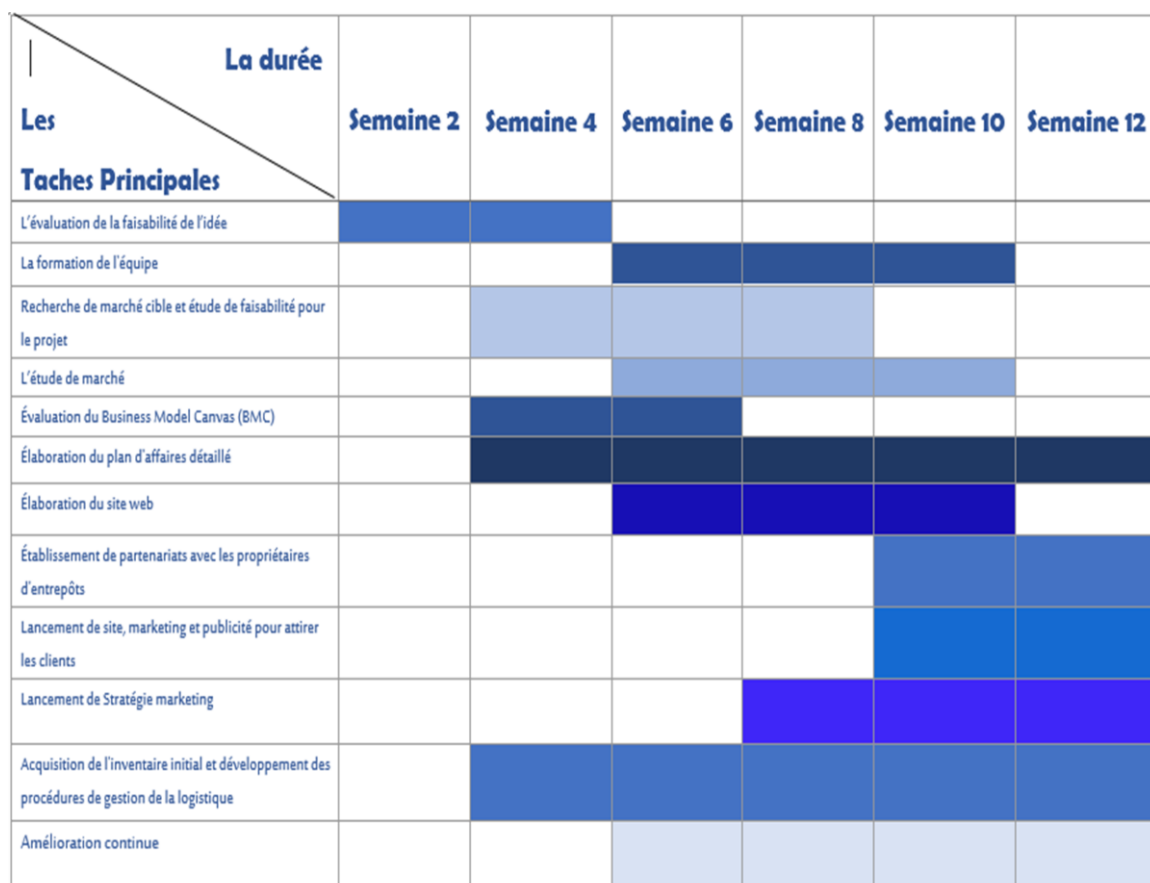
Chapitre 01 : présentation de l'idée

- Établir des procédures de gestion de stock efficaces pour optimiser les niveaux de stockage et minimiser les coûts.
- Former le personnel sur les procédures de gestion de stock et de logistique.

12. Évaluation continue et ajustement des opérations pour répondre aux besoins des clients et optimiser l'efficacité de la logistique : sur une base régulière.

- Mesurer la satisfaction des clients et recueillir des commentaires pour améliorer le service
- Évaluer les coûts et les revenus pour déterminer la rentabilité du service
- Identifier les opportunités d'expansion du service ou d'ajout de nouvelles offres de service.

Figure 03: Diagramme de GANTT simplifier



Source: Elaborer par nous même

Phase 3: et qui est la phase la plus étendue dans le cycle de vie d'un projet demandant une grande quantité d'énergies et de ressources. L'exécution correspond à l'étape de la réalisation des activités prévues. Au cours de cette phase, les membres de l'équipe de projet travaillent ensemble pour accomplir les tâches et les activités qui ont été planifiées dans la phase précédente pour objectif de concrétiser le projet depuis l'idée jusqu'au produit final

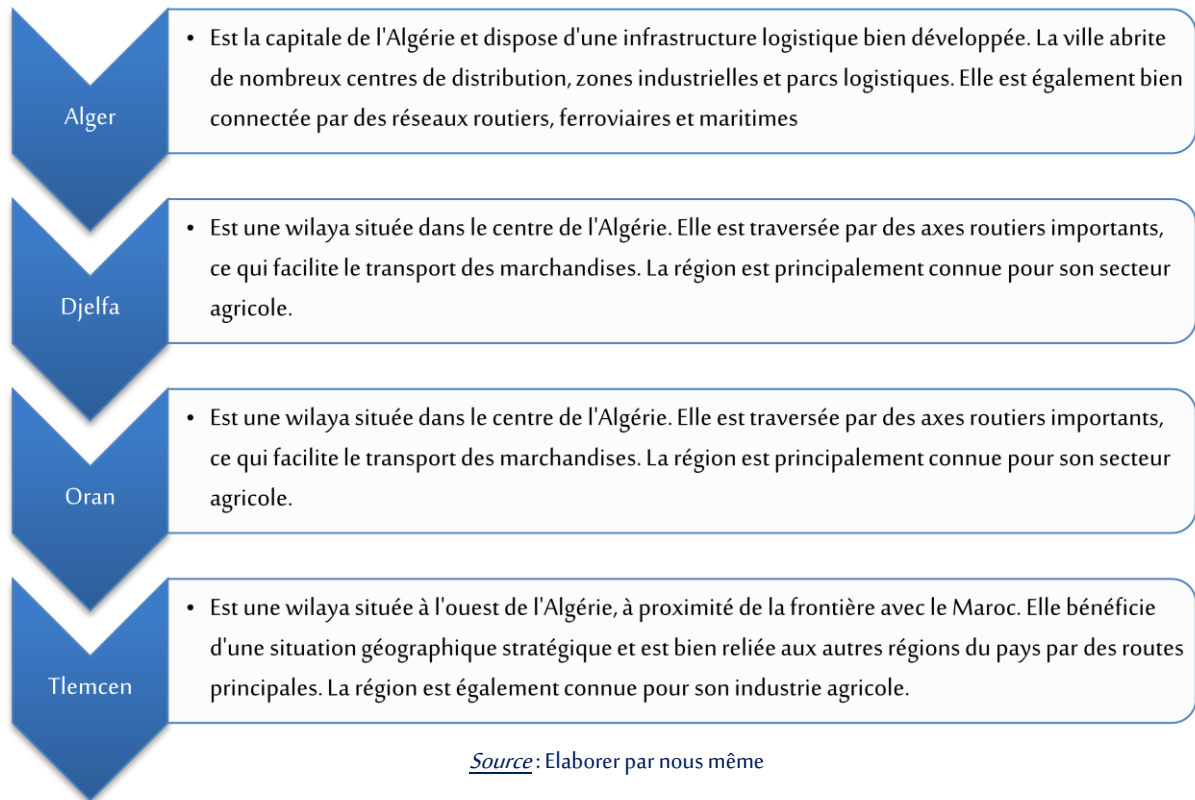
Phase 4: La clôture de projet est la 4e et la dernière phase qui marque la fin du cycle de vie d'un projet, qui est symbolisée par la finalisation du livrable : solution, produit ou service. C'est également l'heure du bilan, où le chef de projet présente ses conclusions et ses résultats aux différentes parties prenantes dans le cadre d'une réunion, par le biais d'un bilan de synthèse. Le but : savoir si le projet a porté ses fruits (est-ce que l'objectif est atteint ?)

Notre projet sera réalisé dans les wilayas d'Alger, Djelfa, Oran et Tlemcen. Ces quatre wilayas ont été sélectionnées en raison de leur importance stratégique, de leur potentiel économique et de leur situation géographique favorable. En implantant nos activités dans ces régions, nous pourrions mieux répondre aux besoins logistiques des entreprises et des commerçants opérant dans ces zones, tout en bénéficiant des infrastructures existantes, des réseaux de transport développés et des opportunités commerciales disponibles. Cela nous permettra également d'établir des partenariats solides avec les acteurs locaux et de maximiser notre portée sur le marché.

Nous avons choisi ces 4 wilayas en raison de plusieurs facteurs clés. Tout d'abord, Alger, en tant que capitale, offre un environnement dynamique avec une infrastructure logistique bien développée, ce qui facilite la gestion des opérations. Ensuite, Djelfa est stratégiquement située au centre de l'Algérie, permettant un accès facile aux régions environnantes et offrant des opportunités dans le secteur agricole. Oran, en tant que ville portuaire, offre des avantages en termes d'importation et d'exportation de marchandises, ainsi que de bonnes connexions de transport. Enfin, Tlemcen, située à proximité de la frontière avec le Maroc, présente un intérêt géographique, favorisant les échanges commerciaux transfrontaliers. En couvrant ces wilayas, nous pouvons

atteindre un large éventail de clients et répondre aux besoins logistiques dans différentes régions du pays.

Schéma 01 : les wilayas d'activités



Chapitre 02 :
Les aspects innovants

Dans ce chapitre, on va parler du côté innovant de notre idée de projet, à savoir :

- 1. La nature de l'innovation*
- 2. Les domaines d'innovation*

1. Nature de l'innovation :

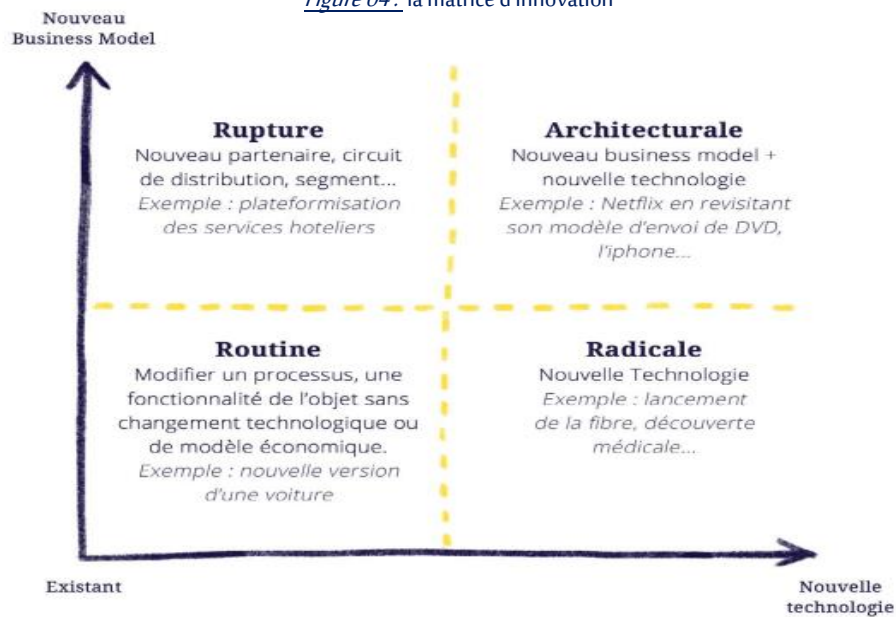
Les startups sont souvent associées à l'innovation car elles sont principalement créées pour apporter de nouvelles idées et de nouvelles solutions à des problèmes existants. Les startups sont des entreprises en démarrage qui ont des idées innovantes et qui cherchent à les mettre en œuvre dans le marché à l'aide de leurs caractères de flexibilité et d'agilité vis-à-vis le développement du marché et la tendance technologique d'où elles peuvent expérimenter de nouveaux modèles d'affaires, de nouveaux produits et services, et de nouvelles façons de commercialiser et de distribuer leurs produits.

Les startups peuvent être une source importante d'innovation car, d'une part, elles sont créées par des entrepreneurs ambitieux pour développer de nouvelles idées et solutions basées sur l'innovation, et d'autre part, elles sont souvent financées par des investisseurs qui sont prêts à prendre des risques pour obtenir des rendements élevés. Les investisseurs peuvent être des business angels, des sociétés de capital-risque, ou des fonds d'investissement spécialisés dans les startups. Ces investisseurs apportent souvent des capitaux, des connaissances et des réseaux pour aider les startups à croître et à se développer.

De plus, les startups sont en mesure d'innover plus rapidement que les grandes entreprises, vu leurs structures organisationnelles qui est plus ou moins plus légère et plus souple, ce qui leur permet de réagir plus rapidement aux opportunités et aux défis et pivoter d'une manière flexible si une stratégie ne fonctionne pas.

Pour l'entreprise du 21ème Siècle, l'équation est simple : innover, c'est perdurer. Et par définition, camper sur ses acquis, c'est s'assurer une mort lente, ou tout du moins perdre rapidement en compétitivité... et cela s'applique aussi pour les startups. En réalité, il n'est pas si simple de définir le nombre exact de types d'innovation existant. Ce n'est pas une science exacte, mais en général le modèle le plus utilisé est celui basé sur l'incertitude du marché et l'incertitude de la technologie :

Figure 04 : la matrice d'innovation



Source : <https://cutt.ly/swelfBDM>

Il est essentiel de mettre l'accent sur le fait que chaque innovation a sa méthode ! Pour chaque type d'innovation attendue, il existe des approches méthodologiques spécifiques. Lorsque nous nous contentons d'observer nos clients ou utilisateurs, il est compliqué d'identifier de réelles innovations de rupture. La rupture peut naître avec des approches de fertilisation croisée, ou grâce à des approches combinées de Design Thinking et d'intelligence économique, ou de design fiction.

A travers une projection de cette matrice sur notre projet, on peut se positionner dans l'innovation de rupture appelé aussi (innovation disruptive) qui est un concept introduit par le professeur universitaire et consultant en affaires Clayton Christensen d'abord dans un article de HBR et plus tard dans son livre intitulé Le dilemme de l'innovateur (Innovator's Dilemma). L'innovation de rupture est une théorie qui fait référence à un concept, un produit ou un service qui crée un nouveau réseau de valeur soit en entrant sur un marché existant, soit en créant un marché complètement nouveau. Au début, les innovations de rupture ont des performances inférieures lorsqu'elles sont mesurées par la valeur traditionnelle métriques, mais a des aspects différents qui sont valorisés par un petit segment du marché.

Les formes d'innovation de rupture pour une plateforme e-logistique peuvent être multiples, mais on peut citer comme exemple :

- La mise en place d'une gestion de la chaîne d'approvisionnement plus efficace et rationalisée, en utilisant des outils de planification et de gestion des stocks pour optimiser et réduire les temps d'attente.
- L'introduction de programmes de formation et de perfectionnement pour les travailleurs de l'entrepôt, afin d'améliorer les compétences et les connaissances nécessaires pour gérer efficacement les opérations de l'entrepôt.
- La mise en place d'un système de gestion des retours plus efficace, en travaillant en collaboration avec les fournisseurs et les clients pour faciliter le processus de retour et minimiser les coûts.
- L'implémentation de programmes de fidélisation pour encourager les clients à réutiliser la plateforme e-logistique et à encourager leur bouche à oreille positif, en proposant des remises ou des avantages supplémentaires aux clients réguliers.
- La mise en place d'un système de collecte et de recyclage des emballages, pour aider à réduire les déchets et à contribuer à un environnement plus propre et plus durable.
- L'optimisation des itinéraires de livraison en utilisant des méthodes plus traditionnelles telles que des cartes et des tableaux de planification pour réduire les déplacements inutiles et maximiser l'efficacité des livraisons.

2. Les domaines de l'innovation :

Les aspects d'innovation d'un projet peuvent être définis en identifiant ses caractéristiques qui le rendent unique et différent des solutions existantes. Ces aspects peuvent inclure l'utilisation de nouvelles technologies, la mise en place de processus optimisés, la création de nouveaux services, ou la mise en place de nouveaux canaux de distribution. Les aspects d'innovation peuvent également inclure des éléments liés à la flexibilité, la rentabilité, la durabilité, la sécurité, la qualité ou encore la satisfaction client. En somme, les aspects d'innovation d'un projet reflètent les éléments qui le rendent novateur et capable de répondre à des besoins spécifiques de manière efficace et originale.

