



Bergerie Digitale

Equipe 3

Sommaire

- 1 DESCRIPTION DU PROJET**
- 2 MÉTHODE AGILE**
- 3 DESIGN THINKING**
- 4 CONTEXTE**
- 5 PROBLÈMATIQUE**
- 6 LES PERSONAS**
- 7 PROCESSUS**
- 8 BUSINESS MODEL CANVA**
- 9 ANALYSE SWOT**
- 9 OBJECTIFS SMART**
- 9 PROTOTYPE**



Description du projet

Ce projet vise à développer une application web innovante dédiée à la vente en ligne de moutons. L'objectif est de transformer une vaste bergerie située près de Diamniadio en un acteur clé du marché digital en offrant aux clients une plateforme moderne et accessible pour découvrir et acheter des moutons de différentes races tout au long de l'année, au-delà de la période de la fête de Tabaski. Ce concept novateur révolutionne le marché traditionnel, en rendant l'achat de moutons simple, flexible et disponible à tout moment, répondant ainsi aux besoins d'une clientèle diversifiée.



Méthode Agile

Trello Espaces de travail Récent Favoris Modèles Créez Parcourir 2 ?

Bergerie digitale

Tableau Tableur Filtres Partager + Ajoutez une autre liste

Étape n°1 - Brainstorming

Phase compréhension	Phase analyse	Phase idéation	Phase prototypage	Phase test
- Identifiez les besoins des utilisateurs - Observez - Interviewez - Recrutez des personnes	- Définissez le périmètre - Identifiez le modèle - Faites des hypothèses	- Venez avec des solutions - Expérimentez - Co-créez avec les membres de l'équipe - Affinez les concepts	- Recopiez des feed back - Expérez des utilisateurs - Affinez les concepts	- Réalisez des enquêtes - Évaluez - Faites des itérations

1.1. Réaliser le document de projet modele design thinking
19 sept. - 24 sept. 2 EB

Étape n°2 - Priorisation des tâches

+ Ajouter une carte

En cours

Réaliser le document général
28 sept.

1.3. Elaborer un plan de travail
19 sept. - 21 sept.

+ Ajouter une carte

Terminé

S	W	O	T
Strenges forces	Vulnerabilités	Oportunités	Défauts

1.4. Etablir le model swot
19 sept. - 21 sept. 3 GD

Definir le personna 1
28 sept.

Business Model Canvas

Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
--------------	----------------	--------------------	------------------------	-------------------

+ Ajouter une carte

Activer Windows
Accédez aux paramètres pour activer Windows.



Design Thinking Ideation

Brainstorming using an idea board





Contexte

Le client, propriétaire d'une vaste bergerie, aspire à étendre la visibilité de son activité au-delà des frontières de Dakar et à l'échelle nationale. Traditionnellement axée sur la vente de moutons pendant la Tabaski, son ambition est désormais de proposer ses moutons tout au long de l'année grâce à une plateforme en ligne. En modernisant son modèle d'affaires, il vise à répondre aux attentes des consommateurs modernes, qui privilégient la commodité, la flexibilité et l'accessibilité des achats en ligne, tout en diversifiant ses sources de revenus.





Problématique

Le berger veut offrir à ses visiteurs la possibilité de commander des moutons directement depuis son site, avec une tarification transparente basée sur la race de chaque mouton. L'application devra être simple à utiliser, engageante, et permettre de faciliter la gestion des commandes tout en augmentant la notoriété de la bergerie.

