

République Algérienne Démocratique et Populaire
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique
المدرسة العليا لإدارة الأعمال - تلمسان
École Supérieure de Management Tlemcen

قسم الطور الثاني
Département du second cycle



Projet de Fin d'Étude « Master »

Dans le cadre de l'arrêté ministériel n°008 modifiant et complétant l'arrêté n°1275 fixant les modalités d'élaboration d'un projet de fin d'études en vue de l'obtention d'un
« diplôme universitaire - diplôme Startup »

Filière : Sciences Commerciales
Spécialité : Marketing



Présenté Par :
Taki Abdelkrim Musthapa Elkhailil

Date de soutenance :
22 / 06 / 2025

Devant le jury composé de :

Nom et prénom	Grade	Etablissement	Qualité
Selmi Abdeldjabar	Professeur	ESM Tlemcen	Président
Naim Ilhem	M.C.A.	ESM Tlemcen	Examinateur
Zenasni Soumia	Professeur	ESM Tlemcen	Encadrant
Bezzar Mohammed Soufyane	M.C.A.	ESM Tlemcen	Représentant de l'incubateur
Zerga Sabaa	Directrice	Entreprise ICOL	Partenaire socio-économique
Belarbi Abbes	Gérant	Atelier EuroRepar	Partenaire socio-économique

Année universitaire : 2024/2025

Fiche technique du projet

Equipe de travail	Tâches principales
Taki Karim Spécialité : Etudiant à l'Ecole Supérieure de Management -Tlemcen- Email : taki.karim500@gmail.com	✓ S'occuper de la gestion globale ✓ Gérer les relations avec les professionnels ✓ Définir la stratégie marketing de l'entreprise

Equipe d'encadrement	Tâches principales
Pr. ZENASNI Soumia Spécialité : Entreprises et Finance Professeur à l'Ecole Supérieure de Management -Tlemcen Directrice de l'incubateur Email : s.zenasni@esm-tlemcen.dz	✓ Superviser la réalisation du projet ✓ Élaborer la stratégie financière

Remerciements

Tout d'abord, nous remercions Dieu de nous avoir accordé ce succès.

Je voudrais ensuite remercier ma directrice de mémoire, Pr. Zenasni Soumia pour son expertise, sa présence et son soutien. Ses précieux commentaires et conseils ont grandement enrichi mon travail et contribué à son amélioration et à son développement.

Je voudrais également remercier toutes les personnes qui ont contribué à la réalisation de mon projet final, notamment Mme Sabaa Zerga et la programmeuse Belahouane Meriem Sabrine.

Je tiens également à remercier l'Ecole Supérieure de Management de Tlemcen pour son environnement d'apprentissage stimulant et ses ressources qui m'ont permis de développer nos compétences et de poursuivre nos aspirations académiques.

Un remerciement particulier s'adresse à ma famille, à mes amis et à mes partenaires d'affaires pour leur soutien continu et leur compréhension pendant les périodes où notre engagement envers ce projet exigeait beaucoup de temps et d'énergie.

Enfin, un grand merci à tous ceux qui ont cru en moi et m'ont encouragé à atteindre mes objectifs. Ce projet restera une étape importante dans ma vie et un point positif dans ma vie, et je suis reconnaissant à tous ceux qui ont participé à cette aventure.

Taki abdelkrim musthapa elkhalil

Sommaire

Introduction Générale.....	09
AXE 01 : Présentation de l'idée du projet.....	12
1 .A propos de l'idée.....	13
2 .Les valeurs proposées.....	14
3. Les objectifs d projet.....	16
4. L'équipe du projet.....	20
5 . Le planning de réalisation du projet.....	21
 AXE 02 : Les aspects innovants.....	25
1. La nature de l'innovation.....	26
2. Les domaines d'innovation.....	29
 AXE 03 : L'analyse stratégique du marché.....	38
1. Analyse et diagnostic de l'entreprise.....	40
2. Segment du marché.....	47
3. Mesure de l'intensité de la concurrence.....	53
4. Stratégie marketing	55

AXE 04 : Plan de production et d'organisation.....	59
1. Processus de prestation de services.....	59
2. L'approvisionnement.....	60
3. La main d'œuvre.....	63
4. Les Principaux partenaires.....	64
 Axe 05 : Plan financier.....	 67
1. Les coûts et les charges.....	68
2. Le chiffre d'affaires.....	69
3. Le tableau de compte des résultats.....	72
4. Bilan prévisionnel.....	74
5. Bilan prévisionnel pour 5 ans	75
 AXE 06 : Prototype du projet.....	 77
1. Fonctionnement de plateforme km market	78
2. Catégories de produits.....	79
3. Etapes de création de comptes en tant que vendeur.....	80
4. Livraison des produits.....	82
5. Boost de produits Km pro.....	83
 Conclusion générale.....	 86
Bibliographie	87
Annexes	88
Table des matières.....	95
Résumé	98

Liste des tableaux

N°	Intitulé	Page
Tableau 1	Objectifs de KM Market sur le court terme	16
Tableau 2	Analyse SWOT KM MARKET	41
Tableau 3	Analyse PESTEL	44
Tableau 4	Les points forts et faibles des concurrents	52
Tableau 5	Les Coûts et charges	65
Tableau 6	Investissement initial	66
Tableau 7	Le chiffre d'affaires pour les ventes	67
Tableau 8	Le chiffre d'affaires pour la publicité	68
Tableau 9	Le chiffre d'affaires pour les abonnements	69
Tableau 10	Le chiffre d'affaires pour 5 ans	70
Tableau 11	Compte de résultat	70
Tableau 12	Bilan initial	72
Tableau 13	Bilan prévisionnel pour 5 ans	73

Liste des figures

N°	Intitulé	Page
Figure 1	Diagramme de gant de KM MARKET	19
Figure 2	Croissance de E-commerce en Algérie 2015 - 2024	22
Figure 3	Logo de km market	35
Figure 4	Les code de logo km market	36
Figure 5	Explication des couleurs du logo KM Market	37
Figure 6	Analyse SWOT	41
Figure 7	Model PESTEL	44
Figure 8	5 forces de porter	50
Figure 9	Cinq force de porter	51
Figure 10	Business model canvas	56

Introduction générale

Le commerce électronique s'impose aujourd'hui comme l'un des vecteurs les plus puissants de transformation économique à l'échelle mondiale. Porté par des avancées technologiques fulgurantes, il a remodelé les modes de consommation traditionnels, bouleversé les circuits de distribution et ouvert de nouvelles perspectives pour les entreprises de toutes tailles. Grâce à l'essor de l'Internet haut débit, à la démocratisation des smartphones, à la sophistication des systèmes de paiement en ligne et à l'influence croissante des réseaux sociaux, le commerce digital est devenu un pilier central de l'économie mondiale. Des géants tels qu'Amazon, Alibaba ou encore Shopify illustrent parfaitement cette mutation, où la rapidité, la personnalisation de l'offre, la transparence et la fluidité de l'expérience utilisateur sont devenues les nouveaux standards du marché.

Ce type de commerce connaît une croissance remarquable à l'échelle mondiale. En 2025, on estime qu'il y aura plus de 30,7 millions de sites e-commerce actifs dans le monde, contre seulement 9,2 millions en 2019, ce qui représente une multiplication par trois en seulement six ans ([BuiltWith, 2025](#)). Cette dynamique est soutenue par une forte augmentation des ventes en ligne, atteignant un chiffre d'affaires mondial estimé à 6,8 trillions de dollars en 2025, avec un taux de croissance annuel moyen de 10 % entre 2023 et 2028 ([Statista, 2025](#)). Par ailleurs, le nombre de consommateurs en ligne dépasse aujourd'hui les 2,71 milliards, avec une projection de 2,77 milliards d'acheteurs numériques en 2025 ([Oberlo, 2025](#)).

Cette transformation numérique ne se limite plus aux pays développés ; elle affecte progressivement les économies émergentes, où les habitudes des consommateurs changent sous l'influence de la numérisation et des évolutions technologiques. Dans ce contexte, de nombreuses entreprises adoptent de nouvelles stratégies marketing axées sur l'expérience utilisateur, la personnalisation, la rapidité du service et la confiance. Quant à elle, l'Algérie a connu un développement significatif du commerce électronique, grâce à l'accès accru à Internet et à l'augmentation de l'utilisation des smartphones. Cependant, ce type de commerce est toujours confronté à des défis et des difficultés, notamment le manque de confiance entre acheteurs et vendeurs et la rareté des marchandises. Malgré ces difficultés, un nombre croissant d'entreprises et d'entrepreneurs locaux investissent dans le domaine numérique, créant un marché avec des plateformes sûres et fiables pour les consommateurs.

En d'autres termes, bien que le commerce électronique en Algérie reste encore en phase de développement par rapport à d'autres régions du monde, le pays connaît une évolution notable de ses habitudes de consommation. L'augmentation du taux de pénétration d'Internet, l'explosion de l'usage des smartphones et la jeunesse de la population connectée ont accéléré la transition vers le digital. En outre, le nombre de sites e-commerce officiellement enregistrés est passé de 337 au 1er trimestre 2023 à 510 au 1er trimestre 2024, montrant une nette progression (CNRC, 2023). En ce qui concerne les transactions, les commerçants algériens ont enregistré 22 millions de transactions électroniques en 2022, pour un montant global de 120 millions de dollars (Banque d'Algérie, 2023). Le revenu généré par le secteur devrait atteindre 936,1 millions de dollars en 2025, avec un taux de croissance annuel moyen de 17,1 % entre 2025 et 2029 (ECDB, 2025). Ces chiffres confirment que l'e-commerce en Algérie est en pleine expansion, offrant ainsi un terrain fertile pour des initiatives innovantes telles que KM Market. De nombreuses initiatives locales voient le jour, portées par des entrepreneurs ambitieux et des startups innovantes. En outre, dans un paysage en constante évolution, l'intelligence artificielle (IA) joue un rôle stratégique en optimisant la logistique, en facilitant les recommandations personnalisées, en renforçant la sécurité des transactions et en améliorant l'interaction client.

C'est dans cette dynamique globale que s'inscrit KM Market, une plateforme de e-commerce de nouvelle génération, qui ambitionne d'intégrer les meilleures pratiques internationales tout en répondant aux spécificités et aux réalités du marché local. Plus qu'une simple place de marché, la plateforme propose une réponse adaptée aux obstacles spécifiques du commerce électronique algérien. En intégrant l'intelligence artificielle, KM Market offre une solution novatrice et sécurisée, capable de restaurer la confiance entre acheteurs et vendeurs. Elle permet notamment de vérifier la fiabilité des produits, d'authentifier les vendeurs et de fluidifier les transactions, tout en garantissant une expérience utilisateur de qualité.

Le développement du commerce électronique transforme profondément les modes de consommation dans le monde, et l'Algérie n'échappe pas à cette dynamique. L'accès croissant à Internet, l'utilisation massive des smartphones et l'éveil numérique de la population ont favorisé l'émergence de nouveaux comportements d'achat. Cependant, malgré ce potentiel, le marché algérien reste confronté à plusieurs freins majeurs qui ralentissent sa croissance : manque de confiance entre vendeurs et acheteurs, incertitudes liées à la qualité des produits et faiblesses logistiques.

C'est dans ce contexte que se pose la problématique suivante : ***Comment instaurer un climat de confiance durable entre les consommateurs et les vendeurs dans le commerce électronique algérien, tout en assurant une expérience d'achat sécurisée, personnalisée et accessible ?***

Pour répondre à cette problématique et face faces aux difficultés rencontrées, KM Market vise à se positionner comme un acteur stratégique du renouveau digital en Algérie. En s'inspirant des standards internationaux tout en les adaptant aux réalités locales, la plateforme entend devenir un modèle de référence pour un e-commerce algérien fiable, inclusif et durable. Elle vise également à soutenir l'économie locale en valorisant les producteurs, artisans et commerçants nationaux à travers une vitrine numérique performante. Son ambition ne se limite pas aux frontières algériennes : en construisant un écosystème de confiance et d'innovation, KM Market aspire à s'insérer progressivement dans les circuits régionaux et internationaux du commerce électronique.

Axe 01 :

Présentation de l'idée du projet

- 1. A propos de l'idée**
- 2. Les valeurs proposées**
- 3. Les objectifs du projet**
- 4. L'équipe du projet**
- 5. Le planning de réalisation du projet**

Introduction

Dans un monde en pleine transformation digitale, **KM Market** se présente comme une plateforme innovante qui facilite la vente et l'achat de produits en Algérie. Pensée pour être **accessible, pratique et sécurisée**, elle permet aux vendeurs de valoriser leurs offres et aux acheteurs de trouver ce dont ils ont besoin en quelques clics. Née d'une passion pour le commerce et d'une volonté de moderniser les échanges, KM Market connecte les acteurs du marché local à travers une solution simple, moderne et adaptée aux réalités du terrain.

1. A propos de l'idée

KM Market est une plateforme innovante conçue pour faciliter les ventes de produits en fournissant une plateforme facile à utiliser et alimentée par l'IA. KM Market permet aux utilisateurs de trouver rapidement ce qu'ils ont besoin tout en profitant d'une expérience d'achat fluide et sécurisée et en obtenant tous les produits du marché. Elle représente une opportunité unique pour les vendeurs qui souhaitent atteindre un large public et améliorer leurs ventes. Ils peuvent facilement répertorier leurs produits, gérer leurs annonces, interagir avec des acheteurs potentiels et même utiliser l'intelligence artificielle pour les aider à commercialiser leurs produits. La plateforme propose également :

- Système de notation et de recommandation pour renforcer la confiance des acheteurs.
- Une fonctionnalité de carte interactive qui permet aux vendeurs d'afficher leur emplacement pour attirer les clients qui préfèrent acheter en magasin.
- Grâce à l'IA, les vendeurs peuvent augmenter leur visibilité frontale, améliorer la gestion de leur entreprise et maximiser leurs revenus.

En outre, la plate-forme **KM Market** offre aux acheteurs une navigation facile des produits avec navigation et bénéficie également des avantages des remises. Parmi les avantages offerts Un moteur de recherche pour trouver rapidement ce dont ils ont besoin.

- Avis et recommandations pour assurer des achats de qualité.
- Option carte géographique , pour les personnes qui préfèrent magasiner en personne.
- Service de livraison sécurisé directement au domicile du consommateur, avec un système de

vérification du colis avant qu'il n'atteigne le consommateur.

1. Les valeurs proposées

1.1 Accessibilité et Simplicité d'Utilisation

1.1.1 Pour les acheteurs

- **Interface facile** : navigation fluide et pratique pour tous les utilisateurs, permettant à tous les utilisateurs de poster ou rechercher facilement des annonces aussi diversifier les biens permettant à tous les utilisateurs d'obtenir tous leurs besoins.

- **Inscription rapide dans la plateforme** : Lors de l'entrée sur une plateforme, tout utilisateur peut naviguer sans s'inscrire dans la plateforme, mais lors de l'achat, un compte simplifié doit être créé avec un accès rapide aux services.

- **Large choix de produits et services** : une plateforme ouverte et diversifiée pour des produits variés dans tous les secteurs (mode, électronique, services, etc.), rendant l'affichage diversifié et accessible à tous.

1.1.2 Pour les vendeurs

- **Publier des annonces en quelques clics** : une interface intuitive permet aux vendeurs d'ajouter un produit en quelques étapes et de l'afficher. Les fonctionnalités publicitaires peuvent également être utilisées pour atteindre un nombre suffisant de consommateurs.

- **Tableau de bord simplifié** : gérer la publicité, suivre les interactions des acheteurs et voir les statistiques de ventes.

- **l'intelligence artificielle** : Elle trie les produits par catégories spécifiques, ce qui permet de voir plus facilement les meilleures offres pour les consommateurs.

1.2 Confiance et Sécurité

- **Système de classification et d'examen** : les acheteurs peuvent évaluer leurs transactions, laisser des commentaires et contacter les vendeurs, permettant aux autres utilisateurs d'identifier les vendeurs de confiance en fonction des évaluations et des offres disponibles.

- **Vérification du vendeur et du produit** : La plateforme fonctionne sur le point le plus important de la validation des annonces pour empêcher les escroqueries, les vols et l'examen

des produits avant d'atteindre le consommateur.

- **Messages sécurisés** : Le chat intégré permet aux acheteurs et aux vendeurs de discuter directement sans partager leurs données personnelles.

1.3 Garantie de l'acheteur

- **Conditions d'achat claires** : description détaillée des produits avec photos, caractéristiques et toutes les informations sur le produit.

- **Système d'alerte** : les utilisateurs peuvent signaler les vendeurs frauduleux ou volés ou en cas de publicités suspectes.

1.4 Flexibilité dans l'Achat et la Vente

1.4.1 Options du fournisseur

- **Géolocalisation des annonces** : les vendeurs peuvent les localiser sur la carte afin que les acheteurs à proximité puissent facilement les contacter ou aller voir les vendeurs en personne.

- **Gestion rationalisée des stocks** : placement pour la publicité de chaque produit et les afficher dans les moindres détails et être en mesure d'étiqueter le produit comme "vendu" avec un clic.

1.4.2 Options des acheteurs

- **Achat en ligne ou en magasin** : les utilisateurs peuvent choisir d'acheter sur une plateforme ou de se rendre directement chez le vendeur avec une fonction de carte.

- **Méthode de paiement flexible** : Assurance du paiement en ligne soit via CCP ou BARIDI MOB ou paiement à réception.

Système d'alerte : Alerter les utilisateurs de nouveaux produits sur le marché.

1.5 Opportunités pour tous

1.5.1 Avantages pour les fournisseurs

- **Atteindre un large public** : augmenter la visibilité des produits des fournisseurs sur la plateforme et utiliser les fonctionnalités d'intelligence artificielle qui vous aident à accroître l'efficacité de la vente de vos produits.

- **Pas besoin de posséder un magasin physique** : les nouveaux vendeurs peuvent commencer à travailler sur la plateforme et proposer leurs produits sans avoir à investir dans un magasin physique et utiliser toutes les fonctionnalités de la plateforme pour vendre des produits avec succès.

- **Amélioration des coûts** : La plateforme peut être utilisée pour des produits gratuits et affichés sans payer de publicité ou d'options promotionnelles payées sur la plateforme.

1.5.2 Avantages pour les acheteurs

- **Prix compétitifs** : Un point important pour un acheteur de comparer les prix offerts et profiter des rabais et acheter facilement et obtenir des prix utiles et attrayants.

- **Large gamme de produits** : L'accès à de nombreuses offres allant des nouveaux produits aux articles d'occasion en très bon état.

- **Large comparaison** : la capacité de comparer de nombreux fournisseurs et produits offerts et de trouver les meilleurs prix et offres.

2. Les objectifs du projet

Nos objectifs se différencient sur les trois différents termes, sur le court, le moyen et le long terme.