Le projet de ELOGENCY dans le domaine de la e-logistique est innovant à plusieurs égards, on peut citer :

- Nouveaux processus : en permettant aux partenaires de rejoindre notre réseau gratuitement en échange d'une commission sur le prix de location, ELOGENCY est capable de développer rapidement son réseau d'entrepôts sans avoir à investir des sommes importantes pour accéder à tous les entrepôts et ses informations. De plus, en utilisant une approche de marché ouverte pour déterminer les tarifs de location, les clients peuvent comparer les prix et trouver la meilleure option pour leur budget, ce qui peut les encourager à réserver plus souvent et à recommander ELOGENCY à leurs contacts. Enfin, en offrant aux clients une plateforme centrale pour gérer leurs réservations et leurs opérations logistiques, ELOGENCY peut réduire les coûts de gestion et augmenter l'efficacité de ses partenaires, ce qui peut se traduire par des économies d'échelle et une augmentation de la rentabilité globale du projet.
- Nouvelles expériences : la plateforme en ligne de notre startup offre une expérience utilisateur intuitive et conviviale qui permet aux clients de trouver facilement des options de stockage adaptées à leurs besoins. Les clients peuvent effectuer une recherche en ligne et réserver un espace de stockage en quelques minutes, sans avoir besoin de se déplacer physiquement ou de contacter directement les propriétaires d'entrepôts. Cette expérience de recherche et de réservation en ligne simplifiée l'offre aux clients une nouvelle façon de gérer leur stockage, en leur offrant plus de flexibilité et de commodité.

En outre, ELOGENCY offre aux partenaires une nouvelle opportunité de développer leur activité de location. Ils peuvent profiter de la visibilité offerte par la plateforme pour attirer de nouveaux clients, ce qui peut se traduire par une augmentation des revenus. Cette nouvelle expérience peut offrir aux clients et aux partenaires une expérience plus transparente et plus équitable, qui peut améliorer la confiance et la fidélité des clients, ainsi que la satisfaction des partenaires.

- Nouvelles fonctionnalités : le site web de ELOGENCY permet aux clients de rechercher des options de stockage à proximité de leur domicile ou de leur entreprise en utilisant une interface conviviale. Les clients peuvent entrer leur ville pour voir une liste d'entrepôts disponibles dans leur région, ce qui leur permet de trouver rapidement des options de stockage adaptées à leurs besoins. En outre, les clients peuvent réserver des espaces de stockage pour des périodes courtes ou longues, selon leur convenance, ce qui leur permet de

disposer d'une grande flexibilité dans la gestion de leurs stocks. Ils bénéficient également d'une plateforme centrale pour gérer leurs réservations et leurs opérations logistiques, ce qui leur permet de suivre leurs stocks en temps réel et d'optimiser leur utilisation des espaces de stockage. Dans l'ensemble, les nouvelles fonctionnalités de ELOGENCY apportent une approche innovante à la recherche et à la réservation d'espaces de stockage, offrant aux clients et aux partenaires une plateforme flexible, pratique et économique pour répondre à leurs besoins d'entreposage.

- Nouveaux segments: ELOGENCY permet aux petites et moyennes entreprises (PME) d'accéder facilement à des options de stockage flexibles et économiques, elle offre également des options de stockage pour des nouveaux segments comme les particuliers qui ont besoin de stocker des biens personnels, tels que des meubles ou des articles de collection. Cette nouvelle opportunité de stockage peut offrir aux particuliers une solution pratique et économique pour gérer leurs biens, sans avoir besoin de se soucier des coûts élevés de l'entreposage traditionnel ou des contraintes d'espace dans leur domicile. En peut également offrir des options de stockage pour les entreprises qui ont des besoins spécifiques, tels que le stockage de produits périssables ou de produits dangereux. Les partenaires de ELOGENCY peuvent offrir des installations de stockage spécialisées pour répondre à ces besoins spécifiques, offrant ainsi aux entreprises une nouvelle solution innovante pour répondre à leurs besoins de stockage complexes.
- Nouvelles offres : Le projet de ELOGENCY présente également des aspects d'innovation en termes de nouvelles offres pour les clients, en proposant des options de stockage flexibles et rentables pour répondre aux besoins de différents types d'utilisateurs. Par exemple, la startup offre des espaces de stockage de différentes tailles et selon les périodes souhaitées avec des options de stockage personnalisées pour les clients qui ont des besoins de stockage uniques ou spécifiques. Par exemple, le réseau de ELOGENCY peut fournir des espaces de stockage avec des caractéristiques spécifiques, telles que des étagères, des racks ou des zones de stockage climatisées, pour répondre aux besoins de stockage spécifiques des clients. En plus, ELOGENCY propose des services de logistique pour les clients, tels que la gestion de stock ce qui permet aux clients de gérer facilement leur stockage et leurs opérations logistiques en

temps réel. Cette offre de services de logistique intégrés est une innovation majeure pour les clients, qui peuvent bénéficier d'une solution de stockage complète pour répondre à tous leurs besoins de stockage et de logistique à partir d'une seule plateforme en ligne.

- Nouveaux modèles : ELOGENCY propose un nouveau modèle d'affaires innovant en offrant des espaces de stockage à la demande, ce qui permet aux entreprises de bénéficier d'une solution de stockage flexible et rentable. Les clients peuvent louer des espaces de stockage pour une période courte ou longue, et peuvent modifier leur espace de stockage en fonction de leurs besoins. En outre, celle utilise une technologie de pointe pour gérer son réseau d'entrepôts et de partenaires logistiques, ce qui permet à notre équipe de fournir une solution de stockage intelligente et efficace. La plateforme de ELOGENCY utilise des algorithmes sophistiqués pour optimiser les opérations de stockage et de logistique, en permettant aux clients de gérer facilement leur inventaire, les réservations et les paiements via une interface en ligne intuitive. Enfin, ELOGENCY utilise un modèle de commissionnement pour générer des revenus, ce qui permet à notre startup de fonctionner et rester la solution optimale pour les demandeurs et les offreurs du service logistique

Chapitre 03 :
L'analyse stratégique du marché

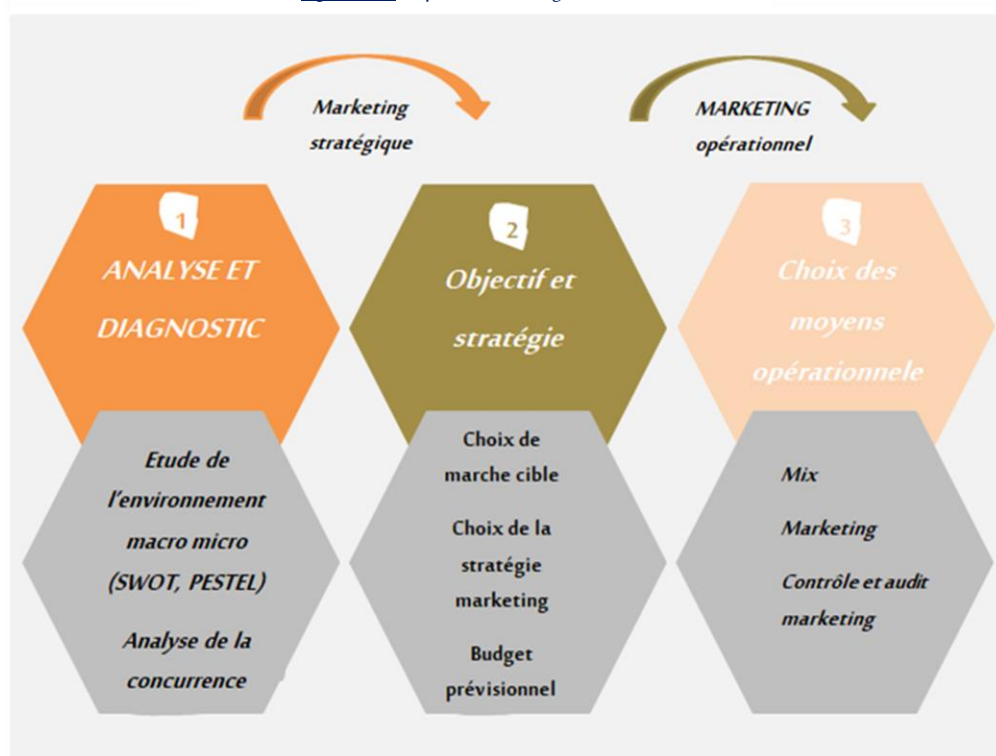
Dans ce chapitre, grâce à l'étude du marché effectué, nous avons mis en place la stratégie marketing de notre projet, on abordera :

- 1. Analyse et diagnostic de l'entreprise*
- 2. Objectifs et stratégies*
- 3. Choix de moyens opérationnels*

Le Centre national du registre du commerce (CNRC) a annoncé, dans un communiqué, que le nombre d'entreprises inscrites au registre du commerce en 2021 avait atteint pas moins de 245 251 sociétés, y compris 19 152 entreprises appartenant au secteur de la distribution au détail, 79 367 entreprises opérant dans le secteur des services et 2 959 entreprises comptabilisées pour le secteur des exportations. Une hausse qui pousse chaque nouvelle ou ancienne entreprise à définir une approche du marché pertinente et cohérente, en cherchant à maximiser les chances de succès. De la conception du produit ou du service à la mise en valeur de ses principaux atouts, en passant par la définition de son prix, sa distribution sur le marché... etc, rien ne doit être laissé au hasard. L'approche d'un marché doit se traduire par une stratégie marketing réfléchie et adaptée.

Ainsi, face à cette croissance exponentielle du nombre d'entreprises et à la nécessité de se démarquer sur un marché compétitif, nous avons pris conscience de l'importance capitale d'une stratégie marketing bien élaborée. Nous avons donc entrepris un parcours minutieux, en suivant attentivement les étapes clés pour construire notre stratégie marketing, Voici comment nous avons procédé :

Figure 05.: le plan Marketing ELOGENCY



Source: Elaborer par nous même

1. Analyse et diagnostic d'entreprise :

Avant toute chose, il est nécessaire de faire un état de lieux du contexte et de l'environnement dans lequel nous opérons, de faire un bilan à l'instant T de la situation. Ce bilan analyse deux paramètres principaux : nous et le monde extérieur

➤ Le diagnostic stratégique externe : analyse PESTEL

Avant de commencer par l'analyse interne d'un projet, il faut voir comment évolue son environnement externe, et savoir comment va évoluer le secteur d'activité dans les 2-3 ans.

L'analyse PESTEL est un outil stratégique utilisé pour évaluer l'environnement macroéconomique dans lequel opère une entreprise ou un projet. Elle examine les facteurs politiques, économiques, socio-culturelles, technologiques, environnementaux et légaux qui peuvent influencer l'activité et les performances d'une organisation, ce qui très fréquent dans un marché ouvert et porteur, cela peut être une nouvelle loi, des nouvelles réglementations, une nouvelle tendance, des concurrents...

Voici quelques questions qu'on a pris en considération lors de l'analyse de ses six facteurs :

- Quelles sont les réglementations en vigueur pour le stockage et la logistique en Algérie ?
- Comment est la situation économique actuelle en Algérie et comment cela pourrait impacter le projet ?
- Y a-t-il des facteurs culturels ou sociaux spécifiques en Algérie qui pourraient affecter notre projet, comme des préférences pour des méthodes de stockage traditionnelles plutôt que modernes ?
- Quel est le niveau de développement technologique en Algérie et comment cela pourrait affecter l'adoption de notre solution e-logistique ?
- Comment pouvons-nous minimiser l'impact environnemental de nos opérations de stockage et de transport en Algérie ? Comment les réglementations environnementales en Algérie peuvent-elles affecter notre projet ?
- Comment sont les infrastructures en Algérie et comment cela pourrait impacter notre projet ?

En fonction de ses questions, nous avons identifié notre Analyse PESTEL qui se présenter dans ce modèle :

Schéma 02: analyse PESTEL ELOGENCY

P

Les réglementations en vigueur pour le stockage et la logistique en Algérie sont nombreuses et varient selon les produits et les secteurs d'activité. Il est donc important de respecter les normes et les règles du pays en matière de stockage des marchandises. De plus, les taxes douanières peuvent affecter les coûts de stockage et de livraison, et comprendre les réglementations en vigueur pour éviter toute pénalité.

E

D'après les experts du Conseil national économique, social et environnemental (CNESE), les prévisions indiquent du positif quant à la situation économique en Algérie, et Le président de la République, Abdelmadjid Tebboune a annoncé que la croissance économique a atteint 4,1% en 2022 et devrait atteindre 5% en 2023.ainsi que Le secteur de l'e-commerce en Algérie est en pleine expansion, qui offrant une opportunité pour notre projet. Aussi Les coûts d'exploitation sont relativement bas en Algérie par rapport à d'autres pays, ce qui peut être un avantage. Cependant, la fluctuation de la devise et l'inflation peuvent influencer les coûts d'exploitation, il est donc important de surveiller de près ces facteurs.

S

C vrai que La population algérienne est jeune et de plus en plus connectée, ce qui signifie qu'il y a un potentiel d'augmentation de la demande pour les services en ligne. Mais aussi il est important de comprendre les préférences des consommateurs algériens et de s'adapter à leurs besoins en prend en compte les personnes qu'ont des entrepôts mais ne sont pas familières avec l'utilisation de technologie, ce qui peut rendre difficile de les convaincre d'utiliser une plateforme numérique.

T

Les technologies de l'information et de la communication sont en constante évolution en Algérie, Le rapport 2023 sur la technologie et l'innovation de la Conférence des Nations unies sur le commerce et le développement (CNUCED) a classé l'Algérie à la 109 ème place en termes de diffusion des TIC, offrant une opportunité pour notre entreprise de se développer en utilisant ces outils. L'adoption de notre solution e-logistique pourrait être affectée par le niveau de développement technologique en Algérie. Cependant, avec une croissance économique attendue en Algérie en 2023, il est possible que les entreprises cherchant à améliorer leur logistique soient plus disposées à adopter des solutions technologiques pour améliorer leur efficacité et leur rentabilité

E

On doit être consciente de notre impact sur l'environnement et envisager des solutions durables pour réduire son empreinte écologique et prendre en considération le changement climatique, les politiques environnementales, la responsabilité sociale et environnementale des entreprises, la gestion du déchet les risques liés aux catastrophes naturelles. Il est donc important de noter que les préoccupations environnementales peuvent avoir une incidence sur les coûts de logistique. Des pressions environnementales accrues peuvent également affecter l'acceptation des produits stockés.

L

Le droit du travail en Algérie est strict on doit respecter les lois sur l'emploi et les salaires pour éviter toute violation. De plus, s'assurer que notre entreprise est enregistrée auprès des autorités compétentes pour exercer légalement nos activités. En ce qui concerne la déclaration des entrepôts pour éviter les taxes et les intérêts gouvernementaux, il est important de noter que cela peut entraîner des conséquences graves en cas de découverte. Il est recommandé de suivre les procédures légales et de déclarer correctement toutes les activités commerciales pour éviter les problèmes juridiques et fiscaux à long terme

Source : Elaborer par nous même

➤ Le diagnostic stratégique interne : analyse SWOT :

Une stratégie marketing est directement liée aux objectifs de l'entreprise et elle doit traduire ses ambitions à l'échelle d'un marché. Son établissement s'appuie en priorité sur les opportunités qui se présentent, et pour cela on a le modèle de l'analyse SWOT. C'est un outil qui permet à une entreprise d'identifier ses avantages concurrentiels, de comprendre ses faiblesses, d'exploiter les opportunités du marché et de se prémunir contre les menaces potentielles. Elle aide à orienter la stratégie et la prise de décision en mettant en évidence les domaines dans lesquels l'entreprise peut se développer et les aspects qu'elle doit améliorer. Notre modèle d'analyse SWOT a pour but de mettre en évidence les forces et les faiblesses internes de notre projet, ainsi que les opportunités et les menaces externes qui peuvent impacter sa réussite. Voici les résultats pour ELOGENCY:

<u>Force :</u> • Obtention de label projet innovant. • Notre service répond à un besoin réel • Offre une solution e-logistique innovante pour les professionnels et les particuliers. • L'utilisation d'une plateforme en ligne pour connecter les demandeurs et les offreurs de stockage permet une grande flexibilité et facilite l'accès au service. • La nature innovante du projet peut attirer l'attention des investisseurs et des médias, offrant ainsi une visibilité et une crédibilité supplémentaires au projet. • L'équipe talentueuse est qui possèdent une expérience pertinente dans le domaine du marketing et de la stratégie, ce qui peut aider à développer une stratégie de lancement solide pour le projet	<u>Faiblesse :</u> • Une première expérience dans la création d'une entreprise • Nous pourrions faire face à des problèmes d'adoption par les clients en raison de la méfiance ou du manque de confiance envers les nouvelles technologies. • Le manque d'expérience dans un domaine spécifique de la logistique peut entraîner des erreurs ou des lacunes dans la conception de notre projet • Le manque de financement initial peut limiter les ressources disponibles pour développer et lancement de projet.
<u>Opportunité :</u> • Le marché algérien en pleine croissance offre de nombreuses opportunités pour les solutions de stockage et de logistique, notamment dans le contexte de l'essor de l'e-commerce ainsi que L'augmentation du nombre de PME. • En proposant des solutions innovantes et efficaces, nous pourrions saisir une part importante du marché algérien • Profite d'un incubateur gratuit. • Les formations dans l'école qui nous aider à être bien former sur différent aspect. • L'obtention de L'Abel projet innovant : pas besoin d'investisseur extérieure.	<u>Menace :</u> • Il peut y avoir une résistance au changement de la part de certains propriétaires d'entrepôts. • Les fluctuations économiques et les conditions de marché peuvent affecter la demande. • Les réglementations gouvernementales et les lois relatives au stockage de marchandises et les entrepôts peuvent limiter l'expansion du projet ou entraîner des coûts supplémentaires pour se conformer aux normes légales. • Les concurrents peuvent proposer des offres similaires. • Les risques liés à la sécurité, tels que le vol ou la cybercriminalité, pourraient menacer la sécurité des produits de nos clients et affecter la confiance en notre solution. • Les entreprises de commerce électronique peuvent décider de gérer leur propre stockage et logistique en interne

Tableau 05: analyse SWOT ELOGENCY

Elaborer par nous même

➤ Analyse de la concurrence :

La concurrence est un élément fondamental de l'environnement économique dans lequel les entreprises évoluent. Elle se caractérise par la présence d'autres acteurs sur le marché qui offrent des produits ou services similaires ou substituables afin de maximiser la satisfaction des consommateurs en leur offrant un large choix avec des prix compétitifs. On parle de deux types de concurrences : la première est directe ; et ça regroupe les acteurs économiques qui offrent le même service que le nôtre, et la deuxième est indirecte ; et ça regroupe les acteurs économiques offrant un service qui peut substituer le notre et on risque de départager les parts de marché.

