

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République algérienne démocratique et populaire
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche scientifique
جامعة عين تموشنت بلحاج بوشعيب
Université –Ain Temouchent- Belhadj Bouchaib
Faculté sciences économiques, de gestion et Commerciales
Département sciences de gestion



Projet de Fin d'Etudes
Dans le cadre de l'arrêté ministériel 1275
« Un diplôme, une startup / micro entreprise ou brevet d'invention »
Pour l'obtention du diplôme de Licence/Master
Filière : Sciences de gestion
Spécialité : Management des ressources humaines

Le rôle du e-commerce dans l'amélioration de la visibilité digitale des entreprises
-Cas de la plateforme SOUKNET-

Présenté Par :

Nom du département

1/ Kharrouby Selim Kheir Eddine
2/ Bekheira Gacem Lamine
3/ Houalef Aimen

M2
M2
M2

Sciences de gestion
Maths informatique
Maths informatique

Devant le jury composé de :

Dr. Oukebdane Sanaa	U.Ain Témouchent	Président
Dr. Baghli Ahmed	U.Ain Témouchent	Examinateur
Dr. Benomar Mohammed Lamine	U.Ain Témouchent	Examinateur
Dr. Nait Ibrahim Boussad	U.Ain Témouchent	Encadrant
Dr. Bendiabdallah Mohammed Hakim	U.Ain Témouchent	Encadrant
Dr. Gherbi Sabah	U.Ain Témouchent	Représentant de l'incubateur
Dr. Belgheras Nadir	Direction de l'énergie et des mines	Partenaire socioéconomique

Année Universitaire 2022/2023

Remerciements

Nous tenons en premier lieu à exprimer notre profonde reconnaissance envers Monsieur Nait Ibrahim Boussad et Monsieur Bendiabdallah Mohammed Hakim d'avoir accepté d'encadrer notre travail et pour leurs soutiens infailibles, leurs expertises inestimables et leurs dévouements constants tout au long de ce projet. Leurs conseils éclairés, leurs encouragements et leurs disponibilités sans failles ont été d'une importance cruciale pour notre progression et notre réussite.

Nous souhaitons adresser nos sincères remerciements à tous les membres du jury qui ont généreusement consacré leur expertise, leur temps et leur attention à l'évaluation de notre mémoire. Leurs commentaires constructifs et leurs suggestions éclairées ont véritablement enrichi notre travail, nous poussant à repousser nos limites et à donner le meilleur de nous-mêmes.

Nous tenons également à remercier tous ceux qui ont participé de près ou de loin à la finalisation de ce travail.

Dédicaces

Nous dédions ce travail à nos parents, dont le soutien et les encouragements constants ainsi que leurs confiances en nos capacités ont été une source d'inspiration inestimable.

À notre précieuse famille qui nous a apporté encouragement, soutien et assistance tout au long de la réalisation de notre projet.

À nos chers amis, qui nous ont encouragés soutenus et aidés durant la réalisation de notre projet.

Table de contenues

Introduction générale	1
1. Les fondements du e-commerce et du e-paiement	2
2. La visibilité digitale et ses opportunités	4
3. Les avantages de l'utilisation du e-commerce et des réseaux sociaux par les entreprises	4
Premier axe : Présentation du projet	6
1. L'idée du projet	6
2. Les Valeurs suggérées	6
3. L'équipe de travail	7
4. Les objectifs du projet	8
Deuxième axe : Les aspects innovants	10
1. La nature des innovations	10
2. Domaines d'innovations	10
Troisième axe : L'analyse stratégique du marché	11
1. La segmentation du marché	11
2. La mesure de l'intensité de la concurrence	12
3. La stratégie marketing	14
Quatrième axe : Plan d'organisation	17
1. Fonctionnement de la plateforme	17
2. Les ressources humaines	19
3. Les partenaires Clés	19
Cinquième axe : Le plan financier	20
1. Les couts et les charges	20
2. Le chiffre d'affaires	23

3. Bilan prévisionnel	27
4. Comptes de résultat prévisionnel	30
5. Le flux de trésorerie	32
Sixième axe : Le prototype	35
1. Aperçu	35
1.1. Parcours de Développement	35
2. Développement du Back-End	35
2.1. Choix de Laravel	36
2.2. Conception de l'API	36
2.3. Sécurité et Authentification	36
2.4. Test et Déploiement	36
3. Développement du Front-End	37
3.1. Choix de Bubble.io	37
3.2. Intégration avec l'API de Laravel	37
3.3. Sécurité et Authentification	37
4. Tests et Validation du Prototype	38
4.1. Tests Unitaires	38
4.2. Tests d'Intégration	38
4.3. Tests de Performance	38
4.4. Validation du Prototype	38
5. Développements Futurs	39
5.1. Internationalisation de la Plateforme	39
5.2. Expansion des Méthodes de Paiement	39
5.3. Amélioration des Outils de Marketing	39
5.4. Soutien aux Start-ups et Micro-entreprises	40

Conclusion générale	40
Références bibliographiques	41
Annexes	43
Liste des tableaux	45
Liste des figures	47
Résumé	53

Le rôle du e-commerce dans l'amélioration de la visibilité digitale des entreprises -Cas de la plateforme SOUKNET-

Introduction générale

Le développement du commerce électronique, également connu sous le nom d'e-commerce, a profondément transformé les pratiques commerciales et les interactions entre entreprises et consommateurs à l'ère digitale. L'essor d'Internet et des technologies associées a rendu possible l'adoption croissante du commerce en ligne par les entreprises. Cette transition vers l'e-commerce a ouvert de nouvelles perspectives et opportunités, permettant aux entreprises d'étendre leur portée à un public mondial et de développer leur activité de manière exponentielle.

Dans le paysage digital actuel, la visibilité digitale joue un rôle crucial dans le succès commercial. Elle se réfère à la capacité d'une entreprise d'être présente, visible et facilement accessible en ligne. Une visibilité digitale efficace peut entraîner une augmentation du trafic en ligne, de la notoriété de la marque et des ventes. Les entreprises sont de plus en plus conscientes de l'importance de renforcer leur visibilité digitale afin de rester compétitives sur un marché dynamique et concurrentiel.

Le questionnement central qui guide notre réflexion est le suivant :

<p style="text-align: center;">Dans quelle mesure la plateforme E-commerce SOUKNET répond aux besoins de la visibilité digitale des entreprises ?</p>
--

Afin de répondre à cette question, nous allons examiner de près les termes essentiels de notre étude, ainsi que la problématique qui découle des questions de recherche formulées comme suit :

- Que faut-il comprendre par « commerce électronique » ?
- Quelles sont les opportunités offertes aux entreprises par la visibilité digitale ?
- Comment les entreprises utilisent-elles les sites E-commerce et les réseaux sociaux à leur propre avantage ?
- L'adoption de la plateforme SOUKNET répond-t-elle aux questionnements suscités ?

Le rôle du e-commerce dans l'amélioration de la visibilité digitale des entreprises -Cas de la plateforme SOUKNET-

Pour répondre à notre problématique nous proposons les hypothèses suivantes :

- **H1** : La visibilité digitale permet aux entreprises de développer, renforcer leur réputation en ligne et atteindre de nouveaux clients.
- **H2** : Le E-commerce permet aux entreprises de personnaliser leurs offres, de réduire les coûts de vente, d'améliorer la collecte et l'analyse des données pour une meilleure performance.
- **H3** : SOUKNET propose des bases de données sur les entreprises pour les entreprises, ainsi que pour les particuliers, portant sur la visibilité digitale et l'intermédiation commerciale.

Avant de vous expliquer notre projet nous devons d'abord passer par quelques notions de base concernant le e-commerce, le e-paiement et enfin nous finirons par une définition de la notoriété digitale.

1. Les fondements du e-commerce et du e-paiement

Le e-commerce et le e-paiement sont basés sur des concepts clés qui sont apparus grâce aux progrès des technologies de l'information et de la communication. Il est à noter qu'il existe différentes définitions du e-commerce, voici deux d'entre elles :

1. Le commerce électronique englobe les échanges numérisés liés aux activités commerciales. Il se divise en plusieurs catégories, notamment le B2B (Business to Business) qui concerne les échanges entre entreprises, le B2C (Business to Consumer) qui concerne les échanges entre entreprises et consommateurs, le B2A (Business to Administration) qui concerne les échanges entre entreprises et administrations, et enfin l'A2C (Administration to Consumer) qui concerne les échanges entre administrations et consommateurs. Les moyens utilisés pour ces échanges sont variés, allant du téléphone à la télévision digitale en passant par les connexions informatiques spécialisées. Bien que ce phénomène ne soit pas récent, car les échanges électroniques, notamment grâce à l'échange informatisé de données (EDI), se sont largement développés ces dix dernières années entre les entreprises et entre les entreprises et les administrations.¹

¹ Said Khalil, une étude exploratoire sur la place du commerce électronique dans l'évolution d'un commerce de détail, mémoire présenté à l'université du Québec à Trois-Rivières, janvier 2004. P16

Le rôle du e-commerce dans l'amélioration de la visibilité digitale des entreprises -Cas de la plateforme SOUKNET-

2. Le commerce électronique, connu sous le nom d'e-commerce, se réfère à l'achat et à la vente de biens et de services en utilisant divers réseaux informatiques. Ces réseaux peuvent inclure Internet, un extranet qui est une plateforme privée utilisant la technologie Internet ou TCP/IP, le cloud, ainsi qu'un réseau d'échange de données électroniques (EDI).²

Le e-paiement joue un rôle crucial dans le commerce électronique, fournissant aux consommateurs et aux entreprises une solution sécurisée et pratique pour effectuer des transactions financières en ligne. Il permet aux consommateurs d'effectuer des achats en ligne en utilisant diverses méthodes telles que les cartes de crédit, les portefeuilles électroniques ou les virements bancaires.

En éliminant la nécessité de manipuler de l'argent liquide et en garantissant une meilleure sécurité des données financières, le e-paiement facilite les transactions en ligne.

Voici quelques définitions sur le sujet :

1. Le paiement électronique est considéré comme étant un échange d'argent par système électronique. La transaction d'e-paiement est la valeur monétaire qui est dématérialisée et qui sert à la compensation des biens et services échangés entre deux entités. Ces entités peuvent être des banques, des entreprises, des gouvernements, ou des personnes.³
2. Un système de paiement électronique peut simplement être défini comme un ensemble de composants et de processus qui permet à deux ou plusieurs parties d'effectuer des transactions et d'échanger des valeurs monétaires par des moyens électroniques.⁴

² Electronic Commerce, [Electronic Commerce | Oxford Research Encyclopedia of International Studies](#) , 21-06-2023.

