

Problématique n°1

1- SWOT

J'ai choisi cette problématique puisque dans les diagnostic interne et externe on a pu observer que l'entreprise avait un problème avec sa communication car elle ne possède pas de moyen pour communiquer avec ses consommateur autres que facebook, donc c'est pour cela que l'entreprise n'a pas une grande notoriété et que ca communication est faible Je vais donc trouver des solution pour résoudre ce problème dans les domaines comme la marketing, l'économie, du droit et du management

2- Problématique

Comment Akiba store peut-elle améliorer sa communication avec la crise sanitaire du covid-19 tout en maîtrisant ses coûts? (communication)

3- Notion et solutions

Notions Mercatique	<p>crise du covid-19: 72% déclarent que le confinement lié au coronavirus a un impact direct sur leur travail.</p> <p>communication: Dans une entreprise, la communication est l'ensemble des techniques et moyens lui servant à se présenter elle-même, à présenter son activité, ses produits et ses services. La communication a pour but de modifier une attitude de la cible choisie par l'entreprise. La communication permet d'atteindre les objectifs et les finalités de l'entreprise en jouant sur la différenciation, la notoriété et l'image.</p> <p>médias:La voie que vas choisir l'entreprise pour diffuser son message internet</p> <p>support: Le support par lequel le message va être transmise site internet , développer ses réseaux sociaux</p> <p>moyens: Manière de communiquer avec les clients Dans un premier dans au vu économique il vaudrait mieux avoir une communication rationnelle car c'est une petite entreprise il n'y n'a pas encore assez de bénéfice puis avec le temps passer en communication de masse pour faire connaître son entreprise, le faire gagner en notoriété et en communication</p>
--------------------	---

	<p>Cibles: La cible correspond au public qu'il faut toucher en priorité Les consommateurs</p> <p>Forme de communication:C'est l'ensemble des techniques permettant un contact personnalisé et permanent avec le consommateur. Mercatique directe</p>								
Solutions	<table> <tr> <td>site internet</td> <td>click and collect</td> </tr> <tr> <td>réseaux sociaux</td> <td>flyer</td> </tr> <tr> <td>publicité</td> <td></td> </tr> <tr> <td>catalogue</td> <td></td> </tr> </table>	site internet	click and collect	réseaux sociaux	flyer	publicité		catalogue	
site internet	click and collect								
réseaux sociaux	flyer								
publicité									
catalogue									
Désavantages	<p>coûte cher peut nuire à l'entreprise suivent comment la communication est effectuer</p>								
Notions Management	<p>prix des solutions: La réalisation d'un flyer, impression comprise , varie de 200 à 500 euros La création d'un site vitrine s'évalue de 600 à 2000 euros cela peut varier</p> <p>financement: L'autofinancement: Financement d'une entreprise par ses capitaux propres.</p> <p>L'emprunt bancaire:Il s'agit d'une somme d'argent versée par un prêteur envers un emprunteur</p> <p>Les aides aux création d'entreprise: réduction d'impôt, subventions , micro crédit</p> <p>maîtrise des coûts: C'est à dire une optimisation continue et progressive des dépenses</p>								
Notions Economie	<p>PIB : Le produit intérieur brut (PIB) est un indicateur économique qui permet de mesurer les richesses produites au sein d'un pays ou d'une zone géographique au cours d'une période déterminée</p> <p>Le comportement du consommateur: désigne les réactions d'un individu considéré comme client réel ou potentiel de l' entreprise en fonction de stimulus, par exemple lors de sa visite dans un magasin à cause du covid les gens vont plus dans</p>								

	<p>les magasins mais ils achètent sur internet c'est pour ça qu'il est primordiale que akiba store est un site</p> <p>Le pouvoir d'achat : mesure la quantité de biens et services qu'un ménage peut acquérir étant donné le revenu dont il dispose. Avec le covid les gens sont en télétravail donc le salaires seront payés à 80% donc ils économisent</p>
<p>Notions Droit</p>	<p>Loi n° 89-421 du 23 juin 1989 relative à l'information et à la protection des consommateurs ainsi qu'à diverses pratiques commerciales (démarchage par téléphone, loteries publicitaires, agences matrimoniales).</p> <p>Loi n° 92-60 du 18 janvier 1992 relative à la protection des consommateurs (information précontractuelle, délais de livraison, publicité comparative).</p> <p>A cause du covid-19 les entreprise ont dû fermer , ou même réduire leurs horaires dû à des lois qui ont été mise ne place rapidement pour faire face à cette épidémie</p>