Au niveau national, il n'existe pas une plateforme dédiée spécialement à la location des espaces pour un stockage de marchandise, et donc être le premier intervenant dans un marché porteur comme celui-ci peut être un avantage concurrentiel important pour notre projet, mais aussi cela représente un challenge pour notre réussite. On peut citer trois principaux intervenants en France :



Figure 06: Waresito

Nom : Waresito

Siège : France

Date de création : 20/10/2021

Fondateur : Laure Courty

Activité principale : solution logistique pour une externalisation de stock

Nom : Spacefill

Siège : France

Date de création : 05/06/2018

Fondateur : Maxime Huzar, Quentin Drillon et Gustave Roche

Activité principale : solution logistique pour une externalisation de stock



Figure 07: Spacefill



Nom : delaplace.pro

Siège : France

Date de création : 2017

Fondateur : Engie Inéo

Activité principale : solution logistique pour une externalisation de stock

Figure 08: Delaplace.pro

Chapitre 03 : l'analyse stratégique du marché

Pour ELOGENCY, la part de marché est départagée entre plusieurs concurrents indirects qui offrent des services plus ou moins similaire. Pour notre projet, notre vision est d'exploiter les espaces vacants pour répondre au besoin de stockage, mais pour ces concurrents ce n'est pas le cas, car ils ont leurs propres constructions où ils entreposent les marchandises de leurs clients. On peut citer :



Figure 09: la flèche bleu

Nom : la flèche bleue algérienne

Siège : Hamrouche Hamoudi Skikda

Date de création : 4 Novembre 2004

Fondateur : Mahfoud Ameer Zaïmeche

Activité principale : transferts régionaux, nationaux et internationaux, messagerie, stockage

Nom : Rail logistic

Siège : Rouiba Alger

Date de création : 29/09/1993

Fondateur : El Hadi Djoumagh

Activité principale : le transit, le transport, l'entreposage et la manutention.



Figure 10: Rail logistic

Elaborer par nous même



Figure 11: transitaire Algérie

Elaborer par nous même

Nom : Transitaire Algerie

Siège : Alger centre Algerie

Date de création : 1997

Fondateur : El Hadi Djoumagh

Activité principale : dédouanement de marchandises logistique, transport international et colis express

on a pu identifier une SWOT simplifier, c'est-à-dire les forces et les faiblesses comme suit :

Tableau 06: analyse SWOT concurrent

<u>Concurrent</u>	• Ils disposent d'une infrastructure bien développée, avec une gamme de services très variées. • Une réputation solide en tant que des prestataires logistiques nationaux fiable et de confiance. • Une connaissance approfondie du marché local et international des besoins spécifiques de la chaîne logistique des entreprises.	• Les entrepôts proposés sont d'une surface énorme, ce qui signifie une utilisation non optimale des espaces d'entreposage (2000m², 7500m²...) • La plupart des entreprises clientes sont des firmes étrangères • Les entrepôts sont construits dans des zones où l'accès est un peu difficile • Les prix sont très élevés pour les PME et les simples commerçants
---------------------------------	--	--

Source : Elaborer par nous même

2. Objectifs et stratégies :

Dès que le marché est analysé, il est essentiel de pouvoir cibler la clientèle et ses besoins. Un même produit ou service peut s'adresser à plusieurs groupes de prospects et répondre à des besoins spécifiques. Pour effectuer le ciblage, il est nécessaire de rassembler au sein d'un même groupe, les individus ayant un comportement de consommation similaire.

➤ Le méthode SCP :

La segmentation consiste à diviser le marché en groupes distincts et homogènes de clients potentiels, tels que les PME, les commerçants et les e-commerçants, en fonction de critères spécifiques afin de proposer des solutions adaptées à chaque segment et d'optimiser la satisfaction client. Voici les critères de segmentation pour chaque cible :

1. Segmentation des PME :

- Taille de l'entreprise (petites, moyennes)
- Secteur d'activité (commerce de détail, industrie, services, etc.)
- Besoins spécifiques en termes d'espace de stockage

2. Segmentation des commerçants :

- Type de commerce (alimentaire, vêtements, électronique, etc.)
- Taille du commerce (petit, moyen)
- Niveau d'expérience dans le domaine du commerce
- Besoins spécifiques en termes d'espace de stockage

3. Segmentation des e-commerçants :

- Plateforme de vente en ligne utilisée
- Volume de ventes
- Produits vendus (catégories, niches)
- Besoins spécifiques en termes d'espace de stockage et de logistique

Ces segments permettent de mieux comprendre les caractéristiques et les besoins de chaque groupe cible, ce qui facilite la personnalisation des offres et des services de ELOGENCY pour répondre à leurs attentes spécifiques.

➤ Le segment du marché :

Un segment de marché dans le domaine logistique se réfère un groupe spécifique d'entreprises ou d'organisations qui ont des besoins logistiques similaires ou des caractéristiques communes en matière de gestion de la chaîne d'approvisionnement. Ces segments peuvent être définis en fonction de critères tels que le secteur d'activité, la taille de l'entreprise, la complexité des opérations logistiques, les exigences de stockage, les modes de transport privilégiés, etc.

❖ *Le marché potentiel :*

- Les entreprises qui ont besoin de solutions de gestion de stockage et de logistique pour optimiser leurs opérations.
- Le marché cible visé par ELOGENCY est celui des professionnels de tous les secteurs qui ont besoin de solutions de stockage et de logistique flexibles et à la demande. Nos services s'adressent notamment aux secteurs de l'alimentaire, le e-commerce, l'industrie, le BTP, l'hygiène et de la santé. ELOGENCY se fait connaître de ses clients par le référencement naturel, les Ads, la prospection et les réseaux sociaux.

❖ *Le marché cible :*

i. Les petites et moyennes entreprises (PME) qui cherchent à externaliser leur stockage et leur logistique de manière rentable

- ✓ Le secteur d'activité spécifique : ELOGENCY pourrait cibler des secteurs d'activité spécifiques tels que la vente au détail, la distribution, l'industrie manufacturière, etc. Chaque secteur d'activité peut avoir des exigences logistiques particulières en fonction de la nature de leurs produits, de leurs délais de livraison, de leurs contraintes de stockage, etc.
- ✓ Le nombre : 1 286 140 petites et moyennes entreprises.

- ✓ La zone géographique : Selon les statistiques du ministère des PME, la majorité des petites et moyennes entreprises (PME) en Algérie sont des très petites entreprises (TPE) ayant un effectif de moins de dix salariés. Au premier semestre de 2019, il y avait plus d'un million de TPE, environ 30.000 petites entreprises (PE) et près de 5.000 moyennes entreprises (ME). Par région, le Nord de l'Algérie regroupait plus de 430.000 PME au premier semestre de 2018, suivi par le Centre avec environ 300.000 PME et l'Est avec plus de 200.000 PME. Le Sud et l'Ouest comptaient respectivement environ 53.000 et 50.000 PME
- ✓ Les motivations pour nos choisir : les motivations des petites et moyennes entreprises (PME) pour choisir nos services peuvent varier en fonction de leurs besoins spécifiques, mais voici quelques motivations courantes :
 - Accès à un réseau d'entrepôts bien situés.
 - Optimisation des coûts logistiques.
 - Augmentation de la capacité de stockage sans investissement majeur.
 - Réduction des contraintes d'entreposage et de logistique.
 - Gestion optimisée de la chaîne d'approvisionnement.
 - Amélioration de la rapidité et de la fiabilité de la livraison.
 - Simplification de la gestion des stocks.
 - Concentration sur le cœur de métier sans se soucier de la logistique.
 - Flexibilité pour s'adapter aux fluctuations de la demande.
 - Amélioration de la satisfaction client grâce à des délais de livraison plus courts.
 - Accès à des solutions logistiques innovantes pour se différencier sur le marché.

ii. Les entreprises du secteur du e-commerce qui ont besoin d'un accès facile à des entrepôts pour stocker et distribuer leurs produits

- ✓ Le nombre : 4368 e-commerçants.

- ✓ La zone géographique : Il n'existe pas de statistiques officielles sur la répartition géographique des e-commerçants en Algérie, mais on peut supposer qu'ils sont concentrés dans les grandes villes du pays, notamment dans la région du Nord.
- ✓ Les motivations à nos choisir : les motivations des entreprises en e-commerce pour choisir les services de ELOGENCY peuvent inclure les aspects suivants :
 - Expansion de la capacité de stockage sans investissement supplémentaire.
 - Optimisation de la gestion de la logistique et de la chaîne d'approvisionnement.
 - Distribution rapide et efficace des produits.
 - Gestion des pics de demande et des périodes chargées.
 - Réduction des coûts logistiques grâce à des économies d'échelle.
 - Concentration sur le cœur de métier et la croissance de l'activité.

iii. Les commerçants particuliers qui cherchent des solutions de stockage et de logistique flexible, abordables et adaptées à leur échelle d'activité

- ✓ Le nombre : 499585 commerçants.
- ✓ La zone géographique : Il n'existe pas de statistiques officielles sur la répartition géographique des commerçants en Algérie, mais on peut supposer qu'ils sont présents dans toutes les régions du pays, avec une concentration plus importante dans les grandes villes et les zones urbaines.
- ✓ Ses motivations à nos choisir : Les motivations des commerçants pour choisir les services de ELOGENCY sont les suivantes :
 - Gain d'espace de stockage supplémentaire sans investissement initial élevé.
 - Flexibilité pour s'adapter aux besoins changeants en matière de stockage.
 - Simplification de la gestion des stocks et optimisation des niveaux de stock.
 - Solutions logistiques professionnelles pour améliorer l'efficacité de la chaîne d'approvisionnement.
 - Réduction des coûts liés à l'infrastructure de stockage et à la gestion logistique.

- Concentration accrue sur le cœur de métier en laissant la logistique à des experts.
- Accès à un réseau d'entrepôts bien situés pour une meilleure couverture géographique.

❖ La justification du choix de cible :

Le choix de cibler les PME, les commerçants et les e-commerçants pour ELOGENCY est justifié pour plusieurs raisons :

- Besoin de solutions logistiques adaptées : Les PME, les commerçants et les e-commerçants ont souvent des besoins spécifiques en matière de gestion et de logistique de leurs stocks. Ils ont besoin de solutions flexibles et efficaces pour gérer leurs opérations de stockage, de préparation des commandes et de livraison. ELOGENCY offre des services adaptés à ces besoins en proposant un réseau d'entrepôts et une plateforme de réservation facile à utiliser.
- Optimisation des coûts : Les PME et les commerçants sont souvent confrontés à des contraintes budgétaires et cherchent à optimiser leurs coûts opérationnels. En rejoignant le réseau d'ELOGENCY ils peuvent accéder à un large choix d'entrepôts partagés, ce qui leur permet de bénéficier de tarifs compétitifs et de partager les coûts d'exploitation avec d'autres utilisateurs.
- Expansion du commerce électronique : Avec la croissance du commerce électronique, de plus en plus de commerçants et d'entreprises se tournent vers la vente en ligne. ELOGENCY offre des solutions spécifiques pour les e-commerçants, en leur permettant d'accéder à un réseau d'entrepôts stratégiquement situés, ce qui facilite la gestion de leurs stocks et la livraison rapide de leurs produits.
- Simplification des opérations logistiques : Pour les PME et les commerçants, la gestion des opérations logistiques peut être complexe et chronophage. ELOGENCY simplifie ce processus en offrant une plateforme centralisée pour la réservation des entrepôts, la gestion des stocks et le suivi des expéditions. Cela permet aux utilisateurs de gagner du temps et de se concentrer sur d'autres aspects de leur entreprise.

❖ La possibilité de conclure des contrats avec des clients importants :

- ✓ Contrats avec des entreprises de commerce électronique : Les plateformes de commerce électronique en Algérie sont en plein essor, et un projet logistique comme ELOGENCY pourrait conclure des contrats avec ces entreprises pour gérer leur logistique, stocker leurs produits et assurer une livraison efficace aux clients, par exemples :
 - Jumia Algérie : Plateforme de commerce électronique
 - Ouedkniss : Site de petites annonces en ligne
- ✓ Contrats avec des entreprises de distribution : Les entreprises de distribution en Algérie, dans tous les secteurs, pourraient bénéficier des services de ELOGENCY pour optimiser leur chaîne d'approvisionnement, gérer leur inventaire et assurer une livraison rapide, par exemple :
 - Ardis : Chaîne de supermarchés des produits alimentaires et non alimentaires.
 - Condor Electronics : Fabricant et distributeur d'appareils électroniques et électroménagers
- ✓ Contrats avec des entreprises de commerce de détail : Les commerçants locaux, tels que les supermarchés, les magasins de détail et les boutiques en ligne, pourraient être intéressés par les services de gestion de stock et de logistique offerts par ELOGENCY, par exemple :
 - Hamoud Boualem : Marque algérienne de boissons non alcoolisées,
 - Boutique Ines : Boutique de vêtements et d'accessoires de mode située à Alger,
- ✓ Contrats avec des entreprises de fabrication : Les entreprises de fabrication en Algérie pourraient collaborer avec ELOGENCY pour externaliser leur gestion de stock, leur entreposage et leur logistique. Ceux-ci leur permettraient de se concentrer sur leur cœur de métier tout en bénéficiant d'une solution efficace pour la gestion de leurs produits finis et de leurs matériaux, par exemple :
 - Cevital : Groupe industriel algérien actif dans l'agroalimentaire, l'électroménager ...

- Sotecom : Entreprise spécialisée dans la fabrication de produits en plastique,
- ✓ Contrats avec des entreprises de commerce international : Les entreprises algériennes engagées dans le commerce international pourraient également être des clients potentiels pour ELOGENCY. En offrant des services de logistique, de dédouanement et de distribution, on pourrait faciliter les opérations d'import-export et aider ces entreprises à gérer leurs flux de marchandises de manière plus efficace, par exemple :
 - Cosider Groupe : Entreprise de construction et de génie civil en Algérie.
 - Condor Câbles : fabricant de câbles électroniques et de fils en cuivre.
- Choix de la stratégie marketing :

Nous sommes conscients de nos ressources financières limitées et nous avons donc planifier une stratégie marketing qui soit à la fois rentable et efficace. Cela implique de choisir les tactiques et les canaux de communication qui offrent le meilleur retour sur investissement, tout en maximisant notre portée auprès de notre public cible. Nous devons être judicieux dans l'allocation de nos ressources, en privilégiant les actions marketing à fort impact et en évaluant régulièrement leur efficacité.

Nous avons adopté une approche novatrice qui combine les éléments du marketing traditionnel et de l'inbound marketing. Cette approche hybride nous permet de tirer parti des meilleures pratiques des deux méthodes pour atteindre nos objectifs de croissance et d'engagement client. Voici les stratégies qu'on a choisir :

Figure 12 : choix des stratégies marketing ELOGENCY



Source: Elaborer par nous même

Stratégie 01: la création de partenariats locaux et l'offre d'incitations attractives: nous visons à augmenter les inscriptions d'entrepôts sur notre plateforme en attirant les propriétaires et gestionnaires grâce à une présence en ligne solide, des collaborations stratégiques avec des acteurs locaux et des avantages incitatifs pour leur participation ,en gros La création de partenariats locaux fait référence à l'établissement de collaborations stratégiques avec des acteurs et des organisations présentes localement dans les régions de Tlemcen, Djelfa, Alger et Oran. Ces partenariats peuvent inclure des associations professionnelles, des chambres de commerce, des fournisseurs de services logistiques, des entreprises de transport ou tout autre acteur ayant un lien avec le secteur de la logistique et des entrepôts, nous espérons attirer un nombre croissant de propriétaires et gestionnaires d'entrepôts sur notre plateforme, renforçant ainsi notre présence et notre attractivité dans les régions ciblées.