Tableau 1 : Objectifs de KM Market sur le court terme

Objectif	Spécifique	Mesurable	Atteignable	Réalisable	Temporel
Lancer la plateforme et atteindre un premier seuil d'utilisateurs	Développer la plateforme dans la pratique et la rendre prête à faire des ventes et des achats en ligne Passer en revue tous les	Atteindre 10 000 utilisateurs actifs	L'utilisation du marketing digital, de la publicité ciblée et l'utilisation d'influenceurs algériens pour promouvoir la plateforme	Forte demande pour le e-commerce en Algérie	6 mois

AXE 1 : Présentation de l'idée du projet

	avantages afin de les rendre disponibles et efficaces pour tous				
Améliorer l'expérience utilisateur et la sécurité	Fournir une plate-forme transparente, sécurisée, conviviale, accessible et accessible avec toutes ses fonctionnalités	Taux de satisfaction > 70%	d'outils de feedback comme des messages ...	Mises à jour et développements continus de la plateforme et gestion des problèmes en peu de temps	Mises à jour tous les 2 mois
Atteindre la rentabilité du projet	Générer des revenus grâce à la publicité, aux frais de transaction et également à partir de l'inscription dans AI	Obtenir 20 000 DA/mois	Évolution et croissance du nombre d'utilisateurs grâce à des offres attractives et de la commodité dans la plate-forme par la facilité d'utilisation et la disponibilité de tous les	Modèle économique viable basé sur l'augmentation de la communauté	6 mois

			biens et fiabilité		
Développer un réseau de partenaires logistiques et financiers	Collaborer avec des services de livraison	Signer des accords avec au moins 2 partenaires	Négociation avec des acteurs locaux du e-commerce par exemple Services de Livraison Solutions de Paiement en Ligne Fournisseurs et Grossistes	Besoin croissant de solutions de paiement et Encourager le paiement en ligne	6 mois

Source: Elaboré par nos soins.

2.2 Objectifs de KM Market sur le moyen terme

Sur un horizon de 1 à 3 ans, KM Market vise à renforcer et tenter d'imposer sa présence sur le marché algérien tout en posant les bases de sa croissance future. Les principaux objectifs comprennent la sensibilisation à la plateforme par des campagnes de réseautage ciblées, des stratégies de marketing par l'exploitation des réseaux sociaux, des partenariats avec des influenceurs locaux et des procédures de marketing numérique. Cette approche vise à faire de KM Market une référence centrale dans la vente en ligne de produits et services.

Dans le même temps, KM Market vise à fidéliser les utilisateurs en leur offrant une expérience transparente, intuitive et sécurisée des avantages qui leur sont offerts ainsi que des mises à jour sur toute la plateforme. À cette fin, des outils tels que le système de classification, les recommandations personnelles, les programmes de fidélisation et de parrainage seront appliqués et des rabais seront également appliqués toutes les deux semaines. L'objectif est de

créer une communauté véritablement interactive autour de la plateforme.

Un autre domaine prioritaire est l'amélioration de la qualité des annonces publiées. Cela nécessite la mise en place d'un système de modification intelligent, basé sur l'intelligence artificielle, pour aider les vendeurs à publier leur publicité et choisir les bons produits par marché, assurant ainsi une meilleure expérience de l'acheteur. KM Market vise également à élargir son réseau de partenaires vendeurs, en ciblant les commerçants locaux et les petites entreprises qui souhaitent numériser leurs activités en particulier tout en leur offrant les meilleures offres. Des outils professionnels tels que la gestion des stocks, l'accès aux statistiques de performance et une visibilité accrue seront introduits sur la plateforme pour les encourager à rejoindre l'écosystème KM Market. Enfin, l'amélioration de la logistique et des services de livraison sera un point focal dans les années à venir. KM Market prévoit de collaborer avec des partenaires locaux pour offrir des solutions fiables, rapides et rentables. Avec le développement d'un système de suivi des commandes en temps réel, il améliorera la transparence et la satisfaction des utilisateurs.

Dans cette dynamique, l'intégration progressive de l'intelligence artificielle jouera un rôle crucial. L'objectif est d'enrichir et de rendre plus agréable l'expérience utilisateur grâce à des fonctionnalités intelligentes telles qu'un moteur de recherche amélioré, un programme de chat de soutien à la clientèle et la génération automatique de descriptions d'images. À moyen terme, ces outils permettront à KM Market de se distinguer clairement de ses concurrents et cette fonctionnalité est également très utile pour les vendeurs afin d'améliorer leurs ventes sur la plateforme.

2.3 Objectifs de KM Market sur le long terme

À long terme, KM Market ambitionne de devenir la première plateforme e-commerce en Algérie et Acter, s'établissant à l'échelle régionale, en Afrique mais aussi dans l'expansion de l'Etat russe. L'objectif est de créer un écosystème fort, intégré et accessible, ainsi que de développer et mettre à jour des avantages nouveaux et sophistiqués, en facilitant les achats et les ventes toujours plus nombreux. Pour y parvenir, la plateforme doit fonctionner en permanence dans le sens du marché, suivre tous ses développements et également surveiller la technologie moderne et son application dans la plate-forme.

Un autre objectif clé à long terme est de devenir une plate-forme essentielle pour les entreprises locales et les PME en leur fournissant un cadre sécurisé et des outils efficaces pour développer leurs activités en ligne et les aider dans leurs opérations. Cela comprend la mise en

œuvre de solutions avancées de gestion des stocks, l'analyse du rendement des ventes, ainsi que les outils de marketing numérique pour maximiser leur visibilité et atteindre un public plus large. KM Market vise à jouer un rôle central dans la numérisation des PME en Algérie et en Afrique du Nord ainsi qu'en Russie. Enfin, KM Market recherchera la rentabilité tout en maintenant un modèle d'affaires responsable et éthique. L'objectif est de créer des entreprises durables, tout en étant rentables, qui continuent d'apporter une réelle valeur ajoutée à la société en facilitant le commerce, en soutenant les entrepreneurs locaux et en favorisant une économie plus inclusive et transparente.

3. L'équipe de projet

L'équipe de projet est si importante parce qu'elle combine différentes compétences et expériences et stimule la créativité, la coopération et l'efficacité dans la résolution de problèmes et le développement.

Voici l'équipe de notre projet « **KM MARKET** » :

Le responsable : **TAKI ABDELKRIM**, née le 8 JUILLET 2002, actuellement étudiante à l'école supérieure de management à Tlemcen, master 2 spécialité Marketing. KARIM est une personne ambitieuse, avec une vision claire et une façon de penser réaliste basée sur l'imagination et la réalité. Il a une grande capacité à communiquer efficacement et à nouer des relations grâce à ses expériences dans le monde du travail dès son plus jeune âge, ses expériences passées en marketing et commerce vous ont donné une compréhension approfondie du marché et de la compréhension du comportement des consommateurs algériens. Il bénéficie également de l'esprit d'initiative et de participation des membres de l'équipe, une personne organisée, créative et aimante à renouveler. Une personne positive, inspirante, possède tous les ingrédients pour réussir en entrepreneuriat.

4.1 Tâches de Karim

- **Planification stratégique** : Détermination d'une vision à long terme et à court terme de la plateforme, des objectifs à long terme et à court terme, ainsi que de l'orientation de la croissance. Il a travaillé pour le développer
- **Marketing Management** : Développer des plans de marketing efficaces en ligne avec la société algérienne, attirer les utilisateurs, construire une marque forte et la faire ancrée dans l'esprit du consommateur.
- **Mise en réseau et établissement de partenariats** : Travailler avec les fournisseurs et établir une relation solide avec eux, les clients et les entreprises de livraison pour assurer l'intégration

de la plateforme

- **Supervision générale** : Suivre le développement de la plateforme avec Mariam, développeur de la plateforme, et s'assurer que tout est en ordre selon les plans stratégiques.
- **Service à la clientèle et gestion de la communauté** : Construire une relation solide basée sur la connectivité avec les utilisateurs et améliorer leur expérience au sein de la plate-forme.

4.2 Membre du projet

ZENASNI Soumia, Enseignante chercheuse à l'Ecole Supérieure de Management-Tlemcen, Professeur en Economie et Finance. Je m'intéresse aux domaines suivants :

- Gestion financière d'entreprises
- Comptabilité de gestion
- Finance internationale et finance d'entreprises
- Economie bancaire, monétaire et financière
- Économétrie financière

Je m'en occupe de la responsabilité financière de l'entreprise KM Market. Je suis chargée de :

- Superviser la finance et la trésorerie
- Élaborer la stratégie financière

4. Le planning de réalisation du projet

5.1 Phase de préparation (1 mois jusqu'à 3 mois)

- **Étude de marché et validation des concepts**
 - Analyse concurrentielle : étude détaillée sur les plateformes en Algérie (Jumia, Dakneis,
 - Identifier les besoins des utilisateurs : réaliser des enquêtes et des entretiens pour comprendre les attentes et une compréhension détaillée des problèmes rencontrés par les vendeurs et les acheteurs et essayer de développer des solutions.
 - Définition des caractéristiques clés : Définir les éléments de base qui aident les vendeurs et les acheteurs (chat intégré, carte interactive, livraison, vérification du produit, etc.).
 - Analyse des contraintes techniques et juridiques : vérification des règles relatives au

commerce électronique en Algérie et travail dans le cadre de ces lois.

- **Planification stratégique et organisation**

- Spécifications : un document DE BMC détaillant les spécifications fonctionnelles et techniques de l'application.
- Définition du modèle d'affaires :
 - Comité des ventes?
 - Abonnement fournisseur premium ?
 - Annonces intégrées?
 - La livraison ?
- Sélection de la technologie : développement des outils de développement de la plateforme (frameworks, base de données, hébergement, etc.).

5.2 Phase de développement (3 mois jusqu'à 6 mois)

- Conception de l'interface utilisateur (UI/UX)
 - **Développement des fonctions de base**
 - Créer des comptes et des profils d'utilisateurs.
 - Vérification de l'affichage publicitaire (avec photos et descriptions) par les fournisseurs.
 - Vérifier le système de messages entre acheteurs et vendeurs et son efficacité.
 - Assurer l'efficacité d'une fonction interactive de carte du site du fournisseur.
 - **Intégration avancée et amélioration**
 - Vérifiez le système de notation et la cote des fournisseurs dans la plateforme et assurez-vous que les notifications atteignent les acheteurs.
 - Mise en œuvre de l'algorithme de recommandation.
 - Vérification du produit (système de rapport et de modération) et vérification du fournisseur pour éviter une tentative d'assassinat .
 - **Tests internes et corrections**
 - Essayer de corriger des bogues.
 - Optimiser les performances de la plateforme et tous ses avantages.
 - Finalisation de la conception.
 - **Responsabilités de la responsable de la plateforme : Contexte du marketing et de la communication**
 - Processus de publicité pour une plateforme et soumission à un marché.

- Développez les comptes de la plateforme (Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn).

- **Mise en œuvre d'une stratégie de contenu :**

- Articles de blog sur l'importance de la plateforme.
- Vidéos illustrant le fonctionnement de la plateforme .

5.3 Phase de mise à l'essai et d'amélioration (7 mois jusqu'à 9mois)

- **Améliorations de la version test et beta**

- Embaucher des testeurs : pré-montrer l'application à un groupe d'utilisateurs
- Recueillir des commentaires : identifier les erreurs et essayer de les améliorer et de les corriger.
- Améliorer l'environnement de travail et l'expérience utilisateur.

- **Configuration du lancement officiel**

- Mettre en œuvre des publicités sur Facebook et Instagram .
- Collaborer avec des influenceurs algériens pour publier la plateforme.
- Finaliser les partenariats avec les fournisseurs et les prestataires de services.

5.4 Lancement officiel (9 mois jusqu'à 12mois)

- **Internet et une large promotion de la plateforme**

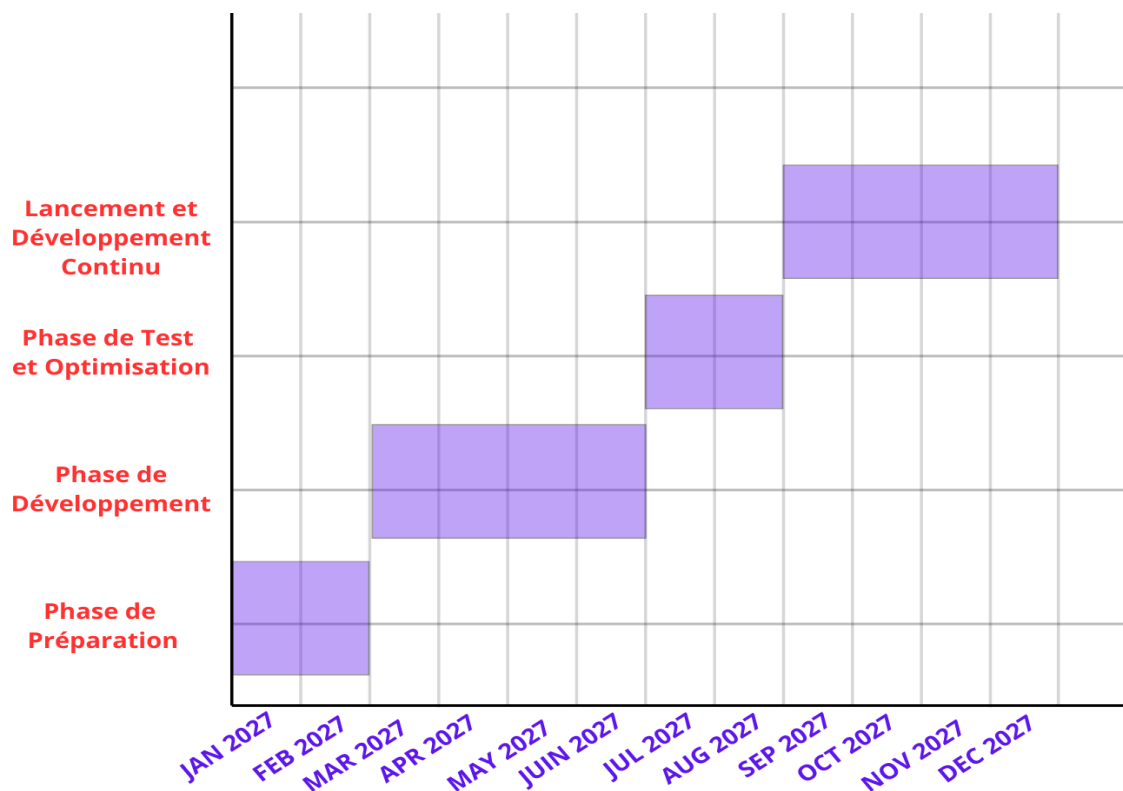
- Annonce officielle du lancement sur toutes les plateformes médiatiques.
- Organiser un événement de lancement en ligne (directement avec le business statement de la plateforme).
- Mettre en place des offres spéciales et attrayantes pour attirer le plus grand nombre d'utilisateurs possible dès le début.

- **Rendement de la plate-forme de voie et améliorations et ajustements continus**

Analyse des résultats préliminaires :

- Nombre d'inscriptions sur la plateforme
- Taux de réussite des transactions
- Les commentaires des utilisateurs sur la plateforme et leurs opinions
- Amélioration continue pour améliorer l'expérience utilisateur et résoudre les problèmes.

Figure 1 : Diagramme de gant de KM MARKET



Source: Élaboré par nos soins

Conclusion

KM Market n'est pas seulement une plateforme de vente, c'est une passerelle vers un commerce plus moderne, plus local et plus accessible. En alliant technologie, simplicité et confiance, le projet ambitionne de transformer l'expérience d'achat et de vente en Algérie, tout en soutenant les acteurs locaux. KM Market, c'est l'avenir du commerce à portée de main.

Axe 02 :

Les aspects innovants

- 1. Nature de l'innovation**
- 2. Domaines de l'innovation**

Introduction

Dans un marché en pleine évolution, KM Market se distingue par ses fonctionnalités uniques et adaptées aux besoins réels des vendeurs et acheteurs algériens. Alliant technologie, simplicité et proximité, la plateforme propose des solutions nouvelles pour moderniser le commerce local et offrir une expérience utilisateur fluide, fiable et efficace.

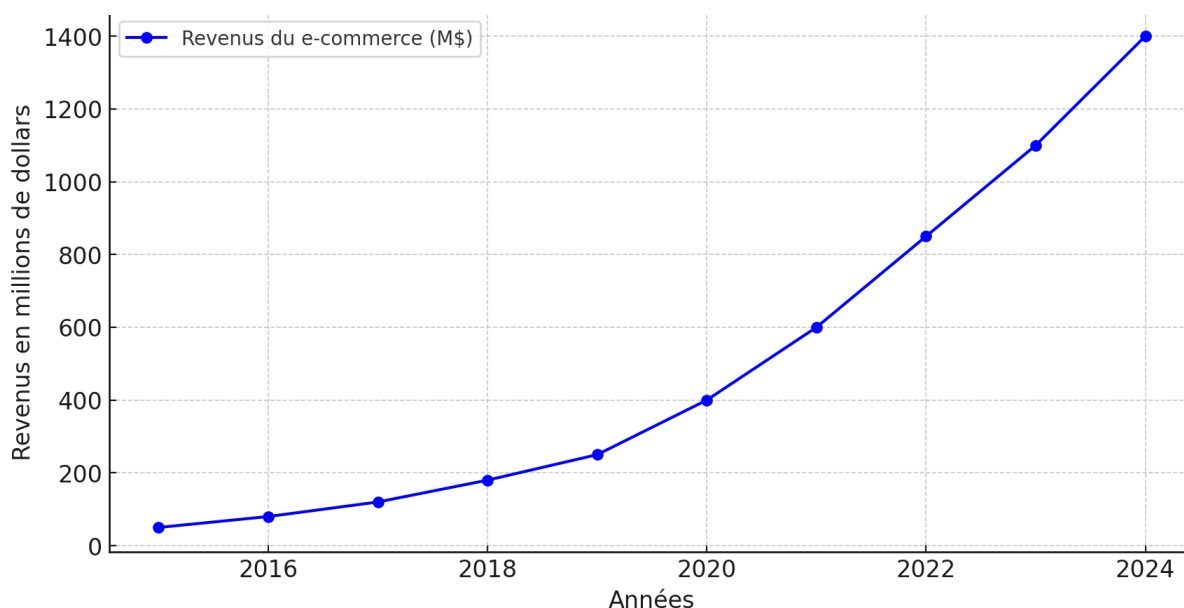
1. Nature de l'innovation

Les entreprises en démarrage, comme KM Market, sont des catalyseurs de l'innovation et du renouvellement et cherchent à répondre aux exigences du marché grâce à de nouvelles solutions et à des ajouts utiles au marché. KM Market n'adopte pas seulement le modèle de vente en ligne classique, il s'appuie, également, sur le renouvellement grâce à leurs fonctionnalités existantes dans la plateforme, telles que la vérification des produits, la géolocalisation des fournisseurs, le service de livraison intégré et les avantages de l'IA, permettre à cette capacité d'améliorer l'affichage en fonction de la rétroaction des utilisateurs et de l'évolution du marché.

L'innovation au sein du marché des MC repose sur une vision forte de l'entrepreneuriat, alliant expertise marketing et développement technologique. KM MARKET bénéficie d'une structure flexible qui lui permet de tester et d'adapter son modèle économique sans contraintes administratives. Le défi est d'assurer un développement continu, car dans le monde des startups, les conditions d'adaptabilité demeurent. En alliant créativité, flexibilité et adaptation au marché, le marché KM incarne parfaitement le rôle d'une start-up innovante, ambitieuse et d'avenir pour la réussite future.

