

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE
MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE
SCIENTIFIQUE UNIVERSITE MOHAMED BOUDIAF - M'SILA

Faculté des Mathématiques et de l'Informatique

Département d'Informatique

N° :



DOMAINE : Mathématiques et Informatique

FILIERE : Informatique

OPTION : Systèmes d'Information et
d'Ingénierie Logicielle

Mémoire présenté pour l'obtention
Du diplôme de Master Académique

Par :

Hamouda Ibtissam

Naami Cheyma

Intitulé

**Une plateforme pour la conception
publicitaire**

Soutenu devant le jury composé de :

Loucif Hamza

Université de M'sila

Président

Akhrouf Samir

Université de M'sila

Encadreur

Kadri Said

Université de M'sila

Examineur

Barkat Abdel-Basset

Université de M'sila

Examineur

Année universitaire : 2022 /2023

Dédicace

Je dédie ce modeste travail à :

Ma chère mère qui était la source d'amour.

A mon père pour son soutien continu pour l'achèvement de ce travail. Pour mes frères et sœurs.

Pour mon partenaire dans ce travail.

Et à tous mes amis qui m'ont soutenu.

Naami Cheyma

Je dédie ce modeste travail à :

Ma chère mère et à mon cher père, ainsi qu'à ma petite famille, à ma sœur Manel et à mes deux frères Sohaib et Moatassim Billah. Je n'oublie pas ma grande famille et mes amies à son nom, et en particulier mes chers amis Manar et Sharihan et ma collègue Cheyma. Merci beaucoup pour votre soutien continu pendant toute la durée de ma carrière d'étudiant.

Hamouda Ibtissam

Remerciements

Nous commençons par remercier Dieu le tout puissant de nous avoir donné le courage, la volonté et surtout la patience pour pouvoir réaliser ce travail.

Nous adressons nos plus sincères remerciements à toutes les personnes qui ont contribué de près ou de loin à l'élaboration de ce travail, particulièrement nos chers parents qui ont été notre source d'encouragement et de motivation.

Nous tenons à remercier vivement notre encadreur monsieur AKHROUF SAMIR pour avoir bien voulu diriger notre mémoire. Nous tenons aussi à lui exprimer notre profonde gratitude pour ses conseils, ses remarques, sa disponibilité, sa grande patience et ses orientations durant toute la période de préparation jusqu'à l'achèvement de ce mémoire.

Nous tenons aussi à remercier les membres du jury pour avoir accepté d'honorer par leur jugement notre travail.

Table des matières

Liste des abréviations.....	7
List de figures.....	8
Introduction générale.....	10
Chapitre1 : Généralités sur la publicité et l'étude de l'existant	13
1. Généralités sur la publicité.....	14
1.1. Définition de la publicité.....	14
1.2. Les différents types de publicité.....	15
1.3. Les objectifs de la publicité.....	16
1.4. Les acteurs de la publicité.....	16
1.4.1 Les annonceurs.....	16
1.4.2 Les agences de publicité.....	17
1.4.2 Les agences média.....	17
2. Le design et la publicité.....	18
2.1. Le graphisme (Graphique design)	20
2.2. Les outils de design.....	20
2.3. Les formes de design publicitaire.....	21
3. L'intelligence artificielle et le design publicitaire.....	23
4. Quelques exemples de plateformes dans même domaine.....	25
5. Gestion d'une plateforme.....	25
5.1. Gestion des services.....	26
5.2. Gestion des administrateurs.....	27
5.3. Gestion des clients.....	28
5.4. Gestion des factures.....	29
Chapitre2: Analyse et conception.....	32
1. Spécification des besoins.....	32

1.1.	Représentation des cas d'utilisation.....	32
1.1.1.	Identification des acteurs.....	32
1.1.2.	Relations entre cas d'utilisation.....	33
1.2.	Diagramme des cas d'utilisation.....	33
1.2.1.	Diagramme de cas d'utilisation de visiteur.....	33
1.2.2.	Diagramme de cas d'utilisation de membre.....	34
1.2.3.	Diagramme de cas d'utilisation 'administrateur'	35
1.2.4.	Diagramme de cas d'utilisation d'inscription.....	35
1.2.5.	Diagramme de cas d'utilisation 'faire recherche'.....	36
1.2.6.	Diagramme de cas d'utilisation 'authentification'.....	36
1.2.7.	Diagramme de cas d'utilisation de modification d'un compte.	36
1.2.8.	Diagramme de cas d'utilisation 'ajouter une commande'.....	37
1.2.9.	Diagramme de cas d'utilisation de modification d'une commande.....	40
1.2.10.	Diagramme de cas d'utilisation de suppression d'une commande	41
1.2.11.	Diagramme de cas d'utilisation de suppression d'un membre..	41
1.3.	Diagramme de séquence.....	41
1.3.1.	Diagramme de séquence « S'inscrire »	41
1.3.2.	Diagramme de séquence « Faire une recherche »	43
1.3.3.	Diagramme de séquence 'S'authentifier '.....	44
1.3.4.	Diagramme de séquence 'Faire une recherche '.....	44
1.3.5.	Diagramme de séquence 'Modifier commande '.....	46
1.3.6.	Diagramme de séquence ' Supprimer commande'.....	47
1.4.	Diagramme de classe.....	48
Chapitre 3: Réalisation de projet.....		50
1.	Outils de Développement utilisés.....	50

1.1. Microsoft Visual Studio 2019.....	50
1.2. Navigateur Chrome.....	50
1.3. XAMPP.....	50
2. Les langages de programmation.....	51
2.1. HTML (HyperText Markup Language)	51
2.2. CSS (Cascading Style Sheets)	51
2.3. JavaScript.....	51
2.4. PHP (Hypertext Preprocessor)	52
2.5. MySQL (Structured Query Language)	52
2.6. JQUERY.....	52
3. Présentation de l'application.....	53
3.1. Page d'accueil de la plateforme.....	54
3.2. Page d'inscription.....	54
3.3. Page de l'authentification.....	54
3.4. Bas de page.....	55
3.5. Page Administrateur.....	56
3.6. Pages Catégories des services.....	58
3.7. Page de panier.....	60
3.8. Page Paiement.....	60
3.9. Page facture.....	61
Conclusion générale.....	63
Bibliography.....	64
Annexe.....	66

La liste Des Abréviations

AdsTech : Advertising Technology (le logo de la plateforme).

IA : intelligence artificielle.

PME : les petites et moyennes entreprises.

PMI : les petites et moyennes industries.

CRM : Customer Relationship Management.

GED : Gestion Electronique des Documents.

UML : Unified Modeling Language.

W3C : World Wide Web Consortium.

La liste des figures :

Figure 1 : Diagramme de cas d'utilisation Visiteur.....	23
Figure 2 : Diagramme de cas d'utilisation Membre	23
Figure 3 : Diagramme de cas d'utilisation Administrateurs	24
Figure 4 : Diagramme de séquence du cas d'utilisation « S'inscrire ».....	29
Figure 5 : Diagramme de séquence du cas d'utilisation « Faire une recherche ».....	30
Figure 6 : Diagramme de séquence du cas d'utilisation « S'authentifier »	31
Figure 7 : Diagramme de séquence du cas d'utilisation « Ajouter une commande »..	32
Figure 8 : Diagramme de séquence du cas d'utilisation « Modifier un commande » .	33
Figure 9 : Diagramme de séquence du cas d'utilisation « Modifier un commande » .	34
Figure 10 : Diagramme de classe.....	35
Figure 11 : Page d'accueil de la plateforme.....	40
Figure 12 : Page de l'inscription.....	41
Figure 13 : Page de l'authentification.....	42
Figure 14 : Page bas de la page	43
Figure 15 : Page Administrateur.....	43
Figure 16 : Catégories 1-Design publicitaire imprimée	44
Figure 17 : Catégories 2-Design publicitaire numérique.....	45
Figure 18 : Catégories 1-Design publicitaire des objets.....	45
Figure 19 : Page Paiement	46
Figure 20 : Page Panier.....	47
Figure 21 : Page Facture	48

INTRODUCTION

GENERALE

Introduction générale

Introduction générale

Actuellement, l'informatique est devenue un élément essentiel, un moyen rapide d'exécuter une plateforme ou une application, ainsi qu'un domaine d'activité scientifique et technique concernant le traitement automatique de l'information, sans oublier qu'elle a un rôle primordial qui permet de traiter différentes informations dans un laps de temps et capable d'offrir des services plus satisfaisants vis-à-vis de la rapidité d'exécution de plusieurs tâches.

Dans un monde numérique en constante évolution, la publicité occupe une place essentielle pour les entreprises qui cherchent à promouvoir leurs produits et services. L'avènement d'Internet et des médias sociaux a ouvert de nouvelles opportunités aux annonceurs, créant des moyens innovants et plus ciblés de cibler les audiences. Cependant, créer des publicités efficaces et engageantes reste un défi permanent.

Dans ce mémoire, il est proposé de concevoir une plateforme de conception publicitaire qui vise à faciliter le processus de création de publicités percutantes, en tenant compte des besoins spécifiques des annonceurs et des attentes des consommateurs. La plateforme prévue vise à être une solution intégrée qui fournit des outils et des fonctionnalités avancés pour simplifier et améliorer le processus de conception des publicités.

Le but de cette étude est de comprendre les défis auxquels les annonceurs sont confrontés lors de la création d'annonces, d'analyser les pratiques actuelles en matière de conception d'annonces et d'examiner les différentes approches et technologies qui existent pour relever ces défis. Nous utilisons ces informations pour créer des plateformes qui offrent des fonctionnalités avancées pour créer, personnaliser et diffuser des publicités efficaces. En bref, ce travail vise à contribuer au domaine de la publicité en proposant des solutions innovantes pour concevoir une publicité attrayante et efficace.

Introduction générale

En fournissant une plateforme dans le cadre de la préparation d'un mémoire pour l'obtention du diplôme de Master Académique en informatique appelée AdsTech, intégrée avec des outils avancés, nous espérons aider les annonceurs à maximiser l'efficacité de leurs campagnes publicitaires et à atteindre leurs objectifs de manière plus efficace et efficiente. Pour arriver au but fini dans notre travail, on a décomposé notre mémoire comme suite :

Chapitre I : Généralités sur la publicité et étude de l'existant.

Est consacré à la présentation de généralités sur la publicité (définitions, types, catégories outils...) et l'étude des plateformes existants.

Chapitre II : Analyse et conception.

Présente l'analyse et la conception de notre plateforme solution à ces problème set définit le langage de modélisation UML.

Chapitre III : Réalisation.

Explique comment appliquer et mettre en œuvre notre solution pour atteindre notre objectif final. Nous commençons par présenter un aperçu des outils utilisés pour la réalisation et de l'environnement de développement que nous avons choisi comme technologie de programmation et comme langage.

Chapitre I :
Généralités sur la publicité et
l'étude de l'existant

Introduction

De nos jours, la publicité et le design publicitaire contemporain revêtent une grande importance. La publicité est omniprésente dans notre société, que ce soit par la publicité des médias traditionnels tels que la télévision, les journaux et les panneaux d'affichage ou via des plateformes en ligne telles que les réseaux sociaux. Elle joue un rôle important dans le monde des affaires en faisant la promotion de produits, le renforcement de la notoriété de la marque en influençant les décisions d'achat des consommateurs. L'ensemble du développement du design publicitaire va de pair avec les progrès technologiques et le développement des préférences des consommateurs. Le design publicitaire moderne se caractérise par une esthétique innovante, la capacité de capter l'attention et le désir du spectateur en garantissant une expérience visuelle inoubliable. On ne se contente plus de d'afficher de simples messages publicitaires, on veut plutôt raconter des histoires, avec des émotions suscitées et engager les consommateurs à un niveau plus profond.