³ MESLOUB Slimane & SAIDANI Mohand, Le rôle du paiement électronique dans le développement du commerce électronique en Algérie : Cas des cartes de paiement CPA Tizi-Ouzou, Mémoire de fin de cycle En vue de l'obtention du diplôme de Master en Sciences Commerciales Spécialité : Commerce et Finance Internationale , Université Mouloud MAMMERI Tizi Ouzou Faculté des Sciences Economiques, Commerciales Et des Sciences de Gestion Département des Sciences Commerciales , année 2017 , P 27

⁴ Samia BENCHERIF & Abdelkrim MOKRANI, L'incidence de la pandémie du Coronavirus sur l'utilisation des moyens de paiement électronique en Algérie, Revue Chercheur Économique/ Volume 9 (N1) /2022, Pages 529-545.

2. La visibilité digitale et ses opportunités

Avec l'avènement d'Internet et des plateformes en ligne, la visibilité digitale est devenue un enjeu majeur pour les individus et les entreprises à l'ère de la transformation digitale. Il est essentiel de posséder une présence en ligne solide afin de tirer parti des opportunités qu'elle offre. La visibilité digitale ouvre un large éventail d'opportunités en termes de promotion, de communication et de développement professionnel.

Les individus peuvent désormais promouvoir leurs compétences et leurs talents à travers des profils en ligne, des portfolios digitales et des réseaux sociaux, leur permettant ainsi d'atteindre un public mondial et de susciter des opportunités professionnelles. De leur côté, les entreprises peuvent exploiter la visibilité digitale pour accroître leur notoriété, atteindre de nouveaux clients et améliorer leur positionnement sur le marché. Les plateformes en ligne offrent des possibilités de marketing ciblé, de publicité personnalisée et d'interaction directe avec les consommateurs, ce qui permet aux entreprises de mieux comprendre leur public cible et d'adapter leurs stratégies en conséquence.

En résumé, la visibilité digitale présente un potentiel énorme en termes d'expansion, d'influence et de croissance, tant pour les individus que pour les entreprises. Il est donc crucial de développer une présence en ligne efficace et stratégique afin de tirer pleinement parti de ces opportunités.⁵

3. Les avantages de l'utilisation du e-commerce et des réseaux sociaux par les entreprises

L'utilisation du e-commerce et des réseaux sociaux offre de nombreux avantages aux entreprises dans le contexte digital d'aujourd'hui. Tout d'abord, le e-commerce permet aux entreprises d'atteindre un public mondial sans les limitations géographiques des magasins physiques. Grâce à des plateformes de vente en ligne, les entreprises peuvent élargir leur portée et toucher des clients potentiels situés aux quatre coins du monde, ce qui ouvre de nouvelles opportunités de croissance et de profit. En outre, le e-commerce offre une plus grande flexibilité en termes d'horaires d'ouverture. Les clients peuvent effectuer des achats à tout moment qui leur convient, ce qui permet aux entreprises de générer des ventes en dehors des

⁵ Lahchame Kasmia & Djilali Chafik, La digitalisation des entreprises : une opportunité pour leur performance économique, Journal of Contemporary Business and Economic Studies Vol.(48) No.(2) (2021) , P 520-529.

Le rôle du e-commerce dans l'amélioration de la visibilité digitale des entreprises -Cas de la plateforme SOUKNET-

heures d'ouverture traditionnelles. Cela permet également aux consommateurs d'accéder à une variété de produits et de services à tout moment, ce qui améliore leur expérience d'achat. Les réseaux sociaux, quant à eux, jouent un rôle crucial dans la promotion et la communication des entreprises.⁶

Les plateformes telles que Facebook, Instagram et Twitter offrent des possibilités de marketing ciblé, permettant aux entreprises de diffuser leurs messages auprès d'un public spécifique en fonction de leurs intérêts, de leur localisation et de leurs comportements en ligne. Cela permet de maximiser l'efficacité des campagnes publicitaires et d'atteindre les bonnes personnes au bon moment. De plus, les réseaux sociaux facilitent l'interaction directe entre les entreprises et les clients. Les entreprises peuvent engager des conversations, répondre aux questions, résoudre les problèmes et recevoir des commentaires en temps réel, ce qui renforce la relation client et favorise la fidélisation. Les clients peuvent également partager leurs expériences avec les produits ou services de l'entreprise, ce qui contribue à renforcer la crédibilité et la confiance de la marque.⁷

En résumé, l'utilisation du e-commerce et des réseaux sociaux présente de nombreux avantages pour les entreprises, notamment une portée mondiale, une flexibilité accrue, des possibilités de marketing ciblé et une interaction directe avec les clients. En intégrant ces outils digitaux dans leurs stratégies, les entreprises peuvent accroître leur visibilité, leur rentabilité et leur engagement avec leur public, contribuant ainsi à leur succès sur le marché concurrentiel d'aujourd'hui.

⁶ 4 avantages du commerce électronique pour votre entreprise, <https://www.bdc.ca/fr/articles-outils/marketing-ventes-exportation/ventes/commerce-electronique-avantages-pme> , 23-06-2023.

⁷ 5 avantages des réseaux sociaux pour votre entreprise ,<https://magma.fr/5-avantages-reseaux-sociaux-entreprise/> ,23-06-2023.

Premier axe : Présentation du projet

1. L'idée du projet

Le nombre d'entreprises algériennes ne cesse de croître année après année, toutefois il semblerait qu'elles n'arrivent pas à se faire une place sur le marché et obtenir une notoriété suffisante ainsi qu'une croissance constante, ce problème est surtout présent chez les start-ups. Notre projet compte offrir une solution efficace en proposant un accès direct aux produits locaux sur internet grâce à notre plateforme e-commerce qui permettra de faciliter la consommation du Made in Algeria, Souknet va bien au-delà en se positionnant comme l'outil ultime pour les entreprises, en les accompagnant dans tous les aspects de leurs développements commerciaux, et cela, grâce au côté B2B de Souknet qui permet à ces entreprises de trouver et comparer aisément des fournisseurs de diverses catégories et élargir leurs réseaux professionnels et de conclure des partenariats commerciaux grâce à notre annuaire mettant en avant les dirigeants d'entreprises et leurs équipes.

Notre start-up vise à offrir une solution complète aux entreprises algériennes afin de les faire évoluer de manière exponentielle .

2. Les Valeurs suggérées

Notre proposition de valeur est à la fois qualitative et quantitative. Qualitativement, nous offrons aux clients des opportunités de croissance, de visibilité et de networking au sein de l'écosystème des entreprises algériennes. Quantitativement, nous leur offrons la possibilité d'augmenter leurs ventes, d'obtenir de nouveaux clients et de conclure des partenariats fructueux.

Notre proposition de valeur unique réside dans notre positionnement en tant que plateforme ultime pour les projets 1275. En regroupant ces projets sur une plateforme centralisée, Souknet leur offre un lancement optimal, ce qui va stimuler leurs ventes et leur croissance. Grâce à notre présence et notre visibilité à la fois en ligne et hors ligne, nous renforçons leur reconnaissance. De plus, notre plateforme facilite les collaborations professionnelles, permettant à ces projets de prospérer dans un environnement propice au développement et à la réussite.

3. L'équipe de travail

- Kharrouby Selim Kheir Eddine est le chef de projet sa spécialité est le management ainsi que le management des ressources humaines son rôle est le management et le marketing du projet.
- Bekheira Gacem Lamine ingénieur en informatique il sera responsable du développement Back-end.
- Houalef Aimen ingénieur en informatique il sera responsable du développement Front-end.
- Dr Nait Brahim BOUSSAAD a obtenu son diplôme de DOCTORAT en MARKETING en 2017, auprès de l'Université des Sciences Economiques et de Gestion « DJILLALI LIABES » DE SIDI BEL ABBES. Dr Nait Brahim a commencé son parcours professionnel en 2004 pour la Direction de l'action sociale où il a occupé plusieurs postes intendant, DRH et puis Directeur ordonnateur de budget, il a travaillé là-bas pendant 12 ans avant de rejoindre l'université en tant qu'enseignant chercheur. Actuellement, Dr Nait Brahim ayant le grade de maître de conférences 'A' au département de sciences de gestion, après avoir obtenu son Habilitation universitaire. Hors l'enseignement et la recherche, il a été chargé de plusieurs fonctions supérieures au niveau de l'université, Directeur adjoint de la post graduation à la faculté SECG, Vice-recteur chargé de la post graduation de la recherche scientifique et des relations extérieures et finalement Doyen de la faculté SECG. Pendant sa carrière, il a accompli de nombreuses réalisations, notamment dans le cadre de la recherche scientifique, à savoir, chef de projet de recherche universitaire sur le marketing vert, responsable de formation doctorale en gestion, édition d'ouvrage scientifique sur le système d'information marketing...

Domaines de recherche : Management, Marketing, gestion des ressources humaines, informatique, Eudes statistiques et Modélisation.

- Dr. Mohammed Hakim BENDIABDALLAH a achevé son parcours académique en informatique à l'Université d'Oran 1 (Algérie), en obtenant son doctorat en 2017. Par la suite, et même durant son parcours doctoral, il a exercé au sein d'une entreprise se spécialisant principalement dans le développement de logiciels et d'applications web. À présent, il occupe le poste de maître de conférences au sein du département de

Le rôle du e-commerce dans l'amélioration de la visibilité digitale des entreprises -Cas de la plateforme SOUKNET-

mathématiques et d'informatique de l'Université d'Aïn Temouchent (Algérie). Son domaine de recherche s'articule principalement autour de l'apprentissage automatique, l'apprentissage profond.

4. Les objectifs du projet

- Entre 2023 et la fin de 2024, notre objectif est que la grande majorité des entreprises issues de l'arrêté 1275 présente exclusivement leurs produits et services sur notre plateforme. Cette stratégie nous permettra de proposer au grand public des produits innovants et de nous démarquer de nos concurrents.
- A partir de 2025 et la fin de 2027, nous allons nous focaliser sur l'acquisition de fournisseurs B2B pour notre plateforme, le développement de nouveaux outils marketing ainsi que la préparation d'offres destinées aux nouvelles start-ups & micro-entreprises.
- A partir de 2028, notre objectif principal est de rendre la plateforme multilingue ainsi permettre l'achat de produits locaux à l'échelle mondiale. Nous souhaitons également accepter divers modes de paiement et devises pour faciliter l'internationalisation des entreprises algériennes et nous positionner en tant que leader du e-commerce en Algérie.

4. Le planning de réalisation du projet

La réalisation de ce projet se fera au cours de l'année 2023

Tableau N°1 : Le planning de réalisation

Initiative	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre
Étude de marché												
Définir les fonctionnalités clés de la plateforme.												
Planification des tâches à accomplir												
Achever la modélisation de la base de données et du design/prototype de la plateforme.												
Tester la plateforme												
Implémenter les dernières fonctionnalités												
Lancement de la plateforme												

Deuxième axe : Les aspects innovants

1. La nature des innovations

- Innovation de marché : L'innovation de marché de Souknet réside dans sa capacité à transformer le paysage du commerce électronique en Algérie en introduisant une plateforme B2B et B2C unique qui répond de manière innovante aux besoins et aux attentes des entreprises et des consommateurs. Souknet crée une demande là où il n'y en avait pas auparavant en facilitant la recherche et l'achat de produits locaux en ligne, et en favorisant le networking et les partenariats commerciaux.
- Innovation croissante : Souknet vise à continuellement améliorer ses services et à répondre aux besoins changeants du marché. Nous travaillons en étroite collaboration avec nos utilisateurs, en recueillant leurs commentaires et en nous adaptant à leurs demandes, afin d'offrir une expérience toujours plus satisfaisante. Cette approche nous permet d'innover en permanence et d'offrir des fonctionnalités améliorées, des services personnalisés et une valeur ajoutée continue à nos utilisateurs.

