



ETUDE DE MARCHE POUR LA CREATION DU SITE WEB E-TRANSPORT

Simplifiez vos trajets, maximisez votre potentiel avec E-TRANSPORT

Nom de l'entreprise : E-Transport Madagascar

Email : contact@etransport.mg

Adresse web : www.etransport.mg

I. Description du projet :

E-Transport est une plateforme en ligne qui propose des services de transport pour les étudiants résidant loin du campus universitaire. Notre objectif est de faciliter leurs déplacements quotidiens entre leur domicile et l'université en proposant des itinéraires directs, des véhicules confortables et une réservation pratique via une application mobile dédiée.

II. Justification :

De nombreux étudiants à Madagascar font face à des problèmes de mobilité tels que les embouteillages, les transports informels peu fiables et les longues distances à parcourir. Notre projet e-Transport vise à répondre à ces besoins tout en offrant une solution pratique et adaptée aux étudiants, améliorant ainsi leur qualité de vie et leur permettant d'arriver à l'université à temps pour leurs cours et examens.

III. Analyse du marché :

A. Public cible :

Notre public cible principal comprend les étudiants universitaires inscrits dans des établissements d'enseignement supérieur publics ou privés. Nous visons également les étudiants venant de régions éloignées qui ont besoin de solutions de transport fiables pour se rendre à leur université.

B. Problèmes rencontrés par le public cible :

❖ Accessibilité aux transports :

Difficulté à trouver des moyens de transport fiables et pratiques et accessibles pour se rendre à leur université, en particulier s'ils vivent loin du campus.

❖ Coût élevé des transports :

Contraintes budgétaires des étudiants qui recherchent des options abordables.

❖ **Sécurité des transports :**

Préoccupations concernant la sécurité lors des déplacements, en particulier lors des trajets tardifs.

IV. Objectifs marketing :

❖ **Notoriété de la marque :**

Accroître la visibilité de e-Transport auprès des étudiants et de la communauté universitaire.

❖ **Génération de leads :**

Attirer de nouveaux clients intéressés par nos services de transport pour étudiants.

❖ **Fidélisation des clients :**

Encourager les clients satisfaits à utiliser à nouveau notre plateforme pour leurs déplacements futurs.

❖ **Bouche-à-oreille :**

Inciter les étudiants à recommander notre service à leurs pairs.

Augmentation des réservations : Accroître le nombre de réservations de trajets universitaires effectuées par les étudiants.

V. Stratégies marketing :

A. canaux marketing :

1) Référencement (SEO)

Optimiser le site web pour les moteurs de recherche (SEO) afin que les étudiants puissent facilement trouver notre service en ligne.

2) Médias sociaux :

Utiliser Facebook, Instagram et Twitter pour partager des informations sur notre service, des témoignages d'étudiants satisfaits et des promotions spéciales.

3) Marketing par e-mail :

Envoyez des e-mails ciblés aux étudiants intéressés pour les informer des offres spéciales, des nouvelles fonctionnalités et des mises à jour du service.

ANALYSE PESTEL

1. Politique

Le gouvernement malgache soutient activement les initiatives de développement durable et de mobilité urbaine. En investissant dans le projet d'e-transport, l'investisseur peut bénéficier de partenariats public-privé avec les autorités locales pour obtenir des avantages fiscaux et un soutien institutionnel. Cela renforce la stabilité politique du projet et garantit des perspectives favorables sur le long terme.

2. Économique

Madagascar fait face à des contraintes économiques, ce qui peut affecter la capacité des étudiants à se permettre des frais de transport élevés. C'est pour cela que le coût élevé des transports actuels peut représenter une charge financière supplémentaire pour les étudiants et influencer leurs choix de logement et de mobilité.

