

L3 MIAGE — TD n°6 – Urbanisation (Corrigé)

1. Stratégie commerciale de VeggieBox

Objectif et positionnement.

VeggieBox vise à **doubler son chiffre d'affaires en deux ans** en capitalisant sur sa réputation artisanale et la qualité de ses plats. L'entreprise se positionne sur le marché du **repas végétarien et biologique** à destination d'une clientèle urbaine soucieuse de consommer local et sain. Son avantage compétitif repose sur des recettes maison, une logistique courte et un service personnalisé.

Axes de développement.

La stratégie repose sur trois leviers :

1. **Diversification de l'offre** : proposer des **formules par abonnement** (livraison hebdomadaire de paniers repas ou d'ingrédients) et des **kits culinaires prêts à cuisiner** afin d'augmenter le panier moyen et de fidéliser la clientèle.
2. **Extension des canaux de distribution** : créer un **site e-commerce et une application mobile** pour permettre la commande en ligne et toucher un public plus large (jeunes actifs, familles, entreprises). Ce canal permettra également de vendre des produits dérivés (épicerie fine, accessoires) et de gérer les ventes d'abonnements.
3. **Partenariats B2B** : développer des **accords avec des restaurants, commerces et entreprises** pour livrer des plateaux repas ou mettre en place des corners VeggieBox. Ces partenariats contribuent à accroître la notoriété et à générer des volumes réguliers.

2. Cartographie de l'existant

L'urbanisation d'un SI part d'une **formalisation des processus métiers** sans préjuger de la technologie.

Ces processus sont ensuite traduits en fonctions indépendantes des solutions techniques, puis associés à des applications ou outil et enfin soutenus par une infrastructure technique.

Le tableau ci-dessous résume l'existant chez VeggieBox :

Couche	Éléments de l'existant	Remarques
Architecture métier	<ul style="list-style-type: none"> • Prise de commande par téléphone • Planification des menus et achats de matières premières • Préparation des plats par le cuisinier • Livraison des repas en ville • Facturation et suivi de la comptabilité 	Les processus sont simples et gérés manuellement. La gérante supervise l'ensemble et assure également la relation client.
Architecture fonctionnelle	<ul style="list-style-type: none"> • Saisir les commandes et collecter les coordonnées clients • Planifier les achats en fonction des commandes • Suivre les stocks de matières premières • Gérer les tournées de livraison • Facturer et enregistrer les paiements 	Aucune fonction n'est automatisée ; les calculs et l'ordonnancement se font sur tableur.
Architecture applicative	<ul style="list-style-type: none"> • Tableurs Excel pour la gestion des commandes et des stocks • Logiciel de comptabilité pour la facturation • Pas de système CRM ni de suivi des livraisons 	Les outils ne sont pas intégrés et les données sont dupliquées (re-saisie des coordonnées, risque d'erreurs).
Architecture technique	<ul style="list-style-type: none"> • Un ordinateur de bureau avec suite bureautique • Connexion Internet domestique (ADSL) • Imprimante • Smartphones personnels pour la gérante et le livreur 	L'infrastructure est minimale et ne permet pas de supporter un trafic en ligne important.

Cette cartographie met en évidence une **architecture en silos**. Les échanges se font manuellement et la duplication des données multiplie les risques d'erreurs. Le changement d'échelle envisagé exige donc une refonte complète du système.

luc.laurens@univ-grenoble-alpes.fr

3. Cartographie cible et contraintes

Architecture cible

Couche	Évolutions nécessaires
Architecture métier	<ul style="list-style-type: none">• Processus de vente en ligne : réception et validation des commandes via site web/app, gestion des paniers et des abonnements.• Procédure d'abonnement : gestion des cycles d'abonnement, choix des menus, pauses ou modifications.• Relation partenaires : contractualisation, gestion des commandes B2B, facturation mensuelle.• Amélioration logistique : préparation en « batch », routage optimisé des livraisons, gestion des retours.
Architecture fonctionnelle	<ul style="list-style-type: none">• Fonctions de e-commerce : catalogue de produits, panier, paiement sécurisé, gestion des abonnements.• CRM et marketing : gestion des contacts, segmentation, campagnes de fidélisation et feedback.• Gestion des stocks intégrée : suivi des matières premières, déclenchement des approvisionnements, calcul du coût de revient.• Planning et traçabilité : planification automatisée des menus, suivi de la préparation, affectation des tâches, traçabilité des ingrédients pour répondre aux obligations sanitaires.• Reporting : tableaux de bord (ventes, taux de renouvellement des abonnements, performances des partenariats).
Architecture applicative	<ul style="list-style-type: none">• Plateforme e-commerce (par exemple Prestashop, Shopify ou WooCommerce) reliée à un module d'abonnements.• Solution ERP/gestion commerciale pour gérer les achats, les stocks, la production et la logistique.• CRM intégré ou module de marketing automation.• Application mobile pour les clients et interface tablette pour le livreur (plan de tournée, confirmation de livraison).• Outils de reporting et d'analytique (par exemple Power BI, tableaux de bord intégrés).