1. Généralités sur la publicité :

1.1. Définition de la publicité :

La publicité a plusieurs définitions : "La publicité tente d'attirer l'attention d'une cible réelle ou potentielle, selon des objectifs planifiés. En diffusant un message qui vise à influencer le comportement de celui qui le reçoit ou à éveiller des besoins en lui.[1]

« Pour certains auteurs. La publicité comprend toutes les formes de communication visant la promotion d'un produit, d'une marque, d'organisation... etc. [1] »

« La publicité est un moyen de communication impersonnel qui vise à transmettre des messages aux publics de l'entreprise afin de modifier leur niveau d'information, leurs attitudes et leur comportement. L'industrialisation l'a engendré. Elle a besoin de séduction car elle est temporaire. [1] »

1.2. Les différents types de publicité :

- **La publicité de produit (ou de service) :** Est centré sur la marque ou le produit. Son objectif est de promouvoir une offre précise auprès de la cible prédéfinie : l'utilisateur actuel ou potentiel, ainsi que les prescripteurs qui orientent fortement le choix d'achat de toutes les personnes. [2]
- **La publicité institutionnelle (d'entreprise) :** L'objectif de la publicité commerciale est de faire connaître l'entreprise. Elle s'appuie sur la culture et les valeurs de l'organisation pour créer, maintenir ou modifier son identité et le rendre attractive ou fiable pour différents publics. [2]
- **La publicité collective :** Une "collective" vise à développer ou à soutenir un produit générique, comme le pain, la banane, les bijoux en or, ou un secteur d'activité, comme le lait en période de surproduction. Ainsi, plusieurs annonceurs partagent leurs moyens techniques et financiers pour promouvoir les produits, mais sans référence à aucune marque spécifique. [2]

1.3. Les objectifs de la publicité :

- **La publicité informative** : est particulièrement utile au début du cycle de vie d'un produit, lorsque la demande primaire doit être satisfaite. Par exemple, les fabricants d'enregistreurs de DVD doivent d'abord démontrer les avantages du produit afin d'espérer une augmentation des ventes. [3]
- **La publicité persuasive** : domine l'univers concurrentiel lorsqu'il s'agit de stimuler la demande sélective pour une marque particulière. Parfois, il peut s'agir de publicité comparative en énonçant des avantages par rapport à la concurrence sous certaines conditions.[3]
- **La publicité de rappel** : est principalement utilisé pendant la phase de maturité pour maintenir la demande. Par exemple, la publicité de la marque Coca-Cola traite de la marque dans l'esprit du consommateur plutôt que d'informer ou de persuader.[3]
- **La publicité d'après-vente** : vise à rassurer les nouveaux acheteurs que leur choix est pertinent. [3]

1.4. Les acteurs de la publicité :

Les agences de publicité, les annonceurs et les centres d'achat média sont les principaux acteurs du marché publicitaire.

1.4.1. Les annonceurs : Il s'agit généralement d'entreprises ou d'organisations qui effectuent de la publicité. Il y a six grandes catégories d'annonceurs à identifier à ce stade : [4]

Chapitre I : Etude de l'existant

- Les grandes entreprises (industrielles et/ou commerciales) ayant un gros budget;
- Les PME/PMI (industrielles et/ou commerciales) ayant de petits budgets ;
- Les organisations à but non lucratif ;
- Administrations et services publics ;
- L'Etat ;
- Les hommes politiques, surtout dans les pays républicains.

1.4.2. Les agences de publicité : Ils ont fait leur première apparition aux États-Unis à la fin du 19e siècle. Elles sont généralement pour fonction : [4]

- La détermination de la stratégie publicitaire et la conception de la campagne de la publicité ;
- La création et la production des messages publicitaires ;
- La négociation avec les fournisseurs (achat d'espaces, achat d'imprimés, achat d'objets publicitaires, etc.)

1.4.3. Les agences média : Les "centres d'achat d'espace" ont souhaité changer de nom et sont devenues des agences médias pour prendre en compte l'élargissement qualitatif des missions qui leur sont confiées (conseils, études).

Une agence média est une agence qui conseille les annonceurs sur les choix de médiaplanning et joue un rôle de mandataire dans les procédures d'achat d'espaces publicitaires. Par conséquent, les agences médias aident les annonceurs et leurs marques à concevoir et à mettre en œuvre leurs stratégies de moyens. Ainsi, l'agence média prend en charge l'optimisation de l'utilisation des budgets alloués aux campagnes publicitaires, tandis que l'agence de communication gère la partie créative. Les missions des agences média sont : [4]

Chapitre I : Etude de l'existant

- L'élaboration du planning stratégique des moyens ;
- La conception et la réalisation du conseil et l'achat des médias ;
- L'intégration de l'ensemble des vecteurs de communication complémentaires ;
- La prise en charge de la coordination à l'international, quand cela est nécessaire.

Dans le domaine de l'efficacité des médias et de la publicité, les agences médias peuvent également mener diverses études pour le compte des annonceurs.

2. Le design et la publicité :

Le design publicitaire est une forme de communication visuelle qui vise à promouvoir des produits, des services ou des idées. Il s'agit d'une discipline créative qui combine des éléments de graphisme, de marketing et de psychologie pour créer des visuels accrocheurs et efficaces.

Le design publicitaire est un moyen important pour les entreprises de communiquer leur message à leur public cible. Le design publicitaire peut prendre plusieurs formes, notamment des bannières publicitaires en ligne, des affiches, des flyers, des publicités imprimées et des publicités télévisées. Quel que soit le support utilisé, le design publicitaire doit être efficace pour atteindre les objectifs de l'entreprise. Les éléments clés du design publicitaire :

- **La simplicité** : Un bon design publicitaire doit être simple et facile à comprendre. Les messages clairs et concis sont plus susceptibles de capter l'attention des consommateurs que des designs confus ou compliqués.
- **L'originalité** : Le design publicitaire doit se démarquer de la concurrence. Les designs originaux et créatifs sont plus susceptibles de captiver l'attention des consommateurs.

Chapitre I : Etude de l'existant

- **La couleur** : Les couleurs peuvent avoir un impact énorme sur la façon dont les consommateurs perçoivent une marque ou un produit. Les couleurs doivent être choisies en fonction de l'objectif de l'entreprise et de son public cible.
- **Les images** : Les images peuvent être un moyen efficace de communiquer un message à un public. Les images doivent être choisies avec soin pour leur qualité et leur pertinence par rapport au message que l'entreprise souhaite transmettre.
- **La typographie** : Le choix de la police et de la taille de la police peut avoir un impact significatif sur la manière dont un message est perçu. La typographie doit être facile à lire et adaptée à la marque et au public cible.
- **La mise en page** : La mise en page doit être soignée et facile à comprendre. Les éléments importants doivent être mis en évidence de manière à ce qu'ils attirent l'attention du public.
- **La cohérence** : La cohérence est importante pour renforcer la reconnaissance de la marque et créer une expérience de marque cohérente pour les consommateurs.

En somme, le design publicitaire doit être simple, original, coloré, visuel, typographique, bien présenté et cohérent pour atteindre les objectifs de l'entreprise.[5]

2.1 Le graphisme (Graphique design) :

Le graphisme est une partie intégrante de la publicité graphique, car il s'agit de la création des visuels utilisés pour promouvoir une entreprise ou un produit. Le graphiste publicitaire utilise des compétences en design pour créer des bannières publicitaires, des affiches, des flyers, des publicités imprimées et d'autres formes de publicité visuelle.

2.2 Les outils de design :

Il existe une grande variété d'outils de design publicitaire que les designers peuvent utiliser pour créer des visuels accrocheurs et efficaces. Voici quelques-uns des outils les plus couramment utilisés :

- **Adobe Photoshop** : un logiciel de retouche photo qui permet de créer des images attrayantes et d'éditer des photographies. [6]
- **Adobe Illustrator** : un logiciel de conception vectorielle qui permet de créer des graphiques, des icônes et des logos. [7]
- **Adobe InDesign** : un logiciel de mise en page qui permet de créer des brochures, des magazines et des publicités imprimées. [8]
- **Canva** : un outil de conception en ligne facile à utiliser qui propose des modèles et des éléments graphiques pour créer des bannières publicitaires, des infographies et d'autres supports de communication.[9]
- **Sketch** : un outil de conception de l'interface utilisateur qui permet de créer des maquettes pour les publicités en ligne et les applications mobiles. [10]
- **Figma** : un outil de conception d'interface utilisateur et de collaboration en ligne qui permet de créer des maquettes et des prototypes pour les publicités en ligne et les applications mobiles.[11]

- **Adobe AfterEffects** : un logiciel de composition et d'animation qui permet de créer des publicités vidéo et des animations. [12]

Il est important de noter que chaque outil a ses avantages et ses limites. Les designers peuvent choisir d'utiliser un ou plusieurs de ces outils pour créer des publicités graphiques, en fonction de leurs préférences personnelles et des besoins de leur projet comme :

- Design T-shirt ;
- Design des verres ;
- Design chapeaux ;
- Design des boites ;
- Design port clés ;
- Design des sacs.

2.3 Les formes de design publicitaire :

a. Le design publicitaire imprimé :

Le design publicitaire imprimé est une forme de design publicitaire qui vise à créer des visuels attrayants et efficaces pour les supports imprimés tels que les affiches, les brochures, les flyers, les cartes de visite, les magazines, les journaux et les emballages de produits. Voici quelques exemples de supports imprimés couramment utilisés en design publicitaire :

- **Affiches** : les affiches sont un moyen efficace de communiquer un message rapidement et facilement. Elles peuvent être utilisées pour promouvoir un événement, un produit ou un service.
- **Brochures** : les brochures sont des supports publicitaires qui peuvent être distribuées dans des salons professionnels, des foires commerciales ou des événements publics. Elles contiennent souvent des informations sur l'entreprise, ses produits ou ses services.

Chapitre I : Etude de l'existant

- **Flyers** : les flyers sont des supports publicitaires qui peuvent être distribués dans les boîtes aux lettres, les magasins ou les événements publics. Ils sont souvent utilisés pour promouvoir des offres spéciales ou des événements.
- **Cartes de visite** : les cartes de visite sont des supports publicitaires qui permettent aux clients potentiels de contacter facilement une entreprise. Elles peuvent contenir des informations sur l'entreprise, son logo et ses coordonnées.
- **Magazines et journaux** : les publicités imprimées dans les magazines et les journaux peuvent atteindre un large public cible. Les publicités peuvent être placées dans des sections spécifiques pour atteindre des publics spécifiques.
- **Emballages de produits** : les emballages de produits peuvent être utilisés pour promouvoir un produit et attirer l'attention des clients dans les magasins. [13]

Le design publicitaire imprimé utilise souvent des éléments visuels tels que des images, des couleurs, des typographies et des graphiques pour créer des visuels accrocheurs et efficaces. Les designers doivent également prendre en compte les contraintes techniques liées à l'impression, telles que les marges de coupe, les résolutions d'image et les couleurs d'impression.

b. Le design publicitaire numérique :

Est un type de communication visuelle, en utilisant les médias numériques pour promouvoir des produits, des services ou des idées en utilisant des supports numériques. Cela comprend :

- Les publicités en ligne ;
- Les bannières web ;
- Les vidéos publicitaires ;
- Les publicités sur les réseaux sociaux ;
- Les publicités mobiles.

Le design publicitaire numérique nécessite une compréhension approfondie des tendances et des technologies actuelles, ainsi que des capacités de conception créative pour créer des visuels accrocheurs et efficaces qui attirent l'attention des consommateurs et les incitent à acheter un produit ou à utiliser un service. [14]

En fin de compte, le but du design publicitaire est d'attirer l'attention des consommateurs potentiels et de les inciter à acheter un produit ou à utiliser un service.

c. Le design publicitaire d'objet :

Est un domaine qui se concentre sur la conception d'objets de toutes sortes, allant des produits de consommation courante comme les ustensiles de cuisine et les jouets aux produits industriels comme les machines-outils et les équipements de production. Le design d'objet vise à créer des produits à la fois esthétiques et fonctionnels, en tenant compte de facteurs tels que l'ergonomie, la durabilité et l'impact environnemental. Le processus de conception d'objet commence généralement par une recherche sur les besoins des utilisateurs et les contextes d'utilisation du produit. Cette recherche permet de définir les fonctionnalités essentielles et les caractéristiques techniques du produit. Ensuite, les designers développent des croquis et des modèles 3D pour visualiser et affiner leur conception. Ils doivent également prendre en compte les coûts de production et les exigences réglementaires tout au long du processus.

