TABLE DES MATIERES

# Contexte du projet

En CHINE, la marché O2O est en forte croissance.

Le rythme du développement de service O2O[[1]](#footnote-1) de la Chine est rapide. D'une part, depuis la fin de 2016, le nombre des utilisateurs de l'Internet mobile chinois a atteint 780 millions, qui ont jeté les solides fondations pour les utilisateurs. En d'autre part, en 2016, la pénétration de marché de l'industrie O2O est de 4,3% seulement, il y a encore un large espace pour le développement l'industrie O2O de dans le marché. en 2016, la taille du marché de restauration O2O était 161.55 milliards de yuans[[2]](#footnote-2), ce qui représente 5,0% de la totale taille de marché de l’industrie alimentaire. En raison de la haute fréquence de la consommation des restaurants utilisateurs de l'industrie, qui ont tendance à former de grande taille du marché.

Dans le domaine des applications de livraisons de plats à domicile, le groupe Metuan et le groupe Elema sont incontestable les deux géants, ils repensent des deux tiers de la part de marché. Le groupe Baidu est aussi connu dans le marché, mais il a commencé des affaires plus tard que les autres.

Les perspectives de l'industrie de l'application mobile restent favorables

D'autre part, dans la vie de chacun sont inséparables de l'ère des smartphones, l'application mobile est devenu inévitable des produits populaires. Avec le développement des smartphones, et maintenant la majorité des utilisateurs de téléphones mobiles ont été mis sur un smartphone. Que l’on utilise iOS ou Android système, les utilisateurs encore attendent des façons plus pratiques pour naviguer sur l’Internet. Maintenant, l'accès au navigateur traditionnel a été incapable de répondre aux besoins des utilisateurs, donc une grande variété des applications mobile sont développé par les commerçants .Dans l'activité économique du marché moderne, l'information est déjà une importante ressource économique de l'industrie de l'application mobile. Des occupants des ressources d'information ont la prioritaire pour gagner dans le marché, et au contraire, dans une position défavorable.

En Chine, il y a chaque année près d'un million défaillances d'entreprises. Les erreurs et les échec commercials aboutit à les défaillance d’entreprise. Parce que leurs échecs et leurs leçons, Ils réussissent probablement jamais. Mais, la clé succès pour les entreprises des applications mobiles est la sensibilisation de marché potentiel. C’est-à-dire, les entreprises doivent fermement verrouiller et capturer les demandes de marché qui ne sont pas encore formé. Les entreprises qui réussissent souvent utilisent tous les efforts pour rechercher les demandes de marché actuels, les demandes de marché potentiels et les nouvelles exigences de marché.L’industrie d’application mobile de la Chine est dans une période de développement.

La concurrence intense de la marché d’applications mobile conduiront aux développement de l'avenir des affaires à une direction de segmentation des produits plus verticale. Cela signifie aussi, si nous voulons survivre dans le marché d’application mobile, nous devons constamment chercher les façons d’innovations de fonction, de expérience et de modes de produit.

La taille de marché de livraisons de plats à domicile continuent d'augmenter

Récemment, le groupe Yiguan[[3]](#footnote-3) a publié le rapport d’analyse le marché chinois de livraisons de plats à domicile en deuxième trimestre de 2017 .Les résultats montrent que le deuxième trimestre de 2017, la taille globale des transactions du marché de livraisons de plats à domicile a arrivé à 45,95 milliards de yuans, qui a augmenté 81,8% par rapport à la même période l'an dernier. Au niveau des utilisateurs activfs, le groupe Elema, le champion de marché de livraisons de plats à domicile , a gagné 3402 mille utilisateurs actifs.

La deuxième trimestre et la troisième trimestre de chaque année sont les périodes importants pour le marketing de marché de livraisons de plats à domicile. Dans la deuxième trimestre de cette année, le marché de livraison de plate àdomicile a une augmentation plus haute qu’avnt. Avec l'arrivée des chaleurs d'été, les commandes des dîners aura également une plus grande croissance.

L’augmentation de demande de consommateur pour des plat livraison àdomicile

Dans les école, le temps de vivre et de étudier des étudiants est libre. Dans le temps trop chaud ou trop froid, la plus part des étudiants ne veulent pas manger sur place dans les restaurants. cette fois-ci, des plat livraison àdomicile devenu le meilleur choix pour les enfants paresses. Parce que des plats livraison à domicile ne sont pas chers, facilites, délicieux et rapide.

