

CHAPITRE 3 : ANALYSES DES RESULTATS

Dans ce chapitre 3, nous allons présenter la solution que nous avons proposée pour résoudre le problème posé. Nous détaillerons les différentes interfaces de la solution. Avant cela, nous introduirons les outils utilisés.

I. PROCESSUS DE FONCTIONNEMENT DE L'APPLICATION

1. Processus de mise en relation vendeurs-consommateurs

La plateforme *ytoy_marketplace* agit comme un intermédiaire digital facilitant la connexion entre vendeurs et consommateurs. Le processus se déroule en plusieurs étapes clés :

- **Inscription et essai gratuit** : Le vendeur accède à l'interface d'inscription, il renseigne ses informations (nom, mot de passe, nom de la boutique etc...), crée son compte, puis se connecte et commence à bénéficier de ses 30 jours d'essai sans engagement pour tester les fonctionnalités.
- **Gestion des produits** : Après avoir accédé à son espace vendeur (dashboard), il crée ses produits via un formulaire en renseignant les images, descriptions, prix et quantités. Une fois le produit sauvegardé, il peut également modifier ses produits à tout moment.
- **Visibilité et achat** : Les consommateurs accèdent à la page d'accueil, consultent les produits, les ajoutent au panier et paient directement sur la plateforme, assurant ainsi un parcours fluide et sécurisé.
- **Dashboards personnalisés** : Des interfaces dédiées sont proposées aux clients (gestion des commandes et du profil), aux vendeurs (gestion des produits, promotions, commandes, statistiques) et aux administrateurs (supervision, gestion des utilisateurs, validation des campagnes marketing).

Cette organisation garantit une expérience utilisateur adaptée à chaque profil, optimisant ainsi la mise en relation et la conversion.

2. Système de promotion de produits

Le système de promotion permet aux vendeurs de lancer des campagnes marketing centralisées :

- **Initiation de la campagne** : Depuis leur dashboard, les vendeurs accèdent au menu "Lancer promotion". Ils soumettent un fichier contenant les images, descriptions, prix des articles à promouvoir, ainsi que les plateformes ciblées (ex. Facebook, Instagram).
- **Définition du budget** : Le vendeur définit un budget pour la campagne, ce qui permet de cadrer les actions marketing selon ses moyens.
- **Validation et traitement par l'équipe marketing** : Les données sont transmises au dashboard admin où l'équipe marketing analyse et valide la campagne.

Conception Et Développement D'une Plateforme De Mise En Relation Entre Vendeurs Et Consommateurs, Avec Un Système Integre De Promotion Des Produits