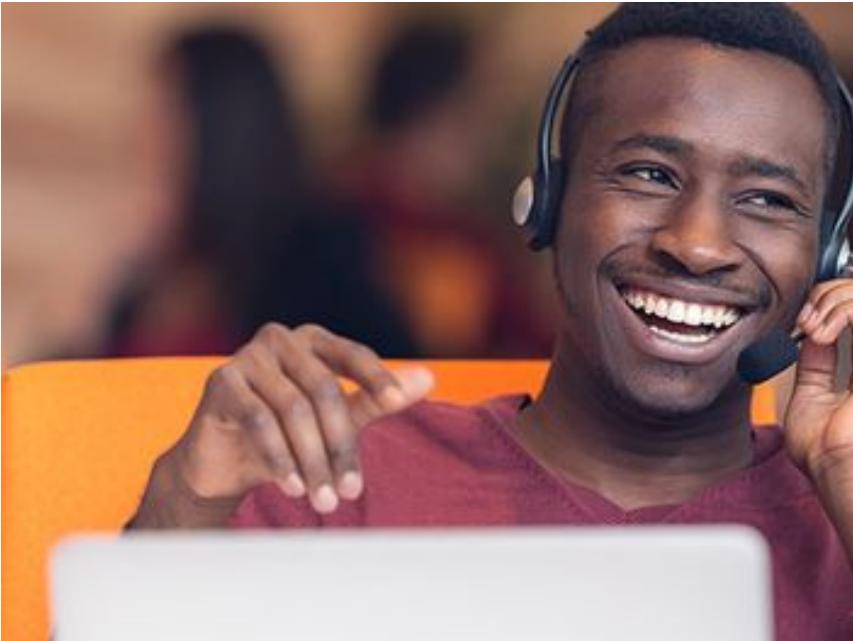




Le Persona



Persona



MOUSSA DIENG

ÂGE : 35 ANS

PROFESSION : ENSEIGNANT

FAMILLE: MARIÉ, 3 ENFANTS

LIEU : PARCELLES

CARACTÉRISTIQUES

il est attentif aux tendances, utilise les réseaux sociaux comme WhatsApp ,Tik tok , instagram et Linkedin pour s'informer en ligne, recherche des produits de qualité.

RAISONS

Acheter un mouton pour Tabaski .

OBJECTIFS

Trouver un mouton d'une race particulière

ATTENTES

Informations claires sur la race, l'âge, la santé du mouton.

Conseils pour choisir le mouton adapté à sa famille (taille, prix).

Possibilité de commander en ligne et de se faire livrer.

FRUSTRATIONS

Difficulté à trouver un mouton de qualité à un prix raisonnable.

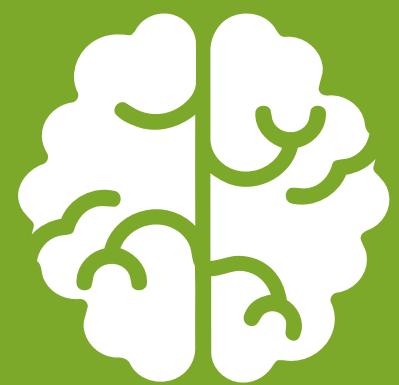
Manque de temps pour aller sur les marchés.

Peur d'être arnaqué.

Manque d'informations fiables sur les différentes races et les soins à apporter aux moutons.

Processus

Define



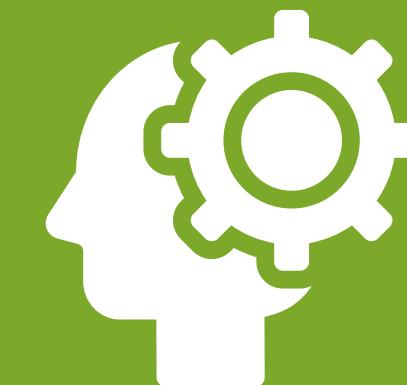
Comment aider Moussa Dieng à trouver une race particulière de mouton sans avoir à se déplacer à un prix abordable et une qualité exceptionnelle

Ideation



Nous allons faire : la conception d'une solution accessible même à travers un smartphone.

Prototype



Une maquette d'une plateforme e-commerce avec des fiches produits de moutons.

Système de panier avec un suivi étape par étape de la commande jusqu'à la livraison.



Business model canva

Les activités clé

la vente des moutons de différentes races, à tout moment de l'année aux particuliers et aux revendeurs.

La segmentation des client

Nos différents types de clients

- Les familles pour la Tabaski
- Les boucheries
- Les restaurants
- Les hôtels:
- Les revendeurs

Les ressources clé

Nous avons comme ressource une grande bergerie située à Diamniadio.

La structure de Coût

Le coût d'achat d'un mouton est entre 80 000 et 200 000 FCFA.

Coûts d'alimentation : 5000F

Coûts d'entretien du local:

20000F

Coûts de santé: 2000F

La proposition de valeur

Nous allons proposer aux clients différents types de race de mouton et de toutes les tailles à moindre coût .

Les flux de revenu

Nos différentes sources de revenu seront l'argent issu de la vente des moutons.

La relation client

Des publications chaque jour sur nos différents réseaux sociaux avec des contenus qui vont aider le client à savoir quels sont les différents races de mouton qui existent

Les chaînes de transmission du produit

Facebook , Instagram , LinkedIn, Tik tok



ANALYSE SWOT

S

Strengths

- Marché niche (forte demande lors de fêtes religieuses)
- Commodité de l'achat en ligne
- Accessibilité élargie à divers clients
- Différenciation avec services complémentaires (livraison, conseils)

W

Weaknesses

- Infrastructure logistique difficile à mettre en place
- Méfiance des consommateurs face à l'achat en ligne
- Dépendance aux périodes saisonnières (Tabaski)
- Coût élevé du transport d'animaux

O

Opportunities

- Croissance du e-commerce au Sénégal
- Amélioration de l'expérience client (vidéos, évaluations)
- Partenariats potentiels (fermiers, vétérinaires)
- Extension possible à d'autres animaux ou produits dérivés

T

Threats

- Concurrence croissante sur le marché
- Réglementation stricte concernant la vente d'animaux
- Risques sanitaires liés au transport des animaux
- Problèmes de connexion Internet dans certaines zones



S M A R T

Goals



Objectifs SMART

- Vendre 100 moutons en ligne durant la période de Tabaski.
- Atteindre 5 000 abonnés sur la page Facebook de la plateforme.
- Établir des partenariats avec 3 entreprises locales de transport pour la livraison des moutons.
- Obtenir 30 avis clients positifs sur la plateforme.





