

Voici une stratégie marketing pour notre projet

Objectif marketing : Notre objectif est de promouvoir notre solution de e-transport dédiée aux étudiants à Madagascar en mettant l'accent sur la qualité, le coût abordable et l'impact positif sur l'environnement.

Segment de clientèle : Les étudiants des universités publiques et privées à Madagascar.

Proposition de valeur :

1. Transport connecté et pratique : Un système de transport intelligent et convivial qui facilite les déplacements des étudiants vers leur université.

2. Coût abordable : Un moyen de transport économique pour répondre aux besoins des étudiants soucieux de leur budget.

3. Respectueux de l'environnement : Un service de transport qui encourage la réduction des émissions de carbone pour une île plus propre et durable.

Stratégies de marketing :

1. Campagne de sensibilisation en ligne :

- Utiliser les médias sociaux, les publicités en ligne et le marketing d'influence pour sensibiliser les étudiants aux avantages de notre solution de e-transport.
- Diffuser des témoignages d'étudiants satisfaits pour renforcer la crédibilité de notre service.

2. Partenariats avec les universités :

- Collaborer avec les universités pour promouvoir notre service de e-transport directement aux étudiants sur les campus.
- Offrir des avantages et des réductions spéciales aux étudiants affiliés à ces universités.

3. Communication environnementale :

- Mettre en avant notre engagement envers l'environnement dans nos communications marketing pour attirer les étudiants soucieux de l'écologie.
- Participer à des initiatives de développement durable pour renforcer notre image de marque responsable.

4. Essais gratuits et offres d'inscription :

- Proposer des essais gratuits pour que les étudiants puissent découvrir les avantages de notre service.
- Offrir des offres d'inscription attractives pour encourager les étudiants à s'inscrire sur notre plateforme.

5. Programme de parrainage :

- Mettre en place un programme de parrainage où les étudiants peuvent obtenir des récompenses pour avoir recommandé notre service à leurs pairs.

Mesure des résultats :

- Suivre le nombre d'inscriptions et de trajets effectués par les étudiants.
- Mesurer la satisfaction des clients par le biais de sondages et de retours d'expérience.
- Analyser l'impact environnemental positif de notre service en termes de réduction des émissions de carbone.

Remarques sur la qualité, le coût et le respect du temps du service offert :

- Les clients qui ont un poids supérieur à 75 kg doivent occuper 2 places pour éviter de gêner les autres et eux-mêmes.

- Pour pallier aux pannes techniques subies par le véhicule en fonction, il faut réserver des véhicules de secours pour assurer la continuité de l'offre et éviter les pertes de temps pour les clients.

Il faut coopérer avec des garages spécialisés dans les marques des véhicules utilisés par l'équipe d'e-transport afin d'assurer l'entretien et le dépannage en cas de pannes techniques.

- Concernant le paiement, n'oublions pas que nous sommes à Madagascar, donc la plupart des étudiants n'ont pas de carte bancaire, mais presque tous ont des comptes Mobile Money. Ainsi, il est bénéfique pour l'équipe et le client d'utiliser le système Mobile Money comme moyen de paiement.

- Il est important de faire connaître à nos clients les trajets parcourus par nos véhicules et l'heure de passage de ces derniers dans un arrêt. Le respect de l'heure de passage des véhicules dans un arrêt est un paramètre clé pour évaluer la qualité du service offert et définir son prix. Ainsi, il faut être prudent dans le choix des trajets et des arrêts, et réaliser des études approfondies sur ce sujet.