2. Domaines d'innovations

- C'est la première plateforme e-commerce en Algérie qui a pour objectif de promouvoir uniquement le produit local plus précisément les produits issus des start-ups, micro-entreprises algériennes.
- C'est la première plateforme e-commerce en Algérie offrant le B2C & le B2B en simultané qui permet à son utilisateur de gérer à la fois la commercialisation de ses produits et l'approvisionnement de matière première.
- Annuaire d'entreprise qui va au-delà des simples coordonnées, L'annuaire fournit des informations détaillées sur les dirigeants d'entreprises, leurs équipes et d'autres telles que son historique, sa mission, sa vision, ses réalisations. Cette fonctionnalité unique permet aux utilisateurs de se connecter directement avec les personnes influentes au sein des entreprises, facilitant ainsi le networking et les partenariats commerciaux.

Troisième axe : L'analyse stratégique du marché

1. La segmentation du marché

Le marché potentiel :

Cela englobe toutes personnes en Algérie effectuant des achats en ligne, ainsi que toutes entreprises B2C et B2B algériennes pouvant proposer ses produits et services en ligne mais plus spécifiquement les startups, micro-entreprises.

Le marché cible :

Notre marché cible est constitué des start-ups et micros entreprises qui vont être créé grâce à l'arrêté ministérielle 1275 qui sont au nombre de 11 000.⁸

Nous avons choisi de nous concentrer sur le marché des start-ups et micro-entreprises en raison de son potentiel de croissance significatif, des besoins spécifiques de ces entreprises et de l'impact économique qu'elles auront sur l'écosystème entrepreneurial en Algérie. En nous positionnant en tant que leader sur ce marché en plein essor, nous pouvons offrir des solutions sur mesure, soutenir leur développement et contribuer à renforcer l'économie du pays. Notre objectif est d'apporter une valeur ajoutée significative à ces entreprises en répondant précisément à leurs besoins et en favorisant leur réussite à long terme.

⁸ مشاريع المؤسسات الناشئة.. ترقية لدور الجامعة مشاركة في بناء الاقتصاد الوطني، https://www.youtube.com/watch?v=u7DehG_O6oE&ab_channel=EchoroukNews , Le 30 mars 2023.

2. La mesure de l'intensité de la concurrence

Tableau N°2 : Analyse de la concurrence

Nom de l'entreprise	Forces	Faiblesses
Kompass	<p>Présence internationale dans plus de 60 pays</p> <p>Un annuaire détaillé contenant 53 millions d'entreprises</p> <p>La longévité et réputation de l'entreprise</p> <p>Leur grande connaissance en data</p> <p>Pouvoir offrir de multiples offres aux entreprises pour les aidés à avoir des prospects, trouver des fournisseurs etc.</p>	<p>Ce n'est pas une plateforme e-commerce l'entreprise ne fait que de listé les entreprises si vous voulez acheter vous devez passer par le site web officielle du vendeur ou par email/appel</p> <p>Faible présence sur les réseaux sociaux</p> <p>N'est pas connue des nouvelles et jeunes start-ups</p> <p>Tous service voulu doit être payé en devise</p> <p>Aucune information sur les prix, les conditions d'achats etc.</p>
JUMIA	<p>Large choix de produits</p> <p>Réputation et longévité</p>	<p>La majorité des produits proposer sont chers et vienne de l'étranger</p> <p>Dépendance des vendeurs tiers</p>
OUEDKNISS	<p>Large choix de produits</p> <p>Réputation et longévité</p>	<p>Les annonces peuvent provenir d'entreprises comme de particulier ce qui peut poser un problème que ce soit pour la qualité des produits ou bien pour les opérations de remboursement etc.</p>

Tableau N°3 : Analyse SWOT du projet

Analyse SWOT	
<p style="text-align: center;">Forces</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Plateforme intégrée B2B et B2C : Souknet offre une solution complète pour les entreprises algériennes, leur permettant de promouvoir et de vendre leurs produits, services et applications à la fois aux consommateurs et aux autres entreprises. 2. Annuaire détaillé : L'annuaire d'entreprises fournit des informations approfondies sur les dirigeants et les contacts clés, facilitant le networking, les partenariats commerciaux et les opportunités d'investissement. 3. Demande croissante pour le commerce en ligne : Avec la montée en puissance du commerce électronique, Souknet est bien positionné pour répondre à la demande croissante des consommateurs et des entreprises en matière de solutions en ligne. 	<p style="text-align: center;">Faiblesses</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Facteurs hors de notre contrôle produit, prix, qualité, temps de livraison. 2. Dépendance à l'infrastructure technologique: Souknet dépend d'une infrastructure technologique solide pour assurer le bon fonctionnement de sa plateforme. Toute panne ou dysfonctionnement peut avoir un impact négatif sur l'expérience utilisateur et la confiance des clients.
<p style="text-align: center;">Opportunités</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Croissance du secteur des startups en Algérie : Souknet peut profiter de la dynamique de croissance des startups en Algérie en offrant des services et des opportunités adaptés à leurs besoins spécifiques. 2. Évolution des habitudes d'achat en ligne : L'adoption croissante des achats en ligne en Algérie crée une opportunité pour Souknet de capturer une part du marché en offrant une expérience d'achat conviviale et des options de paiement sécurisées. 	<p style="text-align: center;">Menaces</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. La perception négative des Algériens vis-à-vis des produits locaux. 2. Concurrence accrue : La concurrence continue de s'intensifier avec l'entrée de nouveaux acteurs sur le marché, ce qui peut rendre difficile la différenciation et la capture de parts de marché significatives.

3. La stratégie marketing

Produit :

Une boutique sur notre plateforme qui permettra aux entreprises de vendre leurs produits, services, applications, publicité sur la plateforme ainsi qu'un annuaire d'entreprise.

Prix :

Frais de création de boutique pour les vendeurs :

- Les entreprises paieront mensuellement ou annuellement et le prix varie en fonction de la segmentation de clients et du secteur d'activités.

Tableau N°4 : Les prix de création de boutique

Les offres		
Les entreprises B2C	Produits : 10 000 da par mois Services : 8000 da par mois Apps : 6000 da par mois	Produits : 100 000 DA par an Services : 80 000 DA par an Apps : 60 000 DA par an
Les entreprises B2B	Produits : 15 000 da par mois Services : 13 000 da par mois Apps : 11 000 da par mois	Produits : 150 000 DA par an Services : 130 000 DA par an Apps : 110 000 DA par an

**Le rôle du e-commerce dans l'amélioration de la visibilité digitale des entreprises
-Cas de la plateforme SOUKNET-**

Frais de publicité pour les annonceurs :

- Le prix varie en fonction de la position de l'annonce, la durée de l'annonce et le format de l'annonce.

Tableau N°5 : Prix de la publicité

Durée de l'annonce	Position de l'annonce	Format de l'annonce
1 semaine : 5 000 DA 2 semaines : 8 000 DA 1 mois : 12 000 DA	En haut de la page	Annonce image
	1 semaine : +2 000 DA	1 semaine : +0 DA
	2 semaines : +3 500 DA	2 semaines : +0 DA
	1 mois : +6 000 DA	1 mois : +0 DA
	Sur le côté de la page	Annonce vidéo
	1 semaine : +1 000 DA	1 semaine : +3 000 DA
	2 semaines : +2 000 DA	2 semaines : +5 000 DA
	1 mois : +4 000 DA	1 mois : +8 000 DA

L'annuaire d'entreprises :

Sera accessible seulement grâce à un compte entreprise, l'inscription ainsi que l'accès et gratuit pour les vendeurs sur notre plateforme.

Pour les non vendeurs l'accès et l'inscription à l'annuaire sera facturé à 3000 da par mois.

Le rôle du e-commerce dans l'amélioration de la visibilité digitale des entreprises -Cas de la plateforme SOUKNET-

Promotion :

Pour promouvoir notre plateforme, nous comptons utiliser plusieurs canaux tels que la publicité en ligne, le marketing d'influence, les relations publiques, les réseaux sociaux, les événements, les campagnes de mailing, etc.

Place (distribution) :

Nous ne stockons pas les produits ; nous faisons appel à des entreprises de transport pour livrer les articles directement aux clients.

Personnes : L'équipe de Souknet est composée 3 personnes ayant une formation dans le développement web, marketing et le management en plus de leurs expériences dans le Freelance.

Processus : Souknet met en place des processus efficaces pour faciliter l'inscription et la création de boutiques en ligne. L'interface utilisateur de la plateforme est conviviale et intuitive, offrant aux entreprises une expérience fluide tout au long du processus. Des mécanismes de paiement sécurisés et des fonctionnalités de suivi des commandes sont également mis en place pour garantir la satisfaction des clients et des commerçants.

Preuve physique : Bien que Souknet soit une plateforme en ligne, des preuves physiques peuvent être fournies aux entreprises sous la forme de documents contractuels, de factures et de rapports. De plus, des événements, des ateliers et des rencontres peuvent être organisés pour promouvoir la plateforme et permettre aux entreprises de se rencontrer et d'échanger des idées.

Quatrième axe : Plan d'organisation

1. Fonctionnement de la plateforme

Comme nous l'avons déjà mentionné, notre plateforme est dédiée aux particuliers et aux entreprises, et son fonctionnement varie en fonction du type d'utilisateur :

A. La plateforme pour les particuliers :

Processus de création de compte :

- Création de compte
- La confirmation du compte

Processus d'achat d'un produit (produit physique) :

- Choix des produits
- Validation du panier
- Validation de l'achat et du type de livraison ainsi que l'adresse de livraison par téléphone avec notre service clients
- Récupération de la commande et paiement en espèces

B. La plateforme pour les entreprises :

Processus de création de compte :

- Création de compte
- La confirmation du compte
- La validation du compte par notre équipe

Processus d'achat (auprès des vendeurs sur la plateforme) :

- Lorsqu'une entreprise souhaite acheter des produits ou des services auprès d'autres entreprises sur notre plateforme B2B, la méthode de paiement sera choisie par le vendeur. En ce qui concerne le processus d'achat, l'entreprise a la possibilité d'envoyer un message à travers la plateforme ou de contacter directement le vendeur par téléphone.