Stratégie 02 : Des campagne SEM et une stratégie SEO ciblé et réaliste : La mise en place de campagnes SEM (Search Engine Marketing) et d'une stratégie SEO (Search Engine Optimization) ciblée et réaliste peut être une approche efficace pour accroître le nombre de clients de notre entreprise. Le SEM nous permettra de promouvoir nos services de manière payante sur les moteurs de recherche, tandis que le SEO nous aidera à optimiser notre présence en ligne de manière organique, en améliorant notre classement dans les résultats de recherche. En combinant ces deux approches, nous augmentons nos chances d'attirer du trafic qualifié vers notre site web et de générer des conversions. Nous devons nous assurer de cibler les bons mots clés et de créer des campagnes et un contenu de qualité pour maximiser les résultats.

Stratégie 03 : L'organisation et la participation à des salons et événements captivants : sont des éléments clés de notre stratégie marketing chez ELOGENCY. En nous impliquant activement dans ces événements, nous avons l'opportunité de présenter nos services de manière percutante et de nouer des liens solides avec notre public cible. Nous cherchons à créer des expériences mémorables pour nos clients potentiels, en mettant en avant nos solutions de stockage innovantes et en démontrant notre expertise dans le domaine. Ces salons et événements nous offrent également une plateforme pour interagir directement avec les acteurs de l'industrie, établir des partenariats stratégiques et rester à l'avant-garde des dernières tendances et innovations. Grâce à notre présence active dans ces événements captivants, on va se positionner sur le marché et consolider notre image dans le secteur de la logistique et du stockage.

Stratégie 4 : Création de contenu personnalisé pour engager notre audience cible : Nous comprenons l'importance de fournir un contenu pertinent et attrayant pour notre public cible. Notre stratégie consiste à créer du contenu sur mesure qui répond aux besoins et aux intérêts spécifiques de chaque segment de notre audience. Nous effectuerons des recherches approfondies pour comprendre les attentes de notre audience et nous adapterons notre contenu en conséquence. Grâce à des articles, des vidéos, des infographies et d'autres formats, nous partagerons des informations précieuses, des conseils

Stratégie 5 : Optimiser notre e-réputation dans les réseaux sociaux à travers une meilleure visibilité : Nous accordons une grande importance à notre présence en ligne et à notre réputation sur les plateformes de médias sociaux. Notre objectif est d'améliorer notre visibilité en ligne, en stimulant le bouche-à-oreille positif, nous visons à renforcer la confiance des clients potentiels et à établir notre réputation en tant que fournisseur fiable et de qualité dans le domaine de la logistique et du stockage. En développant une stratégie de marketing numérique efficace. Nous mettrons en place des campagnes de marketing sur les réseaux sociaux pour accroître notre portée et interagir avec notre public cible. Grâce à des publications régulières et attrayantes, nous chercherons à renforcer notre crédibilité, à susciter l'intérêt et à générer des conversations positives autour de notre entreprise.

➤ Les objectifs marketing :

- Constituer une base de données de 50 entrepôts potentiels dans Tlemcen Djelfa Alger et Oran dans un délai de 2 mois et essayer d'augmenter le nombre d'inscriptions d'entrepôts en les encourageant à s'inscrire sur notre plateforme.
- Accroître le nombre de clients de l'entreprise de 50 % d'ici trois ans, en améliorant l'offre de services et en mettant en place une stratégie de marketing efficace.
- Renforcer la notoriété de la marque en développant une réputation solide en termes de qualité des services et de fiabilité, favorisant ainsi la fidélisation des clients et la croissance organique.
- Étendre le marché cible en ciblant de nouveaux segments, tels que les entreprises internationales ou celles opérant dans des secteurs différents, représentant une part de marché d'au moins 10 %.
- Diversifier les services en élargissant notre portefeuille pour offrir des solutions de stockage avancées, telles que l'emballage, la livraison et la location d'équipements professionnels (chariots élévateurs, grues, etc.), afin de répondre aux besoins spécifiques de nos clients.
- Améliorer le taux de rétention des clients en offrant des services de qualité supérieure, un support client exceptionnel et des offres spéciales pour les clients existants. L'objectif est de maintenir un taux de rétention de 80 % ou plus.

➤ Budget prévisionnel :

Actuellement, nous avons alloué un budget prévisionnel de 3 millions par mois pour nos activités marketing. Cependant, une fois que notre entreprise se développera davantage, nous adopterons une approche « bottom-up » pour définir notre budget de manière plus détaillée, en tenant compte des différentes catégories du mix marketing et du mix media.

Cette approche « bottom-up » implique une analyse approfondie de nos besoins et objectifs spécifiques dans chaque aspect du mix marketing, tels que le produit, le prix, la promotion et la distribution. Nous évaluerons les ressources nécessaires pour chaque élément et déterminerons un budget spécifique pour chacun d'eux.

De plus, nous prendrons également en considération les canaux de communication que nous utiliserons, tels que la publicité traditionnelle, le marketing digital, les relations publiques, etc. Nous allouerons des fonds en fonction de l'importance et de l'efficacité de chaque canal dans l'atteinte de nos objectifs marketing.

En utilisant cette approche « Bottom-up », nous pourrions mieux planifier et contrôler nos dépenses marketing, en nous assurant que notre budget est optimisé pour obtenir les meilleurs résultats possibles dans chaque aspect de notre stratégie marketing.

3. Choix des moyens opérationnels :

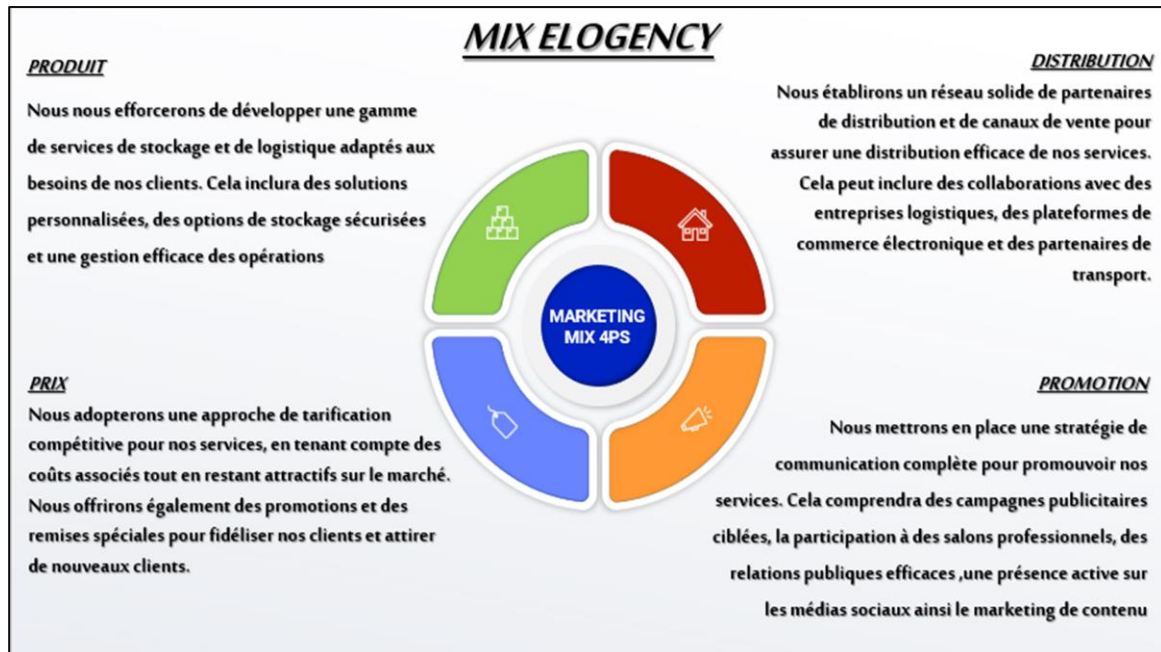
➤ Le mix Marketing:

Le marketing opérationnel, c'est la phase action du marketing. Celui-ci s'appuie sur le marketing mix, qui se décline autour de quatre points principaux, que l'on appelle les 4P, qui concernent le produit, le prix, la communication et la distribution. On parle aussi parfois de 7P.

Dans le cadre de notre entreprise ELOGENCY, nous nous concentrons sur la définition de notre mix marketing pour mettre en œuvre nos initiatives stratégiques. Cette approche consiste à sélectionner les meilleures tactiques dans les domaines tels que la dimension produit, le mix-media, le positionnement prix et le canal de distribution, afin d'atteindre de manière efficace nos objectifs. Notre objectif est de déterminer les choix qui auront le plus d'impact pour notre entreprise et

d'allouer le budget nécessaire à leur mise en œuvre. Vous trouverez ci-dessous un schéma illustrant les éléments clés du mix marketing :

Figure 13: MIX Marketing ELOGENCY



Source : Elaborer par nous même

Voici une description plus détaillée du mix marketing de votre entreprise ELOGENCY :

- ✓ **Produit** : nous principaux services sont :
 - *Stockage et entreposage* : Nous offrons des services de stockage sécurisé et de gestion d'entrepôt pour nos clients, en veillant à ce que leurs marchandises soient entreposées dans des conditions optimales.
 - *Traitement des commandes* : Nous gérons efficacement le processus de traitement des commandes, en veillant à ce que les produits soient préparés, emballés et expédiés conformément aux exigences du client.
 - *Conseil logistique* : Nous proposons des services de conseil pour aider nos clients à optimiser leurs opérations logistiques. Nous analysons leurs besoins, identifions les domaines d'amélioration et recommandons des solutions personnalisées.

✓ Prix :

- *Tarification compétitive* : Nous déterminons nos tarifs en tenant compte des coûts opérationnels, de la concurrence et de la valeur ajoutée que nous apportons à nos clients. Nous proposons des tarifs compétitifs qui reflètent notre expertise et la qualité de nos services.
- Options de tarification flexibles : Nous proposons des options de tarification flexibles pour répondre aux différents besoins et budgets de nos clients. Cela peut inclure des tarifs à l'usage, des forfaits mensuels ou des contrats à long terme.

✓ Promotion :

- *Siège social* : Nous utilisons notre siège social comme un point central pour promouvoir nos services. Nous avons une équipe dédiée chargée d'informer les clients potentiels, de répondre à leurs questions et de présenter les avantages de nos services.
- *Site web* : Notre site web est une vitrine virtuelle de notre entreprise. Nous le mettons à jour régulièrement avec des informations sur nos services, des études de cas, des témoignages clients et des ressources utiles.
- *Marketing digital* : Nous utilisons les réseaux sociaux, les annonces en ligne et d'autres outils de marketing digital pour accroître notre visibilité et atteindre notre public cible. Nous créons du contenu attrayant, diffusons des publicités ciblées et engageons notre audience pour susciter l'intérêt et générer des prospects.
- *Communication événementielle* : Nous organisons et participons à des événements pertinents de l'industrie logistique, tels que des salons professionnels, des conférences et des webinaires. Cela nous permet de rencontrer des clients potentiels, de renforcer notre réseau et de présenter nos services.

✓ Distribution (Place) : ELOGENCY utilise plusieurs canaux de distribution pour atteindre ses clients potentiels. Cela comprend :

- *La prospection directe* : où nous identifions et contactez activement des entrepôts potentiels
- *Le siège social* : sert également de point central pour la distribution de nos services.

- *Le site web* : comme un canal de vente en ligne, Nous offrons aux clients potentiels la possibilité de s'inscrire, de demander des informations supplémentaires et de soumettre des demandes de devis en ligne.
- *Les réseaux sociaux et les campagnes de marketing digital* : contribuent également à la distribution de nos services logistiques.
- *Les événements de communication* : pour renforcer notre présence sur le marché et établir des relations avec de nouveaux clients potentiels.
- *Partenariats* : Nous collaborons avec d'autres acteurs de l'industrie logistique, tels que des transporteurs, des fournisseurs de services connexe.

En complément des 4 P, nous prendrons également en considération les éléments suivants :

- ✓ Le personnel en contact : Nous reconnaitrons que nos employés sont les ambassadeurs de notre entreprise et veillerons à ce qu'ils soient formés, motivés et engagés pour offrir un service client de qualité.
- ✓ Le processus : Dans le cadre de notre processus, nous accordons une importance primordiale à l'évaluation et à l'amélioration de nos processus internes. L'objectif principal est de garantir une qualité constante et une efficacité opérationnelle dans la prestation de nos services.
- ✓ L'environnement physique : Dans le cadre de notre processus, nous accordons une importance primordiale à l'évaluation et à l'amélioration de nos processus internes. L'objectif principal est de garantir une qualité constante et une efficacité opérationnelle dans la prestation de nos services.
- Contrôle et audit marketing :

Le suivi et le pilotage sont des éléments essentiels de notre stratégie marketing, car il est crucial de mesurer nos résultats pour atteindre nos objectifs. La première étape consiste à définir nos indicateurs clés de performance (KPI), qui nous permettront de vérifier si nos objectifs marketing sont atteints.

Nous mettrons en place un plan de mesure rigoureux pour suivre et évaluer nos performances à travers nos KPI. Ces indicateurs nous fourniront des données précieuses sur l'efficacité de nos actions marketing, nous permettant ainsi de prendre des décisions éclairées et d'apporter les ajustements nécessaires.

Le suivi régulier de nos KPI nous aidera à identifier les points forts de notre stratégie marketing, ainsi que les domaines où des améliorations sont nécessaires. Nous serons en mesure de mesurer notre progression et d'ajuster nos efforts en fonction des résultats obtenus. Voici les KPI que nous avons choisi pour mesurer les résultats de chaque objectif marketing :

Tableau 7: objectifs Marketing et KPI

Objectif	KPI
Constituer une base de données de 50 entrepôts potentiels dans les villes cibles et augmenter les inscriptions d'entrepôts sur votre plateforme.	Nombre d'entrepôts identifiés dans chaque ville cible. Nombre d'entrepôts inscrits sur votre plateforme. Taux de conversion des prospects en inscriptions.
Accroître le nombre de clients de l'entreprise de 50 % d'ici trois ans.	Nombre total de clients actuels et nouveaux. Taux de croissance du nombre de clients. Taux de rétention des clients existants. Taux de conversion des prospects en clients.
Renforcer la notoriété de la marque et favoriser la fidélisation des clients.	Indice de satisfaction client. Taux de recommandation des clients. Nombre de références de clients satisfaits. Part de marché de l'entreprise.
Étendre le marché cible et cibler de nouveaux segments.	Nombre de nouveaux segments ciblés. Taux de pénétration dans les nouveaux segments. Part de marché dans les nouveaux segments.

Diversifier les services et élargir le portefeuille.	Nombre de nouveaux services ajoutés. Revenu généré par les nouveaux services. Taux de satisfaction des clients pour les nouveaux services.
Améliorer le taux de rétention des clients.	Taux de rétention des clients. Nombre de clients ayant renouvelé leur contrat. Taux de satisfaction des clients existants.

Source : Elaborer par nous même

Chapitre 04 :

Le processus de servuction

Dans ce chapitre, on va citer les différentes étapes de la production de notre service, à savoir :

- 1. La servuction*
- 2. L'approvisionnement*
- 3. La main d'œuvre*
- 4. Les partenariats*

1. La servuction :

Ce terme désigne le processus spécifique de production d'un service. C'est la manière dont un prestataire manage un ensemble des éléments matériels et humaines ainsi que les activités déployées pour concevoir, créer et développer la prestation de service qu'une entreprise souhaite proposer sur le marché avec la meilleure qualité possible tout en respectant les objectifs fixés. Le concept de la servuction a été développé par Pierre Eiglier et Eric Langeard. Un service résulte de l'interaction de trois éléments de base : le client ; qui est un élément primordial impliqué dans l'élaboration de ce service selon sa demande et ses préférences, le support physique ; ce sont les installations physiques qui doivent être conçues de manière à offrir une expérience agréable et fonctionnelle pour les clients, et le personnel en contact ; qui subissent en arrière-plan la coordination du système d'organisation interne.

