



Projet de création d'une application mobile : DealHunt

Prénoms et noms des membres de
l'équipe projet

Semestre 2

Année universitaire 2024-2025

BUT 1 – Groupe B

SOMMAIRE



- | | |
|---|--|
| <p>Équipe</p> <p>Présentation de l'idée du projet</p> <p>Description de l'offre commerciale</p> <p>Analyse du marché et identification de la clientèle</p> <p>Planification et communication</p> <p>Aspects financiers</p> <p>Conclusion</p> | <p>1</p> <p>2</p> <p>3</p> <p>4</p> <p>5</p> <p>6</p> <p>7</p> |
|---|--|

Responsable budget: Gestion du budget, Gestion des deadlines

Responsable communication: Retour aux supérieurs, promotion de l'application

Développeur mobile: Développement de l'application

Chef de Projet: Gestion des équipes, de la gestion du projet

Organigramme:

https://www.canva.com/design/DAGiEN0mpAg/HAmyhbaKgJWrSbTeG4O33g/edit?utm_content=DAGiEN0mpAg&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

Sommaire:

https://www.canva.com/design/DAGiEHBOmPU/UT_fZG6Qdu5OfdrUauLAoQ/edit?utm_content=DAGiEHBOmPU&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

Etape 2 :

Décrire l'idée de l'application mobile :

DealHunt sera une application se basant sur l'entraide permettant à n'importe qui de publier une promotion qu'ils ont vu, allant d'une promotion sur amazon ou dans leur petit magasin de quartier. Les autres utilisateurs peuvent aussi donner une note à cette offre afin de permettre au personne s'y connaissant moins de voir quelle offre est vraiment intéressante ou non.

Présenter le concept de l'application (son objectif principal et son utilité pour les utilisateurs) :

Le but de DealHunt est de permettre à leur communauté de profiter et de publier des promotions qu'ils trouvent intéressantes afin de permettre à tout le monde de faire des économies.

Identifier le problème ou le besoin auquel l'application répond :

DealHunt permet aux utilisateurs d'économiser de l'argent sans avoir à faire 5 magasins pour trouver le moins cher.

Préciser le public cible (qui sont les utilisateurs potentiels de l'application : âge, situation, etc.) :

DealHunt vise le Tout Public, dans la limite que la personne doit avoir de quoi payer mais

DealHunt peut être utilisée pour trouver des voitures comme des jeux pour enfant.

Énumérer les caractéristiques principales de l'application et ce qui la distingue des autres applications existantes :

DealHunt propose un système de tri des offres par produit comme par région ce qui permet au utilisateur de ne pas voir d'offres venant de l'autre bout de la France. DealHunt propose aussi un système de vote simplifié basé non pas sur des notes sur 5 étoiles mais sur un système de différence entre le nombre de "UpVote" et de "DownVote" afin d'éviter les notes sur 5 étoiles car 2 personnes seulement ont voté et également cela permet aux utilisateurs de voter plus facilement avec un simple clic.

Déterminer les valeurs de l'entreprise (Quelles valeurs l'entreprise souhaite-t-elle véhiculer à travers cette application ?) :

DealHunt a pour valeur l'entraide et la confiance entre particulier ainsi que l'accessibilité aux bonnes offres plus facile.

Trouver un nom pour l'application et un slogan (Proposez un nom qui représente bien l'application et créez un slogan accrocheur.) :

NOM DE L'APP: DealHunt

SLOGAN : (idée) Avec DealHunt, Chasse les bonnes affaires

Étape 3 : Description de l'offre commerciale

Identifier le secteur d'activité dans lequel se situe l'application (par exemple, santé, éducation, divertissement, etc.), puis analyser les opportunités et les menaces de ce secteur en tenant compte des facteurs politiques, légaux, économiques, socioculturels, technologiques et environnementaux. Présenter ensuite cette analyse sous forme de tableau :

L'application se situe dans le secteur du commerce. Elle vise à proposer des bons plans et des réductions sur des produits de tous genres, ce qui la positionne à la limite du e-commerce.

Facteurs	Opportunités	Menaces
Politiques	Soutien des gouvernements au numérique et au commerce en ligne	Réglementations strictes sur la protection des données et la publicité
Légaux	Cadre légal encourageant l'innovation dans le e-commerce	Lois contraignantes sur les transactions en ligne et la concurrence
Économiques	Forte demande pour les produits de tous genre (notamment tech) et accessoires	Inflation et fluctuations des prix des composants et grandes concurrences
Socioculturels	Intérêt croissant pour les bonnes affaires et le shopping en ligne	Dépendance aux avis des consommateurs et à la réputation en ligne

Technologiques	Évolution rapide des technologies et des moyens de paiement	Obsolescence rapide des produits et besoins de mises à jour fréquentes
Environnementaux	Le reconditionnement et le recyclage des produits (notamment tech)	Critiques sur l'impact écologique de la surconsommation