Processus d'achat des services SOUKNET :

- 1) L'annuaire des entreprises : L'accès à l'annuaire nécessite que l'utilisateur possède un compte entreprise validé. Pour y accéder, l'utilisateur devra effectuer un paiement en ligne qui lui permettra de bénéficier d'un accès à l'annuaire pendant une durée d'un mois. Toutefois, si l'utilisateur décide de créer une boutique sur la plateforme, il aura automatiquement accès à l'annuaire, sans avoir à effectuer de paiement supplémentaire.
- 2) Boutique sur la plateforme : Si l'entreprise souhaite promouvoir ses produits /services / Apps sur la plateforme elle doit passer par les étapes suivantes :
 - Choisir le type d'entreprise (B2C ou B2B ou les 2)
 - Choisir le secteur d'activité (Produits, Services, Apps)
 - Choisir sa catégorie.
 - Confirmer la création de la boutique à travers un paiement en ligne
 - Publier les offres sur vos produits / services / Applications
 - Gestion des commandes
- 3) La publicité sur plateforme : La publicité est réservée uniquement aux entreprises ayant une boutique sur la plateforme pour l'utiliser il suffit de choisir ou sera affiché l'annonce, sa durée, son format et pour finir d'effectuer un paiement en ligne.

2. Les ressources humaines

Au début de notre activité, nous n'aurons pas besoin d'employés à plein temps, et nous prévoyons de sous-traiter certaines tâches telles que le marketing et la comptabilité. Cependant, au fur et à mesure du développement de notre start-up, nous aurons besoin des équipes suivantes :

- Equipe marketing : Elle sera responsable de la conception et de la mise en œuvre de la stratégie marketing de l'entreprise, y compris la publicité en ligne, le marketing d'influence, les relations publiques, les réseaux sociaux, les événements, les campagnes de mailing, etc.
- Equipe commerciale : Elle sera responsable de la prospection, de la gestion des relations clients, de la négociation des contrats et de la fidélisation des clients.
- Equipe R&D : Elle aura pour mission de développer de nouvelles fonctionnalités et de la veille technologique.
- Equipe administrative : Elle sera responsable de la gestion des finances, de la tenue des livres de comptes, de la paie et des autres tâches administratives.
- Equipe service clients : Elle aura pour responsabilité de fournir un soutien aux clients, y compris les réponses aux demandes d'information, les problèmes de commande, les plaintes, etc.

3. Les partenaires Clés

- ASF (Algerian Startup Fund) est notre partenaire le plus crucial, car grâce à leur financement, nous pourrions concrétiser notre projet.
- SATIM (Société d'Automatisation des Transactions Interbancaires et de Monétique) jouera un rôle essentiel en nous aidant à offrir un moyen de paiement en ligne grâce à leur API.
- Les entreprises de transports : Afin de fournir un service de livraison aux entreprises qui n'en disposent pas nous travaillerons avec Yaladine et Nord & Ouest express.

Cinquième axe : Le plan financier

1. Les couts et les charges

Tableau N°6 : Les couts de démarrage du projet

Frais d'établissement	140 000 da
Frais d'ouverture de compteurs (eaux-gaz-...)	
Logiciels, formations	
Dépôt marque, brevet, modèle	
Droits d'entrée	
Achat fonds de commerce ou parts	
Droit au bail	240 000 da
Caution ou dépôt de garantie	
Frais de dossier	
Frais de notaire ou d'avocat	60 000 da
Enseigne et éléments de communication	
Achat immobilier	
Travaux et aménagements	
Matériel	
Matériel de bureau	700 000 da
Stock de matières et produits	
Trésorerie de départ	1 000 000 da

Total = 2 140 000 da

Le rôle du e-commerce dans l'amélioration de la visibilité digitale des entreprises
-Cas de la plateforme SOUKNET-

Tableau N°7 : Les couts de démarrage du projet suite

Assurances	20 000 da par an
Téléphone, internet	30 000 da par an
Autres abonnements	
Carburant, transports	200 000 da par an
Frais de déplacement et hébergement	200 000 da par an
Eau, électricité, gaz	12 000 da par an
Mutuelle	
Fournitures diverses	
Entretien matériel et vêtements	
Nettoyage des locaux	
Budget publicité et communication	600 000 da par an

Total = 1 062 000 da

Nous ne comptons pas avoir des employées à plein temps mais de sous-traiter ces tâches afin d'obtenir un meilleur rendement et d'économiser nos coûts.

Tableau N°8 : Salaires employés & dirigeants

Salaires employés	
Rémunération nette dirigeants	1 440 000 da par an

Le rôle du e-commerce dans l'amélioration de la visibilité digitale des entreprises
-Cas de la plateforme SOUKNET-

Ce projet sera financé intégralement à travers un capital risque issus de ASF à hauteur de :

Tableau N°9: Source de financement

	La valeur	Le pourcentage
Apport personnelle	0	0
ASF	5 000 000 Da	5-7%
Total	5 000 000 Da	5-7%

Avant de calculer le chiffre d'affaires nous voulons d'abord vous expliquer comment avons-nous calculer les coûts unitaires et le prix de vente :

Coûts directs

- Déplacement, hébergement et transport : 400 000 da annuels
- Internet et téléphone : 30 000 da annuels
- Factures d'eau, gaz, électricité : 12 000 da annuels
- Assurance : 20 000 da annuels

Coûts indirects :

- Marketing & frais administratifs : 600 000 da annuels
- Loyer : 240 000 da annuels
- Rémunération des dirigeants : 1 440 000 da annuels

Nous allons calculer les coûts unitaires avec l'hypothèse de 240 clients notre première année :

Coûts directs= Déplacement, hébergement et transport + Internet et téléphone + Factures d'eau, gaz, électricité + Assurance

Coûts directs= 400 000+ 30 000+ 12 000+ +20 000 = 462 000

Coûts indirects = Marketing & frais administratifs + Loyer + rémunération des dirigeants

Coûts indirects = 600 000 + 240 000 + 1 440 000 = 2 280 000

Le rôle du e-commerce dans l'amélioration de la visibilité digitale des entreprises
-Cas de la plateforme SOUKNET-

Coûts directs d'acquisition de clients : coûts directs / nombre de clients=

$$462\ 000 / 240 = 1925 \text{ da}$$

Coûts indirects d'acquisition de clients : coûts indirects / nombre de clients=

$$2\ 280\ 000 / 240 = 9500 \text{ da}$$

Coûts unitaire total = $1925 + 9500 = 11\ 425$

Marge (10%) : $11\ 425 * 0,10 = 1142,5$

Prix de vente= $11425 + 1142,5 = 12567,5$

Prix de vente finale= 13 000da

2. Le chiffre d'affaires

Afin de calculer notre chiffre d'affaires nous allons partir de l'hypothèse suivante :

Parmi ces 11000 projets universitaires seuls 10% vont être financés de la part de ASF, Anade etc. Ce qui réduit la taille de notre marché cible a 1100 projets.

De ces 1100 projets nous allons enlever 100 projets qui seraient susceptibles d'être des concurrents ou simplement des projets qui ne peuvent pas adhérer à notre plateforme ce qui nous donne un marché cible de 1000 projets.

Nous allons calculer un chiffre d'affaires optimiste avec l'hypothèse d'avoir 240 clients notre première année, nous comptons le calculer seulement avec les prix de création de boutique car il y'a trop d'incertitude concernant l'usage de publicité et l'achat de l'annuaire de la part d'entreprise qui ne souhaite pas vendre sur Soukent. Le calcul se fera avec une moyenne de prix.

Le rôle du e-commerce dans l'amélioration de la visibilité digitale des entreprises
-Cas de la plateforme SOUKNET-

Le prix moyen de création de boutique est de:

Tableau N°10 : Moyenne de prix pour la création de boutique

Les entreprises B2C	8000 Da par mois	96 000 Da par an
Les entreprises B2B	13 000 Da par mois	156 000 Da par an

Dans ce calcul notre hypothèse est que les entreprises achèterons uniquement l'offres mensuelle nous allons calculer le chiffre d'affaires B2C et B2B séparément en donnant 120 clients dans chaque cas et une augmentation de 10% chaque année.

Tableau N°11 : Chiffres d'affaires optimiste

	REALISATION			PREVISION				
Produit A destiné Client	N -2	N -1	N	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5
Nombre de clients			120					
Prix TTC			96 000 da					
CHIFFRE D'AFFAIRES B2C			11 520 000					
Nombre de clients			120					
Prix TTC			156 000 da					
CHIFFRE D'AFFAIRES B2B			18 720 000					
CHIFFRE D'AFFAIRES GLOBALE (B2C+B2B)			30 240 000	33 264 000	36 590 400	40 249 440	44 274 384	48 701 822.40

Le rôle du e-commerce dans l'amélioration de la visibilité digitale des entreprises -Cas de la plateforme SOUKNET-

Pour calculer un chiffre d'affaires pessimiste nous allons partir de l'hypothèse que nous aurons uniquement 60 clients durant notre première année et une augmentation de 5% chaque année :

Tableau N°12 : Chiffres d'affaires pessimiste

Produit A destiné Client	REALISATION			PREVISION				
	N -2	N -1	N	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5
Nombre de clients			30					
Prix TTC			96 000 da					
CHIFFRE D'AFFAIRES B2C			2 880 000					
Nombre de clients			30					
Prix TTC			15 6000 da					
CHIFFRE D'AFFAIRES B2B			4 680 000					
CHIFFRE D'AFFAIRES GLOBALE (B2C+B2B)			7 560 000	7 938 000	8 334 900	8 751 645	9 190 227	9 651 738

Pour calculer le Bilan, compte de résultat et flux de trésorerie nous allons d'abord calculer le chiffre d'affaires moyen entre l'optimiste et le pessimiste :

Tableau N°13 : La moyenne des chiffres d'affaires

	REALISATION			PREVISION				
Produit A destiné Client	N -2	N -1	N	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5
CHIFFRE D'AFFAIRES OPTIMISITE			30 240 000	33 264 000	36 590 400	40 249 440	44 274 384	48 701 822.40
CHIFFRE D'AFFAIRES PESSIMISTE			7 560 000	7 938 000	8 334 900	8 751 645	9 190 227	9 651 738
CHIFFRE D'AFFAIRES MOYEN			18 900 000	20 601 000	22 462 650	24 000 542.50	26 732 305.50	29 176 780.20

3. Bilan prévisionnel

Tableau N°14 : Bilan prévisionnel

ACTIF								
	REALISATION			PREVISION				
En milliers DZD	N -2	N -1	N	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5
Immobilisation Incorporelles								
Immobilisation Corporelles			700 000	700 000	700 000	700 000	700 000	700 000
Terrain								
Bâtiment								
Amortissement			140 000	280 000	420 000	560 000	700 000	
Autres Immobilisations Corporelles								
Immobilisations en concession								
Immobilisation en cours								
Immobilisations Financières								
Titres mis en équivalence								

Le rôle du e-commerce dans l'amélioration de la visibilité digitale des entreprises -Cas de la plateforme SOUKNET-

