

Pour concevoir la solution digitale, nous avons adopté une approche méthodique. Nous avons analysé les "4P" du marketing mix, réalisé un SWOT et un PESTEL, puis étudié les concurrents directs et indirects. Enfin, nous avons rédigé un cahier des charges détaillé pour guider le développement du projet.

Les 4P du Marketing Mix



Price (Politique de prix)

Proposer des produits et des services issus d'une démarche respectueuse de l'humain et de l'environnement, en donnant la priorité aux objets du réemploi et à des produits durables issus d'échanges équitables.

Product (Politique de produit)

En ce qui concerne le produit, il n'est pas unique, il peut être matériel ou immatériel, cela peut être un objet de seconde main, comme un plat au café-cantine, un panier de courses à l'épicerie ou encore un atelier d'apprentissage.

Place (Politique de distribution)

Le produits doit se centrer sur le canaux de distribution le plus adapté à tous, ici, nous resterons sur une distribution en physique car pour une association avec le large éventail de produits et services proposés, l'expédition serait un moyen qui demanderait beaucoup de manutention et donc du temps.

Promotion (Politique de communication)

Une stratégie promotionnelle sera déployée sur le marché de la seconde main, du réemploi et du solidaire. L'objectif étant de préserver cette image du « accessible à tous » tout en fidélisant la clientèle.