Source :

<https://www.francenum.gouv.fr/magazine-du-numerique/e-commerce-en-france-chiffres-cles-et-5-tendances-fortes>

https://www.lemonde.fr/economie/article/2024/09/19/le-specialiste-du-reconditionne-back-market-fete-ses-dix-ans_6324521_3234.html

<https://www.cnil.fr/fr/reglement-europeen-protection-donnees>

<https://www.statista.com/>

<https://www.insee.fr/fr/statistiques/8292049>

<https://www.fevad.com/edition-2024-des-chiffres-cles-du-e-commerce-la-fevad-publie-son-rapport-annuel-sur-le-tat-du-marche/>

https://www.lemonde.fr/economie/article/2024/09/19/le-specialiste-du-reconditionne-back-market-fete-ses-dix-ans_6324521_3234.html

Décrire les produits/services à vendre (Précisez ce que l'application va offrir à ses utilisateurs : (services, fonctionnalités payantes, options supplémentaires, etc.)

L'application proposera les services suivants :

- Accès gratuit aux offres et bons plans sur des produits (smartphones, ordinateurs, accessoires, etc.).
- Fonctionnalités premium (abonnement payant) :
 - Alertes personnalisées sur les promotions.
 - Accès anticipé aux meilleures offres.
 - Comparaison avancée des prix.
- Partenariats avec des marques et distributeurs pour des offres exclusives.
- Espace communautaire avec avis
- Espace d'échange de bon plan communautaire, les utilisateurs peuvent proposer ou suggérer des bon plan avec un système de confiance (vendeur, acheteur) qui sera marqué à côté de l'utilisateur et qui augmentera en fonction de sa bonne participation

Déterminer le champ d'action géographique (Définissez la zone géographique visée par l'application : (locale, nationale, internationale.) :

L'application sera d'abord lancée à l'échelle nationale (France), avec une possibilité d'expansion internationale en fonction du succès et des partenariats développés.

Choisir le mode de distribution des produits (Indiquez comment l'application sera distribuée : par téléchargement sur les app stores, par abonnement, via une plateforme spécifique, etc.) :

L'application sera accessible via :

- Téléchargement gratuit sur l'App Store et Google Play.
- Offre freemium : accès gratuit aux fonctionnalités de base, avec une version premium sur abonnement mensuel (à 1\$ par mois ou 10\$ par an)
- Partenariats avec des e-commerçants pour l'intégration d'offres et de promotions exclusives (toujours bénéfique pour les utilisateurs).

Ce modèle vise à attirer un maximum d'utilisateurs tout en générant des revenus grâce aux abonnements premium et aux partenariats commerciaux.

Etape 4 : Analyse du marché du marché et identification de la clientèle

1. Analyse de la concurrence

- Concurrence directe : Dealabs (est un site de bons plans créé en 2011 et fait partie de Pepper, un groupe indépendant et la plus grande communauté de partage au monde, avec des offres surveillées et vérifiées), Hamster joueur (est un site web de référence de bons plans créer en 2009, avec des offres de la communauté vérifiées et des partenariats avec d'autres sites), ChocoBonPlan (est un site et une application de bons plans, avec des offres de la communauté vérifiées, dernièrement partenaire d'amazon, ajoutant des offres exclusives, et avec un système de niveau pour les membres de leur communauté) tous ces sites ont aussi des réseaux sociaux pour communiquer leurs offres
- Concurrence indirecte : Site de ventes de seconde main comme leboncoin ou vinted. Vinted est un marché en ligne communautaire créé en 2008, il permet d'acheter ou d'échanger divers produits comme des jeux vidéo, des vêtements. On peut accéder à plusieurs offres et en faire nous aussi.

Leboncoin fonctionne sur le même principe mais cette fois uniquement en France, et fondé en 2008

Ebay est une entreprise de marché en ligne américaine, c'est un site de vente de seconde main et un site d'enchères, créé en 1995, c'est un entreprise connue à l'internationale où on peut y vendre des produits officiels comme des créations originales.

2. Clientèle cible

- DealHunt vise le tout public en proposant de mettre des annonces sur n'importe quelle marché, allant de voitures à des jeux pour enfants. Cependant, il y a quand même une clientèle majeure visée car c'est cette catégorie qui possède des moyens de paiements.
- Leurs besoins sont principalement d'économiser de l'argent en trouvant des offres abordables sur des produits qu'ils recherchent ou de combler le besoin d'une certaine clientèle qui aime dépenser de l'argent sans produits fixe recherché.
- Des freins pour le bon fonctionnement de l'application est premièrement le fait que DealHunt a besoin d'une base de client afin qu'il poste les annonces qu'il voit pour attirer une autre clientèle. Également, il faudra que l'application garde cette clientèle afin que le nombre d'annonces publié ne fasse que croître.
- Il serait possible de faire une grande campagne de marketing à la sortie de l'application sur les réseaux sociaux et la télévision afin d'attirer une première clientèle qui elle mettra des annonces et fera croître DealHunt en attirant de nouveaux clients.