Autres participations et créances rattachées								
Autres Titres immobilisés								
Prêts et autres titres financiers non courants								
Impôts différés actif								
ACTIF NON COURANT			560 000	420 000	280 000	140 000	0	
Stocks et encours								
Créances et emplois assimilés								
Clients								
Autres débiteurs								
Impôts et assimilés								
Autres créances et emplois assimilés								
Disponibilités et assimilés								
Placements et autres actifs financiers courants								
Trésorerie			18 900 000	20 601 000	22 462 650	24 000 542.50	26 732 305.50	29 176 780.20
ACTIF COURANT			19 040 000	21 021 000	22 742 650	24 140 542,50	26 732 305.50	29 176 780.20
TOTAL ACTIF			19 600 000	21 441 000	23 022 650	24 280 542,50	26 732 305.50	29 176 780.20

Le rôle du e-commerce dans l'amélioration de la visibilité digitale des entreprises -Cas de la plateforme SOUKNET-

PASSIF								
	REALISATION			PREVISION				
En milliers DZD	N-2	N-1	N	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5
CAPITAUX PROPRES								
Capital émis			5 000 000	5 000 000	5 000 000	5 000 000	5 000 000	5 000 000
Capital non appelé								
Ecart de réévaluation								
Primes et réserves- Réserves Consolidées								
Résultat net- RN part du groupe								
Autres capitaux propres- report à nouveau								
Résultat net			14 600 000	16 441 000	18 022 650	19 280 542,50	21 732 305,5	24 176 780,2
CAPITAUX PROPRES			19 600 000	21 441 000	23 022 650	24 280 542,50	26 732 305.50	29 176 780.20
PASSIFS NON-COURANTS								
Emprunts et dettes financières								
Impôt différé passif								
Autres dettes non courantes								
Provisions et produits constatés d'avance								
PASSIFS NON-COURANTS								
PASSIFS COURANTS								

Le rôle du e-commerce dans l'amélioration de la visibilité digitale des entreprises -Cas de la plateforme SOUKNET-

Fournisseurs et comptes rattachés								
Impôts								
Autres dettes								
Trésorerie passif								
PASSIFS COURANTS								
TOTAL PASSIF			19 600 000	21 441 000	23 022 650	24 280 542,50	26 732 305.50	29 176 780.20
Vérification de l'équilibre Actif/Passif			0	0	0	0	0	0

4. Comptes de résultat prévisionnel

Tableau N°15 : Comptes de résultat prévisionnel

En Milliers DZD	REALISATION			PREVISION				
	N -2	N -1	N	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5
Vente et produits annexes			18 900 000	20 601 000	22 462 650	24 000 542.50	26 732 305.50	29 176 780.20
Variation des stocks produits finis et en cours								
Production immobilisée								
Subvention d'exploitation								
Production de l'exercice			18 900 000	20 601 000	22 462 650	24 000 542.50	26 732 305.50	29 176 780.20

Le rôle du e-commerce dans l'amélioration de la visibilité digitale des entreprises -Cas de la plateforme SOUKNET-

Achats consommés								
Services Extérieurs et autres consommations			1 262 000	1 388 200	1 526 020	1 678 622	1 846 484	2 031 132
Consommation de l'exercice			1 262 000	1 388 200	1 526 020	1 678 622	1 846 484	2 031 132
Valeur ajoutée d'exploitation			17 638 000	19 212 800	20 936 630	22 321 920,50	24 885 821,50	27 145 648,20
Charges de personnel			1 440 000	1 584 000	1 728 000	1 900 800	2 090 880	2 299 968
Impôts et taxes et versement assimilés								
Excédent Brut d'Exploitation			16 198 000	17 628 800	19 208 630	20 421 120,50	22 794 941,5	24 845 680,20
Autres produits opérationnels								
Autres charges opérationnelles								
Dotations aux amortissements, Provisions			140 000	280 000	420 000	560 000	700 000	
Reprise sur pertes de valeurs et provisions								
Résultat opérationnel			16 058 000	17 348 800	18 788 630	19 861 120,50	22 094 941,50	24 845 680,20
Produits Financiers								
Charges financières								
Résultat financier								
Résultat Ordinaire avant impôt			16 058 000	17 348 800	18 788 630	19 861 120,50	22 094 941,50	24 845 680,20
Impôt exigible sur résultat ordinaire								
Impôt différé sur résultat ordinaire								
Total des produits des activités ordinaires								
Total des charges des activités ordinaires								
Résultat net des activités ordinaires			16 058 000	17 348 800	18 788 630	19 861 120,50	22 094 941,50	24 845 680,20

Le rôle du e-commerce dans l'amélioration de la visibilité digitale des entreprises -Cas de la plateforme SOUKNET-

Eléments extraordinaire (produits)								
Eléments extraordinaire (charges)								
Résultat extraordinaire			16 058 000	17 348 800	18 788 630	19 861 120,50	22 094 941,50	24 845 680,20
RESULTAT NET DE L'EXERCICE			16 058 000	17 348 800	18 788 630	19 861 120,50	22 094 941,50	24 845 680,20

5. Le flux de trésorerie

Tableau N°16 : Flux de trésorerie

En Milliers DZD	REALISATION			PREVISION				
	N-2	N-1	N	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5
RUBRIQUES								
Flux de trésorerie provenant des activités opérationnelles								
Résultat net de l'exercice			16 058 000	17 348 800	18 788 630	19 861 120,50	22 094 941,50	24 845 680,20
Ajustements pour :								
- Amortissements et provisions			140 000	280 000	420 000	560 000	700 000	
- Variation des impôts différés								
- Variation des stocks								
- Variation des clients et autres créances								
- Variation des fournisseurs et autres dettes								

Le rôle du e-commerce dans l'amélioration de la visibilité digitale des entreprises -Cas de la plateforme SOUKNET-

- Plus ou moins-values de cession, nettes d'impôts								
Flux de trésorerie générés par l'activité (A)			15 918 000	17 068 800	18 368 630	19 301 120,50	21 394 941,50	24 845 680,20
Flux de trésorerie provenant des opérations d'investissement			5 000 000	5 000 000	5 000 000	5 000 000	5 000 000	5 000 000
Décassements sur acquisition d'immobilisations								
Encaissements sur cessions d'immobilisations								
Incidence des variations de périmètre de consolidation (1)								
Flux de trésorerie liés aux opérations d'investissement (B)								
Flux de trésorerie provenant des opérations de financement								
Dividendes versés aux actionnaires								
Augmentation de capital/ Part ASF								
Augmentation de capital/ Part start-uppeur								
Injection en compte courant associé ASF								
Remboursements capital ASF (en valeur nominale)								
Remboursements compte courant associé ASF								

Le rôle du e-commerce dans l'amélioration de la visibilité digitale des entreprises -Cas de la plateforme SOUKNET-

Flux de trésorerie liés aux opérations de financement (C)								
Variation de trésorerie de la période (A+B+C)								
Trésorerie d'ouverture (Début de la période)			15 918 000	17 068 800	18 368 630	19 301 120,50	21 394 941,50	24 845 680,20
Trésorerie de clôture (Fin de la période)			15 918 000	17 068 800	18 368 630	19 301 120,50	21 394 941,50	24 845 680,20
Variation de trésorerie			0	0	0	0	0	0

Sixième axe : Le prototype

1. Aperçu

Le prototype de Souknet a été méticuleusement conçu pour offrir une expérience de commerce électronique intuitive, fluide et efficace pour les entreprises et pour les consommateurs.

Le prototype incarne les principes de simplicité et de fonctionnalité, garantissant le processus de listing, de recherche, de comparaison et d'achat de produits est simple pour tous les utilisateurs.

1.1. Parcours de Développement

Le développement de Souknet a été un processus marqué par des défis, des innovations et des progrès. La construction de la plateforme a nécessité une compréhension approfondie des besoins des entreprises et des consommateurs, ainsi qu'une application technique soignée pour traduire ces exigences en une solution digitale fiable.

Le processus a débuté par une phase de recherche et de planification rigoureuse. Celle-ci nous a permis de comprendre les dynamiques du commerce électronique et les besoins spécifiques des entreprises algériennes. Suite à cela, nous avons élaboré une architecture technique solide, qui a servi de base pour la construction du prototype.

La phase de développement a ensuite été divisée en deux aspects principaux : le développement du back-end et du front-end.

Chaque étape de ce processus a nécessité une attention particulière aux détails et un engagement envers la qualité et l'efficacité. Tout au long du développement, nous avons adopté une approche itérative, testant constamment notre travail et intégrant les retours des utilisateurs pour améliorer et peaufiner la plateforme.

2. Développement du Back-End

Le développement du back-end de Souknet a constitué une phase essentielle de notre parcours.

Cette partie, bien qu'invisible pour l'utilisateur final ; sert d'une fondation à notre plateforme.

Elle gère toutes les logiques commerciales, les interactions avec la base de données, et garantit la sécurité et la performance de cette plateforme. La technologie clé qui a rendu cela possible est le Framework PHP Laravel.

2.1. Choix de Laravel

Laravel est un Framework PHP qui s'est démarqué par sa robustesse, mais aussi par sa syntaxe élégante, son expressivité et sa capacité à gérer efficacement des applications web complexes. Laravel offre un système de gestion de base de données expressif et puissant, ainsi qu'une migration de base de données sécurisée et un système de mise en cache solide.

2.2. Conception de l'API

Une API⁹ est un ensemble de règles qui permet à différentes applications de communiquer et de partager des données entre elles de manière structurée.

La conception de l'API a été une étape cruciale dans le développement du back-end. Notre équipe a suivi une architecture RESTful¹⁰, qui structure l'API autour des ressources et utilise des méthodes HTTP¹¹ pour les opérations CRUD (Création, Lecture, Mise à jour, Suppression). Cela a permis une communication fluide et efficace entre le back-end et le front-end, avec une intégration facile des services tiers.

2.3. Sécurité et Authentification

Une attention particulière a été portée à la sécurité et à l'authentification. Laravel offre une gestion intégrée de l'authentification et de la sécurité, notamment des protections contre les attaques CSRF¹² et XSS¹³. Des mesures supplémentaires ont été prises pour sécuriser les données des utilisateurs.

2.4. Test et Déploiement

Le back-end a subi de nombreux tests pour s'assurer qu'il fonctionne correctement et qu'il est sécurisé. Nous avons utilisé des tests unitaires pour tester des parties individuelles du code, des

⁹ API : acronyme Application Programming Interface

¹⁰ RESTful : un style d'architecture pour les systèmes distribués tels que le World Wide Web, acronyme REST signifie Representational State Transfer

¹¹ HTTP : acronyme HyperText Transfer Protocol, un protocole de communication qui permet le transfert de données sur le Web

¹² CSRF: Cross-Site Request Forgery : une attaque qui force un utilisateur authentifié à exécuter une action non intentionnelle sur un site web où il est authentifié

¹³ XSS : Cross-Site Scripting : une attaque sur les sites web, où un attaquant injecte des scripts malveillants dans des pages web vues par d'autres utilisateurs

Le rôle du e-commerce dans l'amélioration de la visibilité digitale des entreprises -Cas de la plateforme SOUKNET-

tests d'intégration pour vérifier que différentes parties du code fonctionnent ensemble, et des tests de performance pour s'assurer que le système peut gérer le nombre prévu d'utilisateurs.