Comme tout processus de production d'un bien qui passe par plusieurs étapes (achat de matières premières, fabrication, conditionnement et emballage), un service passe lui aussi durant sa production par plusieurs étapes :

- ✓ *Élaboration d'un modèle conceptuel des données MCD*: qui est une représentation structurée des entités, des concepts, des relations et des contraintes qui existent lors de la description des informations pertinentes pour un système, Voici le MCD d'ELOGENCY :

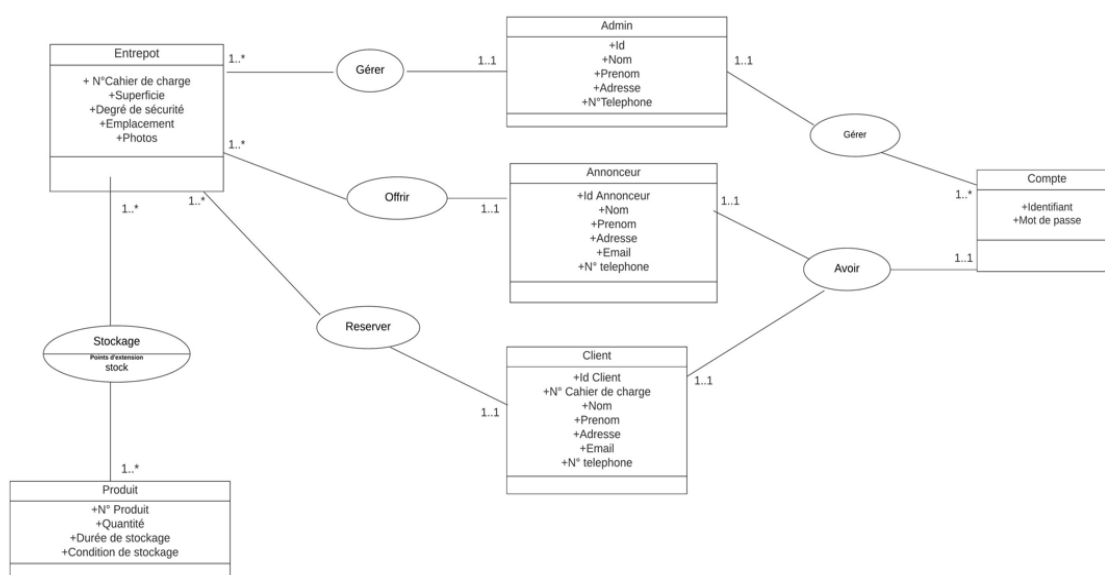


Figure 14: MCD ELOGENCY

Elaborer par nous même

Voici notre propre application comment ça marche :

- Un ou plusieurs entrepôts peuvent stocker un ou plusieurs produits
 - Un ou plusieurs Produits peuvent être stocker dans un ou plusieurs entrepôts
 - L'admin peut gérer un ou plusieurs entrepôts
 - Un ou plusieurs entrepôts peuvent être gérer par un et un seul Admin
 - Un Annonceur peut Offrir un ou plusieurs entrepôts
 - Un ou plusieurs entrepôts peuvent être annoncer par un et un seul annonceur
 - Un client peut réserver un ou plusieurs entrepôts
 - Un ou plusieurs entrepôts peuvent être réservés par un et un seul Client
 - L'admin peut gérer un ou plusieurs comptes
 - Un ou plusieurs comptes peuvent être gérés par un et un seul admin
 - L'annonceur peut avoir un et un seul compte
 - Le client peut avoir un et un seul compte
- ✓ *Développement du site web*: c'est l'étape du codage ou de la programmation, qui permet de faire fonctionner un site Web, selon les exigences du propriétaire, tout en interprétant des fonctionnalités écrites à des requêtes informatiques à l'aide de plusieurs langages de programmation. Il existe trois principaux types de développeurs, et chacun à un langage bien précis :
- front-end s'occupe de la partie d'un site Web que les gens voient et avec laquelle ils interagissent. On utilise généralement :
 - HTML permet d'intégrer du contenu à un site Web tout en le divisant en titres, paragraphes et tableaux
 - CSS est utilisé en conjonction avec HTML. Le CSS indique à la page Web comment afficher le contenu (c'est un langage de «style»)
 - JavaScript va quand à lui, rendre votre site Web réactif, interactif et attrayant pour vos visiteurs

- back-end s'occupe du code en arrière-plan. Ce code va servir à contrôler la façon dont un site Web va se charger et s'exécuter. On utilise généralement :
 - php : permet de réaliser des choses comme des boîtes de dialogue s'ouvrant sur un écran en réponse aux actions d'un utilisateur.
 - Java qu'est utilisé pour créer des applications web réactives et évolutives qui sont utilisées pour la conception rapide de sites web.
- full-stack c'est le mix entre les deux types précédents..

pour ELOGENCY, notre projet à été programmer en utilisant les langages suivants : HTML, CSS, JAVA-SCRIPT, NODE-JS, PHP et d'autres détails informatiques

- ✓ *Hébergement du site* : est le processus de mise en ligne du site sur un serveur accessible via Internet. Cette opération pour ELOGENCYs'est déroulée par la façon suivante :
 - Choix d'un hébergeur web : il existe plusieurs fournisseurs d'hébergement web ici en algerie, et pour cela il faut évaluer et comparer les choix et les alternatives des hébergeurs, et se basé sur : la fiabilité, la performance, le support technique, et les tarifs
 - Sélection du plan d'hébergement : une fois le choix est pris, il est temps de passer à l'étape de paiement. Parmi les packs d'hébergement proposé par l'hébergeur, on peut choisir celui convient le mieux à vos besoins en fonction de la taille du site, du trafic attendu, des ressources requises, etc. Les plans courants incluent l'hébergement partagé, l'hébergement VPS (serveur privé virtuel) et l'hébergement dédié.
 - Enregistrement de votre nom de domaine : qui est l'adresse de votre site web qu'un utilisateur va la saisir dans la barre de recherche. Le nom du domaine doit être facile et mémorisable, et surtout il doit refléter l'activité
- ✓ *Conception de la marque et design* : Le concept de marque est formé par les éléments essentiels du branding d'une entreprise, englobant sa vision et ses objectifs. Il représente

l'image que la marque projette auprès de ses clients, et devient ainsi le socle sur lequel l'entreprise peut construire son identité et sa stratégie marketing. Tout ce qui vient spontanément à l'esprit lorsqu'on pense à une entreprise spécifique constitue son concept de marque.

ELOGENCY, est une combinaison de 3 parties qui font référence à notre projet, notre activité principale et notre vision :

- ❖ E : qui est l'abréviation du concept de (électronique) ou (digital). Nous allons construire notre projet principalement sur le côté digital vu l'émergence d'utilisation des technologies d'information et de communication nouvelle (NTIC)
- ❖ LOG : qui est l'abréviation du mot (logistique) ou (logistic). Notre projet exerce dans le secteur de la logistique en général, il vise à aider les PME, les commerçants et les e-commerçants à gérer leurs supply Chain d'une manière efficace et optimale
- ❖ ENCY : qui est l'abréviation du mot (Agency). Pour bien contrôler et pouvoir suivre notre activité basée sur 4 wilayas principales : Alger, Oran, Tlemcen et Djelfa, ELOGENCY aura un siège social où ça va dérouler l'ensemble des opérations : négociation, prospection, analyse des données, les réunions

En design, chaque couleur reflète à un attribut ou à une émotion précise. Pour ELOGENCY, nous avons conçu notre brand, que ce soit le logo ou le site web, à l'aide d'une palette de couleur contenant un dégradé du bleu et de l'orange :



Figure 15: Palette couleur ELOGENCY

Bleu : Le bleu est souvent associé à la confiance, à la fiabilité et à la stabilité. Il peut inspirer un sentiment de professionnalisme et de crédibilité. Cette couleur est également utilisée pour représenter les domaines de la technologie, de la communication et de la tranquillité.

Orange : L'orange est une couleur vive et énergique qui peut symboliser la créativité, l'enthousiasme et la vitalité. Elle est souvent utilisée pour représenter l'innovation, la jeunesse et le dynamisme. L'orange peut être approprié pour les entreprises qui cherchent à communiquer une atmosphère chaleureuse, moderne et divertissante.

Pour la conception de l'icône d'ELOGENCY, nous avons choisi la lettre qui se répète dans le mot, qui est le E. les différentes lignes font référence aux rayonnages d'entrepôt que notre projet utilise pour offrir ses services aux clients, et le coté incliné au coin de la ligne c'est pour rendre le E plus visible



Figure 16: Icon ELOGENCY

2. L'Approvisionnement :

Dans le cas d'ELOGENCY, où notre activité est axée sur la fourniture d'espaces de stockage, nous pouvons considérer les entrepôts comme notre matière première essentielle. L'approvisionnement en entrepôts joue un rôle crucial dans notre capacité à répondre à la demande des clients et à offrir des services de stockage efficaces.

Pour définir l'approvisionnement en entrepôts, nous pouvons prendre en compte les aspects suivants :

- ✓ Identification des sources d'approvisionnement : Il est important d'identifier les différentes sources potentielles d'entrepôts disponibles sur le marché. Cela peut inclure des propriétaires individuels d'entrepôts, des entreprises spécialisées dans la location d'espaces de stockage, des partenariats avec d'autres acteurs de l'industrie logistique, des particuliers qui dispose des espaces.... etc.
- ✓ Évaluation des critères de sélection : Nous devons établir des critères clés pour évaluer les entrepôts potentiels. Cela peut inclure des aspects tels que la taille de l'entrepôt, l'emplacement géographique, la sécurité, les équipements disponibles (étagères, racks, transpalettes, etc.), les services complémentaires (température contrôlée, surveillance, etc.) et les conditions de location.
- ✓ Négociation des modalités de location : Une fois que nous avons identifié les entrepôts potentiels qui répondent à nos critères, nous devons entamer des négociations pour les modalités de location. Cela comprend les aspects financiers tels que les loyers, les dépôts de

garantie, les conditions de paiement, ainsi que d'autres conditions contractuelles telles que la durée du bail...etc.

En définissant une approche solide pour l'approvisionnement en entrepôts, nous nous assurons d'avoir un réseau d'espaces de stockage fiables et adaptés aux besoins de nos clients. Cela nous permettra de répondre efficacement à la demande, d'optimiser notre capacité de stockage et de fournir des services de haute qualité dans le domaine de la logistique et de la gestion des entrepôts.

3. La Main d'oeuvre :

Notre projet va créer 5 postes en premier temps ,4 postes administratifs (COO, CFO, CMO ; informaticien) et un poste de terrain (prospecteur) ; on a pensée d'emboucher des autres postes en moyen terme et long terme :

Tableau 08: main d'œuvre ELOGENCY

La période	Le nombre des postes	La nature des postes
À court terme	05	(COO, CFO, CMO, prospecteur, informaticien)
À moyen terme	05+02	(CLO : directeur juridique, CMOO : directeur des opérations de marché)
À long terme	07+02	(CSO : directeur de la sécurité et contrôle, CTO : directeur technique)

Source: Elaborer par nous même

La nature des postes qu'on va créer :

- **COO (Directeur des Opérations)** : Cette personne sera responsable de la gestion opérationnelle globale de l'entreprise, y compris la coordination des activités quotidiennes, la supervision des opérations logistiques et la gestion des équipes sur le terrain. Le COO doit avoir une solide expérience en logistique et en gestion des opérations.
- **CFO (Directeur Financier)** : Le CFO sera en charge de la gestion financière de l'entreprise, y compris la planification budgétaire, la gestion des flux de trésorerie, l'analyse financière et la

préparation des rapports financiers. Il est important que le CFO ait une expertise en finance et une bonne compréhension des aspects financiers liés à l'industrie logistique.

- **CMO (Directeur Marketing)** : Le CMO sera responsable de la stratégie marketing de l'entreprise, y compris la promotion des services, le développement de la marque, la gestion des campagnes publicitaires et la génération de leads. Le CMO devrait avoir une solide expérience en marketing, en particulier dans le secteur de la logistique.
- **Informaticien** : Un informaticien qualifié sera nécessaire pour gérer l'infrastructure technologique de l'entreprise, y compris le développement et la maintenance des systèmes informatiques, des plateformes en ligne et des outils logiciels nécessaires au bon fonctionnement de la startup.
- **Chargé de prospection des entrepôts** : Cette personne sera responsable de la recherche et de la prospection d'entrepôts disponibles dans différentes régions. Ils devront établir des contacts avec les propriétaires d'entrepôts, évaluer leur adéquation aux besoins des clients et négocier des accords de partenariat. Une connaissance approfondie du secteur logistique et des compétences en vente et en négociation sont essentielles pour ce poste.
- **Directeur juridique (CLO - Chief Legal Officer)** : Le directeur juridique est responsable de tous les aspects juridiques de l'entreprise. Il veille à ce que l'entreprise respecte les lois et réglementations en vigueur, rédige et négocie les contrats, gère les litiges éventuels, conseille la direction sur les questions juridiques et assure la protection des droits et intérêts de l'entreprise.
- **Directeur des opérations de marché (CMOO - Chief Market Operations Officer)** : Le directeur des opérations de marché est chargé de superviser les opérations liées à la commercialisation et à la vente des produits ou services de l'entreprise. Il est responsable de la mise en œuvre des stratégies de marketing, de la gestion des canaux de distribution, de l'analyse des marchés concurrentiels, de la fixation des prix et de la maximisation des ventes et des revenus.
- **Directeur de la sécurité et du contrôle (CSO - Chief Security Officer)** : Le directeur de la sécurité et du contrôle est responsable de la sécurité globale de l'entreprise. Il élabore et met en œuvre des politiques de sécurité, identifie les risques potentiels et établit des protocoles de

sécurité pour protéger les actifs de l'entreprise, y compris les données sensibles, les installations physiques et les ressources humaines.

- **Directeur technique (CTO - Chief Technical Officer)** : Le directeur technique est responsable de la stratégie technologique de l'entreprise. Il supervise le développement et la mise en œuvre des systèmes technologiques, veille à ce que l'infrastructure informatique soit fiable et sécurisée, identifie les opportunités d'innovation technologique et assure une veille technologique pour maintenir l'entreprise à la pointe de la technologie.

Il est important de noter que l'emplacement de ces postes dépendra de la structure organisationnelle de l'entreprise. Cependant, il est recommandé d'avoir une présence centrale pour les postes de direction, tels que le COO, le CFO et le CMO, afin de faciliter la coordination et la communication interne. Les postes de terrain, comme le chargé de prospection des entrepôts, le CSO, CMOO, CTO seront répartis dans différentes régions en fonction des besoins et des opportunités du marché logistique.

Pour les postes mentionnés (COO, CFO, CMO, informaticien et chargé de prospection des entrepôts, CLO, CMOO, CSO, CTO), voici les types de main-d'œuvre nécessaires :

- **COO** : Ce poste requiert une personne ayant une expérience solide en gestion opérationnelle et logistique. Il devrait avoir une connaissance approfondie des processus d'entreposage et de la gestion de la chaîne d'approvisionnement. Il serait idéal de trouver un candidat ayant une expérience antérieure dans le domaine logistique.
- **CFO** : Ce poste nécessite un individu compétent en gestion financière, avec une expertise en matière de comptabilité, de finance et de planification budgétaire. Une expérience dans le secteur de la logistique serait un avantage. Le CFO devrait être capable de gérer les finances de l'entreprise et de fournir des analyses financières pertinentes.
- **CMO** : Pour ce poste, une personne ayant des compétences en marketing et en communication est nécessaire. Cette personne devrait être capable de développer des stratégies marketing efficaces pour promouvoir les services de l'entreprise. Une connaissance du secteur de la logistique et de l'e-commerce serait un plus.

- **Informaticien** : Un informaticien compétent est essentiel pour développer, maintenir et mettre à jour les systèmes informatiques de l'entreprise. Cette personne devrait avoir une solide expérience en développement de site et en gestion de bases de données. Des compétences en matière de sécurité informatique seraient également importantes.
- **Chargé de prospection des entrepôts** : Ce poste nécessite une personne proactive et orientée vers les résultats, capable d'identifier et de contacter les propriétaires d'entrepôts potentiels pour établir des partenariats. Des compétences en négociation, en communication et en analyse de marché seraient importantes pour ce rôle.
- **CLO** : Un professionnel du droit qualifié avec une expertise en droit des affaires, en droit commercial et en droit de la propriété intellectuelle. Une solide expérience dans la rédaction de contrats, la gestion des litiges et la conformité juridique est essentielle.
- **CMOO** : Un expert en marketing et en gestion des opérations avec une compréhension approfondie des stratégies de marketing, de la gestion des canaux de distribution, de l'analyse de marché et de la gestion des ventes. Une solide expérience dans le secteur spécifique de l'entreprise est un atout.
- **CSO** : Un professionnel de la sécurité ayant une connaissance approfondie des pratiques de sécurité informatique, de la gestion des risques, de la conformité réglementaire et des protocoles de sécurité physiques. Des certifications en sécurité telles que CISSP (Certified Information Systems Security Professional) peuvent être requises.
- **CTO** : Un expert technique doté d'une solide expérience dans le développement et la gestion des systèmes informatiques, des infrastructures technologiques et des solutions logicielles. Une connaissance approfondie des technologies émergentes, de la gestion de projet et de la planification stratégique est essentielle.

Il est important de noter que les besoins spécifiques en main-d'œuvre peuvent varier en fonction de la stratégie de développement de notre startup, de sa taille et de ses objectifs. Il est recommandé de mener une analyse approfondie des exigences en matière de main-d'œuvre pour chaque poste afin de trouver les candidats les mieux adaptés à chaque rôle.