Plan de présentation

Introduction

J'ai choisi cette problématique puisque dans les diagnostic interne et externe on a pu observer que l'entreprise avait un problème avec sa communication car elle ne possède pas de moyen pour communiquer avec ses consommateur autres que facebook, donc c'est pour cela que l'entreprise n'a pas une grande notoriété et que sa communication est faible

Je vais donc répondre à la question suivante « Comment Akiba Store peut-elle améliorer sa communication avec la crise sanitaire du covid-19 tout en maîtrisant ses coûts? »

Dans un premier temps je vais parler des solutions que l'entreprise va pouvoir mettre en place pour améliorer sa communication. Dans un second temps je vais aborder le fait que l'entreprise doit garder des coûts bas pour ne pas faire de pertes

Pour palier a ce probleme je propose à l'entreprise plusieurs solutions pour qu'elle puissent augmenter son chiffre d'affaire:

Première partie

-L'entreprise doit améliorer sa communication en utilisant un nouveau média qui est celui d'internet, grâce à cela il va pouvoir ajouter un support en plus de celui qu'il possède qui est un site internet. Dans ce site internet il pourrait y mettre les produits qu'il vend, les nouveautés qui arrivent au magasin. Il peut aussi y ajouter les événements qu'il organise. Cela permettra à l'entreprise de gagner en notoriété Pour mettre en place ceci il vas devoir utiliser un moyens de communications donc dans un premier dans au vu économique il vaudrait mieux avoir une communication rationnelle car c'est une petite entreprise il n'y n'a pas encore assez de bénéfice puis avec le temps passer en communication de masse pour faire connaître son entreprise, le faire gagner en notoriété et en communication

-Mais nous savons que développer sa communication demande beaucoup de moyens et de ressources financière

Pour cela, l'entreprise va devoir maîtriser ces coûts pour ne pas s'endetter. Il va donc falloir penser à comment financer les moyens de communication. L'entreprise vas pouvoir utiliser l'autofinancement, un emprunt bancaire ou les aides au création d'entreprise

L'inconvénient que l'entreprise peut rencontrer est le fait qu'il faut qu'elle anticipe la demande pour débloquer et investir l'argent nécessaire. Pour ne pas se tromper, l'entreprise doit se référer au pouvoir d'achat et au PIB ce qui va pouvoir les aider à mesurer la quantité de biens et services qu'un ménage peut acquérir étant donné le revenu dont il dispose et cela va leur permettre de s'adapter à la richesse produites en france. Pour mettre en place le site internet il faut qu'il respecte certaines lois de droit comme la loi n°89-421 qui est relative l'information et à la protection des consommateurs

Deuxième partie

-Le plus important pour l'entreprise pour qu'elle puisse développer sa communication est la maîtrise des coûts car grâce elle vas permettre à l'entreprise de ne pas faire de pertes mais justement elle vas leur apporter une augmentation du chiffre d'affaires

Mais cependant il y a un inconvénient qui est que la maîtrise des coûts ne s'entend

pas bien avec la communication car celle ci demande énormément de coûts et de moyens, pour pouvoir bien maîtriser ses coûts, l'entreprise vas devoir faire un concession qui est de réduire les coûts qu'elle a mit dans un autre secteur pour les investir dans la communication.

-L'entreprise peut donc diminuer ses coûts sur les produits pour ensuite les investir dans le domaine de la communication. Diminuer les coûts sur le produits peut être bénéfique à l'entreprise pour cela elle peut négocier avec le fournisseur, changer de transporteur. Grâce à cela ils vont pouvoir vendre leur produit un peu moins cher donc les personnes vont acheter plus et cela vas augmenter leur chiffre d'affaires

Mais il y a bien évidemment un inconvénient car si akiba store réduit les coûts sur son produit la qualité du produit sera moins bien et donc les personnes qui veulent un produit de qualité n'iront pas forcément chez Akiba Store car de nos jours ils préfèrent la qualité au prix. Malheureusement cela peut aussi nuire à leur image car les clients peuvent avoir une image négative des produits qu'elle vend.

-Akiba Store peut aussi diminuer les coûts sur les salaires, l'argent que l'entreprise aura récupéré de cette actions sera investie dans les secteur de la communication, ça leur permettra d'améliorer leur notoriété, et leur image Mais cependant si l'entreprise opte pour cette technique il devront faire des concessions car le patron sera moins payer il devra changer son mode de vie et pour les salariés même si il n'en a pas encore il risque de ne pas postuler chez car il proposeront un salaire bas

Conclusion

Donc grâce à ses solutions l'entreprise vas pouvoir améliorer sa communication tout en maîtrisant ses coûts malgré la crise du covid-19

Merci de votre écoute

temps en lecture : 3 minutes et 45 secondes