**Conception et realisation d’un site web de rencontre entre acheteurs et vendeurs : MeetSells**

1. Système d’info manuel et analyse des besoins

Pour acheter un équipement de communication telle qu’un téléphone portable ou un ordinateur portable, le client doit se déplacer directement au local de la société afin de chercher une offre de vente qui satisfait ses besoins. Ses déplacements peuvent être inutiles et même peuvent provoquer un gaspillage de temps. D’ailleurs, même le vendeur n’a aucun moyen pour mettre à disposition ses annonces de vente et services, à l’exception des supports traditionnels tels que les journaux ou les petites affiches. Ainsi, un moyen fiable et automatisé permettant d’informer un grand nombre de clients des offres de vente et des services nécessaires. Divers autres traitements sont, d’ailleurs, sources de problèmes, adoptant les méthodes traditionnelles de travail :

* Le règlement des factures se fait en espèce ou par chèque, sur place.
* L’enregistrement des clients se fait manuellement sur papier.
* Les documents sont nombreux et mal organisés.

Vu l'accroissement de la technologie Internet, l'achat en ligne est devenu une nécessité incontournable pour les commerçants.

La solution actuelle est manuelle, posant ainsi des problèmes différents, à savoir :

* L'abondance des documents dans l'entreprise qui peut ralentir les services.
* Risque de mélanger les documents ; ce qui peut être fatal.
* La perte de la clientèle est possible, surtout quand le traitement de leurs demandes traîne ou prend beaucoup de temps pour être livré.

En outre, les services proposés en ligne ayant pour but de résoudre le font bien, mais peut etre meme trop bien car l’automatisation des processus que certains adulent semble monter entre l’acheteur et le vendeur des murs les séparant.

Grâce à Internet, de nouvelles perspectives de développement apparaissent dans  
l'élargissement du marché économique.  
La création d’un site Internet a pour but de valoriser l'image de la société et faire des  
économies. L'utilisation d'Internet, comme segment de communication de masse, permet  
également de baisser des coûts marketing et d'autres frais. Avec la transmission du haut  
débit et la sécurisation augmentée des moyens sécurisés de paiement, la confiance des  
utilisateurs en ce qui concerne l'e-commerce est croissante. La plupart des personnes  
adultes utilisent.  
Aujourd’hui, Internet pour faire des achats. Les consommateurs et les entreprises  
s'orientent de plus en plus vers les boutiques en ligne qui permettent la comparaison, la  
disponibilité des produits et la vérification des prix d’ou l’économie considérable du  
temps.  
Ce projet consiste donc à la mise en place d’un site Web dynamique de rencontre entre acheteurs et vendeurs . Les utilisateurs peuvent consulter le site après une inscription, et commander les produits, qui sont par la suite livrés à domicile où à une adresse indiquée.  
Cette boutique en ligne permettra d’offrir beaucoup des services à savoir :

* Recherche de produit,
* Consultation de catalogues de produits,
* Lancer une commande en ligne,
* Discutions avec un vendeur et/négociation du prix ;

Lors de l’inscription, l’utilisateur sera amené à renseigner un certains nombre d’informations(nom, prenom, adresse e-mail, etc) et une fois connecté, il aura accès au catalogue de produits dispognibles avec la possibilité de consulter les details liés à un produit, passer une commande par appel, par paypal ou alors engager une conversation avec le vendeur sur le site directement, il pourra egalement mettre en ligne ses propres produits.

1. Règles de gestion

* Un utilisateur ne peut avoir qu’un et un seul compte
* Un utilisateur est caractérisé par son nom, son prénom, son adresse email, son numéro de téléphone, son mot de passe

1. Modèle conceptuel de communication ou diagrammes de flux