L'innovation du marché KM dépend d'un mélange unique de technologie, de sécurité et de flexibilité moderne, et également de l'utilisation de l'intelligence artificielle qui a beaucoup aidé l'humanité ces derniers temps , la plate-forme a été conçue pour s'adapter aux besoins spécifiques et résoudre les problèmes rencontrés par les consommateurs et les vendeurs algériens. Grâce à l'intelligence artificielle et à une approche hybride entre les ventes en ligne et le commerce des matériaux, la plate-forme offre une expérience plus sûre et plus efficace qui profite aux consommateurs et aux commerçants, et donc une révolution dans le commerce électronique en Algérie et la création de positions de travail dans le commerce électronique.

Figure 2 : Croissance de E-commerce en Algérie 2015 – 2024



Source : Statista Research Department (2024), «Valeur des ventes totales de l'e-commerce en Algérie 2017-2024», Disponible sur le site web : <https://fr.statista.com/previsions/1475641/ecommerce-algerie> .

L'innovation du marché KM dépend de l'intégration des technologies modernes, en particulier de l'intelligence artificielle (IA), pour créer une plate-forme de vente plus sûre et intuitive s'adaptant au marché électronique algérien. Cette innovation profite à la fois aux consommateurs et aux vendeurs en améliorant l'expérience utilisateur et en résolvant leurs problèmes, en améliorant la confiance et en facilitant les transactions, en essayant en particulier de fournir tous les biens dans lesquels le consommateur veut et ne soit pas présent sur le marché.

- **Améliorer l'expérience utilisateur avec le système d'IA**

Smart Recommendations System : Ce système analyse les préférences de chaque utilisateur afin de proposer des produits adaptés à lui et les meilleurs prix et leur donne également l'emplacement du magasin du vendeur sur la carte.

- **Interface intuitive et pratique**

Interface de chaîne simplifiée pour tous les utilisateurs en direct, ce n'est pas compliqué pour le vendeur et l'utilisateur.

- IA chatbot pour 24/7 Aide : Répondre aux questions actuelles, aider à publier des annonces

et gérer les commandes, aussi aider les consommateurs avec des produits purement via des images, Vous pouvez prendre une photo d'un produit et la saisir dans le moteur de recherche afin que l'intelligence artificielle donne des produits similaires au produit souhaité et offre également aux vendeurs des conseils sur les produits les plus recherchés.

- **Sécurité et fiabilité des transactions**

- Vérification automatisée des annonces : Système d'analyse des annonces par l'IA pour détecter les fraudes avant leur publication.

- Évaluation et classification des fournisseurs : Améliore la transparence et aide les acheteurs à choisir des fournisseurs de confiance.

- **Intégration du commerce électronique et du commerce physique**

- Carte interactive du vendeur : Permet aux acheteurs de localiser les vendeurs et d'acheter directement en magasin.

- **Amélioration du service de livraison**

- Système de vérification avant la livraison : vérifier la commande à partir du système et également ouvrir et vérifier le colis avant de l'envoyer au client

- Suivi en temps réel : permet aux acheteurs et vendeurs de suivre leurs colis via la fonction de suivi qui s'affiche lorsqu'un produit arrive et de choisir la qualité de livraison.

- Pay on Delivery (Cash on Delivery - COD) : La méthode algérienne préférée est le Pay On Delivery. Cette plateforme s'est concentrée sur l'importance de ce point.

- **Le rôle de l'innovation pour les consommateurs et les vendeurs**

- **Consommateurs (acheteurs)**

L'innovation permet aux consommateurs de profiter d'une expérience de magasinage plus rapide, plus simple et plus personnalisée et de profiter des offres et des rabais. Les technologies intelligentes, telles que les recommandations automatiques ou la recherche auxiliaire, permettent aux utilisateurs de trouver plus facilement ce qu'ils recherchent tout en offrant une expérience de navigation fluide et sécurisée avec une entière satisfaction.

- Une expérience personnalisée grâce à l'intelligence artificielle, qui propose des produits en fonction de leurs préférences et aussi par capacité d'achat.
- Sécurité renforcée grâce à la détection automatique des publicités frauduleuses et également d'un système qui vérifie le colis avant qu'il n'arrive pour un client.
- Le client peut acheter en ligne ou en magasin grâce à la fonction de carte interactive.
- Divers choix sur la façon de livrer le colis et choisir la bonne entreprise de livraison
- Support 24/7 via CHATBOT intelligent pour une assistance continue.

- **Vendeurs**

Pour les vendeurs, l'IA facilite la gestion de leurs produits et améliore leur apparence sur la plateforme tout en fournissant toutes les informations nécessaires pour créer de meilleures annonces, suivre leurs ventes et atteindre plus de clients sans avoir besoin de connaissances techniques avancées.

- Profitez du chat robot qui aide les vendeurs à augmenter leurs ventes et leur donne également des analyses sur les produits les plus vendus ainsi que la fonction de carte interactive.
- Utiliser la fonction de publicité .

• **Premium Ads**

- Il permet aux vendeurs de payer des frais supplémentaires pour afficher leurs produits en haut des résultats de recherche ou des pages d'accueil et aussi profiter des mots-clés.
- Augmente les chances de vendre des produits en attirant plus d'attention des acheteurs lors de l'entrée sur la plateforme.

• **Publicités ciblées**

- Grâce à l'intelligence artificielle, les produits sont affichés aux personnes intéressées par eux en fonction de leurs intérêts à travers leur recherche sur la plate-forme.
- Aide à améliorer les opportunités de vente de plus en plus efficacement.

2 Les domaines de l'innovation

L'innovation est un élément clé dans le développement du marché de la gestion des connaissances, car elle fournit des solutions modernes aux besoins des utilisateurs et permet également de résoudre leurs problèmes. Travaille dans de nombreux domaines clés qui améliorent l'expérience des consommateurs et la performance des fournisseurs sur le marché et la plateforme. Ces domaines permettent à la plateforme de rester compétitive et efficace et de s'aligner sur les développements et les mises à jour du marché.

2.1 Innovation technologique

L'innovation technologique désigne l'introduction ou l'utilisation de technologies nouvelles ou significativement améliorées dans les produits, services, ou processus d'une entreprise. Elle permet d'augmenter la performance, la productivité, la qualité ou encore l'expérience utilisateur.

Selon l'**OCDE** (Organisation de Coopération et de Développement Économiques), l'innovation technologique est définie comme :

« La mise en œuvre d'un produit (bien ou service) nouveau ou sensiblement amélioré, ou d'un processus, d'une nouvelle méthode de commercialisation ou d'une nouvelle méthode organisationnelle dans les pratiques internes de l'entreprise. » (d'Oslo, 3e édition, 2005)

Les innovations technologiques jouent un rôle essentiel dans la plateforme KM Market. Il permet d'accroître la sécurité, d'améliorer la vitesse du service et de fournir une expérience plus intelligente et personnalisée aux utilisateurs. Grâce à ces développements, la plateforme peut répondre plus efficacement aux attentes des consommateurs et des vendeurs. Ce type d'innovation peut intégrer l'intelligence artificielle et automatisation pour faire des :

- Recommandations personnelles : L'IA analyse le comportement des utilisateurs pour leur fournir des produits connexes et promet en même temps aux fournisseurs de leur fournir des informations sur les produits les plus recherchés dans la plate-forme.
- Filtrage des publicités frauduleuses : Le système d'apprentissage automatique détecte les annonces suspectes qui sont frauduleuses et les bloque.
- Smart CHATBOT : Aider un mécanisme rapide pour aider les vendeurs et les acheteurs à résoudre leurs problèmes dans la plate-forme.

2.2 Innovation logistique et commerciale

L'innovation logistique désigne l'introduction de nouvelles méthodes ou technologies pour améliorer la gestion des flux de produits, d'informations ou de services tout au long de la chaîne d'approvisionnement, dans le but de réduire les coûts, d'augmenter la rapidité ou d'améliorer la qualité. « Une innovation de procédé logistique implique des modifications significatives dans les techniques, les équipements ou les logiciels. » (d'Oslo, Principes directeurs pour le recueil et l'interprétation des données sur l'innovation ,3e édition , 2005)

L'innovation commerciale (ou marketing) correspond à la mise en œuvre de nouvelles méthodes de marketing ou de vente impliquant des changements significatifs dans la conception, le packaging, la communication ou la stratégie tarifaire, afin de mieux répondre aux besoins des clients et pénétrer de nouveaux marchés. « Une innovation marketing est la mise en œuvre d'une nouvelle méthode de commercialisation impliquant des changements significatifs dans la conception du produit, son packaging, sa promotion ou sa politique tarifaire. ».

L'innovation en logistique vise à améliorer la gestion et la livraison des produits de manière plus rapide, plus efficace et plus fiable pour les acheteurs. Cette technologie renforce la confiance entre la plate-forme, les acheteurs, les vendeurs et aussi l'innovation commerciale sont autant de stratégies et d'outils qui augmentent les ventes, attirent de nouveaux clients et fidélisent les anciens clients. Cela traduit l'information en méthodes de marketing numérique modernes, en modèles d'affaires modifiés et en solutions de vente qui aident les commerçants à mieux se positionner sur le marché et à vendre plus.

- Intégration d'une carte interactive :une nouvelle fonctionnalité permet aux acheteurs de localiser les vendeurs dans un magasin sur une carte et cette fonctionnalité permet aux acheteurs d'acheter via la plateforme ou d'aller au magasin.

Cela donne aux vendeurs la possibilité d'attirer du trafic dans leurs magasins.

- La livraison :coopérer avec des sociétés de livraison indépendantes et des entreprises locales et s'associer à elles pour livrer les colis des acheteurs avec vérification du colis avant la livraison.

- Système de suivi en temps réel pour déloger cela afin d'améliorer la transparence.

2.3 Innovation dans l'analyse des données

L'innovation dans l'analyse des données consiste à exploiter les technologies de collecte, traitement et visualisation de données massives (*big data*, intelligence artificielle, apprentissage automatique, etc.) pour créer de nouveaux produits, optimiser les processus ou améliorer la prise de décision. Cette forme d'innovation transforme les données en un levier stratégique. « La valorisation des données massives permet aux entreprises de créer de nouveaux modèles économiques et de proposer des produits ou services adaptés aux comportements réels des clients. » (European Commission, 2020, p. 4).

- Analyser les données pour essayer d'identifier les produits les plus demandés sur la plateforme ou le marché.
- Cette fonctionnalité permet aux vendeurs d'améliorer leur offre, de choisir les meilleurs produits, de les afficher et de bénéficier de l'avantage de la publicité pour atteindre plus d'acheteurs
- Outils de gestion des fournisseurs :Tableau de bord avec des statistiques détaillées sur les ventes et la performance.
- Suggestions sur les stratégies de tarification et les best-sellers.

En résumé, **KM Market** innove dans le e-commerce en Algérie en intégrant l'intelligence artificielle, des solutions et une logistique améliorées ainsi qu'une expérience utilisateur flexible, tout en s'adaptant aux spécificités du marché algérien. Ces innovations permettent de créer une plateforme plus sûre et créent de nouvelles fonctionnalités, de l'efficacité et la connectivité pour les vendeurs et les acheteurs, créent des lieux de travail pour les e-commerçants et fournissent des produits pour chaque acheteur.

2.4 Explication du logo

Figure 3 : LOGO de KM MARKET



Source : Elaboré par nos soins

2.4.1 Aspects d'innovation

2.4.1.1. Modernité

Le style graphique du logo repose sur des lignes élégantes, un design simple et des formes équilibrées, reflétant une identité contemporaine et dynamique. Ce logo reflète l'image d'une plateforme numérique innovante, conçue pour répondre aux besoins du e-commerce contemporain. Cette modernité séduit les jeunes clients en ligne, habitués aux interfaces modernes et professionnelles.

2.4.1.2. Accessibilité

Le choix d'une police claire et lisible et de couleurs homogènes permet à tout utilisateur, quel que soit son niveau d'expérience en ligne, de comprendre rapidement le nom de la marque et son objectif. Ceci reflète la volonté de KM Market de rester accessible à tous : particuliers, start-ups et petites entreprises locales.

2.4.1.3. Confiance

Le logo simple et équilibré, épuré de tout encombrement visuel, inspire la mémoire. Des couleurs comme le bleu sont souvent associées à la tranquillité, à la sécurité et à la crédibilité. La confiance est essentielle pour une plateforme d'achat et de vente, surtout dans un contexte local où la méfiance peut constituer un obstacle.

2.4.1.4. Innovation locale

Le nom KM Market, associé à un style graphique soigné, souligne l'importance d'un projet algérien aux ambitions locales et modernes. Le logo démontre que l'innovation n'est pas l'apanage des grandes marques mondiales, mais peut également naître d'initiatives locales qui comprennent mieux les besoins des utilisateurs du pays. Ce projet est présenté comme une solution technologique au service de l'économie locale.

2.4.2 Justification des choix des couleurs

● Bleu ciel

Le bleu est très utilisé dans les entreprises digitales car il inspire une sensation de sécurité et de sérieux.

Le bleu ciel en particulier donne un aspect frais et moderne, ce qui est parfait pour une plateforme e-commerce algérienne.

→ C'est une couleur qui donne envie de rester, de découvrir, de faire confiance à la plateforme.

● Noir (le mot “market”)

Le noir donne une stabilité visuelle. Il rend le mot “market” fort, visible et sérieux. Cela montre que KM Market est une vraie entreprise fiable, et non juste un projet amateur.

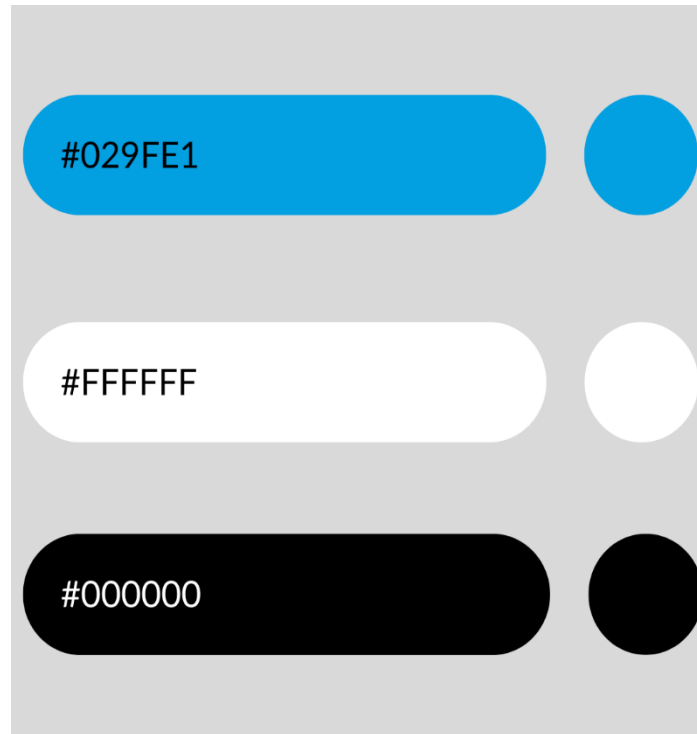
→ Cela renforce l'image de marque et la crédibilité du projet.

● Blanc (fond de la lettre “m” et du caddie)

Le blanc met en valeur la lettre M stylisée et le symbole du chariot, en les rendant propres, lisibles et professionnels.

→ Cela évoque une plateforme simple à utiliser, claire, et qui ne complique pas l'expérience de l'utilisateur.

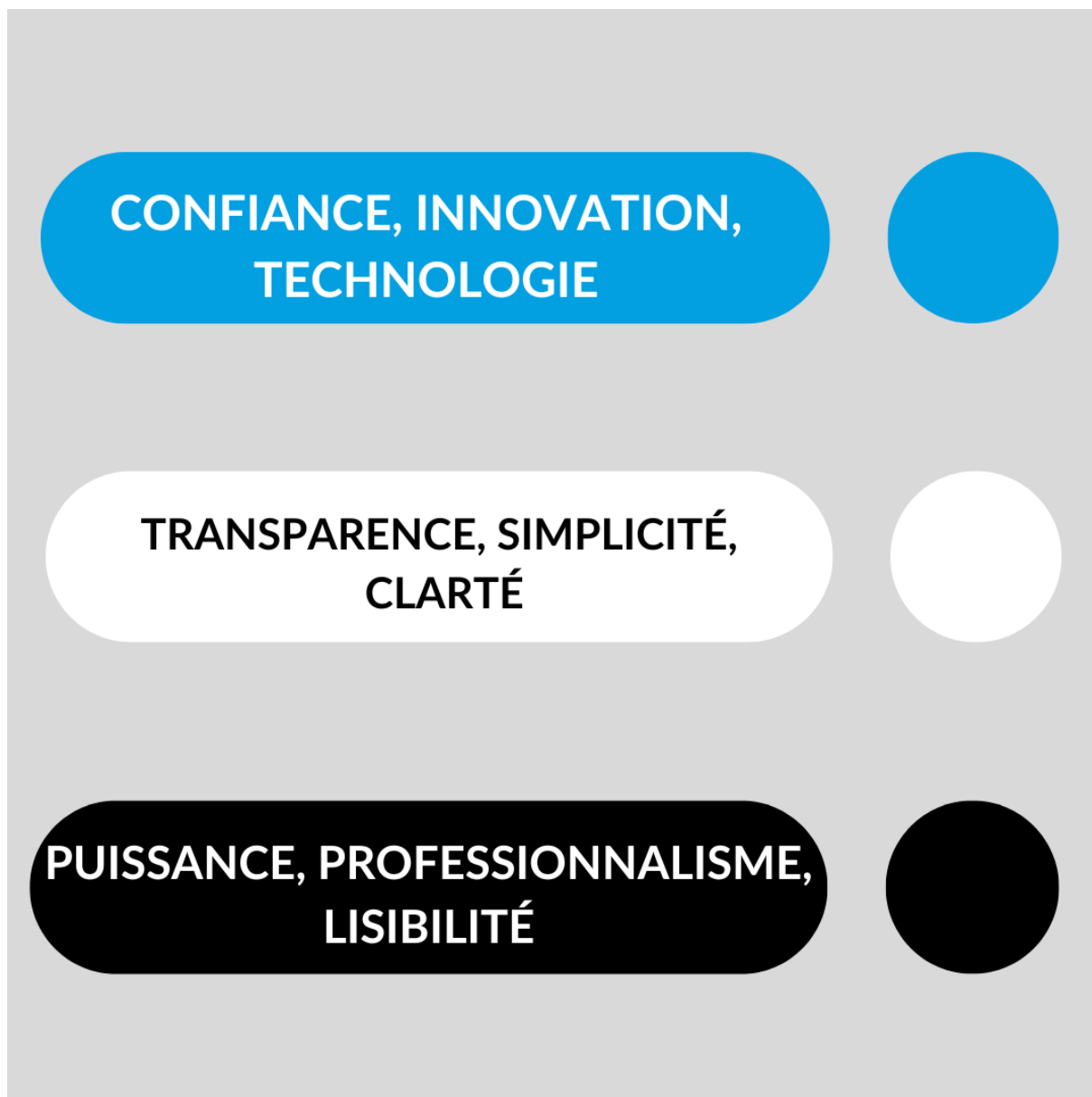
Figure 4 : Les codes du logo km market



Source: Elaboré par nos soins

2.4.3 Explication des couleurs du logo KM Market

Figure 5 : Explication des couleurs du logo KM Market



Source: Elaboré par nos soins

Conclusion

KM Market se positionne comme une plateforme e-commerce innovante, adaptée au contexte algérien, en combinant technologie avancée, logistique optimisée et analyse intelligente des données. Grâce à l'intégration de l'intelligence artificielle, d'un système de livraison sécurisé, d'outils marketing performants et d'une interface centrée sur l'utilisateur, la plateforme répond aux attentes croissantes des consommateurs et soutient les vendeurs dans leur développement. Cette approche globale permet non seulement d'améliorer l'expérience utilisateur, mais aussi de stimuler l'économie numérique locale et d'ouvrir de nouvelles opportunités dans le secteur du e-commerce en Algérie.

