



PRÉSENTATION

SOMMAIRE

1

Introduction

2

Contexte et analyse du marché

3

Notre stratégie e-commerce et modèle économique

4

Analyse fonctionnelle du projet

5

Stratégie de contenu éditorial

6

Conclusion

INTRODUCTION

Epicerie solidaire destinée aux étudiants

Solution concrète à leurs problèmes financiers

Box à thème (alimentaire, hygiénique, études) aux tarifs accessibles

Systeme basé sur les dons et l'abonnement



CONTEXTE ET ANALYSE DU MARCHÉ

SITUATION ÉTUDIANTE

- Augmentation de la précarité étudiante
- Coût élevé de la vie étudiante (>3000€/an)
- Hausse des besoins en produits de première nécessité

E-COMMERCE ET JEUNES

72% des 18-25 ans achètent en ligne chaque mois, surtout via mobile

TENDANCE FORTE

- Achats responsables et solidaires
- Montée des plateformes de seconde main et des épiceries solidaires

STRATÉGIE E-COMMERCE



Site web mobile-first

- Navigation fluide
- Paiement rapide,
- Inscription en moins de 2 minutes



Communication digitale

- Instagram, TikTok, LinkedIn
- Formats courts (unboxing, témoignages...)
- Concours
- UGC



Fidélisation

- Personnalisation des box
- Newsletter
- Offres spéciales
- Système de parrainage



Une raison d'être forte

- Lutter contre la précarité étudiante
- Accès facilité à des produits de première nécessité
- Paiement récurrent = organisation simplifiée



MODÈLE ÉCONOMIQUE

<9€90

/MOIS POUR UNE BOX

DONS

**D'ASSOCIATIONS,
PARTICULIERS,
ENTREPRISES...**

WEB

**COMMANDES SUR SITE
WEB**

- Abonnement mensuel et personnalisation possible des box (alimentaire, hygiénique, études)
- Cœur de cible: étudiants 17-25 ans, souvent en alternance ou boursiers, en recherche de solutions discrètes et économiques.

NOTRE STRATÉGIE DE CONTENU

Contenu social et mobile-first

17-25 ans, très actifs sur les réseaux sociaux

Objectif

Créer une forte présence sur mobile via des formats courts, verticaux et engageants.

Formats clés

- Vidéos d'unboxing
- Formats "Avant / Après"
- Témoignages étudiants
- Stories, Reels

Fréquence

Plusieurs publications par semaine, avec adaptation au ton et à l'algorithme de chaque réseau

AUTRES STRATÉGIES PERTINENTES

- Contenu éditorial (SEO)
- Contenu à forte valeur ajoutée
- Contenu visuel
- Contenu interactif
- User Generated Content (UGC)
- Contenu éducatif et pratique
- Storytelling
- Emailing

ANALYSE FONCTIONNELLE DU PROJET

- Le site permet de s'abonner, de personnaliser sa box et de suivre ses commandes facilement
- Paiement en ligne rapide et protégé, adapté au mobile
- Gestion des dons, préparation et distribution des box, suivi des stocks en temps réel
- Système de parrainage, newsletter, FAQ, chatbot, et forte présence sur les réseaux sociaux



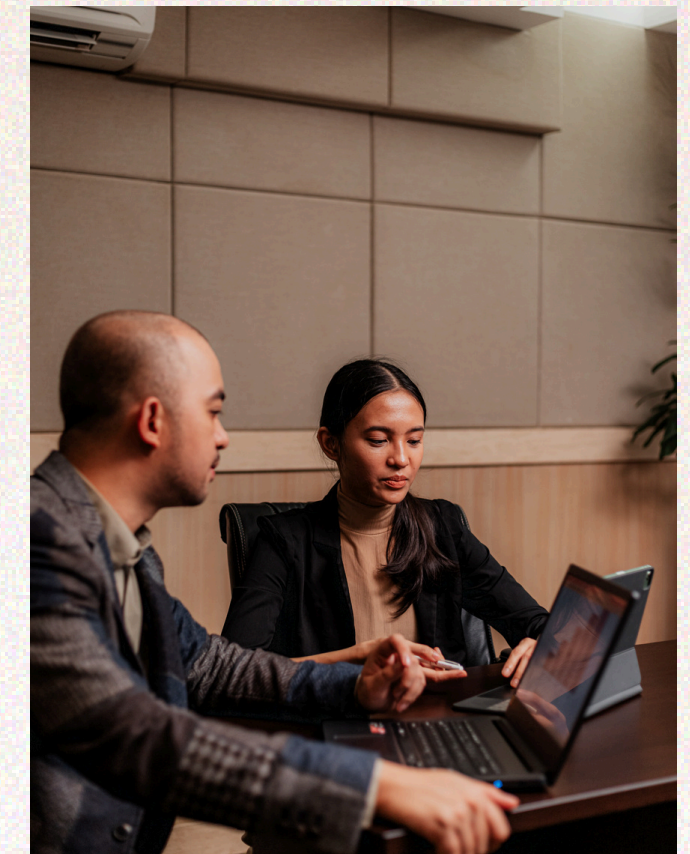
**GESTION DES
COMMANDES ET
ABONNEMENTS**



**PAIEMENT SÉCURISÉ
ET EXPÉRIENCE
MOBILE-FIRST**



**LOGISTIQUE ET
GESTION DES
STOCKS**



**COMMUNICATION,
PARRAINAGE ET
FIDÉLISATION**

CONCLUSION

**Utilité sociale et innovation
numérique**

**Produits essentiels à
bas prix**

**Plateforme simple
d'utilisation**

**Solution réaliste, concrète
et facile**

MERCI

POUR VOTRE ÉCOUTE

MAQUETTE SITE

Solidaribox

Paniers essentiels à petits prix pour étudiants précaires. Livraison en France.

saifalp.fr