Architecture technique	<ul style="list-style-type: none">• Hébergement cloud (serveur mutualisé ou dédié) pour le site et les bases de données, avec sauvegardes et haute disponibilité.• Infrastructure réseau renforcée : connexion fibre, routeur professionnel, VPN pour l'accès distant.• Postes de travail performants pour la gérante, le cuisinier et le commercial.• Terminaux mobiles durcis (smartphones ou tablettes) pour les livreurs avec connexion 4G/5G et application dédiée.• Sécurité : certificat SSL, gestion des accès et sauvegardes chiffrées, sensibilisation des utilisateurs.
-------------------------------	--

Contraintes à anticiper

- **Organisationnelles** : la gérante et le cuisinier devront être formés aux nouveaux outils (ERP, site e-commerce). Le recrutement temporaire d'un développeur ou d'un consultant sera nécessaire pour paramétrer les applications et assurer l'intégration. Les processus internes devront être formalisés (définition des rôles, procédures de préparation, gestion des retours). Des compétences en marketing digital devront être développées.
- **Financières** : le budget devra couvrir les licences ou abonnements des solutions cloud, l'achat de matériel informatique, le développement éventuel de fonctionnalités spécifiques et l'accompagnement par un prestataire. Un **planning d'investissement** doit être établi pour lisser les dépenses.
- **Techniques** : le choix des solutions doit privilégier la **réutilisation et l'intégration** afin d'éviter des développements sur mesure coûteux. La plateforme e-commerce devra s'interfacer avec le module de gestion des stocks et la comptabilité. La montée en charge doit être anticipée (scalabilité). Il faudra respecter les normes RGPD et les obligations liées à la sécurité alimentaire (traçabilité des ingrédients).

4. Planification et phases du projet

Un projet d'urbanisation se déroule en plusieurs phases qui mobilisent des compétences variées. Le tableau ci-dessous propose un **planning prévisionnel** cohérent avec l'objectif d'ouvrir le canal en ligne et de doubler l'activité en deux ans. Les durées sont indicatives.

Phase	Durée (mois)	Livrables	Ressources
Phase 1 : Analyse et cadrage	1,5 mois	<ul style="list-style-type: none"> • Cartographie détaillée des processus et des besoins • Cahier des charges fonctionnel et technique • Validation du budget et du planning 	Gérante, Consultant en urbanisation, Cuisinier, Livreur.
Phase 2 : Choix des solutions	1 mois	<ul style="list-style-type: none"> • Analyse des offres (plateformes e-commerce, ERP) • Dossier de sélection et négociation avec les éditeurs 	Équipe projet, Acheteur.
Phase 3 : Paramétrage et développement	3 mois	<ul style="list-style-type: none"> • Installation des solutions retenues • Personnalisation du site web et de l'ERP • Interfaces entre modules (CRM, comptabilité) • Procédures de migration de données 	Développeur/intégrateur, Administrateur système, Tests utilisateurs.
Phase 4 : Tests et formation	1,5 mois	<ul style="list-style-type: none"> • Recette fonctionnelle et technique • Formation des utilisateurs (gérante, cuisinier, livreur, partenaires) • Pilotage sur un périmètre restreint 	Formateur, Équipe projet, Utilisateurs pilotes.

Phase 5 : Mise en production et accompagnement	0,5 mois	<ul style="list-style-type: none">• Déploiement du site et ouverture officielle• Suivi des indicateurs (commandes en ligne, abonnements)• Support post-démarrage et ajustements mineurs	Support IT, Équipe projet, Service client.
Phase 6 : Amélioration continue	16 mois (en parallèle)	<ul style="list-style-type: none">• Évolution des fonctionnalités selon les retours clients• Optimisation des processus (automatisation, partenariats supplémentaires)• Mise à jour des tableaux de bord	Gérante, Développeur freelance, Consultant marketing.

Ce découpage prévoit un **lancement opérationnel dans un horizon de 7 à 8 mois**, permettant à VeggieBox de tester le modèle et d'ajuster ses offres avant de généraliser.

La phase d'amélioration continue s'étale sur les mois restants pour consolider l'avantage concurrentiel et atteindre l'objectif de doublement du chiffre d'affaires.

La réussite du projet repose sur l'implication de la gérante, la coopération avec un prestataire fiable et la maîtrise des coûts.