AXE 03 :

L'analyse stratégique du marché

- 1. Analyse et diagnostic d'entreprise**
- 2. Segment du marché**
- 3. Mesure de l'intensité de la concurrence**
- 4. Stratégie marketing**

Introduction

L'analyse stratégique du marché permet de comprendre l'environnement global dans lequel évolue KM Market, en identifiant les opportunités à saisir, les menaces à anticiper, ainsi que les forces et faiblesses internes. Dans un contexte de transformation digitale rapide et d'essor du commerce électronique en Algérie, cette analyse est essentielle pour adapter les choix stratégiques, optimiser le positionnement de la plateforme et assurer sa compétitivité sur le long terme.

1 Analyse stratégique d'entreprise

L'analyse stratégique est un processus de recherche sur l'environnement opérationnel d'une organisation. La planification stratégique est une étape essentielle pour la prise de décisions et le bon fonctionnement de l'Organisation. Avec l'aide de la planification stratégique, les objectifs peuvent être atteints ou un point de succès atteint tout en surmontant des obstacles. Pour une amélioration continue, il faut identifier les domaines d'amélioration et les secteurs qui ont déjà un bon rendement, ainsi que les faiblesses. Il est important de réfléchir à la façon de mettre en œuvre des changements positifs et d'ignorer tout ce qui entrave votre progrès.

En analyse stratégique, nous devons connaître nos concurrents et être capables d'identifier une stratégie qui nous aide à devenir un acteur imbattable sur ce marché. L'une des fonctions les plus importantes de la planification stratégique consiste à prévoir les événements futurs et à conclure d'autres stratégies si un plan particulier ne fonctionne pas comme prévu.

1.1 L'analyse stratégique interne

1.1.1 Analyse SWOT

L'analyse **SWOT** (Forces, Faiblesses, Opportunités, Menaces) est un outil stratégique permettant d'évaluer une entreprise, un projet ou un marché en identifiant ses éléments internes (forces et faiblesses) et externes (opportunités et menaces).

Figure 6 : Analyse SWOT



Source : Elaboré par nos soins

1.1.2 Analyse SWOT KM Market

Tableau 2: Analyse SWOT KM MARKET

<u>Forces</u>	<u>Faiblesses</u>
1/ Fonctionnalités innovantes (carte, vérification) 2/Intégration de l'IA : recommandations personnalisées, support intelligent pour les clients et les aider à résoudre leurs problèmes et marcher sur les meilleures offres et une caractéristique distinctive pour les fournisseurs. 3/Approche sécurisée : grâce aux profils utilisateurs, système de notation, et vérification des produits , la plateforme favorise la confiance. 4/Projet adapté aux besoins du marché algérien : prend en compte les réalités locales (habitudes d'achat, besoins des commerçants, livraison flexible). 5/Accessibilité 24/7 : Les clients peuvent acheter à tout moment, ce qui offre une commodité supplémentaire par rapport aux magasins physiques.	1/ Un financement initial insuffisant peut restreindre les ressources disponibles pour le développement et le lancement du projet 2/ Présence de concurrents directs déjà actifs : d'autres plateformes locales de vente en ligne (comme Ouedkniss, Jumia DZ, etc.) sont déjà connues du public et ont une base d'utilisateurs fidèle. 3/Manque de notoriété au démarrage : difficile d'attirer et convaincre les premiers utilisateurs sans historique ni réputation. 4/Développement rapide du commerce électronique : la concurrence est devenue de plus en plus féroce avec l'expansion et le développement des plateformes de commerce électronique du pays, rendant la discrimination et la réussite plus difficiles.

<u>Opportunités</u>	<u>Menaces</u>
1/ Développement rapide du e-commerce en Algérie. 2/ Partenariats avec les services de livraison : la capacité de s'associer à des services de livraison locaux ou nationaux pour améliorer l'expérience des utilisateurs et offrir des options de livraison pratiques aux acheteurs et aux vendeurs, ainsi qu'un système de vérification des produits afin d'accroître la confiance des clients dans la plateforme. 3/ Partenariats avec les services de livraison : la capacité de s'associer à des services de livraison locaux ou nationaux pour améliorer l'expérience des utilisateurs et offrir des options de livraison pratiques aux acheteurs et aux vendeurs, ainsi qu'un système de vérification des produits afin d'accroître la confiance des clients dans la plateforme. 4/ Aides publiques et incubateurs : Le gouvernement et diverses institutions soutiennent les projets innovants en Algérie, ce qui peut permettre à KM Market d'obtenir des financements, des formations ou des ressources pour se développer plus rapidement.	1/ Concurrence croissante de plateformes locales et internationales 2/ Difficulté à retenir de nouveaux utilisateurs si la plateforme ne se développe pas assez rapidement et développe des offres et avantages 3/ Méfiance des consommateurs : En Algérie, certains clients sont encore réticents à acheter en ligne en raison d'escroqueries passées ou du manque de qualité des produits. Cela pourrait ralentir la croissance de la plateforme.

Source: Elaboré par nos soins

1.2 L'analyse stratégique externe

Une fois complétée avec succès par son analyse interne, l'organisation devait savoir quels facteurs externes pourraient être essentiels à sa croissance et à son développement et éviter les obstacles. La mesure de la satisfaction des clients est une méthode d'analyse externe courante.

1.2.1 Analyse PESTEL

L'une des techniques d'analyse externe les plus utilisées. Le processus susceptible d'être adopté à l'aide de la technologie PESTLE est simple et relativement utile pour chaque organisation.

Figure 7 : Model PESTEL

P	Facteurs liés à la stabilité politique, aux politiques publiques, aux règlements gouvernementaux ou encore aux relations internationales.	POLITIQUE
E	Facteurs liés à l'économie locale ou mondiale qui peuvent affecter le pouvoir d'achat ou les coûts de l'entreprise	ÉCONOMIQUE
S	Facteurs sociaux et culturels influençant le comportement des consommateurs, leurs préférences et habitudes.	SOCIAL
T	Facteurs liés à l'innovation et au développement technologique, impactant la façon dont les entreprises opèrent.	TECHNOLOGIQUE
E	Facteurs liés à la durabilité, à l'écologie ou à la réglementation environnementale.	ÉCOLOGIQUE
L	Facteurs juridiques qui influencent les activités commerciales, notamment les lois nationales et réglementations sectorielles.	LÉGAL

Source : Elaboré par nos soins.

1.2.2 Analyse SWOT

Tableau 3: Analyse PESTEL de KM Market

<u>Politique</u>	<u>Économique</u>
-Stabilité politique en Algérie : son impact sur l'investissement et un climat d'affaires favorable. -Politiques de soutien au numérique : programmes étatiques pour encourager la transformation numérique et accroître les activités numériques. -Réglementation du commerce électronique : lois régissant les ventes en ligne, la protection des consommateurs, la TVA, etc.	-Le pouvoir d'achat des Algériens : un critère de base pour déterminer la stratégie prix et aussi déterminer la stratégie discount qui est au niveau de la plateforme. -Taux de chômage élevé : Il peut encourager les gens à utiliser la plateforme et à vendre des produits pour générer des revenus. -Taux de pénétration d'Internet : en augmentation, ce qui est dans l'intérêt de la plateforme.
<u>Socioculturel</u>	<u>Technologique</u>
-Habitudes de consommation algériennes : les jeunes sont plus ouverts à l'idée de faire leurs achats sur Internet. -Confiance dans les e-commerçants : Elle est encore limitée pour certains utilisateurs en raison du problème de manque de confiance dans les produits numériques, et c'est un point fondamental sur lequel la plateforme travaille.	-Croissance de l'utilisation des téléphones mobiles : la majorité des utilisateurs accèdent à Internet via les smartphones -Fournit l'intelligence artificielle et la géolocalisation : une fonctionnalité utile pour améliorer l'expérience utilisateur sur la plateforme (par exemple le suivi des commandes et la carte du vendeur). -Cybersécurité : La protection des données des utilisateurs est un facteur clé de succès pour accroître la confiance dans la plateforme.

<u>Environnemental</u>	<u>Légal</u>
-La tendance à une consommation bénéfique : les consommateurs se tournent de plus en plus vers des produits durables ou de haute qualité, et certains d'entre eux s'orientent également vers des produits respectueux de l'environnement.	-Lois sur la protection des données personnelles : Respecter la législation algérienne (par exemple : loi 18-07 relative à la protection des données personnelles). -Respecter les droits des consommateurs : politique de retour, garantie, système de vérification du produit etc.

Source : Élaboré par nos soins

2 Segment du marché

« Le segment de marché est un groupe de consommateurs partageant un ou plusieurs besoins ou caractéristiques similaires, que l'entreprise choisit de cibler avec une offre marketing spécifique. » (Kotler, 2016).

Le segment de marché ciblé par KM Market est principalement constitué de jeunes adultes âgés de 18 à 35 ans, qui sont connectés, dynamiques et familiers avec l'utilisation des technologies numériques modernes, mais aussi soutenus par une intelligence artificielle qui leur facilite la vie. La plupart d'entre eux vivent dans des zones urbaines en Algérie et également dans des zones semi-isolées en raison de l'accès à Internet dans toutes les régions du pays. Ils recherchent des solutions pratiques, rapides et économiques soutenues par des technologies qui leur facilitent l'achat ou la vente de produits. Ce secteur comprend également les entrepreneurs indépendants, les commerçants locaux et les e-commerçants qui souhaitent accroître leur visibilité et élargir leur clientèle grâce à une plateforme numérique. Il comprend également les étudiants qui veulent gagner un revenu supplémentaire dans leur vie, car la plate-forme offre des possibilités d'emploi appropriées pour chacun d'eux.

2.1 Le marché potentiel

Le marché potentiel pour le marché de la gestion des connaissances est vaste et prometteur, en raison de la croissance continue de l'accès à la technologie Internet et surtout avec l'émergence de l'intelligence artificielle en Algérie. Avec plus de 27 millions d'utilisateurs d'Internet et un nombre toujours croissant de smartphones, il y a une demande croissante pour

les plateformes de vente en ligne locales pour les opportunités d'emploi. Ce marché comprend non seulement les particuliers qui veulent acheter ou vendre des produits, mais aussi les petits commerçants, les artisans, les auto-entrepreneurs, et les start-up qui cherchent à se numériser sans investir dans leur propre site web afin d'éviter plusieurs problèmes et de concentrer leur travail sur la plateforme. En outre, la plateforme KM Market est considérée comme une solution et une opportunité pour chacun d'entre eux, car elle offre tous les avantages pour faciliter le travail et attirer des clients, et l'évolution des habitudes de consommation et l'ouverture progressive des esprits au commerce en ligne améliorent les perspectives de développement à court, moyen et long terme. Établir la confiance entre la plateforme et les consommateurs et renforcer le leadership du commerce électronique en Algérie.

2.2 Le marché cible

Un marché cible est un groupe spécifique de personnes qui partagent des caractéristiques communes qui servent les intérêts de la plateforme et la définissent comme sa clientèle stratégique. Pour le marché de la gestion des connaissances, ce marché cible représente un sous-ensemble du marché total du commerce électronique en Algérie. Il rassemble des personnes qui sont susceptibles d'utiliser la plateforme pour acheter ou vendre des produits et peuvent être des clients fidèles. Les principales variables utilisées pour définir ce marché sont l'âge, le niveau de revenu, la familiarité avec les outils numériques et l'intérêt pour des solutions pratiques, rentables et modernes.

2.2.1 Cible 1 : Des adultes jeunes et connectés à la recherche de résilience économique et d'opportunités locales

Ce segment est composé de jeunes âgés de 18 à 35 ans, plus énergiques et souvent étudiants, les jeunes travailleurs ou entrepreneurs indépendants qui cherchent du travail sur des plateformes numériques pour augmenter leurs revenus et créer une clientèle active, et qui recherchent également des moyens abordables de vendre des biens et d'utiliser les technologies modernes. Promouvoir leurs produits et trouver de bonnes affaires locales.

-Utilisation technologique : utilisation continue de smartphones, d'ordinateurs, de réseaux sociaux et de plateformes numériques.

-Sensibilité aux prix : ils recherchent des produits abordables ou des offres attrayantes

-Préférence pour les solutions locales : Ils préfèrent acheter ou vendre sans les problèmes du

paiement numérique, avec la possibilité de livraison ou de livraison en mains propres.

-Recherche de la confiance : Ils préfèrent les plateformes qui contiennent des systèmes d'enregistrement, de vérification et d'interaction humaine et sont imprégnées de nouvelles technologies.

-Flexibilité : Ils veulent un espace qui soit accessible en tout temps, sans barrières d'entrée complexes et facile à utiliser.

2.2.2 Cible 2 : Petits e-commerçants et entreprises locales cherchant à élargir leur visibilité et leur clientèle

Ce secteur comprend les commerçants locaux, les artisans, les auto-entrepreneurs et les petites entreprises qui offrent des produits et veulent atteindre une clientèle plus large sans avoir à investir dans un site Web ou une application complexe. KM Market leur offre une solution simple, accessible et sécurisée pour présenter leurs offres, communiquer avec des clients potentiels et bénéficier d'une présence numérique à faible coût et de technologies modernes qui augmentent leurs ventes.

Le besoin de transformation numérique : Ces acteurs veulent avoir une présence en ligne sans avoir besoin de compétences techniques avancées. Ils sont les seuls à vendre leurs produits.

Budget limité : Ils recherchent une alternative bon marché aux solutions de commerce électronique traditionnelles qui les aideront à augmenter leurs ventes.

Ciblage local : Ils veulent vendre principalement dans leur région ou leur ville et bénéficier également de la livraison et de l'échange de colis.

Ils recherchent la visibilité : ils ont besoin de se faire connaître et d'attirer plus de clients.

Ouvert à l'innovation : Ils sont prêts à utiliser les outils électroniques modernes de la plateforme tels que la géolocalisation, les avis clients, les systèmes de messagerie intégrés et acceptent un système de vérification des produits avant livraison.

2.3 Justification du choix de cible

Le choix de cibler à la fois les jeunes communicants et les entreprises e-commerce/petites entreprises locales repose sur une analyse réaliste et stratégique du marché algérien actuel. Les

jeunes utilisateurs, âgés de 18 à 35 ans, représentent une grande partie de la population active, et profiter d'une forte présence en ligne grâce à l'utilisation quotidienne des smartphones et des réseaux sociaux et la capacité d'interagir avec ces technologies présentes dans la plate-forme. Comme ils cherchent constamment à augmenter les ventes de manière simple et rapide, , comme l'utilisation de l'intelligence artificielle pour faire de la publicité. Leur dynamisme, leur adaptabilité et leur volonté d'autonomie en font une cible idéale pour un projet comme KM Market.

Dans le même temps, les petits commerçants et auto-entrepreneurs constituent un segment stratégique dans un contexte où la numérisation des entreprises est encore limitée en Algérie. Nombre d'entre eux n'ont pas les moyens techniques ou financiers de mettre en place leur propre site web. KM Market leur offre une solution clé en main pour gagner en visibilité, gérer leurs ventes de manière simple, développer leurs clients sans coûts majeurs et profiter du fanbase existant dans la plateforme. En intégrant ces deux secteurs complémentaires, le marché de la gestion des connaissances crée une synergie entre l'offre et la demande, tout en répondant aux besoins réels du marché : accessibilité, flexibilité, proximité, sécurité dans les transactions et confiance.

3. Mesure de l'intensité de la concurrence

La concurrence commerciale est une dynamique dans laquelle différentes entreprises se font concurrence pour attirer des clients, gagner des parts de marché, maximiser les profits et obtenir une clientèle fidèle. Cela peut se refléter dans les stratégies de prix, les méthodes de marketing, l'innovation et la qualité des produits qui le caractérisent, et c'est ce qui crée la concurrence.

3.1 Types de concurrence

La concurrence se manifeste à la fois sous forme de :

- **Concurrence directe**, où les entreprises proposent des produits ou services similaires et ciblent le même marché.
- **Concurrence indirecte**, où les entreprises offrent des alternatives ou des substituts qui répondent aux mêmes besoins ou désirs des consommateurs.

Ce dynamisme pousse toutes les entreprises à innover et s'améliorer la qualité de ses

produits et services, la modification de ses stratégies et le développement d'une nouvelle méthode de marketing pour gagner des clients afin de rester compétitif sur le marché.

3.2 Les cinq points forts de Porter

Figure 8 : 5 forces de Porter



Source: Elaboré par nos soins

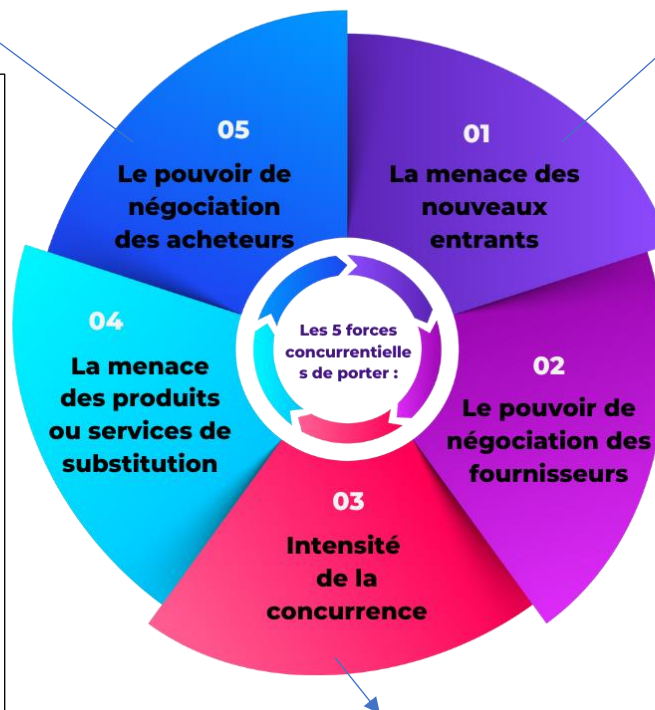
Les cinq points forts de Porter représentent un outil d'analyse stratégique que vous pouvez utiliser pour évaluer le niveau et le degré de concurrence des entreprises ainsi que le niveau de rentabilité potentielle du projet. Dans le cas de KM Market, cet outil permet de comprendre l'environnement concurrentiel du e-commerce en Algérie, de mieux connaître ses forces et ses faiblesses, et de positionner efficacement la plateforme.

Figure 9 : Cinq Forces de Porter

Les consommateurs ont un pouvoir de négociation élevé, en particulier dans l'arène numérique où la concurrence n'est qu'à un clic de la plateforme ou de l'application. Ils comparent les prix sur les plateformes et dans les magasins réels, les notes, les expériences, les réactions et les commentaires des utilisateurs. Par conséquent, KM Market doit offrir une expérience fluide, sécurisée et basée sur la confiance pour fidéliser les clients. Les systèmes d'examen et d'évaluation et la communication directe avec les vendeurs doivent renforcer cette confiance et se concentrer sur la détection de toute fraude des consommateurs.