3. L'intelligence artificielle et le design publicitaire :

L'Intelligence Artificielle (IA) joue un rôle croissant dans le design publicitaire en aidant les professionnels à améliorer leur efficacité et leur productivité. Voici quelques exemples de la manière dont l'IA est utilisée dans le design publicitaire :

- **Automatisation des tâches répétitives** : les outils d'IA peuvent automatiser des tâches telles que le redimensionnement d'images, la correction des couleurs, la suppression des arrière-plans, etc. Cela permet aux designers publicitaires de gagner du temps et de se concentrer sur des tâches plus créatives.
- **Génération de contenu** : Les outils d'IA peuvent générer des images, des vidéos, des textes et même des idées de campagnes publicitaires. La création de publicités à l'aide de générateurs de contenu automatisés, basés sur des algorithmes de traitement du langage naturel, capables de produire des slogans, des textes publicitaires, des titres ou même des scripts de publicités.
- **Analyse des performances** : les designers publicitaires peuvent analyser les résultats de leurs campagnes en temps réel grâce aux outils d'IA. Cela permet aux équipes de marketing de prendre des décisions plus intelligentes et de modifier leur stratégie si nécessaire.
- **Personnalisation de l'expérience publicitaire** : l'IA peut aider à personnaliser les publicités en fonction des préférences et des comportements des utilisateurs. En utilisant des données sur les habitudes de navigation, les achats précédents, les recherches effectuées et les interactions avec les publicités, l'IA peut aider à créer des publicités ciblées et personnalisées pour chaque utilisateur.

Chapitre I : Etude de l'existant

- **L'utilisation de chatbots** : pour interagir avec les consommateurs et répondre à leurs questions ou besoins, ce qui permet une communication plus rapide et personnalisée.
- **L'optimisation** : l'IA peut aider à optimiser le cout, le temps et la qualité.
- **Les campagnes publicitaires** : en utilisant des algorithmes de recommandation pour déterminer les meilleurs moments et les meilleurs canaux pour diffuser les publicités, ainsi que pour ajuster les budgets et les enchères en temps réel.
- **La conception** : l'IA peut aider à déterminer le placement optimal des images, des titres et des boutons d'appel à l'action pour maximiser l'impact de la publicité.
- **Le ciblage publicitaire** : l'IA peut aider à optimiser le ciblage publicitaire en analysant les données démographiques et comportementales des utilisateurs pour identifier les publics les plus pertinents pour une publicité donnée. L'IA peut également aider à identifier les canaux publicitaires les plus efficaces pour atteindre ces publics.
- **Création de publicités** : l'IA peut également aider à créer des publicités à partir de zéro en utilisant des modèles préconçus et en personnalisant les images, les textes et les couleurs en fonction de l'objectif de la publicité et du public cible. Cela peut permettre de gagner du temps et de réduire les coûts de conception.[15]

4. Quelques exemples de plateformes dans même domaine :

Il existe de nombreuses plateformes en ligne dédiées à la conception et à la publicité, qu'elles utilisent ou non des technologies avancées telles que l'intelligence artificielle. Ces plateformes offrent des outils et des fonctionnalités variés aux utilisateurs pour créer leurs propres designs et faciliter le processus publicitaire.

- **Sortlist** : Une plateforme réunit des entreprises de toutes tailles et des fournisseurs de services en marketing, en conception publicitaire et en développement Web. Grâce à une base de données étendue et à l'intelligence artificielle, Sortlist permet de trouver rapidement le fournisseur qui répond le mieux aux besoins de tout client.
- **Designs.ai** : est une plateforme en ligne qui utilise une technologie d'IA exclusive pour rendre le design accessible à tous. Cela signifie que même sans expérience de conception, vous serez en mesure de créer de superbes portefeuilles de marketing en moins de 2 minutes à l'aide de l'interface conviviale et des outils alimentés par l'IA
- **Adcreative.ai** : Ad Creative est le premier outil de création publicitaire alimenté par l'IA qui vous aide à créer des annonces plus performantes en quelques minutes.

5. Gestion d'une plateforme :

La gestion d'une plateforme électronique nécessite plusieurs éléments et processus différents :

- **Planification et développement** : le fonctionnement d'une plateforme électronique commence par un processus de planification et de développement. Cela implique de définir les objectifs de la plateforme, d'établir une stratégie de travail, de concevoir l'interface, de déterminer les fonctionnalités que la plateforme offrira.

Chapitre I : Etude de l'existant

- **Développement de logiciels** : la gestion d'une plateforme électronique nécessite le développement de logiciels personnalisés pour faire fonctionner la plateforme. Le site Web, les applications mobiles et les systèmes de base de données associés sont développés avec les langages de programmation, les outils et les technologies appropriés.
- **Gestion des utilisateurs et des comptes** : un système doit être créé pour gérer les comptes et les utilisateurs de la plateforme. L'enregistrement des nouveaux utilisateurs, la connexion, la création de profils d'utilisateur, la gestion des autorisations, la gestion des détails des comptes et d'autres informations personnelles font partie de cela.
- **Contenu et gestion des produits** : le fonctionnement d'une plateforme électronique implique le téléchargement et la gestion du contenu et des produits. Une interface conviviale doit être fournie pour gérer la base de données des produits ou du contenu, y compris l'ajout, la modification et la suppression de produits, la gestion des stocks, la fixation des prix et autres informations pertinentes.
- **Paiements et transactions** : les utilisateurs de la plateforme doivent utiliser un système de paiement fiable et sécurisé. Les utilisateurs peuvent effectuer des transactions en ligne en toute sécurité en utilisant des prestataires de services de paiement électronique ou des passerelles de paiement.

5.1. Gestion des services :

- **Définition des services** : identifier les services fournis sur la plateforme et définir clairement les caractéristiques et les spécifications de chaque service.
- **Création de profils de service** : créer des profils complets pour chaque service. Une description du service, des prix, des disponibilités, des conditions générales et des évaluations des utilisateurs devraient tous être inclus dans ces profils.
- **Gestion de la disponibilité** : mise en œuvre d'un système de gestion de la disponibilité des services.

- **Gestion des commandes et des transactions** : Élaborer un processus pour gérer les demandes de service et les transactions connexes. Cela peut comprendre un panier d'achat où les utilisateurs peuvent ajouter des services, un système de paiement en ligne sécurisé, des confirmations de commande automatiques, le suivi des notifications, etc.
- **Suivi et évaluation** : Suivre les performances des services sur la plateforme et collecter les commentaires et les évaluations des utilisateurs pour mesurer la satisfaction client et identifier les domaines d'amélioration. Utiliser ces informations pour ajuster et améliorer continuellement des services.
- **Support client** : Fournisse un support client efficace pour répondre aux questions, résoudre les problèmes et traiter les demandes des utilisateurs liées aux services et assurer d'avoir des canaux de communication clairs, tels que des chats en direct, des e-mails ou des numéros de téléphone, pour faciliter la communication avec les utilisateurs.

5.2. Gestion des administrateurs :

La gestion des administrateurs dans une plateforme est également un aspect important pour assurer son bon fonctionnement.

- **Définir les rôles et les responsabilités** : Déterminer clairement les rôles et les responsabilités de chaque administrateur.
- **Accès et autorisations** : Accorder des niveaux d'accès et d'autorisations appropriés à chaque administrateur en fonction de ses responsabilités.
- **Communication et collaboration** : Établisse une communication claire et ouverte entre les administrateurs.
- **Formation et développement** : Assurer que les administrateurs sont bien formés et continuellement mis à jour sur les processus, les politiques et les technologies liés à la plateforme. Et fournisse leur des opportunités de développement professionnel pour les aider à améliorer leurs compétences et leurs connaissances.

5.3. Gestion des clients :

- **Communication claire** : établit une communication claire et ouverte avec les clients et assure que les canaux de communication.
- **Suivi des interactions** : enregistre et surveille les interactions avec les clients à l'aide d'un système de gestion de la relation client (CRM). Cela permet de garder une trace de leurs demandes, de leurs préférences et de leurs historiques d'achat, ce qui aide à personnaliser l'approche et à mieux répondre à leurs besoins.
- **Personnalisation de l'expérience client** : l'expérience de chaque client doit être personnalisée en fonction de ses préférences et de ses besoins uniques. Utilisez les informations collectées dans votre CRM pour offrir des recommandations pertinentes, des offres spéciales ou des produits/services complémentaires.
- **Service client de qualité** : offre un service client exceptionnel et soyez attentif aux préoccupations des clients et faites de votre mieux pour les résoudre rapidement et efficacement. Montrez de l'empathie et soyez poli et professionnel dans toutes les interactions avec les clients.
- **Feedback des clients** : encouragez les clients à fournir des commentaires sur leur expérience avec la plateforme. Cela peut aider à identifier les domaines d'amélioration et d'adaptation en conséquence. Développez la rétroaction des clients et l'utilisez pour améliorer continuellement le service.
- **Offres spéciales et programmes de fidélité** : récompensez la fidélité des clients en offrant des promotions spéciales, des réductions ou des programmes de fidélité. Cela les incitera à revenir sur la plateforme et à recommander vos services à d'autres personnes.
- **Analyse des données** : utilisez les données collectées à partir des interactions client pour analyser les tendances, les modèles d'achat et les comportements. Cela peut aider à prendre des décisions stratégiques, à ajuster les offres et à cibler les efforts de marketing de manière plus efficace.

5.4. Gestion des factures :

La gestion des factures dans une plateforme est cruciale pour assurer une comptabilité précise et un suivi financier efficace.

- **Utilisation d'un système de facturation automatisé :** mettre en place un système de facturation automatisé dans une plateforme. Cela peut aider à générer et à envoyer les factures de manière rapide et précise, en évitant les erreurs manuelles et en optimisant le processus.
- **Numérotation et suivi des factures :** adopter une méthode de numérotation cohérente pour les factures et assuré de suivre chaque facture émise et de garder une trace de leur statut (envoyée, payée, en attente, etc.). Cela facilitera la recherche et la gestion ultérieure des factures.
- **Délais de paiement et conditions :** établissement des délais de paiement clairs et des conditions de paiement pour les factures. Indiquer clairement la date d'échéance, les méthodes de paiement acceptées et toute pénalité applicable en cas de retard de paiement.
- **Archivage des factures :** mettre en place un système d'archivage des factures pour stocker et organiser les factures de manière sécurisée et utiliser un système de gestion électronique des documents (GED) ou un service de stockage Cloud pour cela.
- **Rapports financiers :** utilise les données de facturation pour générer des rapports financiers réguliers.
- **Collaboration avec les équipes financières :** assure une collaboration avec une équipe financière ou comptable.

Chapitre I : Etude de l'existant

Conclusion :

Dans ce chapitre, nous avons abordé une vue globale et quelques généralités sur la publicité et la conception publicitaire où nous avons introduit certaines définitions de la publicité, ses types, ses objectifs, son efficacité...

Nous avons également donné un aperçu du design global et du design publicitaire en particulier (certains de ses outils, formes...). Nous avons également identifié le rôle de l'intelligence artificielle dans la conception publicitaire, des exemples de plateformes existantes dans même domaine et enfin comment gérer une plateforme.

Le chapitre suivant se concentrera sur l'analyse et la conception de notre plateforme.

Chapitre II :
Analyse et conception

Toute solution logicielle doit être conçue avec précision et détail avant même sa concrétisation, car elle reflète le futur système.

Nous avons adopté le langage UML (Unified Modeling Language) afin d'avoir une meilleure analyse et de rendre la conception de notre application plus complète.

Le langage UML permet de bien représenter l'aspect statique et dynamique d'une application par une série de diagrammes qu'il offre.

1. Spécification des besoins :

Cette étape permet de définir les besoins et les objectifs du système à concevoir, ainsi que les différents cas d'utilisation existants. Le diagramme de cas d'utilisation et les séquences de chacun de ces derniers sont fournis par le modèle issu de cette étape.

1.1. Représentation des cas d'utilisation :

1.1.1. Identification des acteurs :

- **Un acteur** : Est l'idéalisation d'un rôle joué par une personne externe, un processus ou une chose qui interagit avec un système.
- **Scénario** : C'est une succession d'enchaînement spécifique qui se produit du début à la fin du cas d'utilisation. Nous avons identifié trois acteurs qui interagissent avec notre plateforme au cours de notre recherche : [16]
 - a. **Administrateur (ADMIN)** : C'est l'acteur qui a pour rôle d'assurer le bon fonctionnement du système et contrôler pour gérer ses services.
 - b. **Membre** : C'est l'acteur qui a pour rôle la consultation de la plateforme, la gestion de son compte, ...etc.
 - c. **Visiteur** : C'est l'acteur qui a pour rôle de consulter la plateforme et de s'inscrire.

1.1.2. Relations entre cas d'utilisation :

UML permet d'établir des relations entre les cas d'utilisation pour clarifier un diagramme. Il y a principalement :

- **La relation d'inclusion** : Un cas A est inclus dans un cas B si le comportement décrit par le cas A est inclus dans le comportement du cas B : on dit alors que le cas B dépend de A.
- **La relation d'extension** : Si le comportement de B peut être étendu par le comportement de A, on dit alors que A étend B. Une extension est souvent soumise à condition.
- **La relation de généralisation** : Un cas A est une généralisation d'un cas B si B est un cas particulier de A. [16]

1.2. Diagramme des cas d'utilisation :

La structure des principales fonctionnalités nécessaires aux utilisateurs du système est illustrée par le diagramme de cas d'utilisation.

