Introduction

Présentation détaillée

L’entreprise ANIMALIN est une société de vente d’animaux (Chat, Chien, Oiseaux, Rongeur) et de produits animalier (Alimentation et équipement animalier). La société a été créée en Septembre 2008 et se situe sur la commune d’Albi.

Intervenants

Le dossier sera gérer par :

- Mr DUPONT Philipe, *Dirigeant de ANIMALIN contact : animalin-contact@orange.com*

*-* Juliano Live, salarié contact : xxxx@xxxx.com

- Victor, *Chef de Projet contact : xxx@xxx.com*

- Farid, *Spécialiste SEO contact : xxx@xxx.com*

- Jean-Marie *Développeur Web Front/back contact : xxx@xxx.com*

- Christopher, *Graphiste contact : xxx@xxx.com*

Contexte

Mr Dupont est le dirigeant d’un magasin animalier vendant essentiellement des animaux de compagnies et de l’équipement pour animaux. Il a développer une activité de conseil animalier en lien avec son entreprise à destination des personnes désireuses d’informations.

Mr Dupont souhaite améliorer sa structure en développant un site internet afin d’étendre son activité de vente .

Objectifs

Les objectifs de ce projet sont :

- Développer la vente à distance de produit destiné aux animaux (Chien, Chat, Oiseau, Rongeur)

- Rassembler l’ensemble de ses conseils concernant les animaux.

- Renouveler la clientèle de l’entreprise, tout en restant sur une clientèle locale .

Cible

La cible sera un public jeune afin de les responsabilisé en tant que jeune propriétaires d’animaux et de dynamiser l’image de marque de l’entreprise.

Au vue des objectifs du projet, le public visé sera un public plus jeune afin de dynamiser l’image de marque de l’entreprise et de leur enseigner les bonne méthodes de gestions d’animaux autour de conseils mais aussi de fidéliser la clientèle existante n’habitant pas ou plus dans un rayon proche du commerce.

Concurrence

Il y a une concurrence directe existante en périphérie de la ville. Cette concurrence est composée majoritairement de Chaîne National de Produit animalier

Analyse marketing

L’entreprise Animalin est une entreprise bien encré dans le paysage Albigeois avec une clientèle de longue date. Les forces principales de la structures sont :

* C’est un commerce à taille humaine.
* Situé en Hyper centre d’Albi
* Avec une équipe restreinte d’expert animaliers
* Proposant des prix abordables
* Un catalogue de produits animaliers de qualités (produits à majorité Bio)
* Ils conseillent leur clientèles de façon générale au travers de post sur la page Facebook de l’entreprise mais aussi de façon plus personnalisé à la demande

Néanmoins, l’entreprise soulève quelques difficultés :

* Un manque de communication auprès des clients d’un point de vue commerciale
* Une concurrence de renom à l’échelle nationale
* Des offres plus diversifies de la part de la concurrences
* Petit budget
* Manque de connaissance de la culture Web

Malgré cela, les opportunités de développement sont nombreuses :

* Pouvoir fidéliser une nouvelle clientèle
* Accroître la visibilité de l’enseigne
* Développer les ventes
* Agrandir la zone de chalandise

Pour finir, quelques menaces ressortent de cette étude

* Risque d’avoir une clientèle nationale alors que le client souhaite rester sur une clientèle locale
* Risque d’avoir une clientèle moins présente sur place au détriment de l’achat en ligne

Définition des besoins

Le client ne possède pas de site internet mais et en possession d’une charte graphique composé d’un Logo.

Le besoin exprimé par le client est d’étendre son commerce au goût du jour grâce à un site marchand qui servira aussi de plateforme pour centralisé achat et conseil.

Le site sera divisé en 2 parties :

Un partie du site sera donc orienté achat avec une liste de produit par thème animalier.

Une partie du site sera basé sur des fiches conseils pour le bien être animal avec des rappels à la fonction achat grâce à des lien redirigeant vers les fiches produits associé afin de dynamiser les achats.