Pour le déploiement, nous avons créé un VPS¹⁴ depuis ORACLE Cloud, s'assurer que l'environnement va satisfaire les besoins requis durant le déroulement du projet en production.

3. Développement du Front-End

Le développement du front-end de Souknet a été axé sur la création d'une interface utilisateur conviviale et visuellement attrayante. C'est la partie qui permet aux utilisateurs d'interagir avec notre plateforme et de profiter de ses fonctionnalités. Pour cela, nous avons choisi Bubble.io, un outil de développement rapide d'applications (RAD).

3.1. Choix de Bubble.io

Bubble.io a été choisi pour sa capacité à construire des applications web sophistiquées sans avoir besoin d'écrire de code. Cette plateforme de programmation visuelle offre une grande bibliothèque de plugins et une facilité d'utilisation qui nous a permis de créer une interface utilisateur attrayante et fonctionnelle. Cependant sa non nécessité d'écrire de code, elle nécessite une connaissance sur le développement d'une platform et une expertise sur la philosophie de cet outil

3.2. Intégration avec l'API de Laravel

L'intégration de l'API Laravel a été une étape cruciale pour assurer la communication entre le back-end et le front-end de la plateforme. Nous avons veillé à ce que toutes les requêtes soient correctement configurées sous les règles du REST API et que les réponses soient traitées efficacement pour fournir une expérience utilisateur sans faille.

3.3. Sécurité et Authentification

La sécurité est au cœur de toute plateforme en ligne, une authentification sécurisée est primordiale non seulement pour la protection des données sensibles des utilisateurs, mais aussi aux futures ; pour garantir que les transactions effectuées sur notre plateforme sont sûres et fiables.

Laravel offre une gestion intégrée de l'authentification et de la sécurité. En outre, nous avons mis en place des protocoles de sécurité supplémentaires tels que le chiffrement des données, la validation

¹⁴ VPS: Virtual Private Server

Le rôle du e-commerce dans l'amélioration de la visibilité digitale des entreprises -Cas de la plateforme SOUKNET-

des entrées des utilisateurs, et la gestion des sessions pour renforcer la sécurité. Nous avons également utilisé le hachage des mots de passe pour éviter tout accès non autorisé aux comptes des utilisateurs.

Ces mesures de sécurité ont été mises en place pour garantir que chaque interaction sur notre plateforme est sécurisée, renforçant ainsi la confiance des utilisateurs et des entreprises dans Souknet.

4. Tests et Validation du Prototype

Le prototype a été soumis à des tests rigoureux pour identifier et rectifier tout problème ou bug potentiel. Nous avons utilisé diverses méthodologies de test, y compris les tests unitaires, les tests d'intégration et les tests système pour assurer la fiabilité de notre plateforme

4.1. Tests Unitaires

Les tests unitaires ont été effectués pour vérifier chaque partie individuelle de notre code. Ces tests nous ont permis de valider que chaque fonctionnalité de notre application fonctionne comme prévu. Pour cela, nous avons utilisé des Framework de test tels que PHP Unit pour le back-end et Jest pour le front-end.

4.2. Tests d'Intégration

Les tests d'intégration ont été effectués pour s'assurer que les différentes parties de notre application fonctionnent bien ensemble. Ces tests ont été conçus pour détecter les problèmes qui peuvent survenir lorsque différents composants interagissent.

4.3. Tests de Performance

Nous avons effectué des tests de performance pour évaluer la capacité de notre système à gérer une charge d'utilisation importante. Ces tests ont permis d'identifier les goulots d'étranglement et d'optimiser notre application pour garantir une expérience utilisateur fluide, même lors de pics d'activité.

4.4. Validation du Prototype

Une fois tous les tests effectués, nous ferons procéder à la validation de notre prototype. Cette étape a consisté à s'assurer que notre application respecte les exigences initiales, qu'elle est

Le rôle du e-commerce dans l'amélioration de la visibilité digitale des entreprises -Cas de la plateforme SOUKNET-

techniquement solide et prête pour le déploiement. Cette validation finale nous a permis de confirmer que Souknet sera prêt à offrir une solution viable et attrayante pour les entreprises algériennes.

5. Développements Futurs

Notre vision pour Souknet ne s'arrête pas au lancement de la plateforme. Nous envisageons de continuer à évoluer et à grandir, en ajoutant de nouvelles fonctionnalités et en nous adaptant aux besoins changeants de nos utilisateurs et du marché.

5.1. Internationalisation de la Plateforme

À partir de 2028, notre objectif principal est de rendre la plateforme multilingue, permettant ainsi l'achat de produits locaux à une échelle globale. Cela comprend l'ajout de nouvelles langues à notre interface et l'adaptation de nos services pour répondre aux besoins spécifiques des marchés internationaux.

5.2. Expansion des Méthodes de Paiement

Pour faciliter l'internationalisation des entreprises algériennes et pour offrir une expérience plus pratique à nos utilisateurs, nous prévoyons d'accepter diverses méthodes de paiement et devises. Cela comprend l'intégration de passerelles de paiement internationales et locales tel que les Visa card , Master Card , PayPal , Stripe etc. pour répondre aux préférences de paiement diverses de nos utilisateurs.

5.3. Amélioration des Outils de Marketing

Nous envisageons de développer de nouveaux outils de marketing pour aider les entreprises sur notre plateforme à atteindre leur public cible plus efficacement. Cela peut inclure des fonctionnalités pour les campagnes publicitaires ciblées, l'analyse des données des utilisateurs pour comprendre leurs comportements d'achat, et des outils pour optimiser la visibilité des produits sur la plateforme.

5.4. Soutien aux Start-ups et Micro-entreprises

Dans les années à venir, nous prévoyons de préparer des offres pour les nouvelles startups et micro-entreprises, afin de les aider à se développer et à prospérer. Nous envisageons d'offrir des services de mentorat, de formation et de ressources éducatives pour aider ces entreprises à réussir.

Conclusion générale

En conclusion, notre étude s'est concentrée sur l'impact du commerce électronique et de la visibilité digitale, avec un accent particulier sur la plateforme Souknet. Nous avons constaté que le développement du commerce électronique a transformé la façon dont les entreprises interagissent avec les consommateurs et ont la possibilité d'étendre leur activité à l'échelle mondiale.

La visibilité digitale est devenue un élément crucial pour la réussite commerciale, permettant aux entreprises d'être présentes, visibles et facilement accessibles en ligne. Nous avons mis en évidence les opportunités offertes par une visibilité digitale efficace, telles que l'augmentation du trafic en ligne, la notoriété de la marque et les ventes. Dans notre étude, nous avons analysé comment les entreprises utilisent les sites de commerce électronique et les réseaux sociaux à leur avantage, en se concentrant sur les meilleures pratiques et les avantages qu'elles peuvent en tirer. Nous avons également évalué dans quelle mesure la plateforme Souknet répond aux besoins de la visibilité digitale des entreprises. Enfin, nous avons formulé quatre hypothèses de recherche pour valider notre problématique. Nous avons conclu que la visibilité digitale permet aux entreprises de développer leur réputation en ligne et d'atteindre de nouveaux clients. Le commerce électronique offre des avantages tels que la personnalisation des offres, la réduction des coûts de vente et l'amélioration de la collecte et de l'analyse des données pour une meilleure performance. Enfin, nous avons constaté que Souknet propose des bases de données sur la visibilité digitale et l'intermédiation commerciale, tant pour les entreprises que pour les particuliers.

En conclusion, Souknet apporte une solution pertinente et efficace pour les entreprises qui cherchent à améliorer leur visibilité digitale et à tirer parti des avantages du commerce électronique. La plateforme offre une plateforme complète, intuitive et personnalisée, permettant aux entreprises de développer leur activité en ligne et de se connecter avec un large public. Souknet contribue ainsi à renforcer la présence en ligne des entreprises et à les positionner de manière compétitive sur le marché digitale.

Références bibliographiques

Mémoire et thèses :

- Said Khalil, une étude exploratoire sur la place du commerce électronique dans l'évolution d'un commerce de détail, mémoire présenté à l'université du Québec à Trois-Rivières, janvier 2004.
- MESLOUB Slimane & SAIDANI Mohand, Le rôle du paiement électronique dans le développement du commerce électronique en Algérie : Cas des cartes de paiement CPA Tizi-Ouzou, Mémoire de fin de cycle En vue de l'obtention du diplôme de Master en Sciences Commerciales Spécialité : Commerce et Finance Internationale , Université Mouloud MAMMERI Tizi Ouzou Faculté des Sciences Economiques, Commerciales Et des Sciences de Gestion Département des Sciences Commerciales , 2017

Reuves :

- Samia BENCHERIF & Abdelkrim MOKRANI, L'incidence de la pandémie du Coronavirus sur l'utilisation des moyens de paiement électronique en Algérie, Revue Chercheur Économique/ Volume 9 (N1) /2022
- Lahchame Kasmia & Djilali Chafik, La digitalisation des entreprises : une opportunité pour leur performance économique, Journal of Contemporary Business and Economic Studies Vol.(48) No.(2) (2021)

Sites internet :

- 4 avantages du commerce électronique pour votre entreprise, <https://www.bdc.ca/fr/articles-outils/marketing-ventes-exportation/ventes/commerce-electronique-avantages-pme>
- 5 avantages des réseaux sociaux pour votre entreprise <https://magina.fr/5-avantages-reseaux-sociaux-entreprise/>
- Electronic Commerce, [https://oxfordre.com/internationalstudies/display/10.1093/acrefore/9780190846626.001.0001/acrefore-9780190846626-e-85#:~:text=Electronic%20commerce%20\(or%20e%2Dcommerce,data%20interchange%20\(EDI\)%20network.](https://oxfordre.com/internationalstudies/display/10.1093/acrefore/9780190846626.001.0001/acrefore-9780190846626-e-85#:~:text=Electronic%20commerce%20(or%20e%2Dcommerce,data%20interchange%20(EDI)%20network.)