C'est le premier diagramme du modèle UML qui garantit la relation entre l'utilisateur et les objets qui sont utilisés par le système. Pour avoir une vue globale de notre système, nous allons ici modéliser les diagrammes de cas d'utilisation des trois acteurs.

1.2.1. Diagramme de cas d'utilisation de « Visiteur »

Dans la mesure de ses possibilités, le visiteur peut accéder à la plateforme et consulter les services, aussi faire des recherches et inscrire-vous à l'application pour devenir membre.

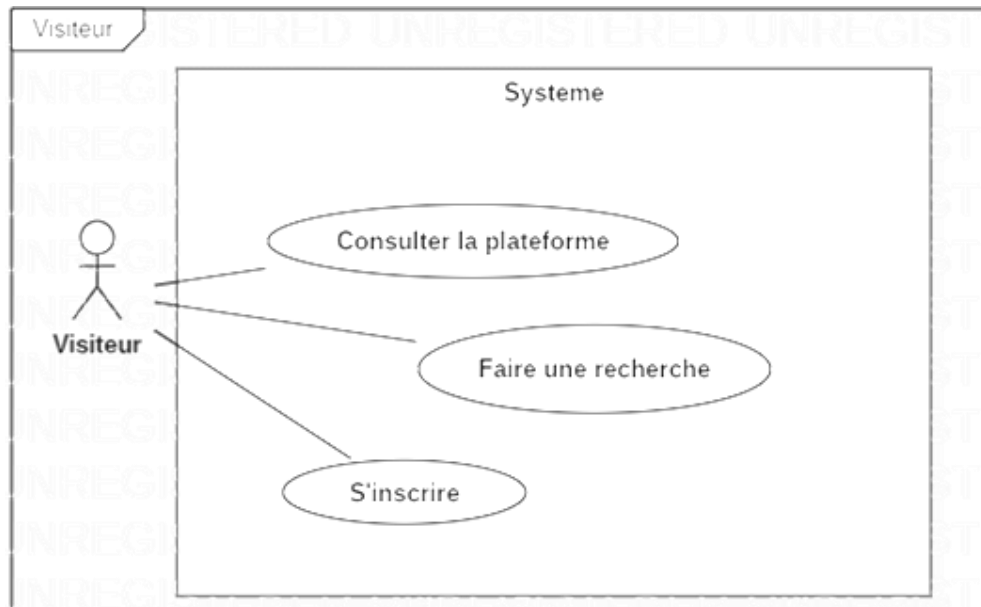


Figure 1 : Diagramme de cas d'utilisation Visiteur

1.2.2. Diagramme de cas d'utilisation de « Membre »

L'utilisateur membre doit être déjà inscrit, il peut faire une recherche ou bien consulter les services disponibles sans authentification, il doit s'authentifier pour faire une commande, modifier ou supprimer, Il peut aussi modifier les paramètres de son compte, ajouter ou supprimer son commentaire.

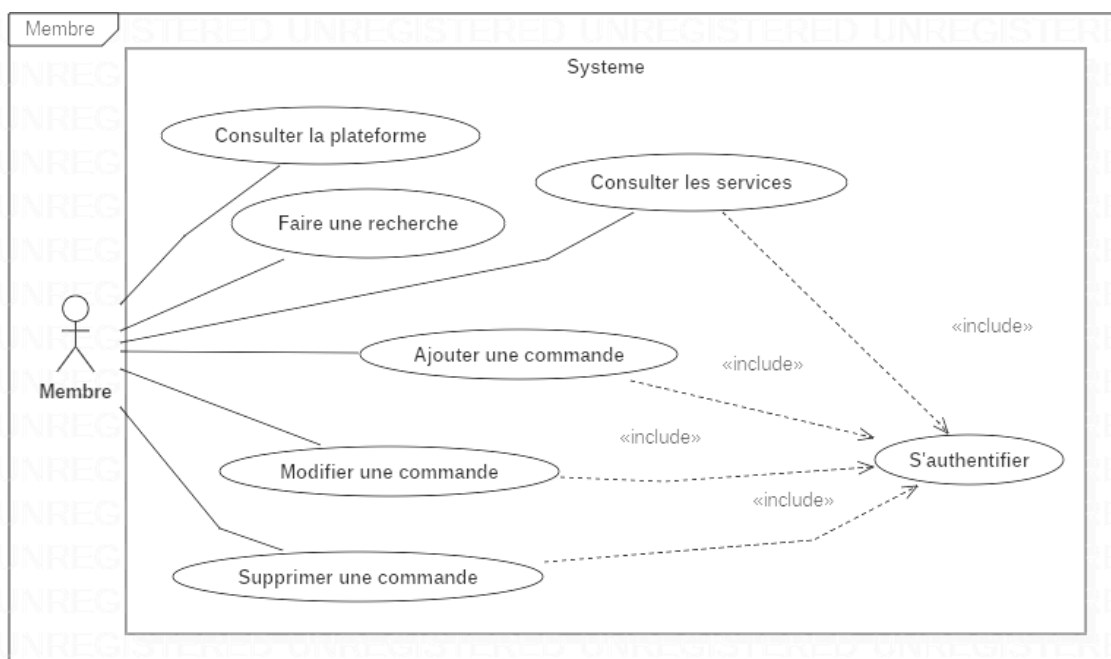


Figure 2 : Diagramme de cas d'utilisation Membre.

1.2.3. Diagramme de cas d'utilisation de « Administrateurs »

Le rôle de l'administrateur a contrôlé la plateforme et gérer les services et des commandes sur le bon fonctionnement de l'application. Il doit supprimer les membres et des commentaires.

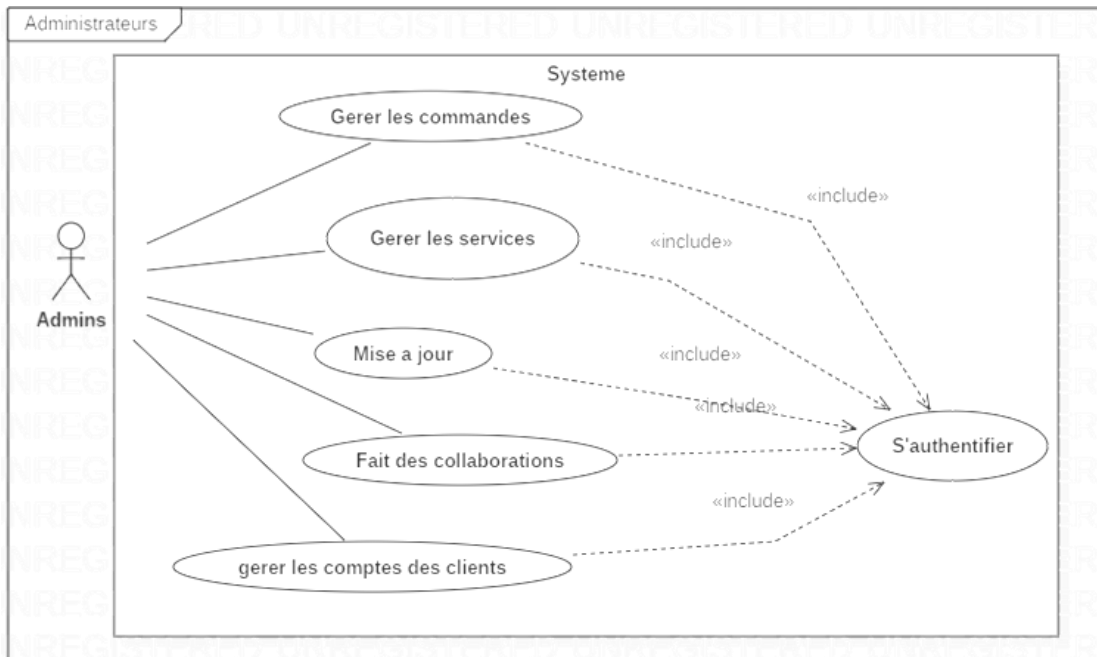


Figure 3 : Diagramme de cas d'utilisation Administrateurs.

1.2.4. Cas d'utilisation « S'inscrire » Scénario

1. Le visiteur doit remplir le formulaire d'inscription ;
2. Le visiteur demande à s'inscrire ;
3. L'application affiche le formulaire d'inscription ;
4. Le visiteur remplit tous les champs obligatoires et valide ;
5. Un message de succès est affiché et son espace personnel est ouvert.

Inscription non effectuée :

1. L'un des champs obligatoires est vide ou incorrecte.
2. L'utilisateur existe déjà.

Le nouveau compte est enregistré dans la base de données et l'espace personnel sera créé.

1.2.5. Cas d'utilisation « Faire une recherche »

Scénario :

1. L'acteur remplit les champs de recherche et valide.
2. Les résultats de recherche sont affichés .

Critère de recherche non disponible :

Afficher un message résultat vide.

1.2.6. Cas d'utilisation « S'authentifier »

1. L'acteur saisit son e-mail et son mot de passe.
2. Le système vérifie si les informations saisies sont correctes.
3. Le système affiche l'espace de l'utilisateur.

Authentification non effectuée :

1. Email ou mot de passe incorrecte.
2. L'utilisateur (membre) n'est pas encore inscrit.
3. Membre/Administrateur peut accéder à son compte.

1.2.7. Cas d'utilisation « Modifier son compte »

L'utilisateur accède aux informations de son profil, il effectue les modifications souhaitées.

1. Membre/Administrateur accède à son profil.
2. Il effectue ses modifications.
3. Il clique sur sauvegarder.
4. Modification réalisée avec succès.

Modifications non effectuées :

Modifications non enregistrées, les informations saisies sont incorrectes.

Les informations de profil sont modifiées.

1.2.8. Cas d'utilisation « Ajouter une commande »

Pour demander un service sur la plateforme, vous devez obtenir les informations de base suivante :

- Le nom complet, l'adresse postale et le numéro de téléphone pour la communication.
- Une description précise du service que vous souhaitez commander, y compris son objectif et les détails spécifiques du service.
- Les détails de la commande tels que la quantité, les tailles, les couleurs et les matériaux utilisés.
- Le délai prévu pour la réalisation du service.
- Le coût du service, y compris les frais de base et tout coût supplémentaire possible.
- Les modes de paiement disponibles et leur disponibilité.
- Les détails de l'expédition et de la livraison si ce service est disponible.
- Toute condition ou restriction pour la fourniture du service que l'utilisateur doit connaître avant de commencer le processus de commande.

Fournir ces informations de base aidera le client à recevoir un service meilleur, plus rapide et plus précis.

Scenario :

1. L'utilisateur clique sur ajouter une commande dans son compte.
2. Le formulaire d'ajout est affiché
3. Remplir les champs obligatoires et valider
4. Ajout effectué avec succès.

Ajout non effectué :

L'un des champs obligatoires est vide ou incorrecte.

1.2.9. Cas d'utilisation « Modifier un commande »

Si un client demande un service sur la plateforme et souhaite le modifier ou le supprimer, il doit être contacté pour mieux comprendre sa demande, le problème auquel il fait face et les changements qu'il souhaite apporter.

Après avoir compris la demande du client, des solutions et des options peuvent être recherchées pour répondre à ses besoins. Les options peuvent comprendre la modification du service requis ou l'offre d'autres options pour répondre aux besoins du client.

La politique de changement et d'annulation doit être clarifiée pour les clients lors de leur inscription sur la plateforme et s'assurer qu'ils sont présentés clairement sur la plateforme. Cette politique devrait comprendre des renseignements sur les procédures requises pour demander des modifications ou des annulations, le temps requis pour le faire et les frais qui pourraient être exigés.

- **Changements** : les clients peuvent demander des changements à tout moment avant le début du service. Si les changements nécessitent une modification de prix, le client sera informé et devra accepter les nouveaux tarifs avant que les changements ne soient effectués.
- **Annulations** : les clients peuvent annuler leur service jusqu'à 24 heures avant le début du service pour obtenir un remboursement complet. Des frais d'annulation peuvent s'appliquer si l'annulation est effectuée moins de 24 heures avant le début du service. Les frais d'annulation seront informés au client au moment de l'annulation et dépendent de la nature du service.
- **Remboursements** : les remboursements seront effectués dans les 14 jours suivant la date à laquelle vous avez annulé. Le moyen de paiement utilisé pour le remboursement sera le même que celui utilisé pour l'achat.