Le marché numérique reste ouvert à de nouveaux acteurs, notamment grâce aux faibles barrières d'entrée (outils gratuits, réseaux sociaux, système de gestion de contenu) et à la facilité d'accès à un environnement riche en opportunités. Cependant, l'excellence exige une stratégie de marketing claire, des objectifs et des méthodes et un travail sur la confiance des utilisateurs, comme le système d'évaluation ou la carte des fournisseurs fournis par KM Market. Une marque bien positionnée et reconnue réduira progressivement cette menace et rendra toute concurrence difficile pour elles

Les réseaux sociaux (tels que Facebook Marketplace ou Instagram), les groupes WhatsApp ou Telegram sont des alternatives non officielles à KM Market. Cependant, KM Market doit se distinguer par son approche professionnelle, sûre et centrée sur la garantie et faire de la plateforme un environnement adapté à tous, ce qui réduit l'attractivité de ces alternatives pour les utilisateurs exigeants.



Les fournisseurs sont principalement des utilisateurs et des vendeurs (particuliers, commerçants et petites entreprises). Leur puissance est modérée, car la plateforme leur fournit une visibilité et des outils sans coûts élevés et des fonctionnalités supplémentaires pour pouvoir commercialiser leurs produits. Cependant, pour maintenir leur présence et gagner leur fidélité à la plateforme, KM Market devra fournir une interface solide, un support réactif, des outils de gestion simples et une intelligence artificielle pour les aider dans leur travail afin de les encourager à rester actifs sur la plateforme.

Le marché du e-commerce en Algérie est toujours en développement, mais il se développe rapidement avec l'émergence de plateformes locales et étrangères. Cependant, chacun d'eux tente de fournir une expérience distinctive d'achat et de vente entre les particuliers et les professionnels à travers de nouvelles fonctionnalités. Cela donne KM Market un avantage concurrentiel en se positionnant dans un secteur qui n'est pas encore sous-utilisé et essaie de développer ses propres fonctionnalités qui sont différentes des plateformes existantes afin de gagner une clientèle.

Source: Elaboré par nos soins.

3.3 Les concurrents de KM Market

3.3.1 Concurrents directs



Nom : jumia

Siège : LAGOS Nigeria Date

de création: en 2012

Fondateur: Jérémy hodara

Activité principale:marché en ligne qui met en relation des vendeurs et des acheteurs

Nom : ouedkniss

Siège : 346 Parc Ben Omar

kouba Date de création: en



2006

Fondateur:Hichem Soudah, Amine Benmouffok, Ahmed Bouaouina, Mehdi Mounis Bouzid et Djamel Eddine Dib

Activité principale:un site web de petites annonces ,il offre un large éventail de produits et de services.

3.3.2 Concurrents indirects



Nom : Facebook marketplace

Siège : France

Date de création : en 2017

Fondateur : /

Activité principale : il s'agit d'une plateforme intégrée à Facebook, dont le but est de mettre en relation des vendeurs et des acheteurs. Les utilisateurs peuvent donc acheter et vendre des articles neufs et d'occasion à d'autres utilisateurs.

3.4 Les points forts et faibles des concurrents

Tableau 4 : Les points forts et faibles des concurrents

	Points forts	Points faibles
Concurrents directs	- Large base d'utilisateurs. -Interface professionnelle. -Forte notoriété (leader historique) .	- Peu d'innovation sur fonctionnalités sociales. - Offre limitée dans certaines régions. -Manque de technologie moderne.

Concurrents indirects	- une expérience utilisateur plus sophistiquée. -Gratuit et facile d'utilisation - Visibilité rapide.	- Pas de garantie ou sécurité sur les ventes. - Pas d'outil de gestion ou de livraison intégré. -Aucune vérification des vendeurs .
------------------------------	---	---

Source: Elaboré par nos soins

4.Stratégie marketing

4.1 Étude de marché

L'étude de marché est une démarche fondamentale dans le processus de lancement, de développement ou d'adaptation d'un projet. Elle consiste à recueillir, analyser et interpréter des données sur un marché, ses acteurs, ses dynamiques et son environnement, dans le but de réduire l'incertitude décisionnelle. Selon Lambin (2018), l'étude de marché permet de « comprendre les attentes des consommateurs, les évolutions du marché et la position des concurrents, dans le but de définir une offre cohérente et compétitive ». Elle constitue donc un outil d'aide à la décision stratégique, en apportant une connaissance fine du besoin réel du client, des tendances sectorielles, des forces concurrentielles, et des facteurs socio-économiques. (Lambin, J.-J. (2018). Le marketing stratégique et opérationnel (10e éd.). Pearson Education.)

Quant à KM Market, la première étape de la stratégie marketing consiste à mener une étude de marché complète et vérifiée, et à en déterminer les forces et les faiblesses. Cette étape permet d'identifier les besoins réels des utilisateurs et les problèmes auxquels ils sont confrontés en Algérie, notamment en ce qui concerne l'achat et la vente en ligne. Il comprend également une analyse minutieuse des concurrents directs tels que Jumia, Ouedkniss ou des concurrents indirects tels que Facebook Marketplace. Cette étude vise à mieux comprendre les habitudes des consommateurs vis-à-vis des plateformes de commerce électronique.

- Définition des objectifs marketing

Après une analyse minutieuse du marché, KM Market détermine ses objectifs de marketing. À court et moyen terme et en fixant des objectifs stratégiques à long terme, l'objectif principal est d'accroître rapidement la notoriété de la plateforme et de faire en sorte que les clients vivent et profitent des avantages. À moyen terme, l'objectif est de générer un volume élevé d'utilisateurs actifs, vendeurs et acheteurs. Enfin, à long terme, KM Market vise à conserver sa communauté et devenir une référence dans le domaine du commerce en ligne et une plateforme reconnue pour sa fiabilité .

-Segmentation, ciblage et positionnement

La stratégie repose alors sur une segmentation claire du marché tout en identifiant le bon groupe cible. KM Market cible principalement les jeunes âgés de 18 à 35 ans, les commerçants locaux, les entrepreneurs indépendants, les consommateurs familiarisés avec la technologie numérique et ceux qui aiment acheter chez eux. La localisation de la marque est simple et claire : une plateforme 100% algérienne, c'est-à-dire made in Algeria, fiable, rapide et facile d'utilisation pour acheter et vendre des produits ou services et soutenue par les technologies modernes.

-Élaboration du marketing mix (4P)

La stratégie de marketing de KM Market repose sur les quatre piliers du mix marketing. Pour le produit, la plateforme offre un site web intuitif avec des fonctionnalités innovantes telles que la géolocalisation, le système de notification, la diffusion et la vérification d'annonces, le système d'intelligence artificielle qui aide les vendeurs à augmenter leurs ventes et le prix est basé sur un modèle freemium : l'accès est gratuit pour les utilisateurs classiques, tandis que des options premium seront proposées aux vendeurs pour améliorer leur visibilité et augmenter leurs revenus. Enfin, la promotion s'appuie sur les médias sociaux, les influenceurs, la publicité locale et le marketing de bouche à oreille pour atteindre rapidement un large public.

- Lancement de la campagne marketing

Le lancement commercial du marché de la gestion des connaissances se déroulera en plusieurs étapes importantes. Tout d'abord, la phase de suspense sur les réseaux sociaux suscitera l'intérêt pour la plateforme et ses nouvelles fonctionnalités sur le marché grâce à une grande campagne publicitaire. Ensuite, la campagne officielle de lancement mettra en évidence

les principales caractéristiques et avantages de Souq tout en mentionnant les points les plus importants qui ont aidé les vendeurs, y compris des vidéos de démonstration, des offres de bienvenue et des partenariats avec des créateurs de contenu algériens.

-Suivi et optimisation

Une fois la campagne lancée, le processus de surveillance du rendement en matière de marketing commence. Cela comprend l'analyse des statistiques (nombre d'inscriptions, annonces publiées, nombre de clients actifs, etc.) et la collecte des avis des utilisateurs et des personnes sur la plate-forme. Et utiliser les résultats en faisant des ajustements et l'amélioration continue de la stratégie.

4.2 BMC KM Market

Le business model caneva pour le projet KM Market est présenté dans la figure 10.

Figure 10 : Business model canvas



Business Model Canvas



Key Partners • Développeurs de plateformes • Livreurs (Yalidine, zr express...) • Commerçants locaux • Plateformes de paiement (Edahabia, CIB, etc.)	Key Activities • Développement et maintenance de l'application • Gestion des annonces et des utilisateurs • Marketing et communication • Logistique et livraison	Value Propotions • Accessibilité et Simplicité d'Utilisation • Confiance et Sécurité • Garantie de l'acheteur • Flexibilité dans l'Achat et la Vente • Opportunités pour Tous	Customer Relationship • Support client intégré (chat, email) • chatboot pour achatboot pour aide les vendeurs • Notations et avis utilisateurs	Customer Segments • - Particuliers (acheteurs et vendeurs) • - Petits commerçants
Key Resources • Site web KM market • Equipe fondatrice (Karim & Développeur) • Entrepôt/logistique • Réseau de partenaires			Channels • google or safari ios • Réseaux sociaux (Facebook, Instagram, TikTok) • Publicité locale • Bouche-à-oreille	
Cost Structure • Développement de site • Marketing digital et les publicité • Location (entrepôt + bureau) • Équipements (PC, rayonnage)			Revenue Streams • Commissions sur ventes (ex : 5%) • Abonnements premium pour vendeurs • Publicité ciblée sur la plateforme • Frais de livraison	

Source: Elaboré par nos soins

Conclusion

L'analyse stratégique du marché pour le projet KM Market permet de mieux comprendre l'environnement global dans lequel évolue la plateforme. À travers des outils comme l'analyse SWOT, PESTEL, ou encore les 5 forces de Porter, il est possible d'identifier les opportunités à saisir, les menaces à anticiper, ainsi que les forces internes à valoriser. Cette démarche permet à KM Market d'adopter une stratégie adaptée au contexte algérien du e-commerce, en misant sur l'innovation technologique, une logistique performante et une expérience utilisateur différenciante. Grâce à cette analyse, le projet se positionne de manière plus solide et pertinente pour répondre aux besoins des consommateurs tout en assurant sa viabilité sur un marché en pleine croissance.

AXE 04 :

Plan de production et d'organisation

1- Processus de prestation de services

2- L'approvisionnement

3- La main d'œuvre

4- Les Principaux partenaires

Introduction

Le plan de production et d'organisation définit les moyens humains, techniques et logistiques nécessaires au bon fonctionnement de KM Market. Il permet d'assurer une gestion efficace des opérations, depuis le développement de la plateforme jusqu'à la gestion quotidienne des services offerts aux utilisateurs. Ce plan structure les rôles, les responsabilités et les ressources mobilisées pour garantir une expérience optimale aux vendeurs comme aux acheteurs, tout en assurant la croissance et la pérennité du projet.

1 Processus de prestation de services

KM Market fournit un service basé sur la relation entre les vendeurs et les acheteurs à travers une plateforme numérique et la relation entre les vendeurs et la plateforme. Le service doit fournir un espace et un environnement sûrs, confortables et fiables où les utilisateurs peuvent facilement publier, rechercher, vendre ou acheter des produits en utilisant les technologies modernes. La plate-forme offre également un support client, une gestion des annonces et une formation des utilisateurs pour assurer une expérience de haute qualité et aider les vendeurs à augmenter leurs ventes.

-Enregistrement des fournisseurs et prestataires de services : Créez un compte sur la plateforme et profitez des avantages de la plateforme ainsi que des offres et réductions disponibles.

Vérifier l'identité des vendeurs et les informations personnelles (qualité et crédibilité des services fournis) avec la possibilité de placer également un emplacement de magasin sur la plate-forme

-Publier une offre de service : Une description détaillée et vérifiée du produit, fixant le prix et les photos possibles du produit.

-Trouver des clients et découvrir des services : Le client utilise des filtres intelligents comme le type de produit avec le prix, localisation du magasin et les commentaires des clients pour le vendeur et le produit.

-Prise de contact et demande de prestation : Le client clique sur « Contact » ou « PANIER ». Les messages internes vous permettent de poser des questions, de fixer le bon prix et d'obtenir suffisamment d'informations sur le produit.

-Validation de la prestation et confirmation : Le vendeur accepte la demande du client, confirme la disponibilité et envoie un devis si nécessaire et les informations nécessaires, ainsi que le coût total du produit, avec livraison à la porte de la maison.

-Exécution de la prestation : Après l'entente, le vendeur livre le produit aux entreprises de livraison afin qu'elles puissent vérifier le produit avant de le livrer, tandis que le client suit la date d'arrivée du produit. Il s'agit d'une fonctionnalité qui est activée lors de l'achat sur la plateforme.

- Livraison finale et confirmation de satisfaction : Le client confirme que le produit lui a bien été livré et que sa qualité est conforme à la description du vendeur et aux images présentées. Cette étape vise à renforcer la confiance du client envers la plateforme.

-Suivi après-vente et gestion des litiges : S'il y a un problème : Le client peut déposer une plainte contre le vendeur sur la plate-forme, afin qu'il puisse gérer le litige et les problèmes existants et donner à chaque partie son droit.

2 L'Approvisionnement

2.1 Nature de l'approvisionnement

Sur le KM, l'offre concerne : Les vendeurs individuels : qui affichent leurs propres produits sur la plate-forme et il y a aussi Professionnels (magasins, peintres, producteurs) : qui remplissent leur inventaire à partir de leurs propres sources et l'offrent à la vente via la plateforme. Donc KM Market ne stocke pas les produits des vendeurs car ce sont les vendeurs qui s'approvisionnent eux-mêmes avec les produits et les proposent à la vente sur la plateforme.

2.2 Processus d'approvisionnement pour les vendeurs

-Déterminer les sources d'approvisionnement

Les vendeurs doivent trouver pour eux-mêmes des fournisseurs fiables et de bonne qualité de produits : grossistes, fabricants, artisans locaux, importateurs...

Certains peuvent également vendre leur propre production artisanale (p. ex., artisanat, textiles, électronique locale).

-Gestion des stocks

Avant de publier sur KM Market, le vendeur doit avoir le produit en stock et la description qu'il met sur la plateforme doit être identique au produit.

La plateforme peut fournir une option "Quantité disponible" pour indiquer en temps réel combien d'unités sont encore en stock.

-Mise à jour régulière

Si un produit est épuisé ou en rupture de stock, le vendeur doit mettre à jour les informations sur la plateforme.

Son but est de ne pas frauder le consommateur et d'être transparent entre eux .

3 La main-d'œuvre

Dans un projet, l'effectif est organisé de manière légère et efficace pour soutenir le fonctionnement de la plateforme. Au lancement, l'équipe est composée du fondateur de la plateforme (Karim), responsable de la gestion globale, du marketing et des stratégies de la plateforme, et du directeur technique (Maryam), qui développe, met à jour et entretient la plateforme.

Au fur et à mesure que le projet grandit, KM Market emploie progressivement une petite équipe spécialisée : un développeur mobile/web qui, avec développement, peut créer une application pour la plateforme, un travailleur qui sera superviseur pour contrôler les annonces et afficher d'éventuelles réductions, un collaborateur qui supervise le support client pour accompagner les utilisateurs, et un community manager pour activer Presence sur les réseaux sociaux.

L'objectif est d'avoir une structure flexible qui distribue avec précision les tâches aux clients tout en offrant un environnement de travail approprié et positif, pour assurer un service rapide, fiable et de haute qualité et pour accroître la confiance entre la plateforme, les clients et les fournisseurs. La structure est structurée ainsi :

- **Fonction technique**

Directeur technique : Développe, maintient et améliore la plateforme, protège les données des utilisateurs, répare les dysfonctionnements et résout les problèmes.

Freelancers spécialisés (si nécessaire ou à mesure que la plateforme se développe et s'améliore) : développeurs supplémentaires et concepteurs d'interfaces utilisateur, en particulier lors des événements nationaux où il y a une pression importante sur la plate-forme grâce aux offres et aux réductions offertes.

- **Marketing et fonction commerciale**

Directeur du marketing et des communications : Définit et met en œuvre les stratégies promotionnelles, fixe les objectifs de marketing, gère les communications numériques et sensibilise les gens à la plateforme de référence. Community Manager : Active les réseaux sociaux, organise des événements et améliore la participation de la communauté.

- **Service à la clientèle et fonction de gestion**

Agent de soutien à la clientèle : répond aux questions des utilisateurs, gère les plaintes, gère les publicités, assure un service de qualité et assure une livraison sûre des produits aux clients.

4 Les Principaux Partenaires

KM Market coopère avec de nombreux partenaires clés pour assurer le bon fonctionnement, le développement et le succès de la plateforme.

Ces partenaires comprennent les hébergeurs web, qui sont la clé du renouvellement continu, les entreprises de livraison logistique qui assurent une bonne et sûre livraison des produits, ainsi que les influenceurs pour promouvoir la plateforme.

Grâce à ces partenariats, KM Market assure un service sûr et facile d'accès pour ses utilisateurs, également sous le slogan de la sécurité et de la confiance.

4.1 Partenaires Technologiques

-Fournisseurs d'hébergement : Ce sont des entreprises professionnelles spécialisées dans l'hébergement web sécurisé pour assurer la disponibilité et la vitesse du site (par exemple : OVH, AWS, etc.) et également spécialisées dans le développement de l'intelligence artificielle et la fourniture d'une base de données plus importante.

4.2 Partenaires Logistiques

-Sociétés de livraison : Partenaires responsables de l'expédition et de la livraison des produits vendus dans le marché KM et de la vérification du produit avant sa livraison au client. (Exemples possibles : Yalidine, ou transporteurs locaux.) Ces entreprises sont considérées comme l'axe le plus important de la plateforme.

4.3 Partenaires Marketing

-Influenceurs : La collaboration avec les créateurs de contenu pour promouvoir la plateforme est un objectif stratégique de marketing visant à attirer une clientèle grâce aux publications sponsorisées qu'ils publient et aux avis des clients grâce à leur expérience de la plateforme.

4.4 Objectif des Partenariats

Amélioration de la qualité du service : En s'appuyant sur nos partenaires spécialisés dans le développement du service de la plateforme et le renforcement de la défense de sécurité de la plateforme.

Assurer des opérations de livraison fluides : Grâce à des sociétés de livraison fiables et avec un système de vérification du produit avant sa livraison, cela renforce la confiance.

Augmenter la visibilité et la notoriété : en collaborant avec des influenceurs qui ont une grande base de fans

Cela fait mal d'atteindre un public plus large.

Accélérer l'innovation : en s'entourant de partenaires technologiques capables d'apporter des solutions rapides et efficaces lorsque des problèmes ou des dysfonctionnements surviennent.

Conclusion

Le processus de prestation de services de KM Market repose sur une organisation fluide, transparente et sécurisée entre vendeurs, acheteurs et la plateforme. En mettant l'accent sur la vérification des vendeurs, la clarté des annonces, la communication directe entre utilisateurs et une logistique de livraison fiable, KM Market garantit une expérience client de qualité. Ce système renforce la confiance des utilisateurs, encourage les transactions et contribue à la fidélisation, tout en créant un environnement propice à la croissance des ventes pour les vendeurs.