3. Socio-culturel

Les étudiants des universités publiques et privées proviennent de différents milieux socio-culturels, ayant des préférences et des besoins divers en matière de transport. Enjeux des étudiants : Certains étudiants résident loin de leur université et sont contraints de parcourir de longues distances à pied ou d'utiliser des moyens de transport peu pratiques et inconfortables

4. Technologique

La majorité des étudiants possèdent des smartphones et ont accès à Internet. Alors, l'investissement dans une application mobile conviviale pour réserver des trajets et suivre en temps réel les véhicules peut améliorer l'expérience des utilisateurs et stimuler l'adoption du service. Cette solution technologique innovante peut donner à l'investisseur un avantage concurrentiel et générer un fort engouement autour du projet.

5. Écologique

Les embouteillages et la congestion urbaine sont des problèmes courants, contribuant à la pollution de l'air et à l'augmentation des émissions de carbone. Le projet d'e-transport offre une alternative plus propre et plus écologique aux modes de transport traditionnels.

6. Légal

Le secteur des transports est soumis à des réglementations strictes en matière de sécurité routière et d'exploitation de services de transport public. Certains étudiants peuvent hésiter à utiliser des services de transport non réglementés, ce qui peut compromettre leur sécurité.

ANALYSE SWOT

I. FORCES :

✓ Réponse aux besoins spécifiques des étudiants résidant loin du campus :

L'entreprise propose un service de transport dédié aux étudiants qui résident loin du campus universitaire, répondant ainsi à leur besoin de mobilité fiable et pratique pour se rendre aux cours à l'heure.

✓ Flexibilité pour les étudiants travaillant en parallèle :

Les étudiants qui travaillent en parallèle ont besoin d'un service de transport pour s'adapter à leur emploi du temps chargé. L'entreprise peut offrir des options de réservation personnalisées pour répondre à ces besoins.

✓ Solution aux problèmes d'embouteillages

Étant confronté à des problèmes d'embouteillages, l'entreprise peut offrir des itinéraires alternatifs et des moyens de transport efficaces pour garantir que les étudiants arrivent à l'université à temps pour leurs cours et examens.

II. FAIBLESSES :

✓ Sensibilisation limitée aux services de transport dédiés aux étudiants

Certains étudiants peuvent ne pas être conscients de l'existence d'un service de transport spécialement conçu pour les étudiants universitaires, ce qui nécessite une campagne marketing efficace pour promouvoir le service.

✓ Dépendance à l'égard des ressources humaines

Le succès de l'entreprise dépendra de la disponibilité et de la fiabilité des conducteurs, ce qui pourrait constituer un défi pour maintenir un niveau de service constant.

III. OPPORTUNITÉS :

✓ Croissance du marché étudiant en dehors des campus

Avec le nombre croissant d'étudiants résidant chez leur famille ou des amis loin du campus universitaire, l'entreprise peut étendre son service à ces zones pour atteindre de nouveaux clients potentiels.

✓ **Partenariats avec les universités**

Établir des partenariats avec les universités pour proposer un service de transport officiel aux étudiants peut accroître la crédibilité de l'entreprise et lui offrir une visibilité auprès d'un large public d'étudiants.

✓ **Exploitation des technologies pour éviter les embouteillages**

L'entreprise peut utiliser des technologies de pointe pour suivre en temps réel l'état du trafic et offrir des itinéraires alternatifs afin de contourner les embouteillages et garantir une arrivée ponctuelle des étudiants.

IV. MENACES :

✓ **Concurrence des transports informels**

Les transports informels, tels que les bus, peuvent constituer une concurrence directe en raison de leur accessibilité et de leurs coûts, ce qui pourrait représenter une menace pour l'entreprise.

✓ **Instabilité économique**

L'instabilité économique peut influencer la disponibilité des étudiants à dépenser pour des services de transport, ce qui pourrait affecter la demande pour les services de l'entreprise.

✓ **Contraintes réglementaires**

Des changements dans les réglementations du secteur des transports pourraient entraîner des coûts supplémentaires en matière de conformité et des défis pour l'entreprise.

ANALYSE DES 5 FORCES DE PORTER

1. L'intensité concurrentielle :

L'intensité concurrentielle est modérée. Le principal concurrent du projet e-transport est le réseau de bus traditionnels qui dessert les étudiants universitaires. Les bus existent depuis longtemps et ont établi leur présence sur le marché du transport en offrant des trajets réguliers à un tarif fixe de 600Ar par personne. Cependant, l'entreprise de e-transport peut se démarquer

en proposant un service dédié aux étudiants avec des itinéraires plus directs, des véhicules confortables et une réservation pratique via une application mobile.