Scénario :

1. L'utilisateur accède à ses commandes.
2. Il sélectionne la commande qu'il veut modifier.
3. Il clique sur modifier, puis il réalise ses modifications et valide.
4. Modification réalisée avec succès.

1.2.10. Cas d'utilisation « Supprimer un commande »

1. L'utilisateur accède les commandes.
2. Il sélectionne la commande qu'il veut supprimer.
3. Il clique sur supprimer, puis valide.
4. Suppression réalisée avec succès.

1.2.11. Cas d'utilisation « Supprimer un membre »

1. L'administrateur accède à la liste des membres signalés.
2. Il sélection le membre signalé.
3. Il clique sur supprimer, puis valide.
4. Suppression réalisée avec succès.

1.3. Diagramme de séquence :

Il représente la succession chronologique des opérations réalisées par un acteur en interaction avec le système, il indique les différentes opérations qui font passer d'un objet à un autre.

1.3.1. Diagramme de séquence « S'inscrire »

Pour devenir un membre de l'application, il faut d'abord s'inscrire, pour cela il faut :

- Consulter la plateforme ;
- Demandé à s'inscrire ;
- Le système répond en affichant le formulaire d'inscription ;
- Remplir le formulaire et le valider ;

Chapitre II : Analyse et conception

Le système vérifie si les informations sont correctes.

- Si les informations sont incorrectes alors il renvoie un message d'erreur.
- Sinon il met à jour la base de données puis affiche l'espace membre créé.

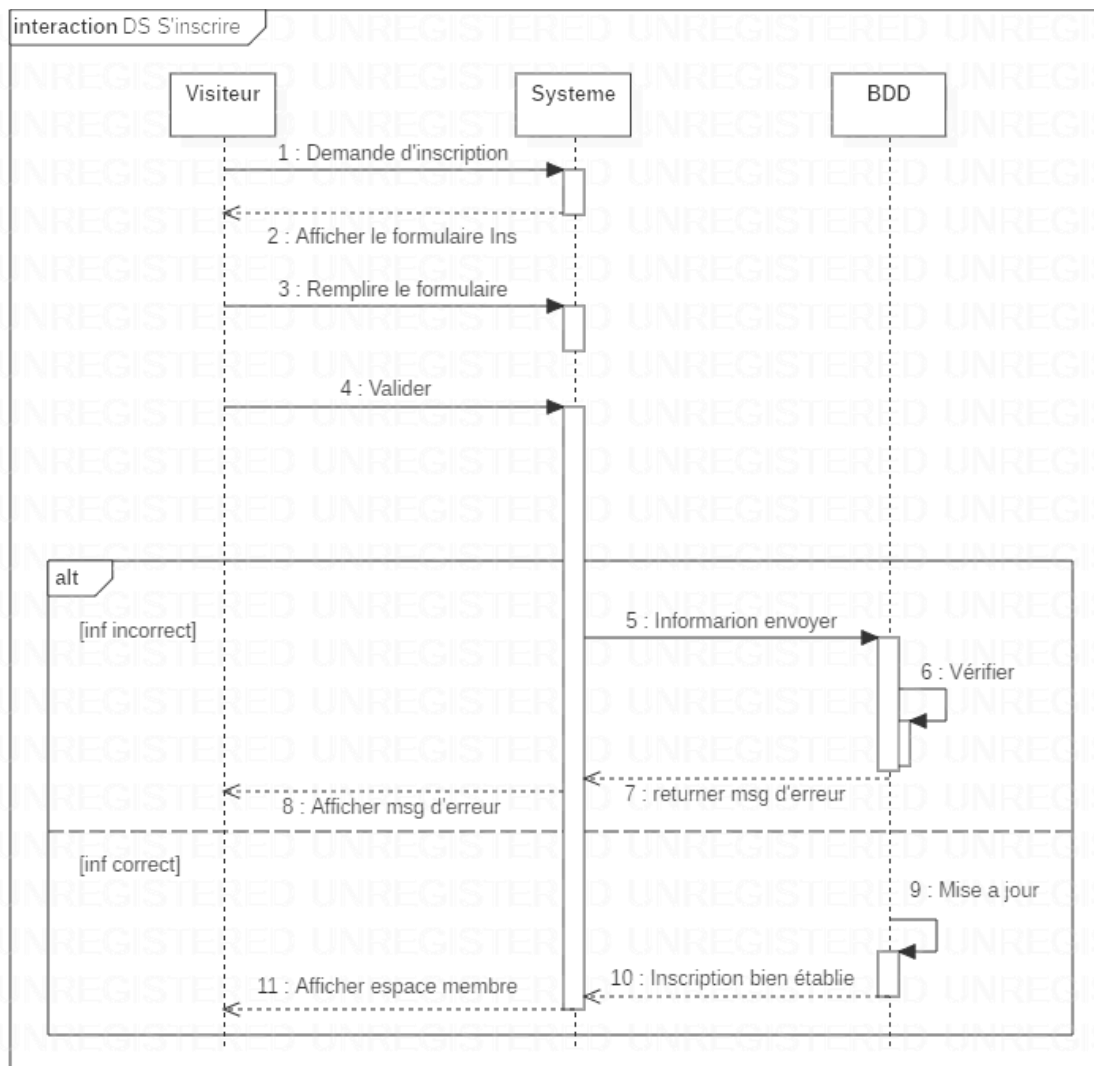


Figure 4 : Diagramme de séquence du cas d'utilisation « S'inscrire ».

Chapitre II : Analyse et conception

1.3.2. Diagramme de séquence « Faire une recherche »

Pour qu'un utilisateur (visiteur/ membre) puisse faire une recherche sur notre application, il faut :

- Qu'il consulte la plateforme ;
 - Qu'il remplisse le formulaire de recherche et le valide ;
 - Que le système vérifie la disponibilité des données saisies dans la base de données.
- Si oui, il affiche les résultats correspondants aux informations saisies.
- Sinon, il affiche un message d'erreur (les critères recherchés ne sont pas disponibles).

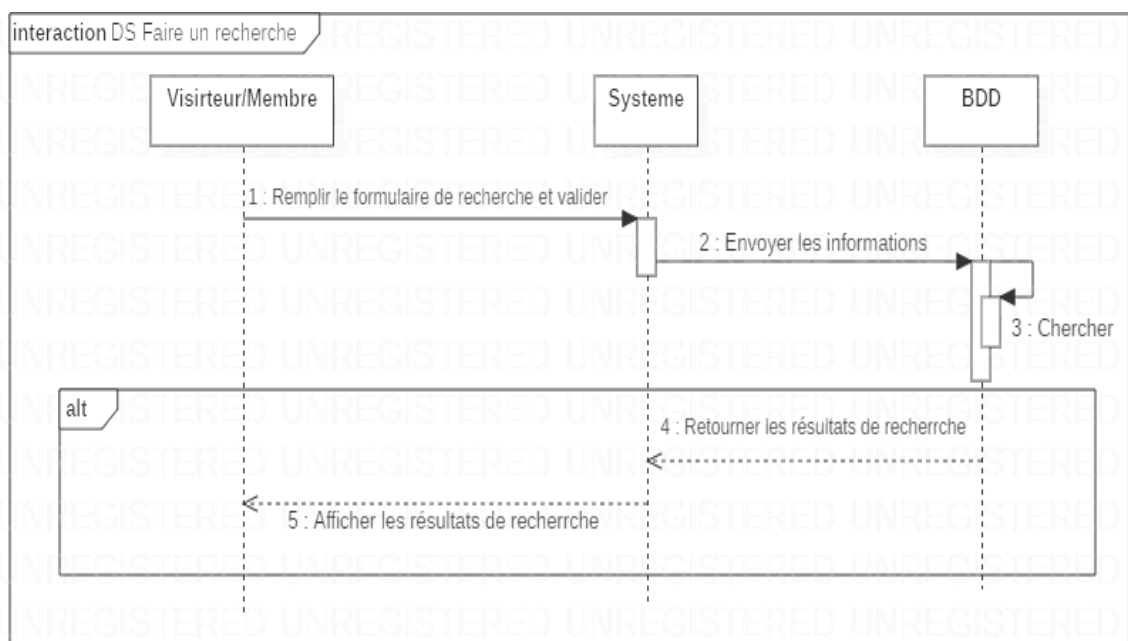


Figure 5 : Diagramme de séquence du cas d'utilisation « Faire une recherche ».

1.3.3. Diagramme de séquence « S'authentifier »

Pour qu'un membre/administrateur puisse accéder à son espace personnel, il doit d'abords'authentifier, pour cela il faut :

- Consulter la plateforme ;
- Demandé la connexion à son espace personnel ;
- Le système répond par l'affichage du formulaire de connexion ;
- Le membre remplit le formulaire et le valide ;
- Le système vérifie si les champs ne sont pas incorrects, puis vérifie si les informations sont déjà enregistrées dans la base de données :
 - Si oui, il affiche l'espace personnel du membre,
 - Sinon, il affiche un message d'erreur : email ou mot de passe incorrecte.

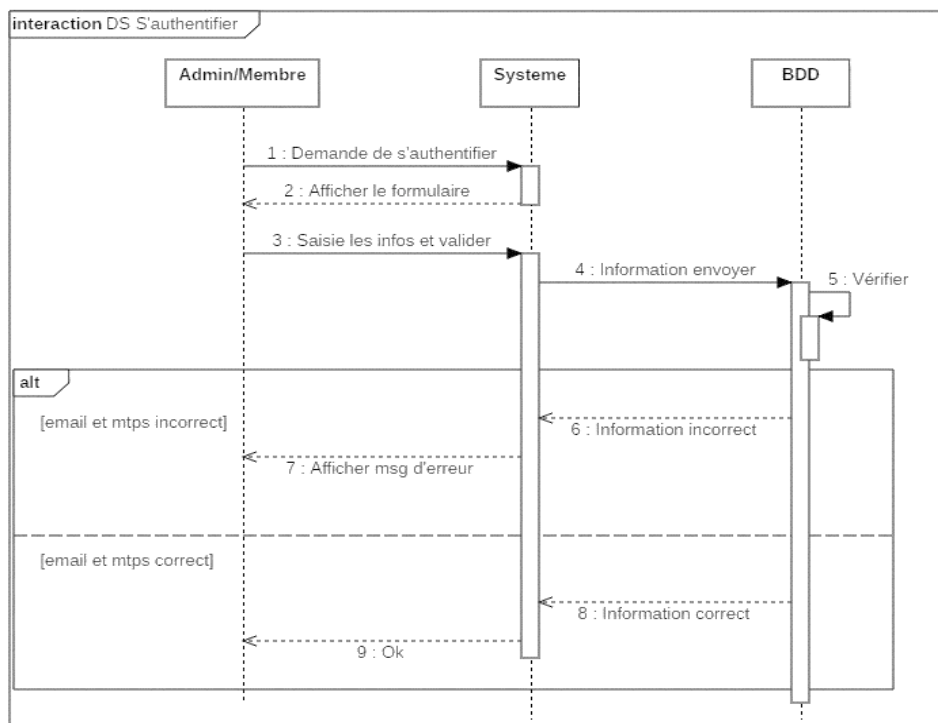


Figure 6 : Diagramme de séquence du cas d'utilisation « S'authentifier ».

1.3.4. Diagramme de séquence « Ajouter une commande »

Pour que le membre puisse faire une commande, il doit s'authentifier, puis une fois connecté, il procède aux étapes qui sont :

- Demande de s'authentifier ;
 - Le système lui répondre en affichant un formulaire à remplir ;
 - Le membre remplit le formulaire et le valide ;
 - Le système procède à la vérification de tous les champs du formulaire.
- Si l'information saisie est incorrecte alors le système retourne un message d'erreur.
- Sinon le système valide le formulaire et met à jour la base de données en ajoutant la commande.