AXE 05 :

Le plan financier

- 1. Les coûts et les charges**
- 2. Le chiffre d'affaires**
- 3. Le tableau de compte des résultats**
- 4. Le bilan prévisionnel**

Introduction

Le plan financier est une étape essentielle dans la structuration d'un projet entrepreneurial, car il permet d'évaluer la faisabilité économique et la rentabilité potentielle du projet. Il sert de base pour anticiper les besoins en financement, estimer les revenus, gérer les charges, et convaincre d'éventuels investisseurs ou partenaires. Pour KM Market, ce plan offre une vision chiffrée du développement de la plateforme, en tenant compte des coûts de lancement, des abonnements, des commissions, des dépenses marketing et logistiques, ainsi que des prévisions de ventes. Il aide ainsi à mesurer la viabilité du projet sur le court et moyen terme.

1 Les coûts et charges

1.1 Structure des coûts

Dans le cadre du développement de KM Market, plusieurs coûts et charges sont à prévoir. On distingue principalement les coûts de création de la plateforme (développement, hébergement, design), les frais marketing pour faire connaître l'application (publicité, réseaux sociaux), ainsi que les charges de fonctionnement (maintenance, salaires éventuels, abonnements). Si un service de livraison est intégré, des coûts logistiques s'ajoutent. Enfin, il faut anticiper les charges fiscales liées à la structure juridique de l'entreprise, ainsi qu'une marge pour les imprévus.

Tableau 5 : Les Coûts et charges

AXE 5: Plan financier

Catégorie de charges	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Frais de l'informaticien (développement du AI)	350 000	350 000	350 000	350 000	350 000
Frais de marketing/publicité	200 000	210 000	220 000	230 000	240 000
Location espace de travail (coworking, bureau)	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000
Internet (abonnement annuel)	48 000	48 000	48 000	48 000	48 000
Frais d'électricité et d'eau	198 000	198 000	198 000	198 000	198 000
TOTAL	1 396 000	1 406 000	1 416 000	1 426 000	1 436 000

Source: Elaboré par nos soins

1.2 Investissement initial

Tableau 6 : Investissement initial

Bien amortissable	Coût estimé (DA)
Ordinateur pour gestion	200 000 DA
Smartphone professionnel	150 000 DA
Appareil photo (qualité produits)	300 000 DA
Mobilier de bureau	250 000 DA
Voiture utilitaire (FIAT)	2 300 000 DA
Imprimante multifonction	60 000 DA
TOTAL	3 260 000 DA

Source: Elaboré par nos soins

2 Le chiffre d'affaires

Les revenus de KM Market proviennent principalement des commissions perçues sur les ventes réalisées via la plateforme, des abonnements premium proposés aux vendeurs ainsi que des revenus publicitaires. En tant que marché de produits et services, KM Market ne vend pas directement, mais facilite plutôt les échanges entre particuliers et professionnels, en prenant un pourcentage de chaque transaction. Ce modèle d'affaires génère une augmentation des revenus proportionnelle à l'augmentation du nombre d'utilisateurs actifs et de transactions sur la plateforme.

Tableau 7 : Le chiffre d'affaires pour les ventes

Mois	Ventes (nb)	CA produit (nb × 3 000 DA)	Commission 5 %
Janvier	150	450 000 DA	22 500 DA
Février	170	510 000 DA	25 500 DA
Mars	190	570 000 DA	28 500 DA
Avril	210	630 000 DA	31 500 DA
Mai	230	690 000 DA	34 500 DA
Juin	250	750 000 DA	37 500 DA
Juillet	270	810 000 DA	40 500 DA
Août	290	870 000 DA	43 500 DA
Septembre	310	930 000 DA	46 500 DA
Octobre	330	990 000 DA	49 500 DA
Novembre	350	1 050 000 DA	52 500 DA
Décembre	370	1 110 000 DA	55 500 DA
Total	3120	9 360 000 DA	468 000 DA

Source: Elaboré par nos soins

Tableau 8 : Le chiffre d'affaires pour la publicité

Mois	Annonces cumulées	Revenu pub mensuel (DA)
Janvier	6	15 000 DA
Février	9	22 500 DA
Mars	12	30 000 DA
Avril	15	37 500 DA
Mai	18	45 000 DA
Juin	21	52 500 DA
Juillet	24	60 000 DA
Août	27	67 500 DA
Septembre	30	75 000 DA
Octobre	33	82 500 DA
Novembre	36	90 000 DA
Décembre	39	97 500 DA
Total	270	675 000 DA

Source: Elaboré par nos soins

Tableau 9 : Le chiffre d'affaires pour les abonnements

Mois	Abonnés cumulés	Revenu abonnements mensuel (DA)
Janvier	15	60 000 DA
Février	20	80 000 DA
Mars	25	100 000 DA
Avril	30	120 000 DA
Mai	35	140 000 DA
Juin	40	160 000 DA
Juillet	45	180 000 DA
Août	50	200 000 DA
Septembre	55	220 000 DA
Octobre	60	240 000 DA
Novembre	65	260 000 DA
Décembre	70	280 000 DA
Total	510	2 040 000 DA

Source: Elaboré par nos soins

Tableau 10 : Le chiffre d'affaires pour 5 ans

Année	Commission	Abonnements	Publicité	Total CA Services (DA)
N	468 000 DA	2 040 000 DA	675 000 DA	3 183 000 DA
N+1 (15 %)	538 200 DA	2 346 000 DA	776 250 DA	3 660 450 DA
N+2 (25 %)	672 750 DA	2 932 500 DA	970 313 DA	4 575 563 DA
N+3 (35 %)	908 213 DA	3 958 875 DA	1 309 922 DA	6 177 009 DA
N+4 (50 %)	1 362 319 DA	5 938 313 DA	1 964 883 DA	9 265 514 DA

Source: Elaboré par nos soins

3 Le tableau de compte des résultats

Tableau 11 : Compte de résultat prévisionnel

Poste	Année 1	Année 2	Année3	Année 4	Année 5
Chiffre d'affaires	3 183 000	3 660 450	4 575 563	6 177 009	9 265 514
Achats consommés	0	0	0	0	0
Marge brute	3 183 000	3 660 450	4 575 563	6 177 009	9 265 514
Charges externes	1 396 000	1 406 000	1 416 000	1 426 000	1 436 000

AXE 5: Plan financier

Salaires et charges sociales	1 440 000	1 440 000	1 440 000	1 440 000	1 440 000
EBITDA	347 000	814 450	1 719 563	3 311 009	6 389 514
Amortissements et provisions	652 000	652 000	652 000	652 000	652 000
EBIT	-305 000	162 450	1 067 563	2 659 009	5 737 514
Charges financières	0	0	0	0	0
Résultat avant impôts	-305 000	162 450	1 067 563	2 659 009	5 737 514
Impôts sur les sociétés	0	0	0	0	1491753,656
Résultat net	-305 000	162 450	1 067 563	2 659 009	4 245 760

Source: Elaboré par nos soins

4 Bilan initial

Tableau 12 : Bilan initial

Bilan N

<u>Actif</u>	<u>Montant DZD</u>	<u>Passif</u>	<u>Montant DZD</u>
Actif immobilisé		Finnancements propres	2955000
Immobilisations incorporelles	350000	Capital émis	300000
		Fond d'investissement	220000
Logiciel et formations	350.000,00	Comptes courants d'associés	2740000
Immobilisations corporelles	2952167		
Construction		Résultat d'exercice	-305000
Matériel de transport	2300000		
		Emprunt auprès d'établissement de crédit	700000
Mobilier de bureau	250000		
Matériel informatique	690000		
Amortissements	287833		
Total non actif courant	3302167	Total capitaux permanents	3655000
Actif circulant		Passif Circulant	45000
Stock		Fournisseurs et comptes rattachés	
Client		Impôts	
Autres débiteurs		Autres dettes	45000
Impôts et assimilés			
Trésorerie active	397833	Trésorerie Passive	
Banque	300000		
Caisse	97833		
Total actif courant	397833		
Total Actif	3700000	Total Passif	3700000

Source: Elaboré par nos soins

5 Bilan prévisionnel

Tableau 13 : Bilan prévisionnel sur 5 ans (Actif)

AXE 5: Plan financier

ELEMENTS	N	N+1	N+2	N+3	N+4
Immobilisation incorporelles	350000	350000	350000	350000	350000
Immobilisation corporelles	3240000	3240000	3240000	3240000	3240000
Terrain	0	0	0	0	0
Bâtiment	0	0	0	0	0
Autres immobilisation corporelles	3240000	3240000	3240000	3240000	3240000
Immobilisation en concession					
Immobilisation en cours					
Immobilisation financière	0	0	0	0	0
Titre mis en équivalence					
Autres participation et créance rattaché					
Autre titres immobilisée					
Prêt et autre titre financiers non courants					
Amortissements	287833	287833	287833	287833	287833
ACTIF NON COURANT	3302167	3302167	3302167	3302167	3302167
Stock et encours					
Créance et emplois assimilés					
Clients					
Autres débiteurs					
Impôt et assimilés					
Autres créance et emplois assimilés					
Disponibilités et assimilés					
Placements et autres actifs financières courants					
Trésorerie	397833	600283	1505396	1576842	3735346
ACTIF COURANT	397833	600283	1505396	1576842	3735346
TOTAL ACTIF	3700000	3902450	4807563	4879009	7037513
CAPITAUX PROPRES					
Capital social	300000	300000	300000	300000	300000
Investissement ASF	220000				
Comptes courants d'associés	2740000	2740000	2740000	1920000	1000000
Résultat de l'exercice (bénéfice)	-305000	162450	1067563	2659009	4245760
Autre capitaux propres					
Part de la société consolidant					
CAPITAUX PROPRES	2955000	3202450	4107563	4879009	5545760
PASSIF NON COURANTS					
Emprunt et dettes financières	700000	700000	700000	0	0
Impôt différé passif					
Autres dettes non courants					
Provision et produits constatés d'avance					
PASSIFS NON COURANTS	700000	700000	700000	0	0
PASSIFS COURANT					
Fournisseurs et comptes rattachés					
Charges fiscales et sociales					1491753
Autre dettes	45000				
Trésorerie passif	0				
PASSIFS COURANTS	45000	0	0	0	1491753
TOTAL PASSIF	3700000	3902450	4807563	4879009	7037513

Conclusion

En conclusion, le plan financier de KM Market permet d'avoir une vision claire et réaliste de la rentabilité du projet, tout en anticipant les besoins en ressources et en investissements. Il confirme la viabilité économique de la plateforme à travers des prévisions chiffrées, tout en constituant un outil d'aide à la décision pour assurer une gestion saine et efficace. Il s'agit donc d'un pilier stratégique pour assurer la croissance durable et le succès du projet.

Axe 06 :

Prototype du projet

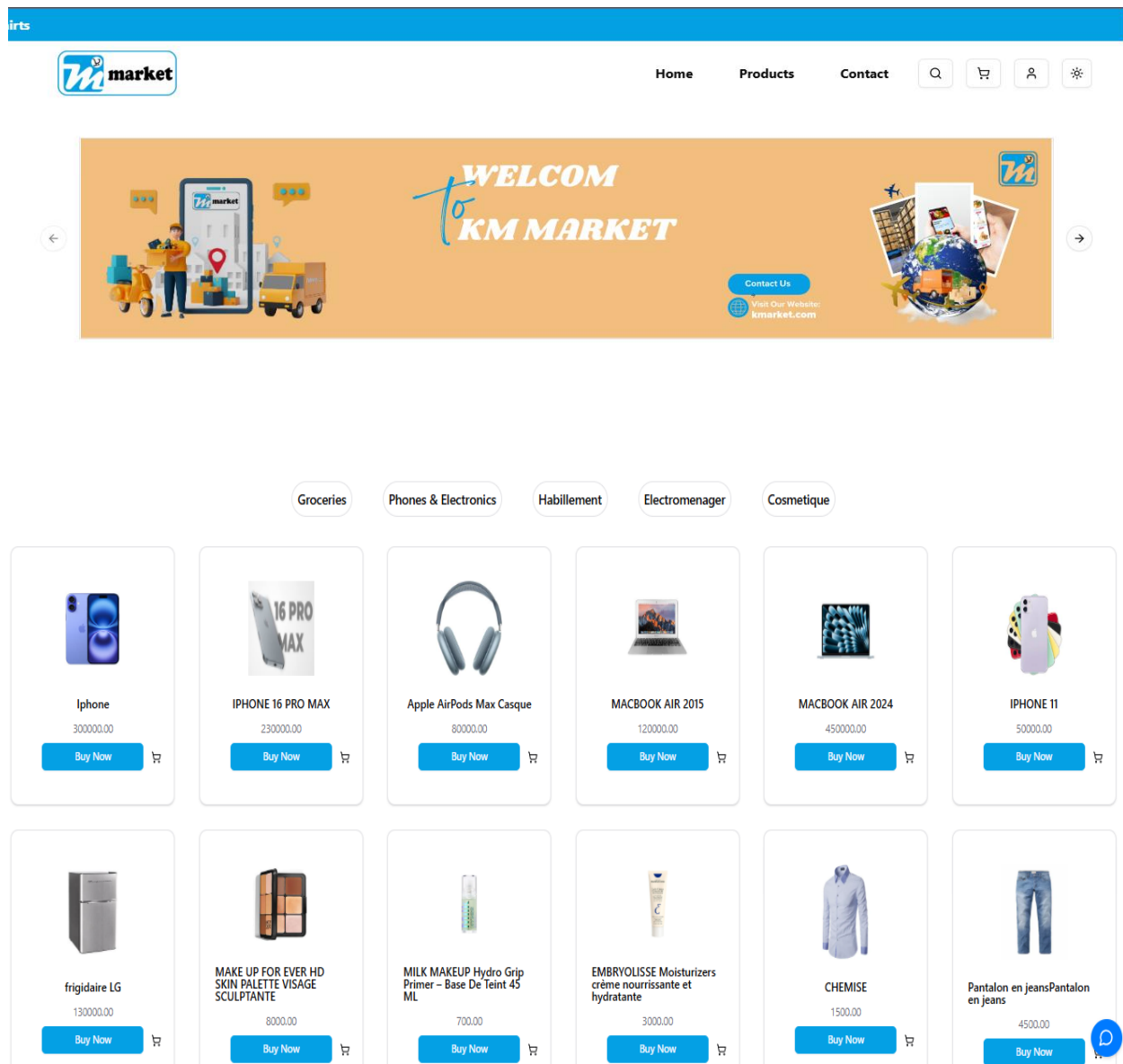
- 1. Fonctionnement de plateforme km market**
- 2. Catégories de produits**
- 3. Etapes de création de comptes en tant que vendeur**
- 4. Livraison des produits**
- 5. Boost de produits Km pro**

Introduction

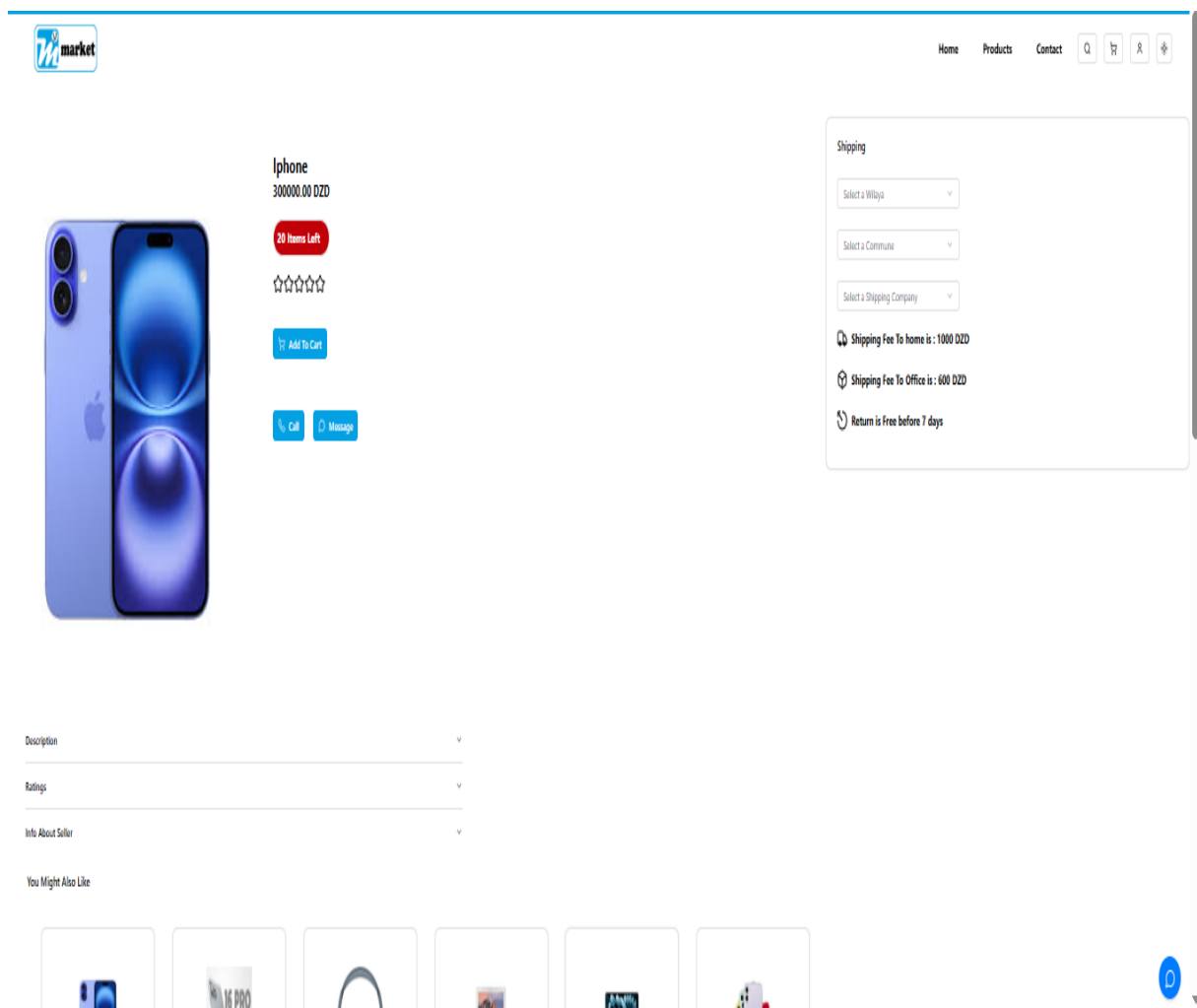
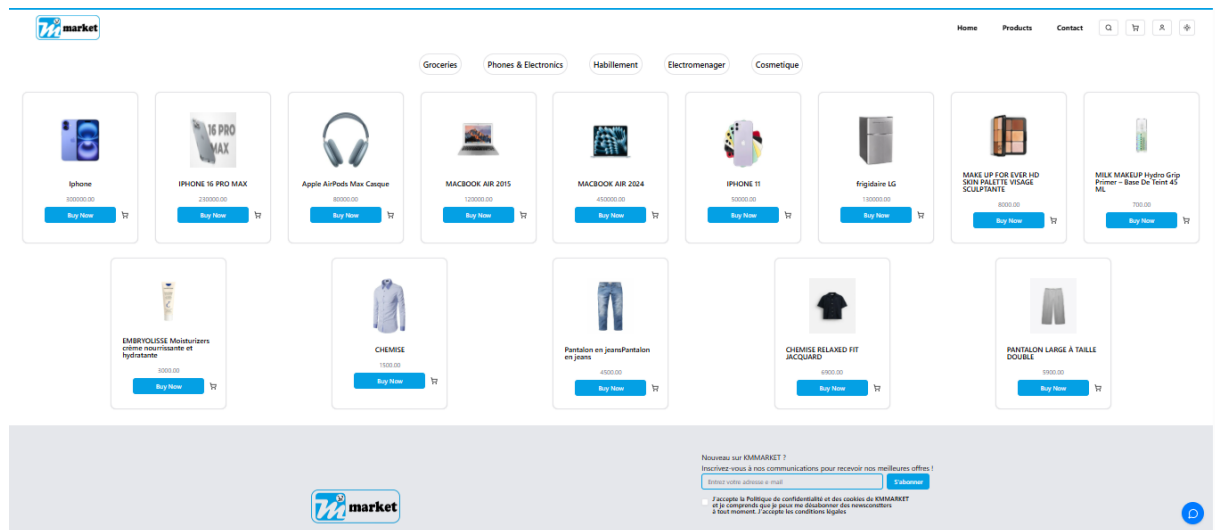
Le prototype du projet constitue une étape concrète dans la matérialisation de l'idée. Il permet de transformer le concept en une version testable du produit ou service, afin d'en valider les fonctionnalités, l'ergonomie et l'intérêt pour les utilisateurs. Dans le cadre de KM Market, le prototype vise à illustrer la plateforme dans ses principales dimensions (interface, ajout de produits, géolocalisation, système de livraison, IA, etc.), tout en recueillant des retours constructifs pour améliorer l'expérience utilisateur avant le lancement officiel.