Pour les cols blancs groupe, les heures supplémentaires est souvent le cas, ils seront utilisent quotidiennement beaucoup de temps au travail ,ils n’ont pas le temps de cuisiner par leurs même. cette fois-ci, ils optent des plat livraison àdomicile. Parce que, les services livraisons de plats aux bureau pouvez fournir de la haute qualité de plat et la qualité du service, ils peuvent gagner du temps pour le travail.

Pour les familles, les parents de famille parfois n’ont pas le temps pour cuisiner, ou ils veulent juste un changement de goût de plat.

Par conséquence, les applications livraisons de plats à domicile a un large espace perspective de développement. Au niveau de l'environnement d’offre et de demande, nous avons un grand chance que nous pouvons penser pour la réussi dans cette industrie.

# Objectifs du projet

Dans 1 an

* Atteindre le seuil de rentabilité;
* Avoir10w nouvelle utilisateurs
* Creer 5 emplois;

Dans 2ans

* Atteindre un chiffre d’affaires de 10w euros à la fin de deuxième année;
* Avoir 50w nouvelle utilisateurs.
* Créer 10 emplois

Dans 3 ans

* Atteindre un chiffre d’affaires de 50w euros à la fin de deuxième année;
* Avoir 50w nouvelle utilisateurs.
* Créer 30 emplois

Dans 5 ans

* Atteindre un chiffre d’affaires de 600w euros à la fin de deuxième année;
* Avoir 300w nouvelle utilisateurs.
* Créer 100 emplois

# diSCRIPTION DU PROJET

## Pourquoi ce projet

Avec la popularité des smartphones, Internet mobile est devenue une recrue e, une jeune et dynamique chose. Qui a également apporté beaucoup d'occasions d'affaires et de l'emploi, dans lequel le développement du modèle O2O est le meilleur plan d'affaires et le plus prometteur. Une variété d'applications mobiles est remplie d'un important marché d'applications de téléphonie mobile. Les téléphones mobiles peuvent jouer à des jeux, écouter de la musique, faire du shopping, gérer les finances, apprendre des connaissances, faire du sport, réserver les billets, naviguer dans la route, etc. Nous pouvons dire que nos vies ne peuvent pas être séparées du téléphone mais, aussi inséparables du téléphone avec une variété d'applications.

Peut imaginer, Les téléphones intelligents offrent des possibilités illimitées pour nos vies. Maintenant, la vie des gens devient de plus en plus rapide, la qualité de vie devient de plus en plus élevée. Les gens n'ont souvent pas le temps de préparer de la nourriture, ou à cause des raisons météorologiques, ne veulent pas sortir ou fatigué du repas à la maison, veulent changer le goût, si nous pouvons utiliser des téléphones mobiles pour résoudre ces problèmes. Cela nous assurera beaucoup de commodité pour nos vies. Donc, faire une application à emporter sera un marché incalculable.

## Intoduction de notre projet

Notre produit est une application mobile de livraisons de plats à domicile en mode O2O. Les utilisateurs pourront faire les commandes en ligne, nous opérons les affaires hors ligne et livrons les plats à la maison, à l’entreprise, à l’école etc. Les utilisateur peuvent téléchargement et d'installer notre application dans le système mobile ios et Android. Notre complication inclus sur un grand nombre de toute la cuisine locale pour le petit déjeuner, le déjeuner, le thé l'après-midi, le dîner, le souper, et ainsi de suite. Nos produits sont inclus dans la ville de tous les aliments, il vous suffit de vous inscrire à notre connexion à l'application. Faites votre repas au téléphone et payez-le. Nous aurons un personnel de livraison de repas spécial dans le meilleur temps pour vous envoyer de la nourriture.

Fonction de connexion

Les utilisateurs peuvent utiliser le numéro de téléphone mobile pour créer le compte rapidement. Après avoir rempli le numéro de téléphone, le système de notre société enverra un code de vérification au téléphone mobile du client. Les clients peuvent utiliser le code de vérification pour se connecter rapidement, afin que vous puissiez éviter un processus d'enregistrement lourd, le plus grand possible pour conserver de nouveaux clients. Après avoir entré dans l'application, ouvrez le positionnement GPS, le système confirmera rapidement l'adresse de réception. Cette opération simplifiera le processus de livraison de repas ultérieur.

