

R.B.S_BUSINESS

Supermarche Agro_alimentaire



RAMATOULAYE SOUARE

BOUSSO DIOP

SALLA DIALLO

Sommaire

- **Le projet**
 - Présentation3
 - L'idée / Le concept4
 - Objectif
 - L'équipe

- **L'étude marche**
 - Environnement
 - Concurrence
 - Clientèle
 - Fournisseur
 - Marketing
 - Partenaire

- **Budget**

Le projet

Notre projet porte le nom de **RBS.BUSINESS** est un projet de supermarché Agro alimentaire

Présentation

L'objectif du projet est de créer une Supermarché Agro alimentaire pour permettre à la population de se servir de la nouvelle infrastructure et de bénéficier de nos produits à des prix abordables en quantité et qualité.

Cette nouvelle forme d'espace va permettre à la population de diminuer leur déplacement et de trouver les meilleurs produits possibles.

Le concept

Ce concept nous est venu en vue de la situation de notre quartier qui manque de lieux. L'idée est de faire en sorte de répondre aux besoins de la population puisque dans notre localité on ne trouve pas ce genre d'infrastructure.

Objectifs

Notre objectif est de faire en sorte que nos produits soient visibles et connus dans tout le quartier, mais aussi d'avoir un système qui recrute des travailleurs.

dans les 6 mois faire le marketing de nos produits sur le plan local à travers des publicités et la distribution de flyers.

trouver des fournisseurs pour la production de nos produits.

faire des ventes en ligne pour développer la clientèle.

faire en sorte sur le plan National et International de trouver des investisseurs.

En 3 ans mettre en place un système de partenariat avec des investisseurs et entrer dans la concurrence sur d'autres plans.

l'équipe

Nous avons une équipe très soudée regroupée de 3 jeunes filles âgées de 20 et plus, responsables, travailleuses, ambitieuses et dynamiques.

Salla Diallo	Etudiante en droit des affaires niveau étude bac+3	Contact : 77 48 4 00 41 email: Salladiallo54@gmail.com
Bouso Diop	Vendeuse	Contact : 77 454 54 78
Ramatoulaye Souare	Niveau étude terminal caissière et vendeuse	Contact : 77 966 28 11 email: ramatoulayes471@gmail.com

L ETUDE DE L ENVIRONNEMENT

Notre entreprise va naître et se développer : il est impératif de connaître le marché que nous allons pénétrer pour choisir la meilleure façon d'y trouver notre place. Maintenant que nous sommes certaines que notre offre répond à un besoin, il nous faut maîtriser le contexte dans lequel nous allons nous lancer. Pour cela, nous devons analyser le marché global avec le macro-économique de l'activité sur laquelle notre entreprise va se situer. RBS est une société qui se focalise sur la vente des produits commerciaux . RBS va travailler aussi avec les outils de la nouvelle technologie Notre entreprise qui sera aménagée avec une large superficie elle va se situer dans une zone centre elle ne sera pas loin du marché il sera accessible pour la population et les clients qui vont venir Nous avons pensée faire d'autres aménagements pour les personnes handicapées pour leur faciliter aussi leur déplacement . d'exploitation de marketing destiné à analyser, mesurer et comprendre le fonctionnement réel des forces à l'œuvre dans le cadre du marché s'agissant d'une activité typiquement mise en œuvre du marketing management.

L etude de la concurrence

avec amélioration du niveau de vie des populations et l'accroissement et la diversification de ses besoins et desirs ce dernier ne cesse d'adopter de nouvelles habitudes et modes de consommation avec le temps les produits alimentaires ont varié selon la demande de la population de nombreuses acteurs apparaissent également sur la vente des produits il s'agit le plus souvent nos mères et grandes mères qui vont avec des offres moins chères à des prix abordables défiant les réseaux de productions Dans un tel contexte la concurrence entre les producteurs et acheteurs va fortement augmenter Il existe une rude concurrence entre les concurrents par la présence de grands groupes internationalisés sur le marché avec des offres très diversifiées nos principaux concurrents sont: les concurrents directs sont les petits marchés locaux avec amélioration de nos boutiques de quartier les grands magasins sans oublier aussi les tables que l'on met dans les maisons .

Nous allons vendre des produits comme les légumes fruits les épices et les fruits de mer
du riz les oignons etc

Pour les concurrents indirectes nous avons Auchan Supko Edk les hypermarchés qui vendent toute sorte de produits mais aussi à des prix très abordables

Fournisseurs

L'étude des fournisseurs qui occupe aussi une place très importante dans l'étude du marché. Cela concerne de nouvelles stratégies c'est à dire Négociation fixe des objectifs par rapport à la recherche de bons produits mais aussi trouver de nouveaux contrats pour élargir la production et la distribution des produits dans nos différents magasins En premier lieu nous aurons besoin d'un fournisseur potentiel pour nous fournir de bon produit avec des prix discutables et négociables sur la quantité et la qualité aussi Nous allons aussi nous réunir pour parler sur les stratégies du contrat pour une durée bien déterminée

Etude de la clientèle

Tout d'abord nous allons nous demander Qui sont les utilisateurs de nos produits Les besoins auquel nous envisageons de répondre est il un besoin identifié auprès de notre entreprise des particuliers .Même si cette question paraît très large, il est important de clarifier d'emblée le type de client pour notre solution, car toute la stratégie marketing, financière et commerciale en découle. Une fois ces éléments posés, nous allons présenter la définition de la typologie de nos clients : sexe, âge, CSP (catégorie socio-professionnelle lieu de résidence, habitudes de consommation, pouvoir d'achat, en ce qui concerne les particuliers. Secteur d'activité, type d'activité, emplacement géographique, taille, stratégie de développement, présence ou non à l'international, en ce qui concerne RBS