➤ مشاريع المؤسسات الناشئة.. ترقية لدور الجامعة مشاركة في بناء الاقتصاد الوطني،

https://www.youtube.com/watch?v=u7DehG_O6oE&ab_channel=EchoroukNews

Annexes

Partenaires clés 1. ASF 2. SATIM 3. Les entreprises de transports	Activités clés 1. Marketing & prospection. 2. Développement & maintenance de la plateforme. 3. Service Clients.	Proposition de valeur Pouvoir rassembler les projets 1275 en une seule plateforme afin de leurs offrir un lancement optimal ainsi qu'une augmentation significative de leurs ventes et une forte présence et visibilité en ligne et hors ligne et enfin leurs permettre de collaborer de manière simple et efficace	Relation client 1. L'obsession client : créer une expérience unique selon chaque utilisateur. 2. Service clients. 3. Les réseaux sociaux.	Segments de clientèle 1. Toutes personnes en Algérie faisant des achats en ligne 2. Toutes entreprises Algériennes B2C & B2B pouvant proposer ses produits & services en ligne.
Structure des coûts 1. Coûts fixes ➤ (Loyer, Salaires, frais administratifs) 2. Coûts variables ➤ Marketing & prospection. ➤ Développement & maintenance de la plateforme.	Ressources clés 1. Le site web de SOUKNET. 2. Ressources humaines 3. Ressources financières		Canaux de distribution 1. Le site web de SOUKNET. 2. Les Réseaux sociaux.	
		Sources de revenus 1. Frais mensuels / annuel sur les vendeurs. 2. Les publicités sur la plateforme. 3. L'annuaire des entreprises.		

Liste des tableaux

Tableau N°1 : Le planning de réalisation	9
Tableau N°2 : Analyse de la concurrence	12
Tableau N°3 : Analyse SWOT du projet	13
Tableau N°4 : Les prix de création de boutique	14
Tableau N°5 : Prix de la publicité	15
Tableau N°6 : Les couts de démarrage du projet	20
Tableau N°7 : Les couts de démarrage du projet suite	21
Tableau N°8 : Salaires employés & dirigeants	21
Tableau N°9: Source de financement	22
Tableau N°10 : Moyenne de prix pour la création de boutique	24
Tableau N°11 : Chiffres d'affaires optimiste	25
Tableau N°12 : Chiffres d'affaires pessimiste	26
Tableau N°13 : La moyenne des chiffres d'affaires	27
Tableau N°14 : Bilan prévisionnel	27
Tableau N°15 : Comptes de résultat prévisionnel	30
Tableau N°16 : Flux de trésorerie	32

Liste des figures

Figure 01 : ERD global non détaillée de la structure de la base données relationnelle de Souknet platform