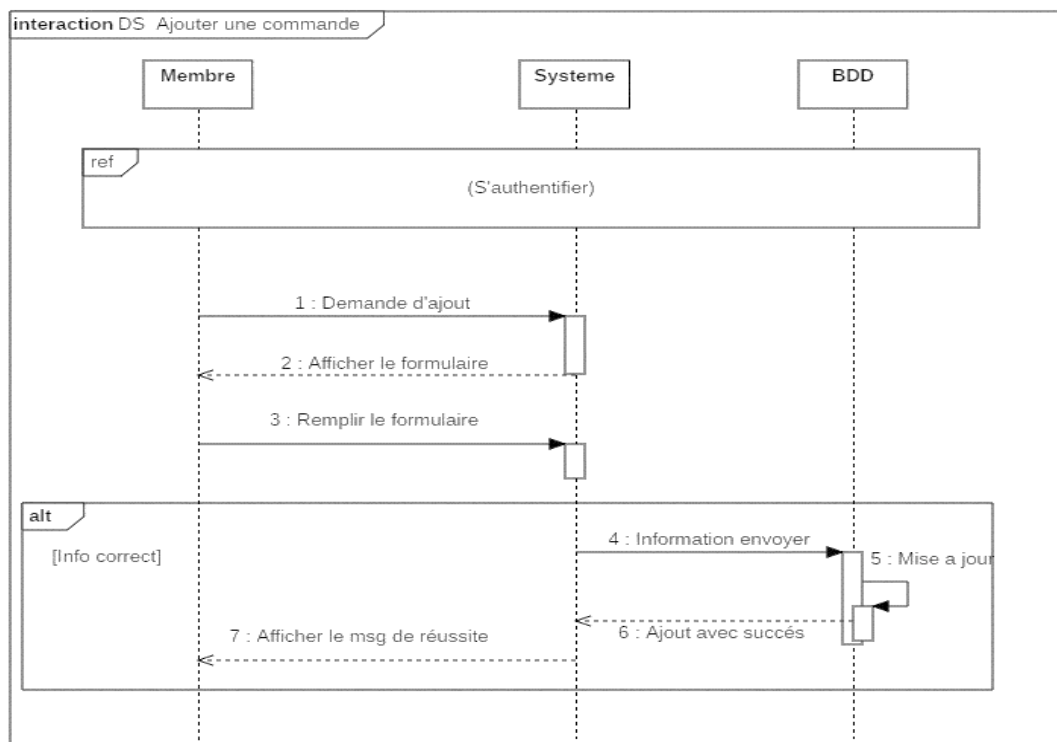


Figure 7 : Diagramme de séquence du cas d'utilisation « Ajouter une commande ».

1.3.5. Diagramme de séquence « Modifier une commande »

Pour qu'un membre puisse modifier l'une de ses commandes, il doit d'abord s'authentifier, puis une fois connecté. Il sélectionne la commande souhaitée puis il clique sur le bouton modifier, puis saisit les modifications souhaitées et clique sur modifier.

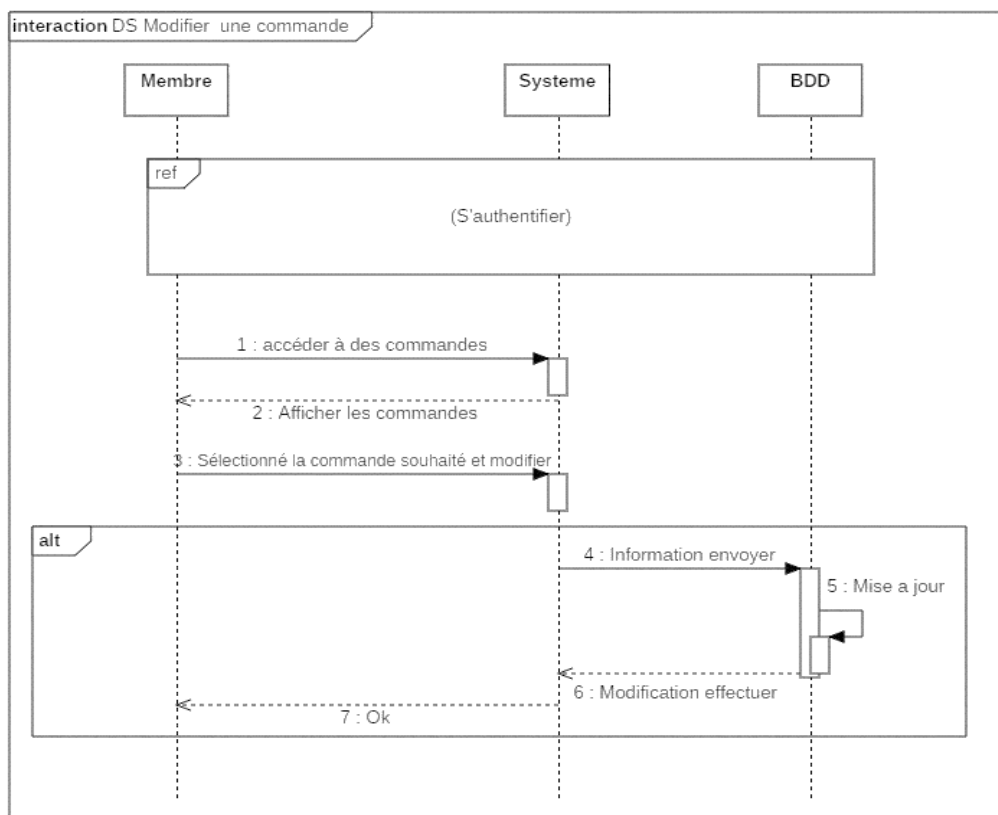


Figure 8 : Diagramme de séquence du cas d'utilisation « Modifier un commande ».

1.3.6. Diagramme de séquence « Supprimer une commande » :

Pour que le membre puisse faire une suppression d'une commande, il doit d'abords s'authentifier, puis une fois connecté il procède aux étapes de suppression qui sont :

- Demande d'accès ses commandes ;
- Le système répond en affichant ses commandes ;
- Sélectionner la commande ;
- Supprimer et valider la suppression ;
- Le système répond en affichant message de confirmation ;
- Confirmer la suppression ;
- Mise à jour et affichera un message de suppression.

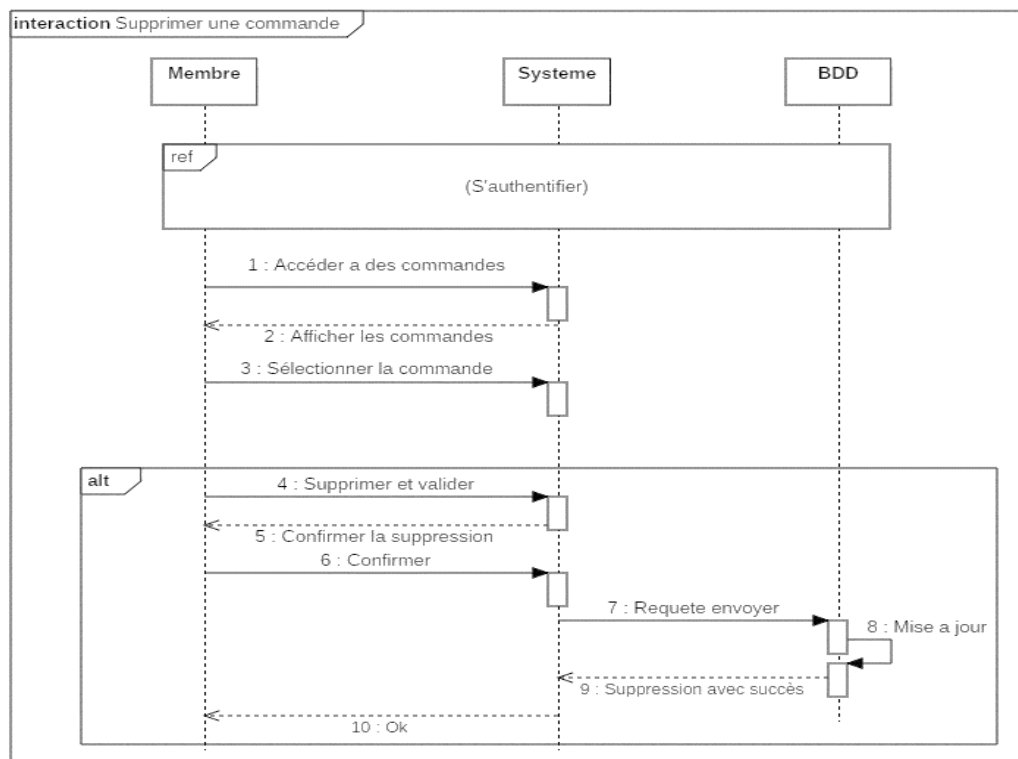


Figure 9 : Diagramme de séquence du cas d'utilisation « Modifier un commande ».

1.4. Diagramme de classe :

Il représente l'architecture conceptuelle du système, il décrit l'ensemble des classes existantes et leur structure interne et définit les relations entre les classes.

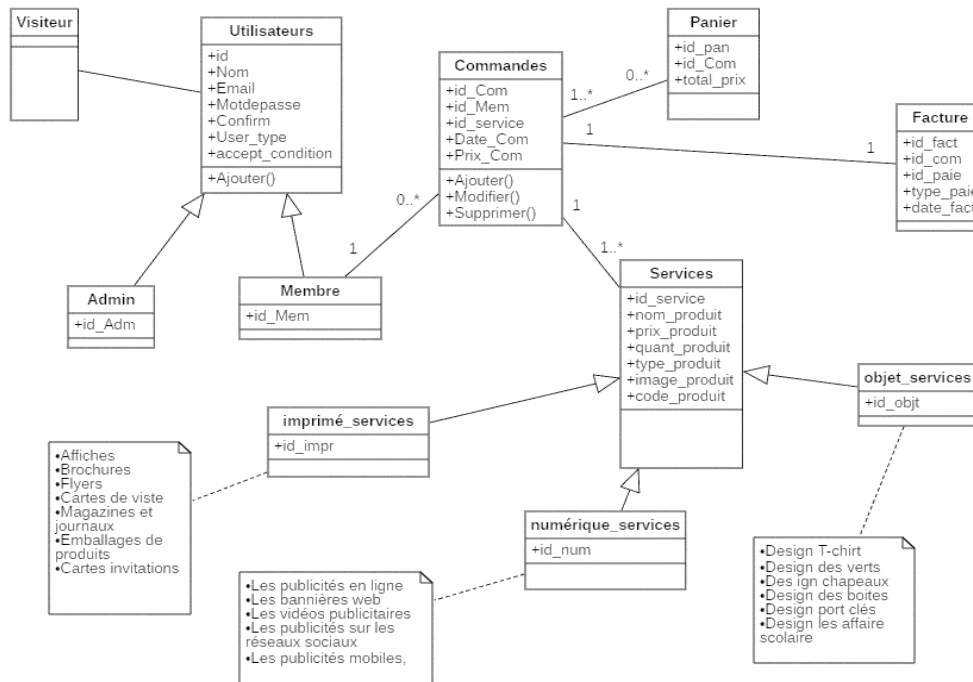


Figure 10 : Diagramme de classe

Durant ce chapitre nous avons présenté l'architecture conceptuelle de notre plateforme utilisant le formalisme UML.

Nous avons défini les acteurs de notre plateforme qu'ils assurent, puis élaboré les diagrammes de cas d'utilisation, les diagrammes de séquence et le diagramme de classe.

Dans le chapitre suivant nous entamerons l'étape d'implémentation de la plateforme.

Chapitre III :
Réalisation
du projet

Chapitre III : Réalisation du projet

Nous passons à la réalisation de notre plateforme après avoir terminé les étapes d'analyse et de conception.

Pour commencer, nous décrivons notre environnement de travail, les différents langages et les outils d'implémentation.

Enfin, nous expliquerons comment notre plateforme fonctionne et ses différentes interfaces.