Prototype





+221 776791262

lamineba@gmail.com



CONTACTEZ-NOUS

ACCUEIL

A-PROPOS

RESERVATION

CONTACT

ACHETER



QUALITÉ SUPERIEURE

- Commandez en ligne en toute simplicité.
- Livraison rapide et sûre directement à votre porte.

RÉSERVER VOTRE MOUTON



[Toutes Les Races](#)[Ladoum](#)[Bali Bali](#)[Peul Peul](#)[Azourat](#)**AZAWATT**

150 000 FCFA

Mauris malesuada fames Aliquam erat ac ipsum
dipiscing Nulla amet elt wisi bulum Integer luctus
et.

**BALI_BALI**

300 000 FCFA

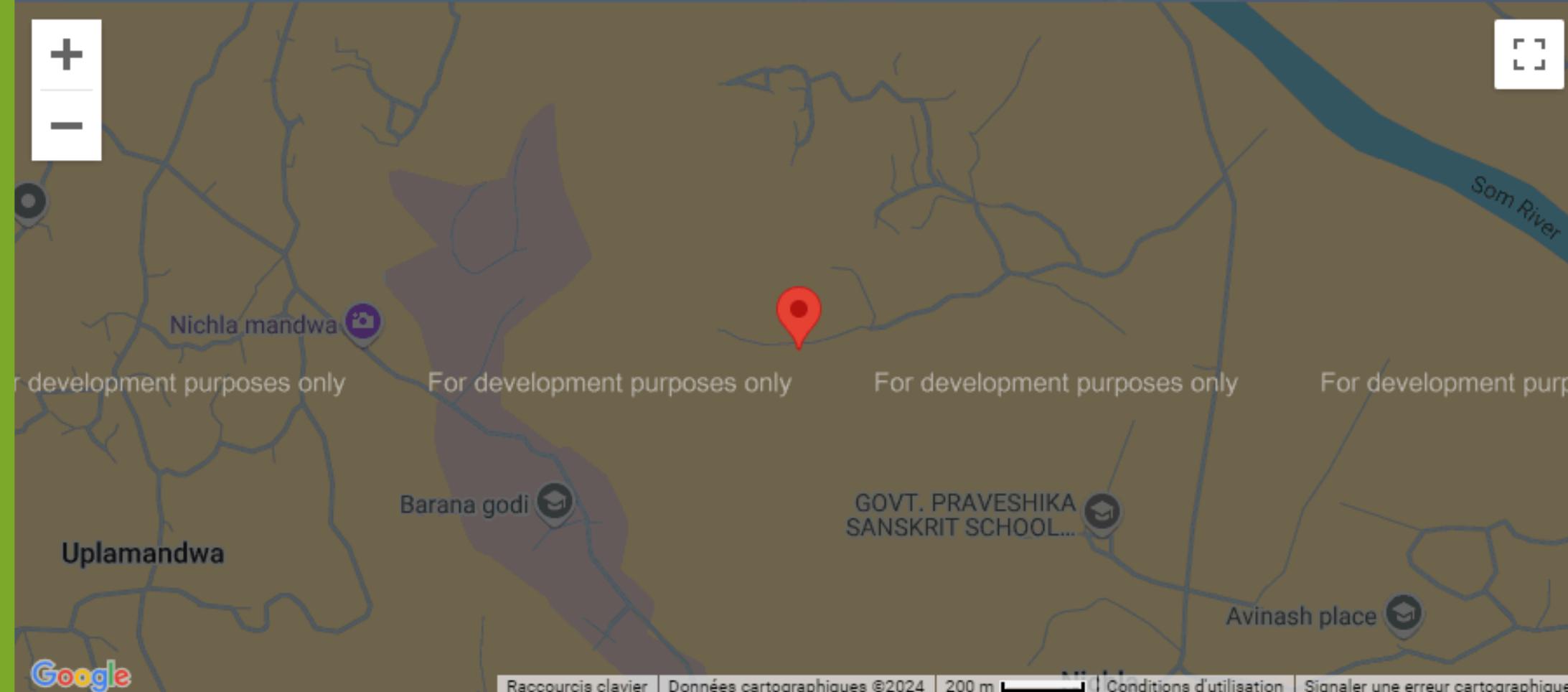
Mauris malesuada fames Aliquam erat ac ipsum
dipiscing Nulla amet elt wisi bulum Integer luctus
et.