4. Les partenaires :

Dans le cadre du projet ELOGENCY, nous avons identifié plusieurs partenaires clés qui joueront un rôle essentiel dans le bon fonctionnement de nos opérations logistiques et de stockage. Voici un aperçu de ces partenaires et de leurs responsabilités respectives :

Partenaire	Description du rôle
Les Propriétaires des entrepôts	Nous collaborerons avec des partenaires qui constituent notre matière première essentielle. Ces propriétaires d'entrepôts mettront à notre disposition des espaces de stockage adaptés à nos besoins. Leur rôle principal sera de nous fournir des emplacements sécurisés et de qualité où nous pourrions entreposer les marchandises de nos clients. Grâce à ces partenariats, nous serons en mesure d'offrir des solutions de stockage fiables et efficaces, répondant ainsi aux exigences de nos clients en matière de gestion logistique
Prestataires logistiques	● Kazi Tour et Yalidine seront nos partenaires privilégiés pour la gestion des activités de livraison et de transport. Leur expertise nous permettra d'acheminer les marchandises de manière fiable et efficiente, en veillant à ce qu'elles soient livrées dans les délais requis. ● Nous travaillerons également en étroite collaboration avec un transitaire spécialisé en dédouanement en Algérie. Ce partenaire sera chargé de faciliter les procédures douanières liées à l'importation et à l'exportation des marchandises. Leur connaissance approfondie des réglementations douanières nous permettra de bénéficier d'opportunités commerciales optimales tout en assurant le bon déroulement de nos opérations.
Assurance SAA	En partenariat avec l'Assurance SAA, nous offrirons à nos clients des solutions d'assurance adaptées pour protéger leurs biens stockés dans nos entrepôts, assurant ainsi la sécurité de leurs marchandises. On peut citer : l'exemple de SAA (Société d'Assurances Algérienne) bien connue est la Compagnie Algérienne d'Assurance (CAA) ; est une société d'assurance leader en Algérie, offrant une large gamme de services d'assurance aux entreprises et aux particuliers, avec la CAA, nous pourrions bénéficier d'une protection solide et fiable, renforçant ainsi la confiance de nos clients dans nos services de stockage et de logistique.

Chambre de commerce	Nous établirons des liens étroits avec la Chambre de commerce locale, qui nous offrira un réseau d'entreprises et de ressources, favorisant ainsi notre développement et l'expansion de notre réseau de partenaires. On trouve plusieurs Chambres de Commerce et d'Industrie (CCI) bien connues qui jouent un rôle important dans le soutien aux entreprises et au développement du commerce. Voici quelques exemples de CC qui peuvent nous aider : ● Chambre de Commerce et d'Industrie d'Alger (CCIA) : Située dans la capitale Alger, la CCIA est l'une des plus importantes Chambres de Commerce en Algérie. Elle propose divers services aux entreprises, tels que l'information économique, l'accompagnement dans les démarches administratives, l'organisation d'événements et la promotion des échanges commerciaux. ● Chambre de Commerce et d'Industrie d'Oran (CCIO) : Basée à Oran, cette Chambre de Commerce joue un rôle clé dans le développement économique de la région. Elle offre des services de soutien aux entreprises, des formations, des opportunités de réseautage et facilite les relations commerciales avec les partenaires nationaux et internationaux.
Les Agences de sécurité :	Nous collaborerons avec des agences de sécurité renommées pour assurer la protection et la sécurité des entrepôts que nous gérons. Ces agences spécialisées déploieront des agents de sécurité qualifiés et expérimentés pour surveiller les installations, prévenir les intrusions et garantir la sûreté des biens entreposés. Leur expertise en matière de sécurité contribuera à maintenir un environnement protégé et à minimiser les risques potentiels. Nous accorderons une attention particulière au choix des agences de sécurité, en privilégiant celles qui ont une solide réputation et des références établies dans le secteur de la sécurité industrielle et logistique, tels que ● Alliance Sécurité : Alliance Sécurité est une agence de sécurité locale en Algérie, spécialisée dans la surveillance des sites industriels, la sécurité événementielle, la protection rapprochée et la gestion des risques ● G4S Algérie : société de sécurité internationale présente en Algérie, offrant une gamme complète de services de sécurité, y compris la surveillance des sites, la sécurité des biens et des personnes, ainsi que des solutions de sécurité électronique.

Fournisseur des équipements de stockage	Nous établissons des partenariats avec des fournisseurs d'équipements de stockage pour bénéficier de leur expertise et de leur gamme de produits spécialisés. Cela nous permet d'offrir à nos clients une sélection d'options de stockage adaptées à leurs besoins, d'assurer la qualité des équipements utilisés et de garantir une gestion efficace de leurs marchandises. En collaborant avec des fournisseurs fiables, nous renforçons notre capacité à fournir des solutions logistiques complètes et de qualité à nos clients. ● Mecalux Algérie : est une filiale de Mecalux, une entreprise espagnole leader sur le marché mondial des systèmes intralogistiques et solutions de stockage. Elle propose des produits tels que le rayonnage à palettes, le Pallet Shuttle, le stockage automatisé, le logiciel de gestion d'entrepôt Easy WMS, etc. Elle a réalisé des projets pour des clients comme Würth, Renault ou Congelados de Navarra. ● Rayonnage Algérie : est une entreprise spécialisée dans la conception, la fabrication et l'installation de rayonnages industriels et systèmes de stockage. Elle offre des produits comme le rayonnage lourd, le rayonnage mi-lourd, le rayonnage léger, les mezzanines, les plateformes, les équipements de bureau, les vestiaires, etc.
---	---

Tableau 09 : Partenaires ELOGENCY

Elaborer par nous même

Chapitre 05 :

Le plan financier

Dans ce chapitre, on va estimer le coté financier de notre projet, à savoir :

- 1. Les couts et les charges*
- 2. Le chiffre d'affaires*
- 3. Le tableau de compte des résultats*

1. Les Coûts et charges :

Dans le cadre de notre étude financière, nous avons identifié les différents coûts et charges associés à la réalisation de notre entreprise. Il est essentiel d'établir avec précision ces coûts afin d'évaluer la viabilité financière de notre projet ELOGENCY. Voici les principaux éléments budgétaires que nous avons identifiés :

- ✓ *Frais d'établissement* : Ces frais comprennent les coûts liés à la création de l'entreprise tels que l'immatriculation, les honoraires de notaire, les frais administratifs et les frais de constitution de société.
- ✓ *Logiciels* : Nous devons investir dans des logiciels spécialisés pour la gestion de la logistique, la gestion des stocks, la comptabilité et d'autres fonctions essentielles à notre activité. Les coûts associés à l'achat et à la mise en place de ces logiciels doivent être pris en compte.
- ✓ *Formations* : Il sera nécessaire de former notre équipe sur les aspects techniques et opérationnels liés à notre activité de stockage.
- ✓ *Dépôt de marque* : Pour protéger notre marque, nous devons déposer une demande d'enregistrement de marque auprès de l'organisme compétent. Les frais de dépôt et de protection de la marque doivent être prévus.
- ✓ *Frais juridiques* : L'assistance d'un avocat ou d'un conseiller juridique peut être nécessaire pour la rédaction de contrats, la protection des droits de propriété intellectuelle et la conformité juridique. Les frais juridiques doivent être pris en compte dans notre budget.
- ✓ *Frais de dossier* : Certains organismes ou institutions peuvent exiger des frais de dossier pour l'obtention de licences, de permis ou d'autres autorisations nécessaires à notre activité. Ces frais doivent être pris en compte.

- ✓ *Développement du site* : Nous devons investir dans le développement d'un site web professionnel et convivial qui représentera notre entreprise et nos services. Les coûts liés à la conception, au développement et à la maintenance du site web doivent être inclus.
- ✓ *Les coûts liés à la promotion de site* : Publicité en ligne, Des campagne SEM, sponsoring en media sociaux.... etc. sans oublier les frais pour l'organisation d'événements de lancement, la production de supports de communication, etc.
- ✓ *Designer* : Pour l'élaboration de supports de communication tels que des logos, des brochures ou des flyers, nous pourrions faire appel à un designer professionnel. Les honoraires du designer doivent être prévus.
- ✓ *Matériels de bureau* : Nous aurons besoin d'équipements de bureau tels que des ordinateurs, des imprimantes, des scanners et du mobilier. Les coûts liés à l'achat ou à la location de ces matériels doivent être pris en compte.
- ✓ *Trésorerie de départ* : Une réserve de trésorerie initiale est nécessaire pour couvrir les dépenses courantes et les besoins de liquidités pendant les premiers mois d'activité. Il est important de prévoir une trésorerie de départ adéquate.
- ✓ *Charges personnelles* : Les coûts liés à la rémunération de notre équipe doivent être inclus dans notre analyse financière. Cela comprend les salaires, les charges sociales et les avantages sociaux.
- ✓ *Local coworking* : Si nous optons pour un espace de coworking pour démarrer nos activités, les frais de location de cet espace doivent être pris en compte.

Les sources de financement de ELOGENCY sont plusieurs :

- ✓ *Apport personnel* : Nous envisageons de contribuer avec nos propres fonds personnels pour financer une partie du projet. Cela peut inclure nos économies, nos investissements personnels ou tout autre moyen de financement provenant de nos ressources individuelles.

- ✓ *Financement de l'ASF (Algérie Solidarité Financement)* : Nous avons l'intention d'explorer les possibilités de financement offertes par l'Algérie Solidarité Financement, une institution financière qui propose des solutions de financement aux petites et moyennes entreprises. Nous pourrions envisager de solliciter un prêt auprès de l'ASF pour couvrir une partie de nos besoins en financement.

En utilisant ces modes et sources de financement, nous visons à obtenir les fonds nécessaires pour couvrir les différents coûts et charges du projet. Cela nous permettra de réaliser nos objectifs et de lancer avec succès notre entreprise ELOGENCY.

Et Après avoir identifié les différents coûts et charges liés à notre projet ELOGENCY, nous avons établi les deux tableaux ci-dessous

- Ce tableau détaillé la répartition de la rémunération de notre équipe salariée. Associées à chaque poste au sein de notre entreprise dans les trois premières années :

Figure 17: Rémunération de l'équipe ELOGENCY

	Année 1
Rémunération du (des) dirigeants	185 400,00 DZD
<i>% augmentation</i>	
TOTAL Rémunération du (des) dirigeants	556 200,00 DZD
Salaires des employés (informaticien)	20 000,00 DZD
Charges sociales employés CNAS (35%)	7 000,00 DZD
charges personnels	27 000,00 DZD

Source: Elaborer par nous même

- Pour le 2em tableau récapitulatif regroupant l'ensemble des charges qui permet d'avoir une vue d'ensemble des dépenses associées à notre activité et de mieux appréhender l'impact financier de notre projet.

Il faut noter que son montant sans calculer annuellement du coup :

- Pour la case de frais des formations : on a considéré que le montant est : 25000 DA par personnes est on a « 3 membre qui seront former » donc on trouve la somme = 75000 DA
- Et pour la local Coworking le prix de location est 15000 DA par mois sur 12 mois sera 180000
- La trésorerie de départ a une alimentation personnelle de la trésorerie : 50000 da par
- Pour Les coûts liés à la promotion de site : on notée « marketing » dans l'ensemble c'est 560000 DA pour les 2 premier mois on a consacré juste 30000 DA et pour le 10 mois restant on a consacré 50000 da par mois .
- personne du coup la somme sera 150000
- Le apport personnel est : 10000 DA par personne donc on a $10000 \times 3 = 300000$ DA

INVESTISSEMENTS	Montant € hors taxes
Immobilisations incorporelles	
<i>frais d'etablissement</i>	40 000,00
<i>frais d'ouverture de compteurs</i>	
<i>logiciels</i>	100 000,00
<i>formations</i>	75 000,00
<i>dépôt de marque</i>	20 000,00
<i>frais de notaire</i>	40 000,00
<i>frais de dossier</i>	15 000,00
<i>developpement du site</i>	40 000,00
<i>designer</i>	1 500,00
<i>markating</i>	560 000,00
Immobilisations corporelles	
<i>local coworking</i>	180 000,00
<i>travaux et aménagement</i>	
<i>matériels</i>	
<i>matériels de bureau</i>	100 000,00
<i>stock de MP</i>	
<i>trésorerie de depart</i>	150 000,00
total Besoin	1 321 500,00
FINANCEMENT DES INVESTISSEMENTS	Montant € hors taxes
Apport personnel	
<i>Apport personnel</i>	300 000,00
Emprunt	
autres financement	
<i>financement de l'ASF</i>	1 021 500,00
	1 321 500,00

Figure 18: repartition des charges ELOGENCY

Elaborer par nous même

- Et pour ce dernier tableau qui représente les amortissements qui sont calculer a la base des montants affiche dans le 2 eme tableau " amortissement linaire "

DETAILS AMORTISSEMENT DES INVESTISSEMENTS	Durée (année)	Montant € hors taxes
Immobilisations incorporelles		
frais d'etablissement	5	8 000,00
frais d'ouverture de compteurs		
logiciels	4	25 000,00
formations	2	37 500,00
dépôt de marque	1	10 000,00
frais de notaire	1	15 000,00
frais de dossier	1	5 000,00
developpement du site	4	10 000,00
designer	1	1 500,00
autres charges	2	280 000,00
Immobilisations corporelles		
location coworking		
travaux et aménagement		
matériels		
matériels de bureau	2	50 000,00
TOTAL AMORTISSEMENT		442 000,00

Figure 19: Amortissement des charges ELOGENCY

Elaborer par nous même

2. Le chiffre d'affaires :

Le chiffre d'affaires de notre startup dépendra du montant de la commission sur le prix de location qu'elle facture aux propriétaires d'entrepôts. Pour calculer le chiffre d'affaires, il est nécessaire de connaître le nombre de transactions réalisées par la startup, le prix moyen de location des entrepôts et le pourcentage de commission appliqué. En multipliant le nombre de transactions par le prix moyen de location et en appliquant le pourcentage de commission, on peut obtenir une estimation du chiffre d'affaires de la startup.

Tableau 10: répartition de la cible ELOGENCY

La répartition de la cible	Le nombre
Le nombre des pme	1 286 140
Le nombre des commerçants	499 585
Le total des e-commerçants	4 368
Le total	1 790 093

Elaborer par nous même

A. Estimation mensuelle:

Pour estimer le chiffre on est besoin de ces détails :

Tableau 11: information sur location d'entrepôts

Le prix moyen de location des entrepôts	50 000
La commission	10%
La rémunération d'ELOGENCY	5 000

Elaborer par nous même

Pour faire une estimation du chiffre d'affaires on doit estimer le nombre des utilisateurs de notre solution logistique innovante durant les heures du travail de notre équipe (les heures de traitement des commandes ; de vérification des offres de partenariats ...), voici une estimation mensuelle de la 1^{ère} année avec deux scénarios possibles :

- Scénario optimiste :

Tableau 12: CA ELOGENCY optimiste

Mois	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Utilisation												
Utilisation par jour	1	1	2	2	3	4	6	8	9	12	13	15
Utilisation par mois	12	20	28	31	38	45	53	67	72	80	95	100
Le chiffre d'affaires Mensuel	60 000	100 000	140 000	155 000	190 000	225 000	265 000	335 000	360 000	400 000	475 000	500 000
CA annuel	3 205 000											

Elaborer par nous même

- Scénario pessimiste :

Tableau 12: CV ELOGENCY pessimiste

Mois	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Utilisation												
Utilisation par jour	0	1	2	2	3	4	6	8	9	12	13	15
Utilisation par mois	6	13	19	25	29	33	38	42	49	53	60	67
Le chiffre d'affaires Mensuelle	30 000	65 000	95 000	125 000	145 000	165 000	190 000	210 000	245 000	265 000	300 000	335 000
CA annuel	2 170 000											

Elaborer par nous même

B. Estimation annuelle :

Tableau 13: détail du chiffre d'affaires

	N	N+1	N+2	N+3	N+4
LE NOMBRE DES CLIENTS	434	607	824	953	1083
LE PRIX MOYEN DE LOCATION	50 000	60 000	70 000	70 000	70 000
LE POURCENAGE DU COMMISSION	10%	11%	12%	12%	12%
Le chiffre d'affaires	2 170 000	3 642 000	5 768 000	8 005 200	9 097 200

Elaborer par nous même

3. Les comptes de résultats escomptés :

Figure 20: TCR ELOGENCY

intitulé (mois)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Année 1
chiffre d'affaire	30 000	65 000	95 000	125 000	145 000	165 000	190 000	210 000	245 000	265 000	300 000	335 000	2170 000
personnel	27 000	27 000	27 000	27 000	27 000	27 000	27 000	27 000	27 000	27 000	27 000	27 000	324 000
marge sur personnel	3 000	38 000	68 000	98 000	118 000	138 000	163 000	183 000	218 000	238 000	273 000	308 000	1 846 000
developpement du site	20 000,00												4 000
frais juridiques et administratifs	50 000,00												50 000
autres charges	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	240 000
marketing	30 000	30 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	560 000
designer	5 000												5 000
taxe sur l'activité professionnelle (1,5%)													
exedent brut d'exploitation	-122 000,00	-12 000,00	-2 000,00	28 000,00	48 000,00	68 000,00	93 000,00	113 000,00	148 000,00	168 000,00	203 000,00	238 000,00	987 000
dotation aux amortissements	3667	3667	3667	3667	3667	3667	3667	3667	3667	3667	3667	3667	44 000
résultat avant impôts	-125 667	-15 667	-5 667	24 333	44 333	64 333	89 333	109 333	144 333	164 333	199 333	234 333	927 000,00
impôt sur le bénéfice des sociétés (IBS-26%)													
Résultat net	-125 667	-15 667	-5 667	24 333	44 333	64 333	89 333	109 333	144 333	164 333	199 333	234 333	927 000,00

Elaborer par nous même

Chapitre 06 :