1. Fonctionnement de plateforme km market

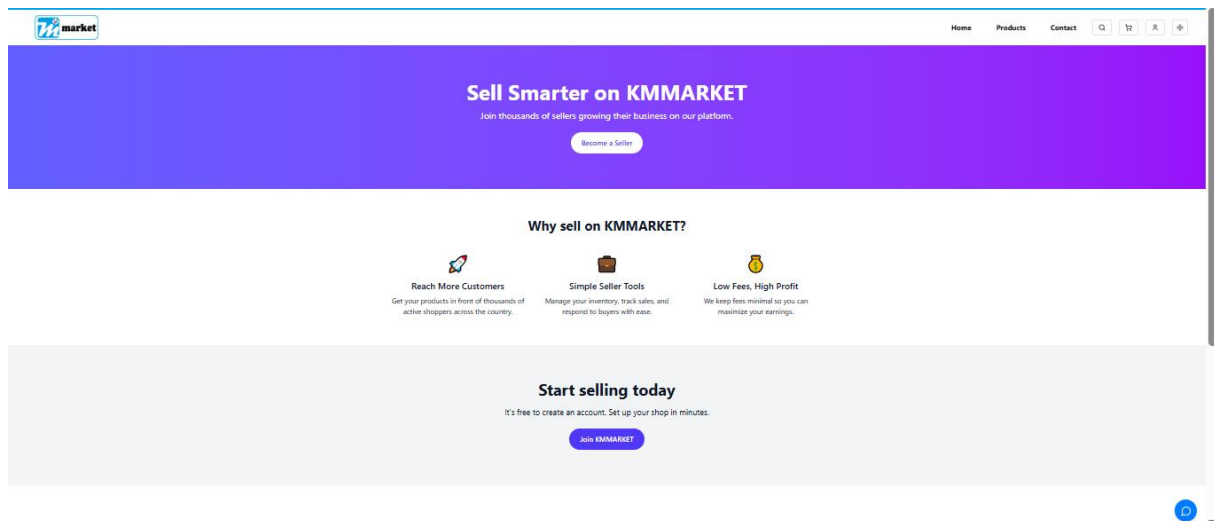
- Accueil (Page principale)



AXE 6: Prototype du projet

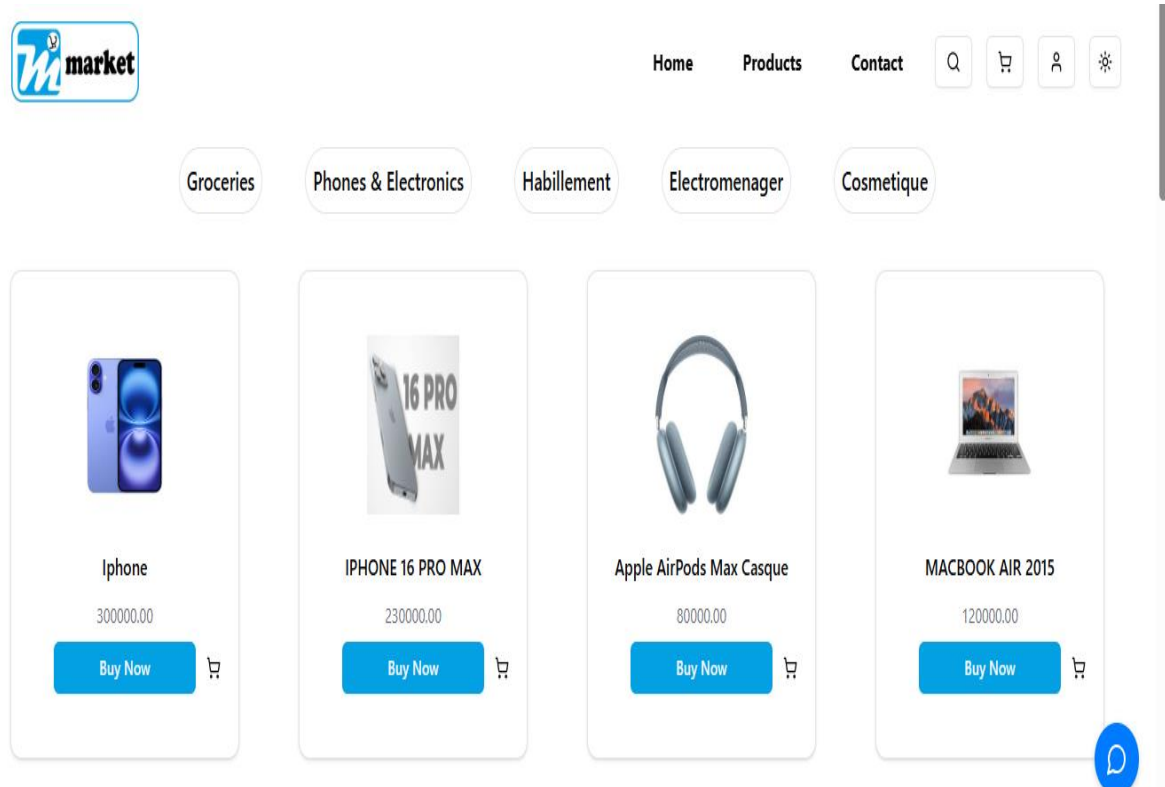


AXE 6: Prototype du projet



- Un design simple et moderne.
- Des produits récents, offres promotionnelles et produits mis en avant.
- Une barre de recherche pour trouver facilement ce que vous cherchez.
- Un accès rapide à votre compte ou espace vendeur.

2. Catégories de produits



Tous les produits sont classés par catégorie pour une navigation facile :

Électronique : smartphones, accessoires, etc.

Mode & Beauté : vêtements, chaussures, cosmétiques

Maison & Déco : meubles, décoration, électroménager

Groceries : fruits, légumes, produits frais, conserves, etc.

3 Etapes de création de comptes en tant que vendeur

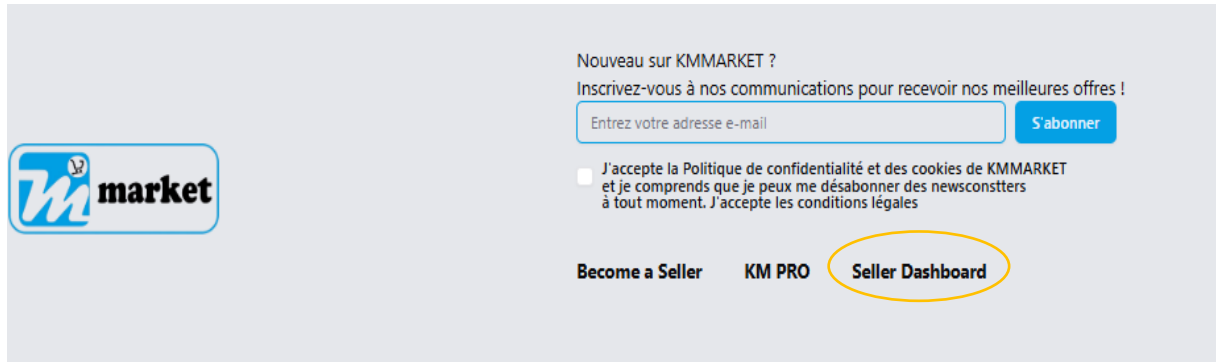
Cliquez sur "S'inscrire" puis choisissez "vendeur"

Remplissez vos informations et accédez à votre tableau de bord

The image shows a login form for a seller account. It is titled "Login" in a large, bold, black font. Below the title, there are two input fields: "Username:" and "Password:". The "Username:" field contains the text "testSaller@gmail.com". The "Password:" field contains a series of dots. Below the input fields, there is a blue button labeled "Login". Below the button, there is a link that says "You don't have an account? Sign Up Here". At the bottom, there is a link that says "Become a Seller".

3.1 Accéder à l'espace vendeur

Une fois connecté, allez dans "Tableau de bord" ou "Ajouter un produit"



The screenshot shows the KMMARKET user interface. On the left is the 'm market' logo. On the right, there is a registration section titled 'Nouveau sur KMMARKET ?' with a prompt to subscribe to communications. Below this is an email input field and a 'S'abonner' button. A checkbox for terms and conditions is also present. At the bottom, there are three links: 'Become a Seller', 'KM PRO', and 'Seller Dashboard', which is circled in yellow.

3.2 Remplir les détails du produit

Ajoutez des **photos claires**

Donnez un **titre précis** et une **description détaillée**

Indiquez le **prix**

Choisissez la **catégorie**

Activez l'option "**montrer sur la carte**" si vous avez un magasin physique

Add New Product



The 'Add New Product' form contains the following fields:

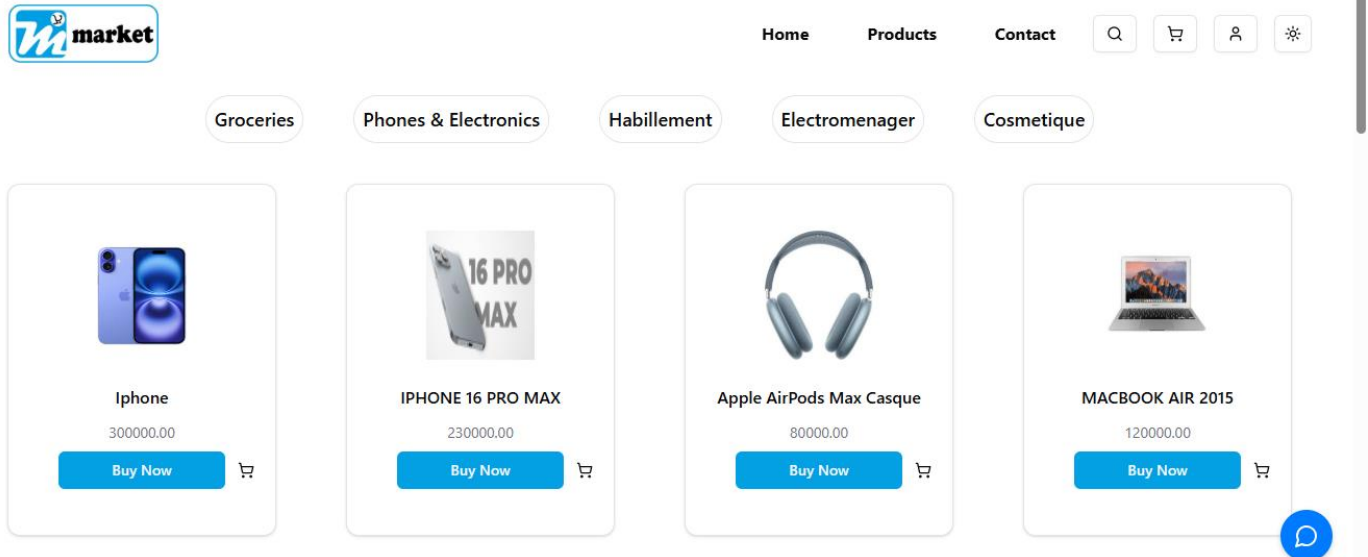
- Title**: A text input field.
- Description**: A large text area with a diagonal icon at the bottom right.
- Price**: A text input field containing the value '0'.
- Categories**: A dropdown menu with the following options: Groceries, Phones & Electronics, Habillement, Electromenager, and a partially visible 'Electronics'.
- Product Image**: A file upload field with the text 'Choose File No file chosen'.

At the bottom of the form is a blue button labeled 'Add Product'.

3.3 Publier le produit

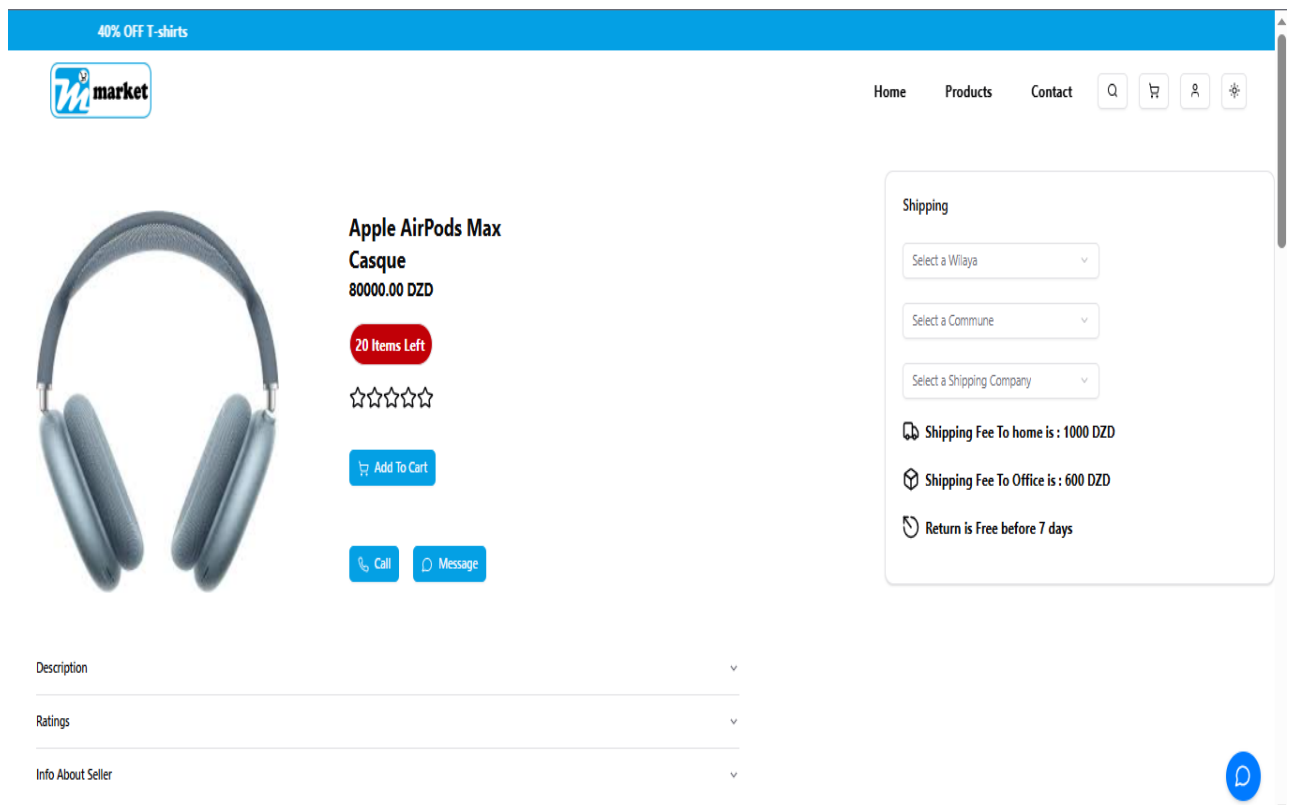
Cliquez sur “Valider” ou “Publier”

Votre produit apparaîtra dans les recherches des acheteurs



4 Livraison des produits

les vendeurs peuvent **proposer la livraison de leurs produits**, pour toucher plus de clients et faciliter les transactions. Voici comment cela fonctionne



Shipping

 **Shipping Fee To home is : 1000 DZD**

 **Shipping Fee To Office is : 600 DZD**

 **Return is Free before 7 days**

5 Boost de produits Km pro

Le Boost de produits est une fonctionnalité puissante pour les vendeurs qui veulent augmenter la visibilité de leurs annonces et vendre plus rapidement sur KM Market.



[Home](#)
[Products](#)
[Contact](#)

KM

Free

per month

- ✓ Guide de vente sécurisé pas à pas
- ✓ Statistiques avancées & Analyse du marché
- ✓ Conseils pour améliorer la qualité de tes produits
- ✓ Aide au marketing automatique
- ✓ Amélioration automatique des annonces

[Get Started](#)

KM Publicite

2500 DZD

per Publicité

- ✓ 1 Publicité boostée
- ✓ Mise en avant de l'annonce pendant 7 jours
- ✓ Réponse prioritaire aux messages
- ✓ Badge vendeur sérieux
- ✓ Assistance client prioritaire

[Get Started](#)

KM PRO

4000 DZD

per month

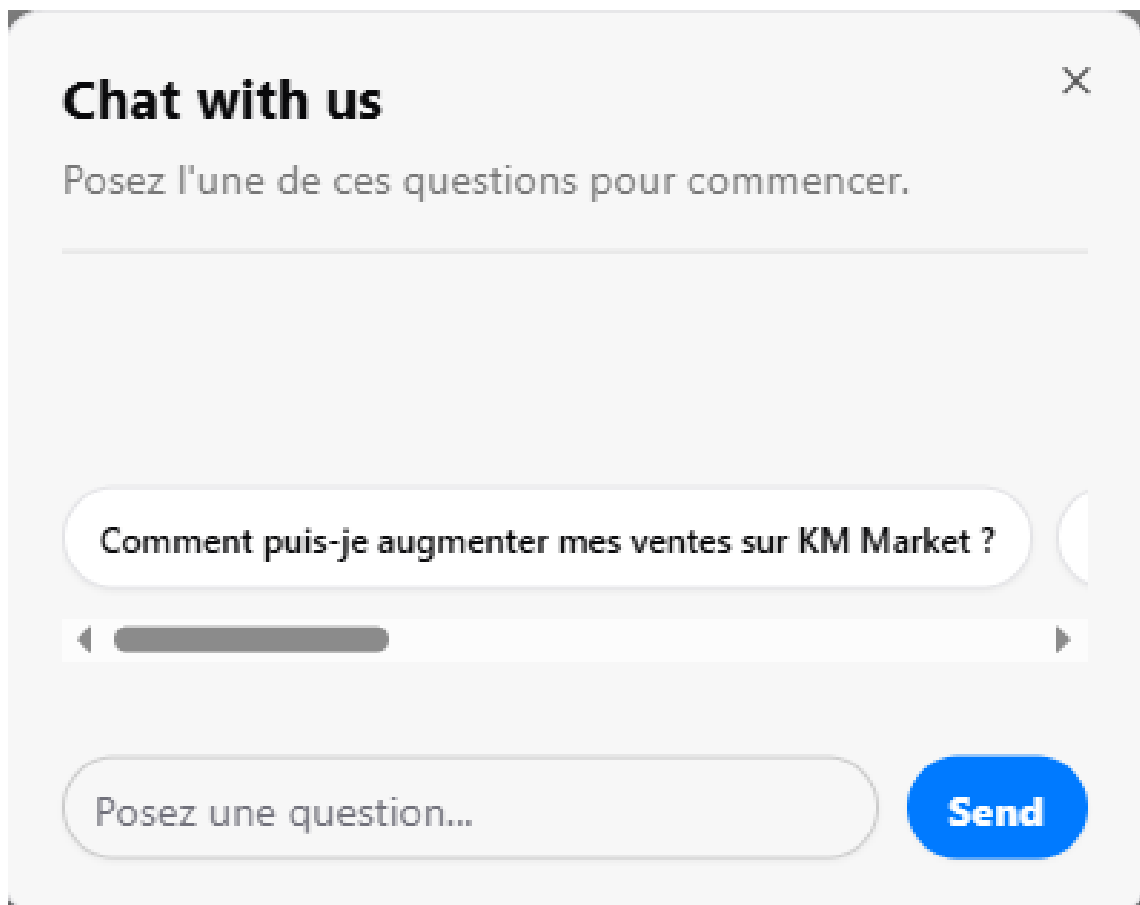
- ✓ Guide de vente sécurisé pas à pas
- ✓ Statistiques avancées & Analyse du marché
- ✓ Conseils pour améliorer la qualité de tes produits
- ✓ Aide au marketing automatique
- ✓ Amélioration automatique des annonces

[Get Started](#)

- **L'Assistant AI**

L'Assistant AI de KM Market est un assistant virtuel intelligent qui vous aide à acheter, vendre et utiliser la plateforme plus facilement.