Fonction de commande

Le système apportera automatiquement les informations sur les aliments à proximité, l'application de la page d'accueil poussera une variété de publicité alimentaire.

Les clients peuvent également utiliser le mode de recherche pour commander, dans la boîte de recherche pour rechercher le nom du magasin et l'emplacement du restaurant. Les résultats de recherche peuvent être triés selon la vitesse de chargement des restaurants, le prix, la cote de crédit, la distance, le score de notation.

Après avoir confirmé le restaurant, le client peut voir l'introduction du restaurant, le menu, le prix des produits, l'image du produit, le score, le menu, les commentaires des utilisateurs et ainsi de suite. Après avoir sélectionné la nourriture, vous pouvez ajouter l'article au panier ou ajouter les favoris.

Fonction de paiement

Notre support d'application, Alipay, WeChat et la carte bancaire, ces trois méthodes de paiement. Ces trois types de paiement, est maintenant le moyen le plus populaire, le plus pratique, mais aussi le moyen le plus sûr de payer.

Service de livraison professionnel

Nous avons notre propre équipe de livraison de repas. Nous sommes autant que possible pour assurer la vitesse la plus rapide de la nourriture aux mains des clients.

Fonction d'évaluation

Les acheteurs et les vendeurs peuvent se comparer mutuellement sur notre application, avec un score de 1 à 5 points. Le score « 5 » représente très satisfait. Le score «1»représente très insatisfait. Bien sûr, la section d'évaluation peut également ajouter du texte et des images. Si une évaluation commerciale est trop grave, cela affectera sa cote de crédit.

Fonction de partage

Les utilisateurs peuvent partager des informations sur un repas ou un restaurant sur différents grands sites de réseaux sociaux en Chine. Les clients peuvent également être récompensés par les comportements d partage.

## Mission d’entreprise

Le nom de notre entreprise est Ecle, l'abréviation du mot lightning. Du nom de notre entreprise vous prouvez trouver que la caractéristique de notre service est de livre des repas très rapidement. Le logo de notre société est un méchant de la lumière orange-rouge, reflétant que nous sommes une entreprise jeune et dynamique. Bien rapidement est juste notre plus grande caractéristique. Nous allons créer une image de marque de sûre et fiable. Pour le réaliser, nous devons contrôler strictement la sécurité alimentaire, gérer et contrôler nos partenaires sérieusement et analyser les commentaires des utilisateurs soigneusement. En cas de problème, nous avons la capacité de prendre une décision pour apporter une solution au maintien de l'image de notre entreprise.

## Facteurs clé du succès

Livraison rapidement

La sécurité alimentaire est garantie

L'expérience de l'utilisateur de l'application est bonne et lisse

Une grande variété de nourriture

Bonne image de d'entreprise

## Organigramme

## Calendrier des réalisations

# ANALYSE STRATÉGIQUE DU MARCHÉ

### Situation du secteur

Récemment, Analysys a publié un rapport sur le marché livraisons de plats à domicile chinois de deuxième trimestre de 2017. Les données montrent qu'au deuxième trimestre de 2017, la taille de la transaction globale de transaction de la livraison de plats à domicile en Chine a atteint 45,95 milliards yuans, par rapport à la même période de l'année dernière il a augmenté de 81,8%. Dans ce marché, ele.me ce qui a déjà eu plus que 3402 millions d’utilisateur, continue de diriger le marché.  
Le 2e et 3e trimestre est très important pour les participant du marché livraisons de plats à domicile de faire marketing. Le deuxième trimestre de cette année, le marché livraisons de plats à domicile, l'émergence de près des trois quarts de la plus forte hausse. Accompagné de l'arrivée de haute température et de chaleur, la quantité de commandes pendant le souper aura également une plus grande croissance.  
Sur les trois principaux segments de la part de marché, le deuxième trimestre de 2017, les transactions sur le marché des cols blancs ont atteint 38,13 milliards de yuans, représentant 83,0% de la part de marché générale à emporter par rapport au trimestre précédent, en partageant une légère baisse. La part de marché du campus a représenté 10,1%. Part de marché communautaire de vie de 6,9%, augmentation de la part, principalement en raison de la croissance du souper d'une seule nuit.  
   