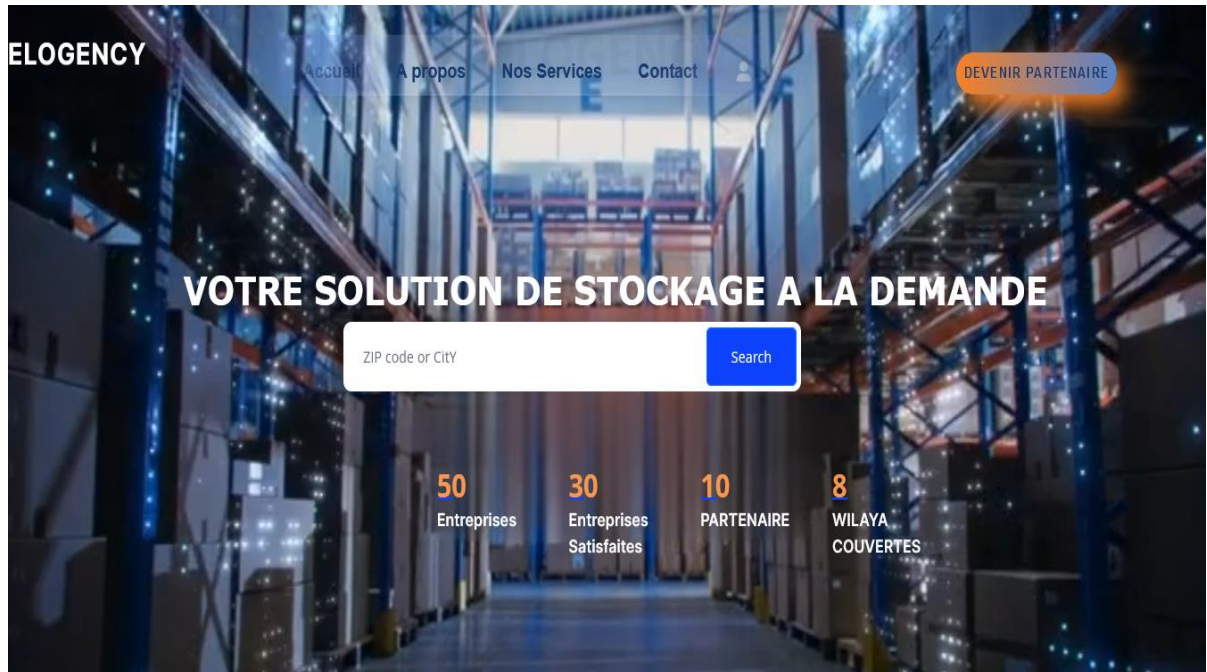
Prototype du projet

Dans ce chapitre, on va voir en général le prototype ainsi que les questionnaires lancés, à savoir :

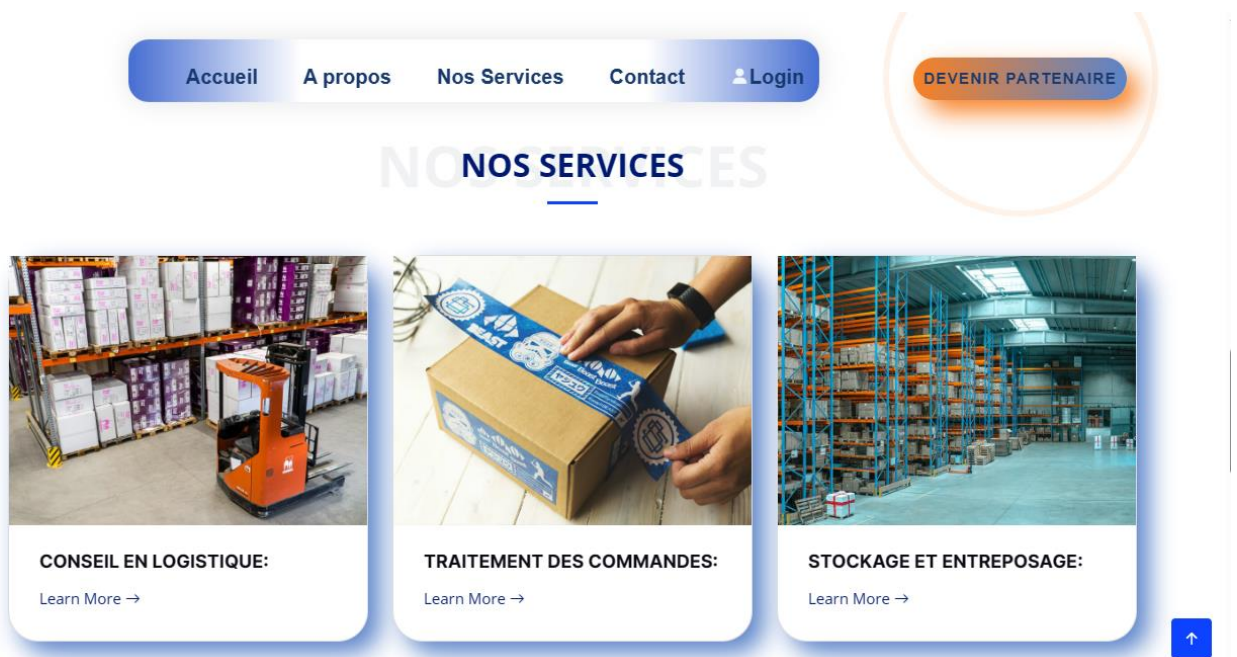
- 1. Présentation du prototype du projet*
- 2. Questionnaire de la cible*
- 3. Questionnaire des partenaires*

Chapitre 6

- La présentation du prototype :



- 1) Les services proposés :



2) La présentation de chaque service :

Accueil

A propos

Nos Services

Contact

Log

DEVENIR PARTENAIRE

NOS SERVICES



Stockage et entreposage

Le client choisit parmi les services d'entreposage offerts pour stocker les produits de son entreprise dans des entrepôts ou des centres de distribution sécurisés, équipés de technologies de pointe pour garantir la sécurité et la gestion optimale des stocks.

↑

Accueil

A propos

Nos Services

Contact

Log

DEVENIR PARTENAIRE



Conseil en logistique

nos clients vont bénéficier des services de conseil en logistique pour afin d'optimiser leurs opérations de logistique en ligne, y compris l'analyse de la chaîne d'approvisionnement, la planification stratégique et la mise en œuvre de technologies de pointe

↑

Traitement des commandes

La startup peut offrir des services de traitement des commandes pour aider les entreprises à traiter les commandes en ligne, y compris les flux, la préparation, l'emballage et l'expédition des produits, en utilisant des technologies avancées pour garantir l'exactitude et la rapidité des processus.



↑

3) Le formulaire pour devenir un partenaire :

Accueil / Devenir partenaire | Accueil | A propos | Nos Services | Contact | Login | **DEVENIR PARTENAIRE**

DEVENIR PARTENAIRE

Avez-vous des mètres carrés inutilisés, un garage, une cave ou un entrepôt ? Louez-le sur CELLA maintenant....

Type Entrepot: Localisation:

Superficie (m): Dimensions (cm):

VOS INFORMATIONS PERSONNELLES

Name:

Email:

Phone:

[↑](#)

4) L'interface log in :

ELOGENCY Company Pour votre Stockage

First name: Last name:

Email address:

Password:

☒ Enregistrer votre mot de passe

[Sign up](#) [retour](#)

5) Le formulaire pour nous contacter :

Accueil | A propos | Nos Services | **Contact** | DEVENIR PARTENAIRE

Location:
Imama Tlemcen 13000, Algeria

Email:
elogency@example.com

Call:
+213 55 55 55 55

Your Name: Your Email:

Subject:

Message:

[Send Message](#)

➤ Questionnaire

Parmi les procédures suivies pour établir ce prototype, nous avons lancé deux questionnaires, l'un destiné aux propriétaires d'entrepôts et l'autre à notre marché cible. Voici l'explication des questions choisies dans chaque questionnaire :

A. Pour le questionnaire destiné à la cible :

1) Quelle est votre situation socio-professionnelle ?

- ✓ *Justification* : cette question est choisie pour obtenir des informations sur le profil professionnel des répondants. Cela permet de segmenter les participants en fonction de leur activité économique (commerçant, e-commerçant, travailleur d'une PME, particulier), ce qui aide à mieux comprendre les besoins spécifiques de chaque groupe. En comprenant la situation socio-professionnelle des utilisateurs, ELOGENCY peut adapter ses services et solutions pour répondre aux demandes spécifiques de chaque segment de marché. Cela permet également de cibler les communications et les offres promotionnelles de manière plus efficace.

2) Avez-vous besoin d'un espace de stockage ?

- ✓ *Justification* : la deuxième question est posée pour évaluer le besoin des répondants en termes d'espace de stockage. Cette information permet à nous de déterminer si les utilisateurs sont intéressés par leurs services et s'ils sont susceptibles de bénéficier de la plateforme. En identifiant les personnes ayant un besoin réel d'espace de stockage, la team peut mieux cibler ses efforts de marketing et de communication, en mettant en avant les avantages de leur plateforme pour répondre à cette demande spécifique. Cela permet également de qualifier les prospects et de maximiser les chances de conversion en clients réels.

3) Si oui, pour quelles raisons ?

- ✓ *Justification* : La question "Si oui, pour quelles raisons ?" est posée pour comprendre les motivations des répondants à rechercher un espace de stockage. Les différentes raisons possibles peuvent inclure :
- Expansion de l'entreprise : Besoin d'un espace supplémentaire pour stocker davantage de marchandises en raison d'une croissance de l'activité.
 - Saisons ou fluctuations de la demande : Besoin d'une capacité de stockage supplémentaire pour faire face à des périodes de pointe, telles que les périodes de fêtes ou les soldes.
 - Opérations logistiques optimisées : Recherche d'un entrepôt centralisé ou d'une localisation stratégique pour faciliter la distribution et la livraison des produits.
 - Réduction des coûts : Chercher des options de stockage moins coûteuses par rapport à la location ou à l'acquisition d'un entrepôt dédié.
 - Flexibilité : Rechercher une solution d'espace de stockage flexible et adaptable en fonction des besoins changeants de l'entreprise.

En comprenant les raisons spécifiques pour lesquelles les répondants ont besoin d'un espace de stockage, on peut mieux adapter nos offres et services pour répondre à ces besoins et fournir des solutions pertinentes et efficaces

4) Dans quelle région êtes-vous situé(e) ?

- ✓ *Justification* : La question "Dans quelle région êtes-vous situé(e) ?" est posée pour obtenir des informations sur la localisation géographique des répondants. Cela permet à nous d'avoir une meilleure compréhension de la demande et de la disponibilité des espaces de stockage dans différentes régions.

En connaissant la région où se trouvent les répondants, on peut proposer des options d'entrepôts situés à proximité, ce qui facilite l'accès et la logistique pour les

utilisateurs. Cela permet également à la team de mieux cibler les régions où la demande est plus élevée, afin de développer son réseau d'entrepôts partenaires dans ces zones spécifiques.

En résumé, cette question aide ELOGENCY à adapter ses services en fonction des régions spécifiques où se trouvent ses utilisateurs potentiels, afin de leur offrir des solutions de stockage pratiques et adaptées à leurs besoins.

5) Préférez-vous un espace de stockage situé à proximité de votre lieu d'activité ?

- ✓ *Justification :* Cette question permet d'évaluer si ces entreprises valorisent l'accessibilité et la commodité d'un espace de stockage proche de leur lieu d'activité. Cette proximité peut offrir des avantages tels que des déplacements réduits, une gestion plus efficace du temps et une plus grande réactivité pour répondre aux besoins de stockage fluctuants. Elle peut également permettre aux entreprises de garder un contrôle et une surveillance plus étroits sur leurs biens stockés.

6) Selon vous, quelle est la région idéale pour l'emplacement d'un espace de stockage ?

- ✓ *Justification :* cette question vise à comprendre les préférences de localisation des répondants en ce qui concerne l'espace de stockage.

En connaissant la préférence des utilisateurs pour un espace de stockage situé à proximité de leur lieu d'activité, on peut mieux répondre à leurs besoins en leur proposant des options d'entrepôts situés à une distance raisonnable. Cela facilite la gestion logistique et réduit les contraintes de déplacement pour les utilisateurs, ce qui peut être particulièrement avantageux pour les entreprises et les commerçants nécessitant un accès fréquent à leur stock.

Donc, cette question permet à nous de personnaliser nos recommandations d'espaces de stockage en fonction de la préférence des utilisateurs pour la proximité géographique, offrant ainsi une solution plus pratique et adaptée à leurs besoins spécifiques.

7) Comment recherchez-vous actuellement des espaces de stockage ?

- ✓ *Justification* : La question "Comment recherchez-vous actuellement des espaces de stockage ?" vise à comprendre les méthodes de recherche utilisées par les répondants pour trouver des espaces de stockage.

En connaissant les canaux de recherche privilégiés par les utilisateurs, on peut adapter nos stratégies de marketing et de communication pour atteindre efficacement la cible. Par exemple, si de nombreux utilisateurs mentionnent utiliser Internet comme principal moyen de recherche, on peut renforcer notre présence en ligne et optimiser le site web pour attirer et convertir davantage de prospects.

En recueillant ces informations, on peut mieux comprendre les habitudes et les préférences de recherche de la cible, ce qui lui permettra d'ajuster nos efforts marketing pour atteindre un public plus large et augmenter les chances de conversion.

En résumé, cette question fournit à notre équipe des informations précieuses sur les canaux de recherche préférés des utilisateurs, ce qui lui permet d'optimiser les stratégies de marketing et de communication pour maximiser notre visibilité et son efficacité dans la recherche d'espaces de stockage.

8) De quel type d'espace de stockage avez-vous besoin

- ✓ *Justification* : cette question vise à identifier les besoins spécifiques en termes de types d'espaces de stockage des utilisateurs.

En comprenant les types d'espaces de stockage les plus recherchés par la cible, on peut adapter notre offre pour répondre aux besoins spécifiques des utilisateurs. Par exemple, si de nombreux utilisateurs expriment un besoin d'espaces d'entrepôts ou de chambres froides, l'équipe peut mettre en avant ces types d'espaces et rechercher des partenaires offrant ces solutions.

La collecte de ces informations permet à nous de mieux comprendre les préférences et les exigences de la cible en matière d'espaces de stockage. Cela lui permet de sélectionner les partenaires les plus pertinents et de présenter une offre ciblée qui correspond aux besoins spécifiques des utilisateurs.

Alors, cette question permet à nous d'identifier les types d'espaces de stockage les plus demandés par la cible, ce qui lui permet d'adapter l'offre et de sélectionner des partenaires correspondant aux besoins spécifiques des utilisateurs.

9) Quelle est la superficie requise pour cet espace de stockage ?

- ✓ *Justification* : la neuvième permet à nous de comprendre les besoins en termes de surface des utilisateurs.

En connaissant la superficie requise par les utilisateurs, on peut identifier les partenaires disposant d'espaces de stockage correspondant à ces critères. Cela permet de proposer des options adaptées en fonction des besoins spécifiques de chaque utilisateur.

En outre, cette information aide nous à mieux cibler les partenaires potentiels et à garantir que les utilisateurs auront accès à des espaces de stockage appropriés à leurs exigences de superficie.

Cela permet à nous de déterminer la superficie requise pour les espaces de stockage recherchés par les utilisateurs, afin de sélectionner les partenaires adaptés et de fournir des solutions correspondant aux besoins spécifiques des utilisateurs.

10) Quels sont les critères importants pour vous dans le choix d'un espace de stockage ?

- ✓ *Justification* : La question précédente permet à l'équipe de comprendre les préférences et les priorités des utilisateurs lorsqu'ils recherchent un espace de stockage.

En identifiant les critères importants pour les utilisateurs, tels que la sécurité, le prix et la région, on peut mieux cibler les partenaires qui répondent à ces critères

spécifiques. Cela permet d'offrir aux utilisateurs des options qui correspondent à leurs besoins et à leurs priorités.

Donc, cette information aide nous à améliorer la pertinence de nos recommandations en tenant compte des critères de choix importants pour chaque utilisateur. Cela permet à nous de connaître les critères importants pour les utilisateurs lors du choix d'un espace de stockage, afin de proposer des options qui répondent à ces critères.

11) Combien de temps êtes-vous prêt(e) à consacrer à la recherche d'un espace de stockage ?

✓ *Justification* : La question "Combien de temps êtes-vous prêt(e) à consacrer à la recherche d'un espace de stockage ?" permet à ELOGENCY de comprendre l'engagement des utilisateurs dans leur recherche d'un espace de stockage. Les réponses possibles pour cette question incluent :

Optimisation du temps : En connaissant la disponibilité de temps des utilisateurs, on peut proposer des solutions qui correspondent à leur disponibilité et leur offrir des options qui correspondent à leurs contraintes de temps.

Amélioration de l'expérience utilisateur : En minimisant le temps consacré à la recherche d'un espace de stockage, on permet aux utilisateurs de gagner du temps et d'éviter les recherches fastidieuses. Cela améliore l'expérience globale de l'utilisateur et renforce leur satisfaction.