Communication interne

PROJET		PLAN DE COMMUNICATION DE PROJET				
Étapes	Date prévue	Groupe cible	Message	Canal/Support	Émetteur	Statut
Étape 1 : Initialisation		Equipe projet	Présentation du projet, objectifs et rôles	Réunion, mails, document partagé, appels	Chef de projet	
		Direction	Validation des principaux axes du projet	Réunion, note de synthèse	Chef de projet	
		partenaires internes	Information sur le projet et implications	Mails, réunion (en visioconférence ou en présentiel)	Chef de projet	

Étape 2 : Lancement		Equipe projet	Annonce de date de rendu du projet	Mails, réunion	Chef de projet	
		Direction				
		partenaires internes	Annonce de la publication du projet	Mails	Chef de projet, responsable de communication	
Étape 3 : Organisation		Equipe projet	Annonce du planning avec les réunions et les différents rendus intermédiaires	Mails, réunion, réunion en visioconférence	Chef de projet	
		Direction	Préparation du planning, mise en place des réunions, mise en place des test	Réunion	Chef de projet	
		partenaires internes	Organisation sur les publicité, test de l'application, annonce du partenariat s	Mails, Réunion	Chef de projet, responsable de communication	
Étape 4 : Exécution et suivi		Equipe projet	Lancement de l'application et suivi des avis et	Réseaux sociaux, application , mails, réunion	Chef de projet, responsable de communication	

			des problèmes pour lancer des correctifs avec des mises à jour		ation	
	Direction	Annonce du lancement, suivi du projet et voir s'il est rentable sur la durée	Réunion, mails	Chef de projet		
	partenaires internes	Annonce du lancement de l'application et publicités pour les partenaires et inversement	Mails, réseaux sociaux	Chef de projet, responsable de communication		
Étape 5 : Clôture	Equipe projet	Mise à jour fréquente pour résoudre les bugs de l'application en prenant compte des avis des clients	Réseaux sociaux, mails, application, réunion	Chef de projet, responsable de communication		
	Direction	Mise en place de réunion	Réunion, mails	Chef de projet		
	partenaires	annonces	Mails,	Responsa		

		internes	d'offres	réseaux sociaux	ble de communication	
--	--	----------	----------	-----------------	----------------------	--

COMMUNICATION EXTERNE

PROJET		PLAN DE COMMUNICATION DE PROJET				
Étapes	Date Prévue	Groupe cible	Message	Canal / Support	Émetteur	Statut
Étape 1: Initialisation	01/08/2025	Partenaires potentiels	Présentation du projet, opportunités de collaboration	Dossier de projet, mail, rendez-vous	Chef de projet, Responsable budget	
	08/04/2025	Investisseurs	Vision et potentiel du projet, financement	Présentation, pitch deck	Chargé de communication, Responsable budget	
Étape 2: Lancement	02/09/2025	Client	Annonce de la date de lancement de l'application	Réseaux sociaux, Télévision	Chargé de communication	
	02/09/2025	Investisseurs	Mise en place de réunion sur les objectifs attendus de l'application	Réunion de Lancement	Chargé de communication, Chef de projet	
Étape 3: Organisation						
Étape 4: Exécution et suivi	09/10/2025	Client	Analyse des retours clients afin d'améliorer l'application	Avis client sur les Plateformes d'installation	Chargé de communication, Développeur mobile	

	09/10/2025	Investisseurs	Premier retour sur les résultats et l'accueil de l'application	Réunion de retour	Responsable budget, Chef de projet, Chargé de la communication	
Étape 5: Clôture	09/11/2025	Investisseurs	Mise en place de réunion mensuelle	Réunion de Clôture	Chef de projet, Chargé de communication	

Séance 5 :

Il serait intéressant de partir sur un financement basé sur un prêt bancaire au début afin d'avoir une base permettant de créer une première version de l'application et d'ensuite partir sur un financement via des marques qui nous font confiance avant la sortie de l'application pour avoir des pubs dans cette application lors de sa sortie officielle.

Plaquette commercial :

https://www.canva.com/design/DAGIbuX9Blg/wH5nULMF_x452OnyHKSfwA/edit?utm_content=DAGIbuX9Blg&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

Version au propre:

<https://docs.google.com/document/d/1p7ydSfDCiwSJgVhtmm0p1mfEVnddS-hIA7MR35LUXnE/edit?usp=sharing>