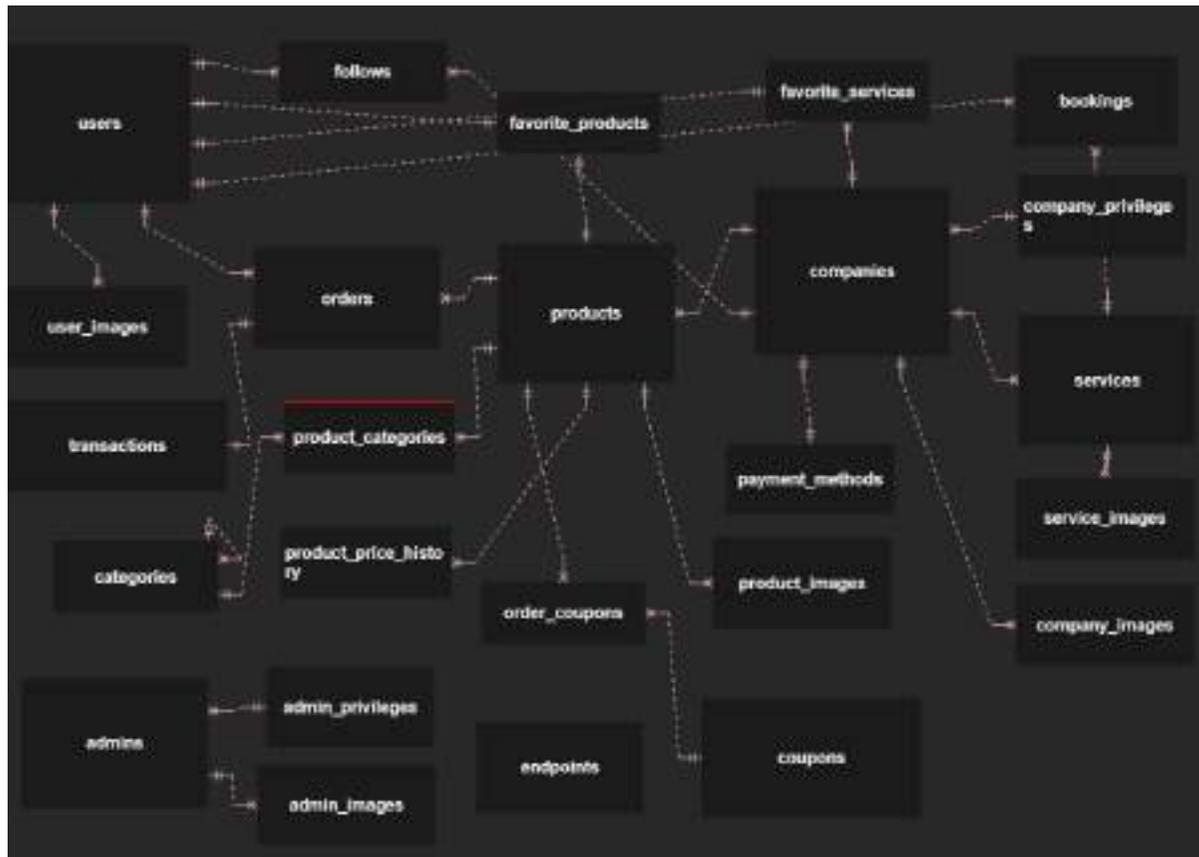


Figure 1 Structure de la base de données relationnelle de SOUKNET

Figure 02 : Annuaire d'entreprises SOUKNET

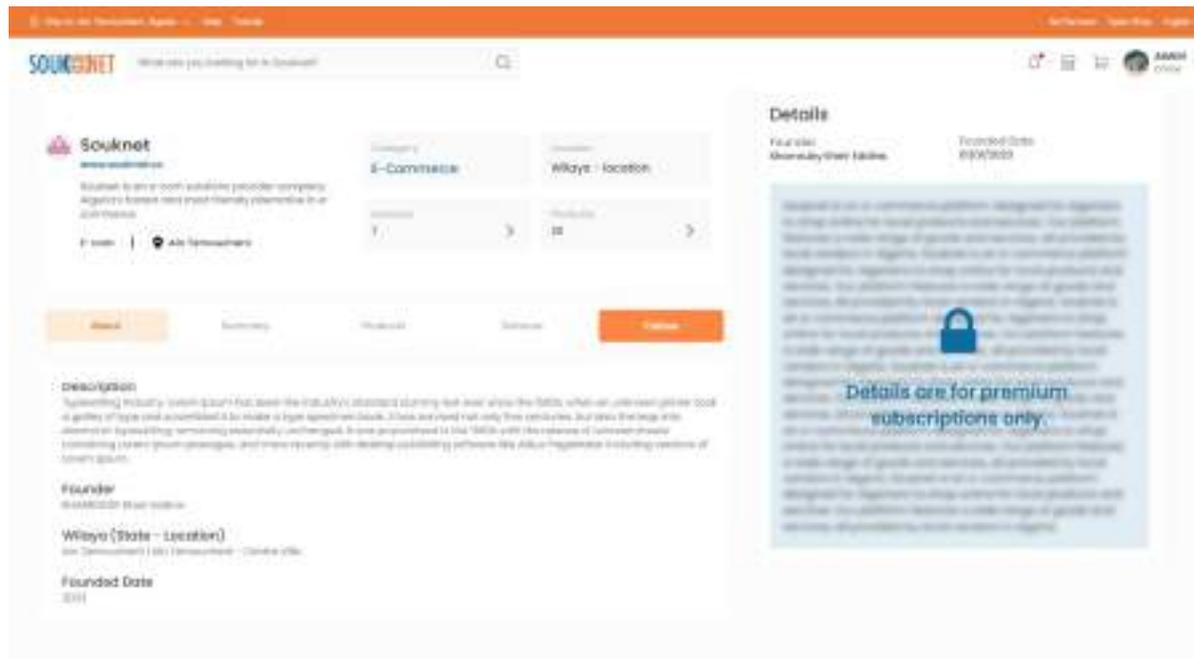


Figure 2 Annuaire d'entreprises SOUKNET

Figure 03 : Tableau de bord

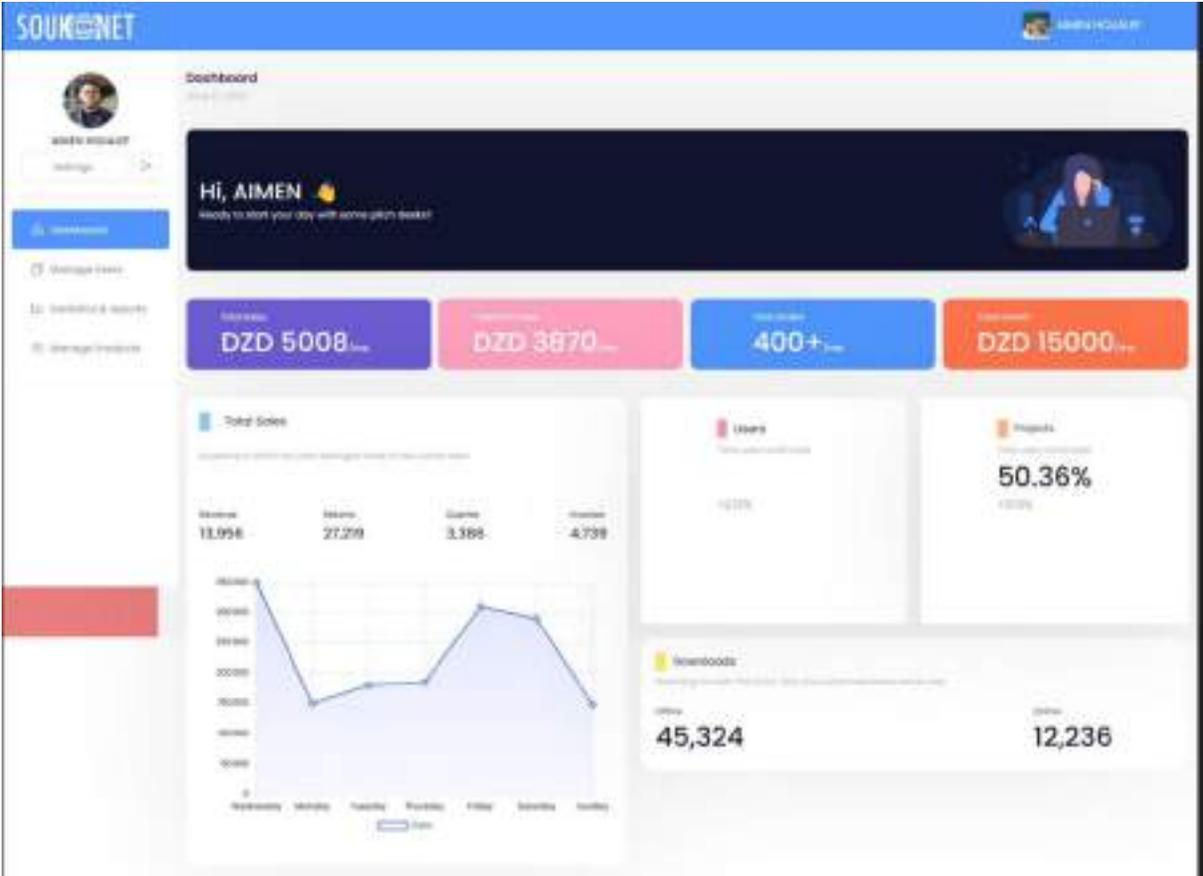


Figure 3 Tableau de bord

Figure 04 : Interface SOUKNET

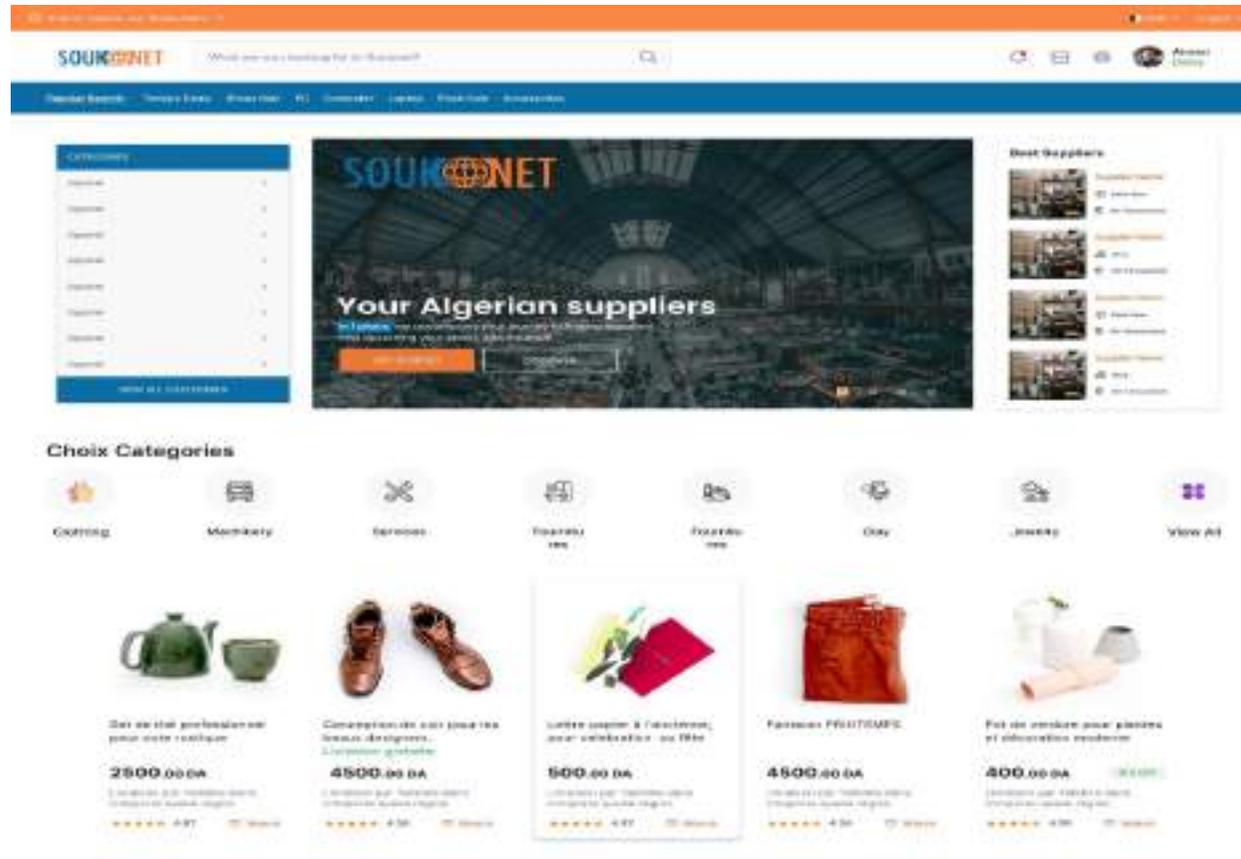


Figure 4 Interface SOUKNET

Figure 05 : SOUKNET B2B

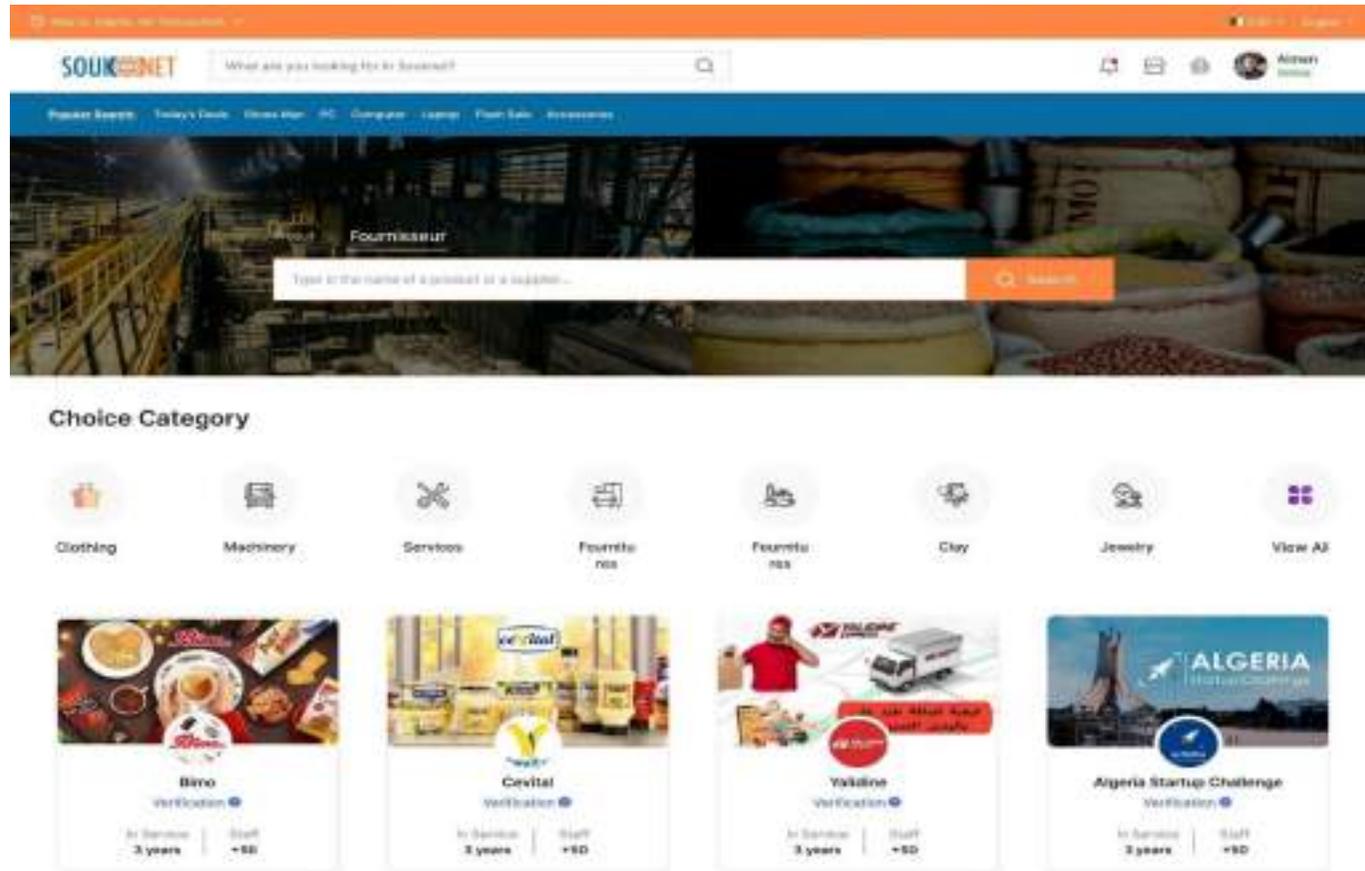


Figure 5 SOUKNET B2B

Résumé

L'objectif de cette étude était d'évaluer l'impact du e-commerce via la plateforme Souknet sur la visibilité digitale des entreprises algériennes. Souknet offre une proposition de valeur unique en permettant aux entreprises de promouvoir leurs produits, services et applications B2C et B2B à travers une seule plateforme, atteignant ainsi un large public et développant leur visibilité digitale et leur notoriété. La visibilité digitale est devenue essentielle dans un environnement commercial concurrentiel, permettant aux entreprises d'attirer du trafic qualifié, de renforcer leur notoriété et d'augmenter leurs ventes. L'étude s'est articulée autour de six axes distincts. Tout d'abord, l'origine de l'idée a été explorée, ainsi que ses objectifs, sa stratégie marketing, son fonctionnement, les partenariats et ressources nécessaires à sa réalisation. Ensuite, une analyse détaillée de la structure financière de Souknet et des projections de chiffre d'affaires a été effectuée. Enfin, la réalisation du prototype de la plateforme a été abordée, mettant en évidence les étapes clés du processus de développement et les technologies utilisées.

En conclusion, Souknet offre une solution complète et efficace pour améliorer la visibilité digitale des entreprises et contribue au renforcement de l'écosystème entrepreneurial en Algérie en favorisant la collaboration et le réseautage entre les entreprises. Grâce aux fonctionnalités avancées de Souknet, les entreprises peuvent renforcer leur compétitivité et tirer pleinement parti des avantages offerts par la visibilité digitale.

Mots clés : E-commerce, visibilité digitale, entreprises algériennes, produit local.

Abstract

The objective of this study was to assess the impact of e-commerce through the Souknet platform on the digital visibility of Algerian businesses. Souknet offers a unique value proposition by enabling businesses to promote their products, services, and apps through a single platform supporting B2C and B2B, reaching a wide audience and enhancing their digital visibility and reputation. Digital visibility has become crucial in a competitive business environment, allowing companies to attract qualified traffic, strengthen their brand awareness, and increase sales. The study was conducted across six distinct axes. Firstly, the origin of the idea was explored, along with its objectives, marketing strategy, operational framework, and the partnerships and resources required for its implementation. Secondly, a detailed analysis of Souknet's financial structure and revenue projections was carried out. Finally, the development of the platform prototype was discussed, highlighting key stages in the development process and the technologies employed.

In conclusion, Souknet provides a comprehensive and effective solution to enhance the digital visibility of businesses and contributes to the strengthening of the entrepreneurial ecosystem in Algeria by facilitating collaboration and networking among companies. Leveraging the advanced features of Souknet, businesses can enhance their competitiveness and fully capitalize on the benefits offered by digital visibility.

Keywords: E-commerce, digital visibility, Algerian businesses, local products.