Disponible 24h/24, il répond à vos questions, vous guide dans vos démarches et vous donne des conseils personnalisés, comme un vrai conseiller en ligne.



Conclusion

Le prototype de KM Market joue un rôle fondamental dans la validation du concept et l'amélioration continue de la plateforme avant son lancement. Il permet d'identifier les forces et les axes d'amélioration grâce aux retours des utilisateurs, tout en assurant que les fonctionnalités clés répondent aux attentes du marché. C'est une étape essentielle pour réduire les risques et garantir un produit final plus adapté, fonctionnel et attractif.

Conclusion générale

À l'ère de la digitalisation, facteur clé et au cœur du travail de nombreux vendeurs, KM Market se distingue par une solution innovante, locale et complète, intégrant l'intelligence artificielle (IA), répondant aux besoins essentiels des vendeurs comme des consommateurs. Grâce à sa plateforme moderne et intuitive, KM Market crée un lien direct entre l'offre et la demande, faisant de chaque vente une opportunité de croissance, d'échange et de confiance.

Pour les vendeurs, KM Market représente plus qu'un simple site de vente en ligne. C'est un véritable partenaire digital, conçu pour les accompagner dans la promotion de leurs produits et services tout en simplifiant leur quotidien. Avec une interface intuitive, des fonctionnalités de promotion des produits, une planification intégrée des points de vente physiques et un système de livraison entièrement intégré, la plateforme offre à chaque vendeur, qu'il soit commerçant local ou entrepreneur, l'aide de l'IA. De plus, des options de publicité ciblée contribuent à optimiser la rentabilité.

Pour les acheteurs, KM Market répond à la demande croissante de commodité, de sécurité et de transparence dans les transactions en ligne. Grâce à son système de vérification des produits avant livraison, à la simplification des recherches géographiques de vendeurs et à l'intégration d'un système de notation et de recommandation, la plateforme garantit une expérience d'achat fiable, personnalisée et fluide. Qu'il s'agisse de rechercher un produit spécifique, de comparer les offres ou d'organiser une livraison à domicile, KM Market place le consommateur au cœur de l'expérience.

La véritable force de KM Market réside dans son ancrage local et son engagement à soutenir l'économie nationale. Dans un pays où les jeunes entrepreneurs et les petites entreprises ont besoin d'émerger, la plateforme représente un accélérateur de croissance et de transformation numérique. Elle favorise également les liens humains, les échanges régionaux et l'émergence d'une communauté économique solidaire, moderne et ambitieuse.

En fin de compte, KM Market est plus qu'une simple place de marché. Elle incarne une vision ambitieuse du commerce en Algérie : accessible, éthique, numérique et centré sur l'humain. C'est un appel à repenser nos façons d'acheter, de vendre et d'interagir, et à construire ensemble un avenir plus intelligent, plus connecté et plus équitable. En choisissant KM Market, nous défendons l'innovation locale, valorisons les talents algériens et un consumérisme adapté aux réalités de notre temps.

Bibliographie

- Banque d'Algérie. (2023). Rapport annuel sur les transactions électroniques – Exercice 2022. (s.d.).
- Centre National du Registre du Commerce. (2024). Rapport sur l'évolution du e-commerce en Algérie – 1er trimestre 2024. (s.d.).
- d'Oslo, M. (2005). Principes directeurs pour le recueil et l'interprétation des données sur l'innovation ,3e édition .
- d'Oslo, M. (3e édition, 2005). Principes directeurs pour le recueil et l'interprétation des données sur l'innovation.
- EcommerceDB. (2025). E-commerce market Algeria: Forecast 2025–2029. (s.d.).
- European Commission. (2020, p. 4).
- Kotler, P. &. (2016), Marketing Management (15th ed.). Pearson Education. pp 692.
- Lambin, J.-J. (2018). Le marketing stratégique et opérationnel (10e éd.). Pearson Education. (s.d.).
- Statista Research Department (2024), «Valeur des ventes totales de l'e-commerce en Algérie 2017-2024», *Disponible sur le site web :*
<https://fr.statista.com/previsions/1475641/ecommerce-algerie> .

Annexes

Questionnaire KM Market

Pour réaliser notre prototype du projet, nous avons distribuer deux questionnaires, l'un adressé aux les vendeur et l'autre pour les acheteurs.

Questionnaire pour les vendeurs

Le questionnaire destiné aux vendeurs dans le cadre du projet KM Market a été conçu pour mieux comprendre leurs besoins, leurs pratiques actuelles et leurs attentes afin d'adapter la plateforme à leurs réalités. Les questions visent à identifier le profil du vendeur (physique, en ligne ou hybride), le type de produits proposés, les canaux de vente utilisés, ainsi que leur niveau de digitalisation (présence ou non d'un site web). Elles permettent également d'évaluer l'intérêt pour des services comme la livraison, la création assistée d'annonces, ou encore l'analyse de la demande du marché. En posant des questions sur les difficultés rencontrées dans la vente en ligne, notamment la rédaction d'annonces ou la visibilité des produits, le questionnaire permet d'orienter le développement de fonctionnalités utiles comme un assistant intelligent ou un système de notification sur les tendances. Ainsi, chaque question a été pensée pour récolter des données précieuses afin d'améliorer l'expérience des vendeurs sur KM Market et leur offrir une solution adaptée, efficace et innovante.

1. Informations générales

- Quel est votre genre ?

- Homme
- Femme

- Quel est votre âge ?

- Moins de 18 ans
- 18 – 24 ans
- 25 – 34 ans
- 35 – 44 ans
- 45 – 54 ans
- 55 – 64 ans
- 65 ans et plus

-Niveau scolaire ou professionnel ?

- Aucun diplôme
- Niveau primaire
- Niveau moyen (collège)
- Niveau secondaire (lycée)
- Bac ou équivalent
- Formation professionnelle (CAP, BEP, etc.)
- Étudiant(e) à l'université / en école supérieure
- Diplôme universitaire (Licence, Master, Doctorat)
- Professionnel en activité

- Quel est votre revenu mensuel ?

- Moins de 20 000 DA
- Entre 20 000 et 40 000 DA
- Entre 40 001 et 60 000 DA
- Entre 60 001 et 80 000 DA
- Entre 80 001 et 100 000 DA
- Plus de 100 000 DA

2. Préférences de vente

- Avez-vous un magasin physique ou vendez-vous uniquement en ligne ?

- Réel
- En ligne

- Quel type de produits ou services vendez-vous ?

- Produits alimentaires (épicerie, fruits, légumes...)
- Vêtements et accessoires
- Produits électroniques (téléphones, ordinateurs, gadgets...)
- Produits de beauté et de soins
- Articles pour la maison (meubles, décoration...)
- Services (livraison, réparation, design, photographie...)
- Produits artisanaux ou faits main

- Quelles plateformes utilisez-vous actuellement pour vendre vos produits ?

- Facebook Marketplace
- Instagram
- Jumia

- Avez-vous votre propre site Web pour vendre des produits ?

- Oui
- Non

- Comptez-vous uniquement sur les ventes locales ou proposez-vous des services de livraison ?

- services de livraison
- les ventes locales

- Quel est le plus grand défi auquel vous êtes confronté dans la vente en ligne ?

- Problèmes de livraison ou de logistique
- Concurrence élevée
- Difficultés à fixer les prix
- Manque de confiance des clients
- Manque de connaissances en marketing digital

- Avez-vous du mal à créer une description attrayante pour vos produits ?

- Oui

- Non

- Seriez-vous intéressé à utiliser un assistant intelligent pour vous aider à améliorer vos annonces ?

- Oui
- Non

- Souhaitez-vous recevoir des notifications sur les produits les plus demandés du marché ?

- Oui
- Non

Questionnaire pour les acheteurs

Le questionnaire destiné aux acheteurs vise à comprendre les profils et les comportements des consommateurs algériens en matière d'achats en ligne, afin d'adapter au mieux les fonctionnalités de KM Market à leurs attentes. Les premières questions (genre, âge, niveau scolaire et revenu) permettent de dresser un profil socio-démographique des utilisateurs potentiels. Ensuite, des questions ciblent leurs habitudes : s'ils préfèrent acheter en ligne ou en magasin, quelles plateformes ils utilisent, et s'ils sont ouverts à essayer une nouvelle plateforme moderne comme KM Market. D'autres questions explorent leurs attentes spécifiques, telles que l'importance des fonctionnalités (recherche facile, sécurité, avis clients, IA...), l'utilité d'une carte interactive pour localiser les vendeurs, ou encore la possibilité d'évaluer un produit avant l'achat. Le questionnaire examine également les préférences en matière de livraison et de paiement, ainsi que les problèmes de confiance déjà rencontrés avec les vendeurs en ligne. Enfin, il interroge l'intérêt des acheteurs pour l'intégration de l'intelligence artificielle dans l'expérience d'achat, afin de personnaliser et améliorer leur navigation. Chaque question a été pensée pour construire une plateforme centrée sur l'utilisateur, pratique, fiable et innovante.

1. Informations générales

- Quel est votre genre ?

- Homme
- Femme

- Quel est votre âge ?

- Moins de 18 ans
- 18 – 24 ans
- 25 – 34 ans
- 35 – 44 ans
- 45 – 54 ans
- 55 – 64 ans
- 65 ans et plus

- Niveau scolaire ou professionnel ?

- Aucun diplôme
- Niveau primaire
- Niveau moyen (collège)
- Niveau secondaire (lycée)
- Bac ou équivalent
- Formation professionnelle (CAP, BEP, etc.)
- Étudiant(e) à l'université / en école supérieure
- Diplôme universitaire (Licence, Master, Doctorat)
- Professionnel en activité

- Quel est votre revenu mensuel ?

- Moins de 20 000 DA
- Entre 20 000 et 40 000 DA
- Entre 40 001 et 60 000 DA
- Entre 60 001 et 80 000 DA
- Entre 80 001 et 100 000 DA
- Plus de 100 000 DA

2. Préférences d'achat

- Préférez-vous acheter des produits en ligne ou en magasin ?

- En ligne
- magasin

- Avez-vous déjà utilisé une plateforme de vente en ligne ?

- Oui
- Non

- Si oui, quelle(s) plateforme(s) utilisez-vous le plus souvent ?

.....

- Êtes-vous intéressé par une nouvelle plateforme de vente en ligne à la pointe de la technologie en Algérie ?

- Oui
- Non

- Quelle est la fonctionnalité la plus importante pour vous lorsque vous faites des achats en ligne ?

- Des prix attractifs
- Des avis et évaluations clients
- La rapidité de livraison
- Un service client réactif
- La possibilité de contacter directement le vendeur
- La qualité des photos et descriptions de produits

- Souhaitez-vous utiliser un assistant IA pour vous aider à faire des achats en ligne ?

- Oui
- Non

- Trouvez-vous la carte interactive utile pour localiser les vendeurs près de chez vous ?

- Utile
- Pas utile

- Souhaitez-vous avoir la possibilité d'évaluer le produit avant de l'acheter ?

- Oui
- Non

- Préférez-vous gérer vos livraisons personnellement ou utiliser un service de livraison plus rapide à votre domicile à un prix inférieur ?

- Oui
- Non

- Avez-vous déjà rencontré des problèmes de confiance avec les vendeurs en ligne ?

- Oui
- Non

- Quel est votre mode de paiement préféré ?

- carte bancaire
- Paiement à la livraison

- Quelle fonctionnalité pensez-vous serait essentielle pour améliorer l'expérience d'achat en ligne ?

.....

- Pensez-vous que l'intelligence artificielle peut améliorer l'expérience d'achat en ligne ?

- Oui
- Non

Table des matières

Introduction Générale.....	09
AXE 01 : Présentation de l'idée du projet.....	12
1 .A propos de l'idée.....	13
2 .Les valeurs proposées.....	14
2.1 Accessibilité et simplicité d'utilisation.....	14
2.1.1 Pour les acheteurs.....	14
2.1.2 Pour les vendeurs	14
2.2 Confiance et sécurité	14
2.3 Garantie de l'acheteur	15
2.4 Flexibilité dans l'Achat et la Vente.....	15
2.4.1 Options du fournisseur.....	15
2.4.2 Options des acheteurs.....	15
2.5 Opportunités pour tous	15
2.5.1 Avantages pour les fournisseurs	15
2.5.2 Avantages pour les acheteurs	16
3. Les objectifs d projet.....	16
3.1 Objective sur le court terme	16
3.2 Objective sur le moyenne terme.....	18
3.3 Objective sur le long terme.....	19
4. L'équipe du projet.....	20
4.1 Tâches de Karim.....	20
4.2 Membre du projet	20
5 . Le planning de réalisation du projet.....	21
5.1 Phase de préparation.....	21
5.2 Phase de développement.....	22
5.3 Phase de mise à l'essai et d'amélioration.....	22
5.4 Phase de lancement officiel	23
AXE 02 : Les aspects innovants.....	25
1. La nature de l'innovation.....	26
2. Les domaines d'innovation.....	29
2.1 Innovation technologique.....	30
2.2 Innovation logistique et commerciale.....	31

2.3 Innovation dans l'analyse des données.....	32
2.4 Explication du logo	33
2.4.1 Aspects d'innovation.....	34
2.4.1.1 Modernité.....	34
2.4.1.2 Accessibilité.....	34
2.4.1.3 Confiance.....	34
2.4.1.4 Innovation locale	34
2.4.2 Justification des choix des couleurs.....	34
2.4.3 Explication des couleurs du logo KM Market.....	35
AXE 03 : L'analyse stratégique du marché.....	38
5. Analyse et diagnostic de l'entreprise.....	40
1.1 L'analyse stratégique interne.....	41
1.1.1 Analyse SWOT.....	41
1.1.2 Analyse SWOT KM Market.....	42
1.2 L'analyse stratégique externe.....	46
1.2.1 Analyse PESTEL.....	46
1.2.2 Analyse PESTEL KM Market.....	47
6. Segment du marché.....	47
2.1 Le marché potentiel.....	48
2.2 Le marché cible	49
2.2.1 Caractéristiques du marché cible 1.....	50
2.2.2 Caractéristiques du marché cible 2.....	51
2.3 Justification du choix de cible	51
7. Mesure de l'intensité de la concurrence.....	53
7.1 Type de concurrence	53
7.2 Les cinq points forts de Porter	53
7.3 Les concurrents de KM Market	54
7.4 Les points forts et faibles des concurrents.....	54
8. Stratégie marketing	55
8.1 Étude de marché	55
8.2 BMC KM Market	57
AXE 04 : Plan de production et d'organisation.....	59

1. Processus de prestation de services.....	59
2. L’approvisionnement.....	60
2.1 Nature de l’approvisionnement.....	60
2.2 Processus d’approvisionnement pour les vendeurs.....	61
3. La main d’œuvre.....	63
4. Les Principaux partenaires.....	64
4.1 Partenaires Technologiques.....	64
4.2 Partenaires Logistiques.....	65
4.3 Partenaires Marketing	65
4.4 Objectif des Partenariats.....	65
Axe 05 : Plan financier.....	67
6. Les coûts et les charges.....	68
1.1 Structure des coûts	68
1.2 Investissement initial	68
7. Le chiffre d’affaires.....	69
8. Le tableau de compte des résultats.....	72
9. Bilan prévisionnel.....	74
10.....	B
ilan prévisionnel pour 5 ans	75
AXE 06 : Prototype du projet.....	77
2. Fonctionnement de plateforme km market	78
2. Catégories de produits.....	79
3. Etapes de création de comptes en tant que vendeur.....	80
4. Livraison des produits.....	82
5. Boost de produits Km pro.....	83
Conclusion générale.....	86
Bibliographie	87
Annexes	88
Résumé	95

Projet KM Market

Résumé:

KM Market est un projet de startup algérienne qui vise à moderniser les échanges commerciaux en répondant aux défis du marché local, tels que le manque de sécurité, de fiabilité et d'adaptation aux habitudes des consommateurs. La plateforme propose une solution innovante en combinant technologie avancée (IA, vérification automatique, chatbot, data analytics) et approche hybride (e-commerce et commerce physique) pour offrir une expérience d'achat sécurisée, personnalisée et accessible, tout en accompagnant la transformation numérique du commerce en Algérie.

مشروع KM Market

ملخص

يُعد **KM Market** مشروع مؤسسة ناشئة جزائرية يهدف إلى تحديث وتطوير المعاملات التجارية، من خلال معالجة التحديات التي يواجهها السوق المحلي مثل ضعف الأمان، وقلة الموثوقية، وعدم التكيف مع عادات المستهلك الجزائري. تقترح المنصة حلاً مبتكراً يجمع بين التكنولوجيا المتقدمة (كالذكاء الاصطناعي، التحقق التلقائي، روبوت الدردشة، وتحليل البيانات) والمقاربة الهجينة بين التجارة الإلكترونية والتقليدية، لتوفير تجربة شراء آمنة، مخصصة وسهلة، مع دعم التحول الرقمي للقطاع التجاري في الجزائر.

KM Market Project

Summary

KM Market is an Algerian startup project aiming to modernize commercial transactions by addressing key challenges in the local market, such as lack of security, reliability, and alignment with consumer habits. The platform offers an innovative solution by combining advanced technologies (AI, automated verification, chatbot, data analytics) with a hybrid approach that integrates both e-commerce and physical commerce. This allows for a secure, personalized, and accessible shopping experience, while supporting the digital transformation of the commercial sector in Algeria.