Notre supermarché ouvre ces portes à tout le monde homme, femme, l'enfant La réponse varie évidemment en fonction de la culture, des habitudes de nos quartiers que nous comptons exercer votre activité. Pour les entreprises : nous vendons des produits laitiers à un grossiste, nous aurons affaire à un acheteur. De ce que la personne qui réalise l'acte d'achat peut être différente de celle qui utilise la solution, la personne qui paye n'est pas nécessairement celle qui réalise l'acte d'achat : exemple un enfant qui va s'acheter des bonbons chez le marchand de journaux est rarement le payeur : on suppose que ses parents lui donnent de l'argent et il se rend lui-même dans le magasin.L'étude de la demande peut donc permettre de réorienter son offre vers un type de client et donc une cible différente Reste maintenant à faire connaissance avec elle, pour entrer dans le cœur de ses préoccupations, ses problématiques pour lui proposer une offre qui réponde au mieux à ses demandes pour mieux connaître la clientèle nous allons faire des enquêtes par exemple en posant les questions suivantes

- quelles les genres de produits aimeriez-vous que nous utilisions
- quelles sont les prix que vous nous suggériez
- pensez-vous que cela aura un impacte dans notre localité
- êtes-vous prêt à acheter nos produits que nous allons vous proposer

Marketing

Le marketing agro alimentaire désigne l'ensemble des techniques et méthodes visant à promouvoir la vente d'un produit ou d'une transformation issu du secteur agro alimentaire. « bas » sur une étude approfondie le marketing permet aussi de définir une stratégie commerciale en déterminant le prix, la communication mais aussi les circuits de distribution. C'est dans ce sens que R.B.S. compte se lancer dans l'étude marketing tout d'abord en commençant

- d'ouvrir notre supermarché de manière grandiose en organisant une fête pour tous
- présentation en envoyant des lettres d'introduction ainsi que notre brochure aux organisations, aux ménages et aux principales parties
- en assurant de disposer en permanence une large gamme de produits de marque différentes
- utiliser des bons à la pour attrayants pour la sensibilisation de notre magasin
- afficher notre entreprise annonces de page
- créer un plan de fidélité qui nous permettra de récompenser nos clients réguliers
- participer au tournage de promotion dans notre quartier
- tirer parti de l'internet pour promouvoir notre entreprise
- adopter une approche de marketing direct

notre entreprise a un plan à long terme pour ouvrir des chaînes de magasins de supermarché à divers endroits dans les principaux quartiers de Dakar à savoir ; pourquoi nous allons délibérément construire notre marque pour quelle soit pour quelle soit bien acceptée à Dakar avant de nous aventurer.

En effet notre stratégie de publicité ne vise pas uniquement à gagner des clients mais à communiquer efficacement

voici les plateformes sur lesquelles nous comptons utiliser pour promouvoir R B S BUSINESS

- Placer des annonces dans les stations de radios et chaîne de télévision communautaire
- encourager l'utilisation de la publicité de bouche à l'oreille de nos clients fidèles
- tirer parti de l'internet et de plateformes des médias sociaux telles que; youtube, instagram, twitter, snapchat, google + et d'autres plateformes pour promouvoir notre entreprise

stratégie de tarification

nous savons que nous n'avons pas la capacité de faire concurrence à Auchan et d'autres supermarchés, mais nous veillons à ce que les prix de tous les produits disponibles dans notre magasin de supermarché soient compétitifs par rapport à ceux des supermarchés de notre niveau. voici nos options de paiement proposées par RBS_BUSINESS mises à la disposition de nos clients ;

- paiement par évidence bancaire
- paiement en espèces
- paiement via mobile plateformes monétaires

Au vu des ci-dessus,

nous avons choisi des plateformes bancaires qui permettront à notre client d'effectuer le paiement des biens achetés sans aucune contrainte. De leur part, nos numéros de compte bancaire seront disponibles sur notre site web et dans supports promotionnels pour les clients qui souhaitent déposer de l'argent ou effectuer un virement en ligne pour les biens achetés.

Partenaire

Dans cette partie nous allons parler de nos partenaires qui jouent un rôle très importants dans notre entreprise . C'est pour cela que nous avons décidé de ne pas chercher loin mais plutôt en nous focalisant dans notre localité .nos principales partenaires sont :

- DAF HIP HOP ; qui a un rôle très important pour la commune de Dalifort avec les nombreux efforts qu'il apporte aux jeunes plus particulièrement aux femmes pour qu'elles puissent être autonomes et avoir un esprit de domination c'est à cet effet que nous avons décidé de le compter parmi nos partenaires .

Pour ceux qui concernent les autres partenaires nous allons attendre d'ici 3 ans après une bonne marche de **R B S business** pour voir la rentabilité de nos produits mais aussi le chiffre d'affaire par année

à cela s'ajoute aussi les dépenses les revenus et les bénéfices

Budget

Materiels	Quantites	Prix unitaire	Prix totale
Bureautiques			
ordinateur	4	150000	600000
Imprimante	1	100000	100000
Caisse enregistreuse	3	75000	225000
Equipements			
Chariots	15	25000	375000
Paniers roulettes	20	25000	500000
Balance commerciale professionelles	5	30000	150000
Presentoir pour pains	1	40000	40000
Vitrine libre	6	100000	600000
congelateur	4	175000	700000
logement	1	350000	350000
Materiels de Meubles	4	400000	1600000
Besoin en approvisionnement			
Eau	1	50000	50000
electricite	1	70000	70000
Techniciens de surface	2	75000	150000
Mise en place	1	250000	250000
Salaire	1	200000	200000
Totale depenses	66	1720000	3290000