**BALI_BALI**

300 000 CFA

Mauris malesuada fames Aliquam erat ac ipsum
dipiscing Nulla amet elt wisi bulum Integer luctus
et.



[ACCUEIL](#)[A-PROPOS](#)[RESERVATION](#)[CONTACT](#)[ACHETER](#)

OUR LOCATION

45 White House

New York, NY 302012

Phone (123) 123-456



 +221 776791262

 lamineba@gmail.com

CONTACTEZ-NOUS



ACCUEIL

A-PROPOS

RESERVATION

CONTACT

ACHETER



Make A Reservation



LADOUM

400 000 CFA



BALI_BALI

300 000 CFA



AZAWATT

150 000 CFA



VOIR PLUS



Veuillez Laisser Votre Message

Nom :

Votre nom

Telephone :

Votre numéro de telephone

Adresse :

Votre adresse

Message :

Contenu du courrier électronique



ENVOYER



CONCLUSION

En conclusion, ce projet, appuyé par une approche de design thinking, une analyse SWOT approfondie et la création de personas, met en lumière une stratégie claire et centrée sur l'utilisateur pour moderniser la vente de moutons. Grâce à une plateforme en ligne innovante, le berger pourra transformer sa bergerie en un acteur majeur du marché national, répondre aux nouvelles attentes des consommateurs, et offrir une expérience d'achat pratique et accessible toute l'année. Cette démarche permet de positionner la bergerie comme un leader dans le secteur, en alliant tradition et modernité pour mieux servir sa clientèle.

L'ÉQUPE



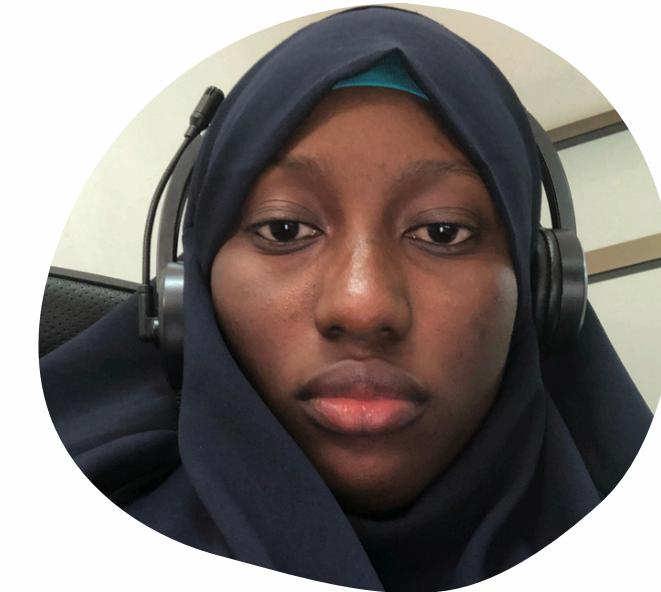
AWA DIENG

CHARGÉE DE
COMMUNICATION



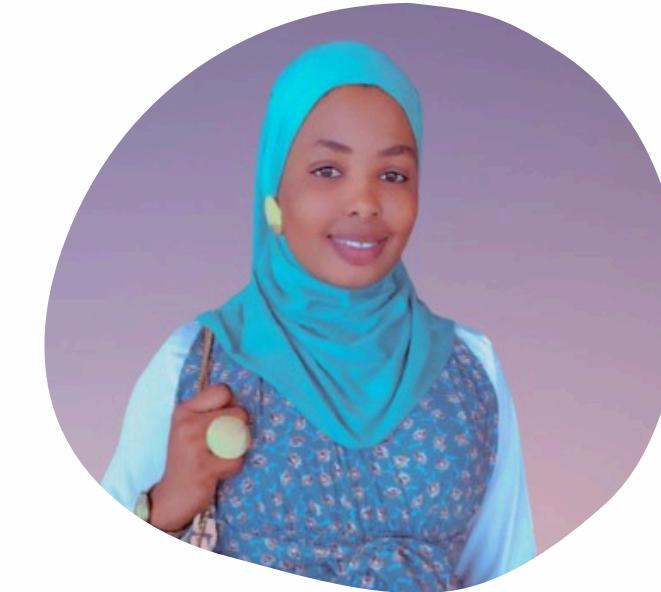
ABDOUL AZIZ DIALLO

DIGITALPROJET MANAGER



MAME LENA NDIONGUE

INGENIEUR GENIE LOGICIEL



GAMBIE DIALLO

WEB ET GRAPHIQUE DESIGNER



EL HADJI SAMBA BA

INGENIEUR GENIE LOGICIEL



MERCI !