Personnalisation des recommandations : En connaissant le temps que les utilisateurs sont prêts à consacrer à la recherche, notre team peut ajuster nos offres en fonction de leur disponibilité. Cela permet de fournir des options plus ciblées et pertinentes, en évitant de proposer des espaces de stockage qui demandent plus de temps que ce que les utilisateurs sont prêts à investir.

En résumé, la question sur le temps consacré à la recherche d'un espace de stockage permet à nous d'optimiser le temps des utilisateurs, d'améliorer leur

expérience et de personnaliser les recommandations en fonction de leur disponibilité.

12) Quel est le budget maximal que vous êtes prêt à payer pour un espace de stockage ?

- ✓ *Justification*: la réponse de cette question permet à nous de comprendre les contraintes budgétaires des utilisateurs dans leur recherche d'un espace de stockage. Voici quelques justifications possibles pour cette question :

Adaptation des recommandations : En connaissant le budget maximal des utilisateurs, on peut proposer des espaces de stockage qui correspondent à leur capacité financière. Cela permet de filtrer les options qui dépassent leur budget et de fournir des recommandations plus précises et adaptées.

Économie d'argent : En connaissant le budget maximal des utilisateurs, on peut les aider à trouver des espaces de stockage qui répondent à leurs besoins tout en respectant leur limite budgétaire. Cela permet aux utilisateurs de faire des économies en évitant de dépenser plus que nécessaire.

Personnalisation des offres : En ayant une idée du budget maximal des utilisateurs, on peut également suggérer des offres spéciales, des promotions ou des réductions qui correspondent à leur capacité financière. Cela permet aux utilisateurs de bénéficier d'offres avantageuses et de maximiser la valeur de leur investissement.

En somme, la question sur le budget maximal pour un espace de stockage permet à nous d'adapter les recommandations, d'aider les utilisateurs à économiser de l'argent et de proposer des offres personnalisées en fonction de leur capacité financière.

13) Quels services supplémentaires seriez-vous intéressé(e) à avoir avec votre espace de stockage ?

- ✓ *Justification* : La question précédente permet à l'équipe de comprendre les besoins et les attentes des utilisateurs en termes de services complémentaires liés à leur espace de stockage. Voici quelques justifications possibles pour cette question :

Personnalisation de l'expérience : En connaissant les services supplémentaires qui intéressent les utilisateurs, on peut personnaliser les offres en leur proposant des solutions qui répondent spécifiquement à leurs besoins. Cela permet d'améliorer l'expérience utilisateur et de fournir des services adaptés à leurs attentes.

Maximisation de l'efficacité : En offrant des services supplémentaires tels que la gestion de stock, le transport, la force de vente, l'emballage, la surveillance et la sécurité, on permet aux utilisateurs de maximiser l'efficacité de leurs opérations. Ces services complémentaires facilitent la gestion des stocks, la logistique, la promotion des produits et la sécurité des marchandises.

Création de valeur ajoutée : En proposant des services supplémentaires, ELOGENCY ajoute de la valeur à l'offre globale pour les utilisateurs. Ces services complémentaires peuvent améliorer leur productivité, leur sécurité, leur compétitivité sur le marché et leur permettre de se concentrer sur leur cœur de métier.

Donc, la question sur les services supplémentaires permet à nous de personnaliser l'offre, de maximiser l'efficacité des utilisateurs et de créer une valeur ajoutée en leur offrant des services complémentaires adaptés à leurs besoins

14) Avez-vous d'autres propositions, suggestions ou demandes spéciales concernant votre besoin d'espace de stockage ?

- ✓ *Justification* : La dernière question permet à nous de recueillir des informations supplémentaires et spécifiques sur les besoins des utilisateurs. Voici quelques justifications possibles pour cette question :

- Personnalisation de l'offre : En donnant aux utilisateurs la possibilité de faire des propositions, suggestions ou demandes spéciales, on montre notre engagement à répondre aux besoins individuels de chaque utilisateur. Cela permet de créer des offres personnalisées et adaptées à leurs exigences spécifiques.

Amélioration continue : En écoutant les propositions et les suggestions des utilisateurs, on peut identifier des possibilités d'amélioration de ses services ou de l'offre globale. Les demandes spéciales peuvent également être prises en compte pour offrir des solutions sur mesure et répondre aux attentes uniques des utilisateurs.

Satisfaction client : En offrant aux utilisateurs la possibilité de faire des demandes spéciales, la team montre son engagement à satisfaire pleinement les besoins et les désirs des clients. Cela contribue à renforcer la relation client et à créer une expérience positive.

En résumé, la question sur les propositions, suggestions ou demandes spéciales permet à ELOGENCY d'obtenir des informations supplémentaires pour personnaliser l'offre, améliorer continuellement ses services et satisfaire pleinement les besoins des utilisateurs.

Le but général de ce questionnaire est de recueillir des informations précises et pertinentes sur les besoins, les préférences et les attentes des utilisateurs en matière d'espace de stockage. Les réponses fournies par les utilisateurs permettent à nous de mieux comprendre leur situation socio-professionnelle, leurs motivations, leurs contraintes et leurs critères de choix. Ces informations sont essentielles pour adapter les services de notre startup et proposer des solutions sur mesure à chaque utilisateur. Le but ultime est d'optimiser la recherche et la réservation d'espaces de stockage, en offrant une expérience utilisateur satisfaisante et en répondant efficacement aux demandes spécifiques de chaque utilisateur.

B. Pour le questionnaire destiné aux propriétaires d'entrepôts :

1. Dans quelle région ou ville votre espace de stockage est-il situé ?

✓ *Justification* : Cette question vise à identifier la localisation géographique de l'espace de stockage. En connaissant la région ou la ville où se trouve l'espace, nous pourrions mieux comprendre les opportunités et la demande potentielles dans cette zone spécifique. Car La localisation géographique de l'espace de stockage est importante pour évaluer sa pertinence par rapport aux besoins logistiques des clients potentiels. Certaines régions ou villes peuvent être plus attractives en termes de demande de stockage, d'accessibilité aux infrastructures de transport ou de proximité des zones industrielles.

2. Quelle est la taille de votre espace de stockage en termes de surface disponible (en m²) ?

✓ *Justification* : La taille de l'espace de stockage est un critère important pour les clients qui ont des exigences spécifiques en matière de capacité de stockage. En comprenant la surface disponible, nous pourrions évaluer si l'espace répond aux besoins potentiels des clients et s'il est en adéquation avec notre offre de services.

3. Disposez-vous d'équipements ou des infrastructures spécifiques dans vos espaces de stockage ?

✓ *Justification* : Cette question vise à recueillir des informations sur les équipements et les infrastructures disponibles dans l'espace de stockage car La présence d'équipements ou d'infrastructures spécifiques peut être un avantage concurrentiel pour l'espace de stockage. Par exemple, la disponibilité d'étagères, de palettes, d'un système de racks, de transpalettes ou d'un contrôle de température peut être importante pour les clients qui ont des exigences particulières en matière de stockage. En recueillant ces informations, nous serons en mesure de mieux évaluer l'adéquation de l'espace aux besoins de nos clients potentiels.

Pour l'option d'Aucun équipement : Cette option est incluse pour permettre aux propriétaires d'espaces de stockage de spécifier s'ils ne disposent d'aucun équipement spécifique dans leurs installations de stockage. Certains propriétaires d'espaces de stockage peuvent ne pas avoir d'équipements spécifiques, mais cela ne les empêche pas d'offrir des services de stockage de qualité.

En incluant cette option, nous tenons compte de différentes configurations d'espaces de stockage et nous nous assurons de recueillir des informations complètes sur les capacités de chaque espace.

4. Quelles sont les principales caractéristiques de vos espaces de stockage en termes de sécurité ?
 - ✓ *Justification* : Cette question vise à identifier les caractéristiques de sécurité des espaces de stockage des propriétaires. Car La sécurité est une préoccupation majeure pour de nombreux clients qui cherchent à entreposer leurs marchandises. En recueillant des informations sur les caractéristiques de sécurité des espaces de stockage, nous serons en mesure de fournir des recommandations pertinentes aux clients potentiels qui ont des exigences spécifiques en matière de sécurité.
5. Quels types de marchandises ou produits êtes-vous en mesure de stocker ?
 - ✓ *Justification* : Nous cherchons à identifier les domaines d'expertise spécifiques des propriétaires en termes de stockage de marchandises. Certains clients ont des besoins particuliers en matière de stockage en fonction de la nature spécifique de leurs marchandises. En connaissant les types de marchandises ou de produits que les propriétaires peuvent stocker, nous serons en mesure de les mettre en relation avec des clients potentiels dont les besoins correspondent à leur expertise.
6. Quels sont les moyens ou canaux que vous utilisez habituellement pour trouver des locataires pour vos espaces de stockage ?
 - ✓ *Justification* : Cette question vise à comprendre les méthodes utilisées par les propriétaires pour trouver des locataires pour leurs espaces de stockage. Nous cherchons à identifier les canaux de marketing ou de recherche de clients préférentiels. En connaissant les moyens ou canaux de recherche de locataires privilégiés par les propriétaires, nous pourrions mieux comprendre comment ils atteignent leur public cible. Cela nous aidera à recommander des stratégies de marketing et de promotion appropriées pour attirer des locataires potentiels pour leurs espaces de stockage.

7. Quels sont vos tarifs de location ? Sont-ils basés sur une tarification mensuelle, trimestrielle ou annuelle ?

✓ *Justification:* Cette question vise à obtenir des informations sur les tarifs de location proposés par les propriétaires d'espaces de stockage. Nous cherchons à connaître la structure de tarification utilisée, qu'il s'agisse de tarification mensuelle, trimestrielle ou annuelle. Les tarifs de location sont un facteur important pour les clients qui cherchent à évaluer les coûts et la rentabilité de l'espace de stockage. En comprenant les modalités de tarification utilisées par les propriétaires, nous serons en mesure d'informer les clients potentiels sur les options de paiement et les coûts associés.

8. Avez-vous des exigences particulières en termes de documentation ou d'assurance pour les locataires de votre espace ?

✓ *Justification:* Cette question vise à déterminer si les propriétaires ont des exigences spécifiques en matière de documentation ou d'assurance pour les locataires de leurs espaces de stockage. Nous cherchons à comprendre si des conditions particulières doivent être remplies avant la conclusion d'un contrat de location. Certains propriétaires peuvent avoir des exigences spécifiques en termes de documentation ou d'assurance pour protéger leurs intérêts et s'assurer que les locataires respectent les termes du contrat. En recueillant ces informations, nous pourrions informer les clients potentiels des exigences spécifiques des propriétaires.

9. Êtes-vous ouvert à des contrats de location à court terme, à long terme ou les deux ? Êtes-vous prêt à négocier les tarifs de location en fonction des besoins spécifiques du locataire ?

✓ *Justification:* Cette question vise à comprendre si les propriétaires sont flexibles en termes de durée des contrats de location et s'ils sont disposés à négocier les tarifs en fonction des besoins spécifiques des locataires, car Certains locataires peuvent avoir des besoins de stockage à court terme ou à long terme. En connaissant la flexibilité des propriétaires quant à la durée des contrats de location et leur volonté de négocier les tarifs en fonction des besoins spécifiques, nous serons en mesure de mettre en relation les locataires potentiels avec des propriétaires adaptés à leurs exigences.

10. Quelles sont les principales difficultés ou défis auxquels vous êtes confrontés et comment les avez-vous résolus ?

✓ *Justification :* Cette question vise à identifier comprenant les défis auxquels sont confrontés les propriétaires et les solutions qu'ils ont trouvées, nous pourrions mieux conseiller les clients potentiels et les aider à prendre des décisions éclairées lorsqu'ils choisissent un espace de stockage.

11. "Envisagez-vous d'apporter des modifications ou d'ajouter des services supplémentaires à vos espaces de stockage afin de répondre aux besoins spécifiques des locataires et d'exploiter de nouvelles opportunités de croissance à l'avenir ?"

✓ *Justification :* Cette question vise à savoir si les propriétaires envisagent d'apporter des modifications ou d'ajouter des services supplémentaires à leurs espaces de stockage pour répondre aux besoins spécifiques des locataires et saisir de nouvelles opportunités de croissance. La capacité d'adaptation et d'évolution est essentielle dans l'industrie du stockage. En connaissant les projets d'amélioration ou les services supplémentaires envisagés par les propriétaires, nous pourrions informer les clients potentiels de ces améliorations à venir et les avantages qu'ils pourraient en tirer.

12. Seriez-vous intéressé par l'utilisation d'une plateforme spécialisée pour trouver des locataires adaptés à vos critères spécifiques, ou avez-vous d'autres méthodes préférées pour trouver des locataires spécialisés ? Nous vous invitons également à partager vos idées et suggestions.

✓ *Justification :* Cette question vise à savoir si les propriétaires seraient intéressés par l'utilisation d'une plateforme spécialisée pour trouver des locataires qui répondent à leurs critères spécifiques, Pour qu'on sache si notre plateforme répond à leur besoin en connaissant leur intérêt pour cette plateforme et en recueillant leurs idées et suggestions, nous pourrions mieux adapter nos services pour répondre à leurs besoins et préférence

Conclusion :

Notre parcours dans la réalisation de notre projet a été intense, exigeant et extrêmement enrichissant. Pendant une période de plus de quatre mois, nous avons consacré du temps à la préparation, au développement et à l'exécution de notre idée, Nous avons traversé différentes étapes essentielles pour bâtir un projet solide et assurer sa viabilité à long terme. De l'évaluation de la faisabilité de notre idée à la recherche du marché cible, en passant par l'élaboration d'un plan d'affaires détaillé, chaque étape a contribué à jeter des bases solides. Grâce à une étude approfondie du marché de la logistique, à l'analyse de la concurrence, à l'évaluation des exigences réglementaires et des coûts associés, nous avons pu identifier des opportunités de croissance et concevoir un modèle d'affaires solide. Cela nous a permis d'attirer des clients et de générer des revenus.

Nous sommes ravis d'avoir obtenu le label de "Projet Innovant". Cela confirme la pertinence de notre idée et notre engagement envers l'innovation. les résultats parlent d'eux-mêmes : notre projet est un véritable succès.

Maintenant, nous sommes confrontés à l'étape cruciale de mettre en œuvre notre projet dans la réalité. Cela nécessitera de relever des défis réels tels que la gestion opérationnelle, la gestion des ressources et l'adaptation aux besoins changeants du marché, etc.

Nous sommes pleinement conscients que le succès de notre projet ne dépend pas seulement de notre idée novatrice, mais également de notre capacité à mettre en place une exécution efficace. Pour cela, nous devons faire preuve d'une planification minutieuse et d'une gestion rigoureuse, car le terrain entrepreneurial est un environnement dynamique et compétitif, ce qui signifie que nous devons constamment nous adapter et innover pour rester pertinents.

Nous sommes prêts à relever ce défi avec détermination et persévérance. Bien que nous sachions que le chemin qui nous attend ne sera pas facile, nous avons confiance en notre projet et en notre capacité à réussir

Annexes

Annexe 01 : Attestation label projet innovant



Annexe 02 : BMC ELOGENCY

Business Model Canvas		Project Name: Elogency	Date: 10/05/2023	
Key Partners -Les Propriétaires des entrepôts - Prestataires logistiques : kazi tour, yalidine (livraison et transport), transitaire Algérie(dédouanement) - Assurance SAA - Chambre de commerce - Fournisseur des équipements de stockage	Key Activities - prospection des locaux avant, pendant et après le partenariat -traitement et affectation des demandes reçus - Reporting et gestion des flux physiques et d'informations Key Resources -Humaines : un Responsable des Opérations, du Marketing, et de la Finance et un informaticien -Technologiques : base de données, site web, logiciel -Financières : fonds nécessaires du démarrage	Value Propositions -La première plateforme dédiée à la location des espaces d'entreposage pour les marchandises. - Exploitation optimale des actifs vacants. - Flexibilité des offres proposées selon la surface, la durée... - Visibilité des stocks en temps réel.	Customer Relationships -Proposer des offres qui répondent aux besoins spécifiques des prospects/clients . Assistance en ligne et support Lead/ Client disponible 24/7 -Mises à jour régulières : Espace disponible Les flux des stocks Channels - prospection - Siege social -Site web -Marketing digital (réseaux sociaux) -Communication événementielle -Le référencement naturel (SEO) - Ads	Customer Segments La cible BtoB : PME: les petites et moyennes entreprises qui ont besoin de stockage Les commerçants : cherchant des locaux pour stocker leurs marchandises pour une durée déterminée Les E-commerçants : qui ont besoin d'un espace de stockage et une solution de gestion de stock pour gérer leur inventaire.
Cost Structure -Coûts de création ,développement et de maintenance du site web -Frais de marketing et de publicité en ligne -Coûts de personnel pour la gestion des relations clients et des partenariats - couts juridiques et législatives. -Coûts du siège social : comprendre la location de l'espace, les coûts d'aménagement et d'équipement, les coûts des services publics, les coûts d'assurance		Revenue Streams -Commission sur le prix de location -Abonnement pour les entreprises utilisant la solution de gestion de stock (selon le dynamisme de son activité en terme des entrées et des sorties) -Application des frais de services (suivi de stock, transport...)		