1. Outils de Développement utilisés :

Nous verrons plus en détail comment nous avons utilisé les outils de développement pour terminer notre projet :

1.1. Microsoft Visual Studio 2019 :

C'est le principal environnement de développement intégré de Microsoft, qui permet la programmation d'interfaces utilisateur graphiques, de scripts, ainsi que la création de formulaires Windows, de sites web, d'applications web et de services web pris en charge par Microsoft Windows, Windows Mobile, .NET Framework et Microsoft Silverlight.[17]

1.2. Navigateur Chrome

Google Chrome est un navigateur web dominé par Google, qui fonctionne sur la plupart des systèmes d'exploitation. Initialement publié en 2008 pour Microsoft Windows, il a ensuite été étendu à Linux, MacOS, iOS et Android, où il est intégré en tant que navigateur par défaut dans le système.[18]

1.3. XAMPP

Il s'agit d'un logiciel d'application libre et open source qui regroupe principalement le serveur HTTP Apache, MariaDB et un interpréteur pour les applications développées en langages de programmation PHP et Perl. À partir de la version 5.5.30 de XAMPP, le 10 octobre 2015, MariaDB a remplacé MySQL LP.[19]

2. Les langages de programmation :

2.1. HTML (HyperText Markup Language)

L'HyperText Markup Language, également appelé HTML, est un format de données destiné à illustrer les pages web. Le langage de balisage est utilisé pour écrire de l'hypertexte, d'où son appellation. De plus, HTML permet l'inclusion de ressources multimédias telles que des images, des formulaires de saisie et des programmes informatiques, ainsi que la structure sémantique et la mise en forme du contenu des pages. Il est fréquemment associé à des langages de programmation comme PHP et JavaScript, ainsi qu'à des formats de présentation comme les feuilles de style en cascade (CSS). [20]

2.2. CSS (Cascading Style Sheets)

Les feuilles de style en cascade, également appelées CSS ou Cascading Style Sheets, sont un langage informatique qui définit la façon dont les documents HTML et XML sont présentés. Le World Wide Web Consortium (W3C) publie des normes CSS. CSS qui a été introduit au milieu des années 1990, est devenu largement utilisé dans la conception de sites web et est largement supporté par les navigateurs web depuis les années 2000. [21]

2.3. JavaScript

JavaScript est un langage de script orienté objet qui est principalement utilisé pour créer des pages HTML. JavaScript est exécuté sur l'ordinateur de l'internaute par le navigateur lui-même, contrairement aux langages côté serveur qui s'exécutent sur le serveur. Par conséquent, ce langage permet à l'utilisateur d'interagir en fonction de ses actions, comme survoler un élément avec la souris ou redimensionner la page. [22]

2.4. PHP (Hypertext Preprocessor)

Également connu sous son acronyme récuratif, est un langage principalement utilisé pour créer des pages web dynamiques via un serveur HTTP, mais il peut également être utilisé en tant que langage interprété localement.

PHP est un langage orienté objet. Il a contribué à la création de nombreux sites Web bien connus, tels que Facebook, Wikipédia, etc. Il est largement considéré comme le fondement pour la création de sites Web dynamiques.[23]

2.2. MySQL (Structured Query Language)

MySQL est un système de gestion de bases de données relationnelles (SGBDR) disponible sous une licence propriétaire et double GPL. Il est largement employé dans le monde entier, à la fois par le grand public (en particulier dans les applications web) et par les professionnels. MySQL est considéré comme l'un des logiciels de gestion de bases de données les plus populaires et est en concurrence avec des systèmes tels qu'Oracle, Informix et Microsoft SQL Server. [24]

2.1. JQUERY

JQuery est une bibliothèque JavaScript open-source et cross-browser qui vous permet de traverser et de manipuler facilement l'arbre DOM de vos pages web. JQuery vous permet de créer des animations, d'ajouter ou de modifier une classe CSS et de gérer des événements JavaScript.[25]

3. Présentation de l'application

Les principales interfaces qui illustrent le fonctionnement de l'application seront présentées ci-dessous. Des captures d'écran de la plateforme AdsTech sont présentées ci-dessous.

3.1. Page d'accueil de la plateforme :

La page comprend les éléments suivants : le logo de la plateforme et des catégories de chaque service. Elle offre également la possibilité aux membres de se connecter et aux visiteurs de créer un nouveau compte. Une barre de recherche est présente pour effectuer des recherches dans la plateforme.

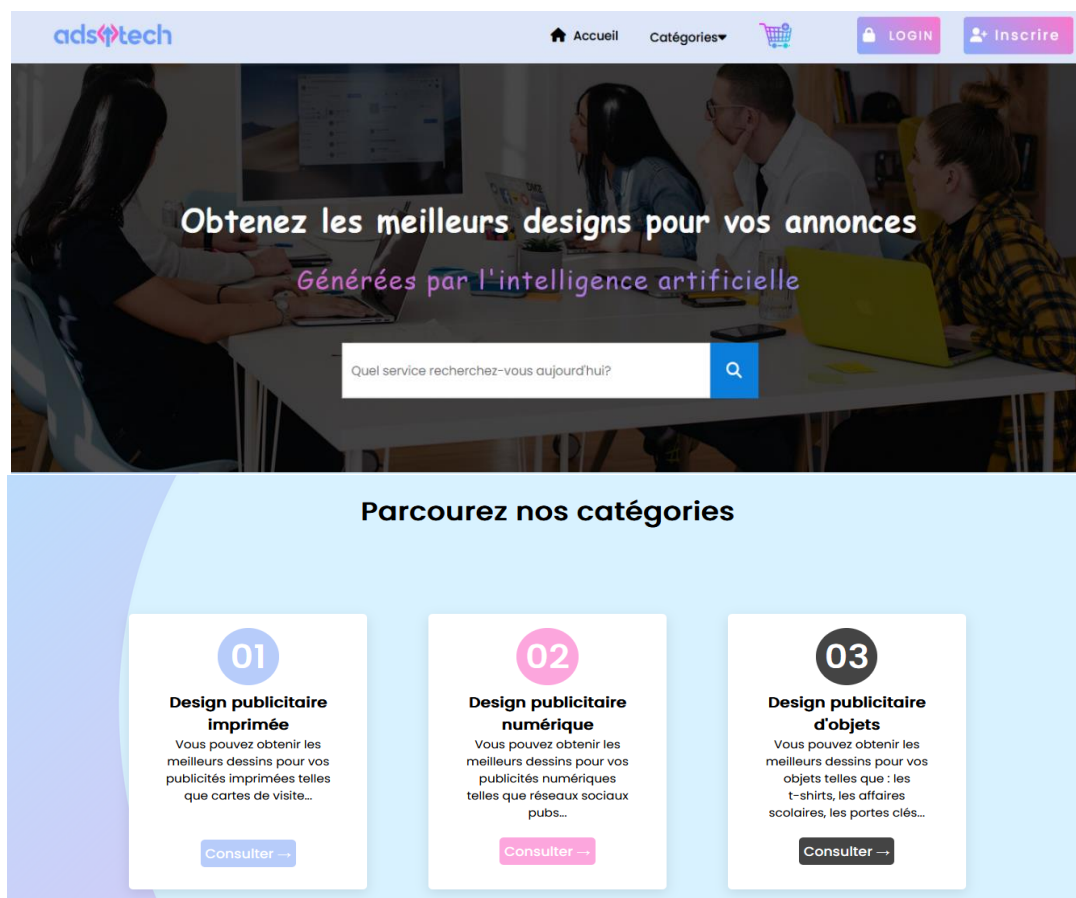


Figure 11 : Page d'accueil de la plateforme

3.2. Page d'inscription :

Les utilisateurs peuvent créer un compte sur la page, une adresse e-mail est requise pour les utilisateurs qui souhaitent s'inscrire. L'utilisateur peut accéder à un formulaire de renseignements personnels en cliquant sur inscrire. Après avoir saisi des informations et accepté les conditions cliquez sur ajouter un compte, puis le processus est terminé avec succès.

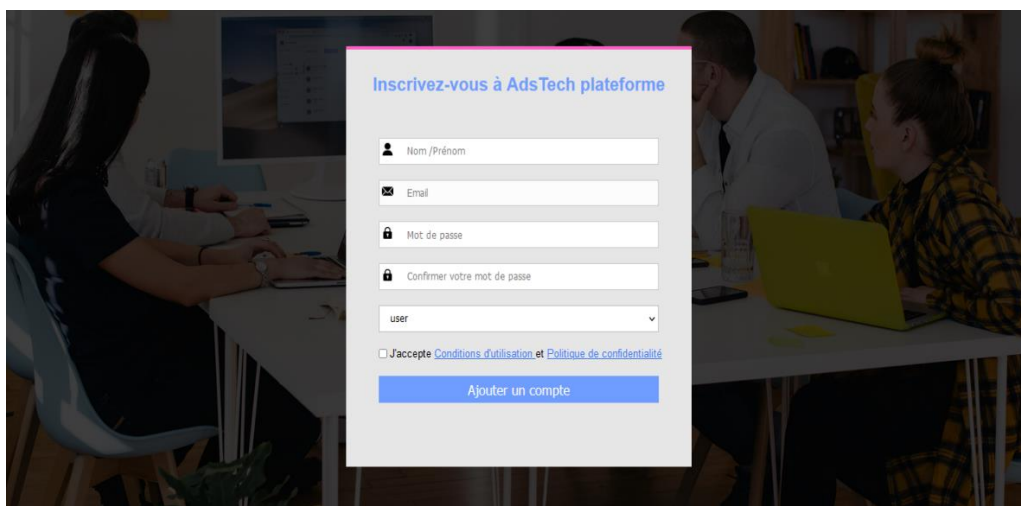


Figure 12 : Page d'inscription

3.3. Page de l'authentification :

Pour commencer à utiliser notre plateforme, cette capture affiche l'interface d'authentification où l'utilisateur doit choisir son nom d'utilisateur et son mot de passe.

Cette étape met l'accent sur la sécurité : nous vérifions que le compte utilisateur est disponible et lui accordons les droits et privilèges requis.

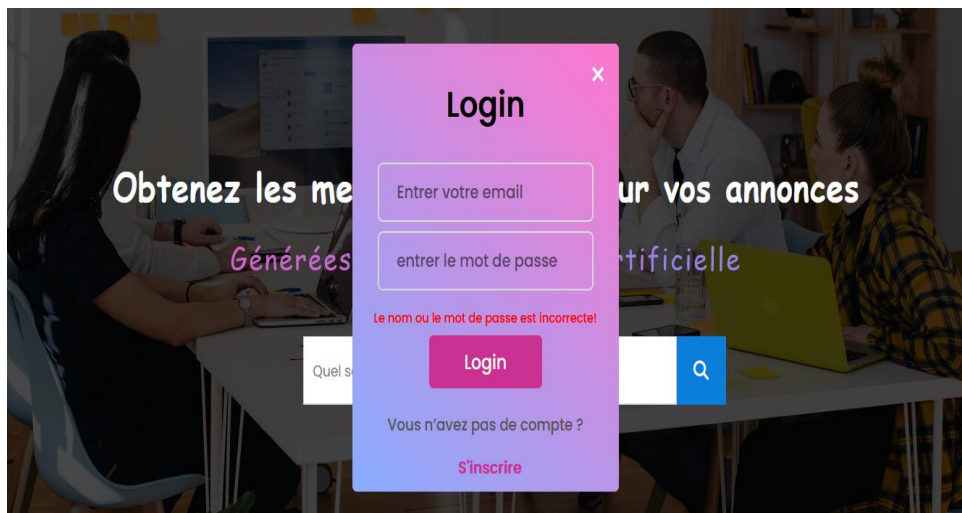


Figure 13 : Page d'authentification

3.4. Bas de page :

- **Sur nous** : une brève présentation de la plateforme AdsTech et des services qu'elle propose.
- **Contactez-nous** : pour permettre aux visiteurs de contacter l'administrateur de la plateforme, elle comprend un formulaire de contact, des informations de contact telles que l'adresse e-mail et le numéro de téléphone ainsi qu'une section de médias sociaux pour interagir avec la plateforme.
- **Commentaire** : Cette page permet aux utilisateurs de poser des questions, de faire des commentaires

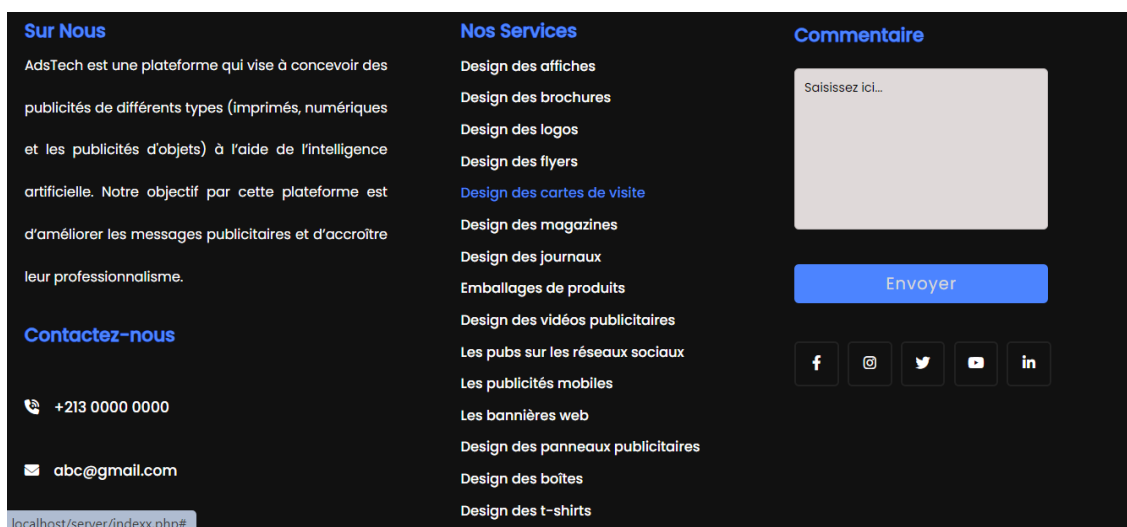


Figure 14 : Bas de page

3.5. Page Administrateur :

Est un espace réservé aux administrateurs pour gérer et contrôler différents aspects de la plateforme. Elle permet de gérer les utilisateurs, personnaliser les paramètres, contrôler le contenu, accéder aux statistiques et rapports, effectuer des sauvegardes et restaurations, et gérer les fonctionnalités.