2. La menace des nouveaux entrants :

La menace des nouveaux entrants pour le projet e-transport est relativement faible dans ce cas. La mise en place d'un service de transport nécessite des investissements significatifs en termes de flotte de véhicules, de technologies et de développement d'une application mobile. Les barrières à l'entrée peuvent dissuader de nouveaux concurrents potentiels de pénétrer le marché avec une offre similaire.

3. Le pouvoir de négociation des clients :

Le pouvoir de négociation des clients, dans ce cas, est relativement élevé. Les étudiants sont sensibles aux prix et cherchent des options abordables pour leurs déplacements entre leur domicile et l'université. Si le prix du service e-transport est compétitif par rapport aux bus traditionnels, cela peut influencer favorablement la décision des étudiants.

4. Les services de substitution :

Les produits de substitution dans ce cas sont les autres moyens de transport disponibles pour les étudiants, tels que les transports informels. Les étudiants peuvent choisir ces alternatives en fonction de la commodité et du coût. L'entreprise e-transport devra se concentrer sur la proposition de valeur unique qu'elle offre, en mettant en avant les avantages du service pratique, rapide et fiable qu'elle propose.

5. L'influence de l'État :

L'influence de l'État peut être un facteur déterminant. Si le gouvernement Malagasy soutient les initiatives de mobilité durable et d'innovation dans le secteur des transports, cela pourrait créer un environnement favorable au succès du projet pour les étudiants. Des politiques de soutien et des incitations peuvent être bénéfiques pour l'entreprise.

PERSONA

1. Critères Socio-démographiques :

CRITERES	DETAILS
Age	18-25 ans
Sexe	Homme
Situation Familiale	Célibataire
Niveau d'éducation	Étudiant universitaire
Lieu de résidence	Madagascar
Revenu	Dépendant des parents

Description du Persona :

Notre Persona s'appelle Jean. C'est un étudiant universitaire âgé entre 18 et 25 ans, résidant à Madagascar. Jean est un jeune homme célibataire dont les revenus dépendent entièrement de ses parents. Il poursuit ses études avec passion et s'efforce de réussir académiquement.

2. Psychographie :

TRAITS PSYCHOLOGIQUES	COMPORTEMENTS
Ambitieux	Utilise régulièrement les réseaux sociaux
Curieux	Préoccupé par son avenir professionnel
Ouvert d'esprit	Passionné par les nouvelles technologies
Soucieux de son image	Participe à des événements universitaires
Axé sur l'apprentissage	Recherche des réductions et des offres spéciales

3. Comportements d'Achat :

COMPORTEMENTS	DETAILS
Lieux d'achat préférés	Boutiques en ligne, librairies universitaires
Influenceurs	Influenceurs sur les réseaux sociaux
Méthode de paiement	Carte bancaire, paiement mobile
Fréquence d'achat	Occasionnellement (dépendant des finances)
Facteurs de décision	Prix, qualité, avantages supplémentaires

4. Problématiques Clés :

- ✓ Comment faire face aux dépenses élevées liées aux études universitaires tout en gardant un budget équilibré ?
- ✓ Comment trouver des offres spéciales et des réductions pour acheter des livres et du matériel d'étude ?
- ✓ Comment équilibrer la vie universitaire avec la vie sociale tout en construisant un avenir professionnel prometteur ?
- ✓ Comment gérer le stress académique tout en maintenant un niveau de performance élevé ?

5. Arguments Clés pour Convaincre le Persona d'Acheter :

- ✓ Notre site **E-transport** pour les étudiants universitaires offre des tarifs spéciaux pour les trajets fréquents entre le campus et la résidence, ce qui aide à économiser sur les frais de transport.
- ✓ Notre service de transport pratique vous permettra de gagner du temps et d'économiser de l'énergie, vous laissant plus de temps pour vous concentrer sur vos études et vos activités sociales.