Mettre de côté les facteurs saisonniers, le marché chinois à emporter a été stable pendant trois années consécutives pour maintenir l'échelle de la transaction. À l'heure actuelle, le taux de pénétration alimentaire en ligne de seulement 4% -6% de la proportion, avec la poursuite du marché du transport à domicile, le marché de la restauration de la restauration continuera de maintenir la croissance.  
Au deuxième trimestre, les commandes du thé de l'après-midi et du souper sont attirantes. À partir de 2017, le taux de croissance du déjeuner et du souper a progressivement commencé à être plus élevé que le dîner moyen et tardif, la tendance à la diversification des consommateurs est évidente, ce qui montre également que la plate-forme de décollage pour répondre aux besoins individuels des utilisateurs personnalisés, la culture du marché est également plus mature.  
En outre, mettez l'accent sur l'utilisation des consommateurs de produits alimentaires et de boissons. Les données montrent que 4 à 6 mois, faim, le groupe américain à emporter et les numéros actifs mensuels de la part de Baidu ont augmenté. En juin 2017, avec affamé ce que le nombre d'APP en direct pour atteindre 3402,0 millions, le groupe des États-Unis enlevé le nombre de 299,77 millions de personnes en direct, Baidu prend le nombre de 1748,9 millions de personnes en direct.  
Π  
Π les données montrent que 52,4% des utilisateurs afin de résoudre le repas de travail en utilisant des services de transport en ligne, 51,4% des utilisateurs sont pour diverses raisons ne veulent pas sortir à manger.  
   
Beijing, Shanghai, Guangzhou, Shenzhen et d'autres capitales provinciales ont représenté 61,6% de la part de la ville dans les voyages en direct et passifs. Visible, les utilisateurs actifs du marché à emporter sont principalement distribués dans des villes de second rang.

### Marché cible

### Analyse concurrentielle de l’entreprise

### ANALYSE S.W.O.T

### Analyser le modèle des cinq forces de Michael Porter

La menace de nouveaux entrants sur le marché

Le pouvoir de négociation des fournisseurs

Le pouvoir de négociation des clients

Les produits de substitution

La rivalité des concurrents actuels

Le rôle de l'État

### GESTION DU RISQUE

# Analyse concurrence

## PRESENTATION DU SECTEUR

## Situation du secteur

# STRATEGIE DE COMMERCIALISATION

## Stratégie DE MARKETING

**POLITIQUE DU PRODUIT / SERVICE**

**POLITIQUE DU PRIX**

**PROMOTION**

**PLACE**

## Politique de service après-vente

## Approche de la clientèle

## Publicité et promotion

**La publicité**

**Les activités de promotion**

**Les outils de promotion**

## Localisation de l’entreprise

## Canaux de distribution

# Éthique

# Reference

## Les site web

<http://www.maigoo.com/news/455795.html>

<http://mi.chinabyte.com/51/13844551.shtml>

<http://life.dayoo.com/digital/201708/03/150623_51605789.shtml>

<http://life.dayoo.com/digital/201708/03/150623_51605789.shtml>

<http://www.chyxx.com/industry/201707/544437.html>

<http://www.askci.com/news/dxf/20170314/16103293326.shtml>

<http://www.chyxx.com/industry/201607/432554.html>

<http://www.chyxx.com/industry/201608/437716.html>

<http://www.china-zhaopin.com/swotgrfxmb/2015-11/5881.html>

<http://www.docin.com/p-1488849054.html>

<http://www.journaldunet.com/ebusiness/expert/59878/commerce-o2o-en-chine---quels-sont-les-modeles-gagnants.shtml>

## Bibliographie

1. O2O: online to offline, et offline to online. Les services O2O peuvent s'entendre soit comme les services proposés en ligne destinés à générer du trafic ou des ventes en magasin (online to offline) ; soit comme les services offerts en magasin et générant du trafic ou des ventes en ligne (offline to online ou reverse O2O). [↑](#footnote-ref-1)
2. 1EURO≈8 yuan(RMB) [↑](#footnote-ref-2)
3. Le groupe Yiguan: une site web connue chinoise pour analyser les data de marché commercial. [↑](#footnote-ref-3)