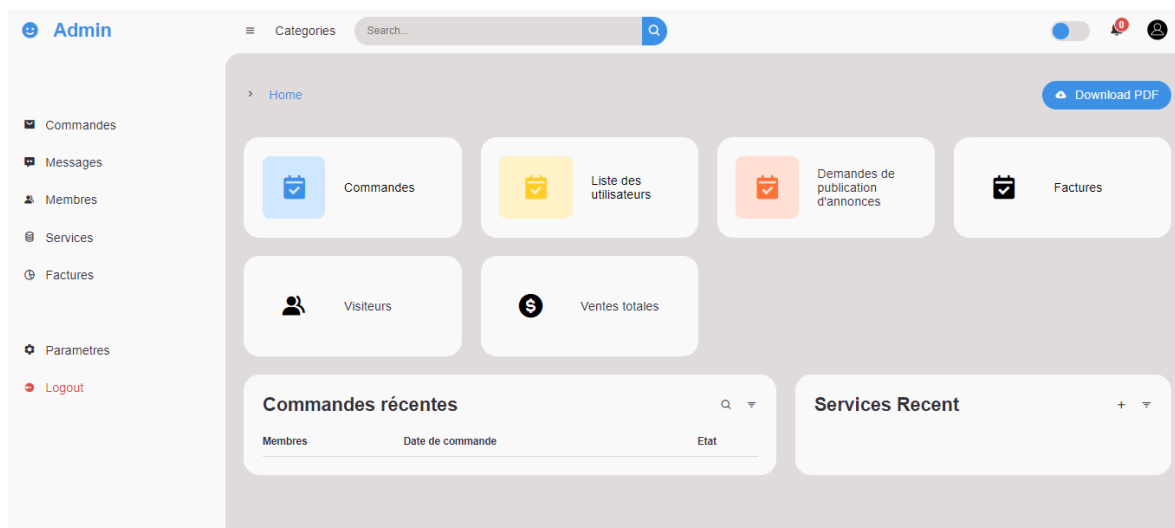


Figure 15 : Page Administrateur

3.6. Pages Catégories des services :

La page "Catégories de services" dans la plateforme présente et explique de manière détaillée les différents types de services proposés par l'entreprise.

Elle inclut une introduction pour souligner l'importance des services offerts. Les catégories principales sont présentées avec des descriptions détaillées, mettant en évidence les avantages et les fonctionnalités spécifiques de chaque service.

L'objectif de cette page est d'aider les utilisateurs à comprendre les domaines d'activité couverts et à trouver rapidement les services qui répondent à leurs besoins.

➤ **Catégorie 1 : Design publicitaire imprimé**

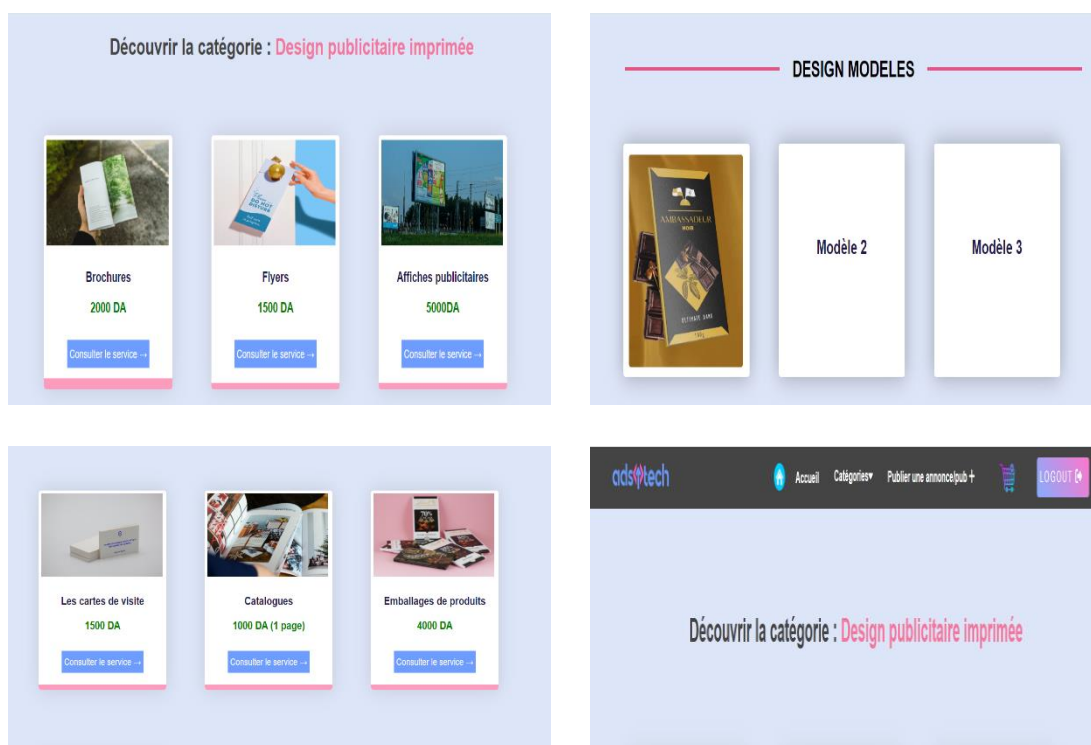


Figure 16 : catégories 1-Design publicitaire imprimée.

Chapitre III : Réalisation du projet

➤ Catégorie 2 : Design publicitaire numérique

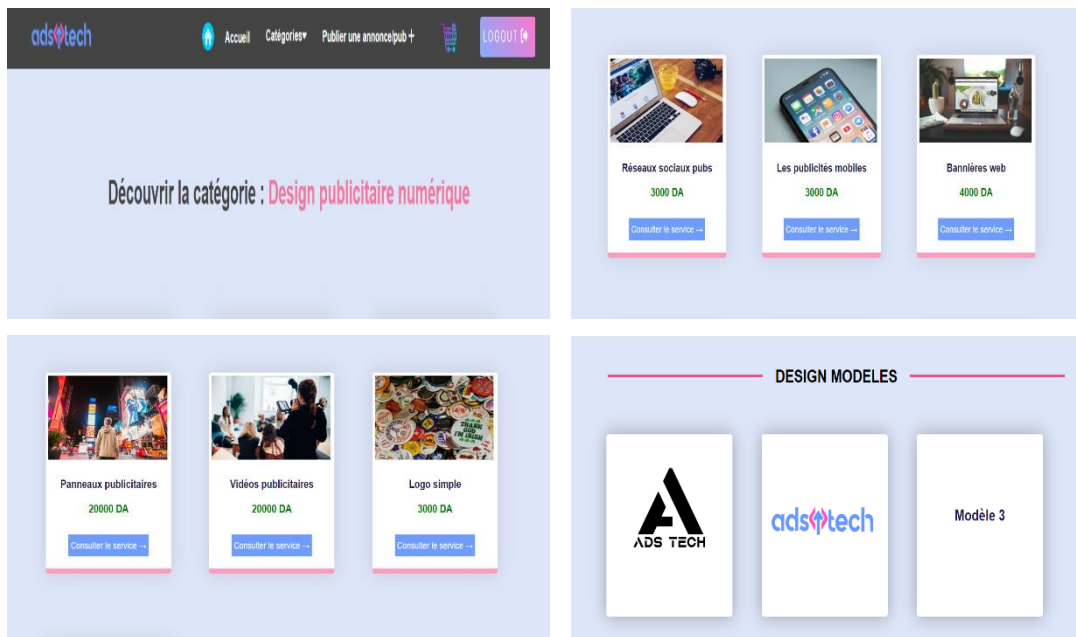


Figure 17 : catégories 2-Design publicitaire numérique.

➤ Catégorie 3 : Design publicitaire d'objets

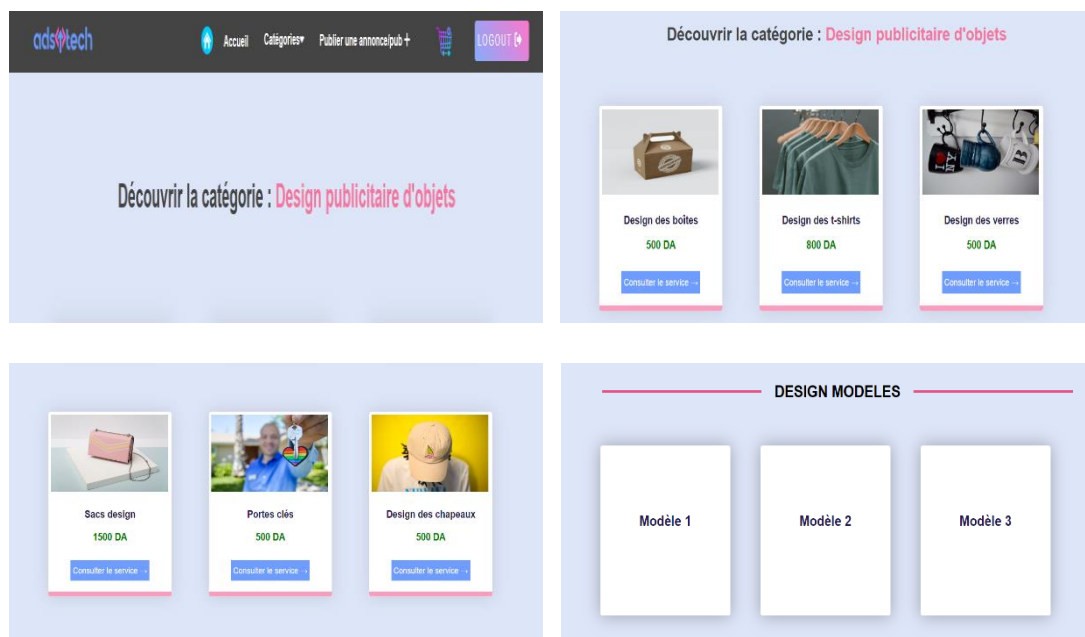


Figure 18 : catégories 3- Design publicitaire d'objet.

3.7. Page de panier :

La page "Panier" d'une plateforme permet aux utilisateurs de consulter et de gérer services les ou produits qu'ils souhaitent acheter avant de passer à la caisse. Elle affiche une liste des articles sélectionnés, avec leurs détails et prix, et permet aux utilisateurs de modifier la quantité, de supprimer des articles.



Figure 19 : Page de panier

3.8. Page Paiement :

La page "Paiement" d'une plateforme est dédiée à la gestion des transactions financières et des options de paiement pour les utilisateurs. Elle présente les méthodes de paiement acceptées et explique les mesures de sécurité mises en place. L'objectif de cette page est de faciliter et de sécuriser les paiements pour les produits ou services proposés sur la plateforme.

Remplissez votre commande!

Service(s)	Brochures(3)
Délai de livraison	2 jours
Montant total payable	6,000.00DA

Nom complet	<input type="text" value="Nom complet"/>
N° de téléphone	<input type="text" value="N° de téléphone"/>
Mode de paiement	<input type="text" value="-Sélectionner le mode de paiement"/>
Numéro de carte	<input type="text" value="Entrer votre numéro de carte"/>

Passer la commande

Figure 20 : Page de paiement

2.7. Page facture :

La page "Facture" d'une plateforme permet aux utilisateurs d'accéder à leurs factures, de les télécharger et de les consulter. Elle affiche un historique complet des factures liées aux transactions ou abonnements effectués. L'objectif principal de cette page est de fournir aux utilisateurs un moyen pratique de visualiser et de gérer leurs factures sur la plateforme.



Figure 3.11 : Page facture

Le dernier chapitre a été dédié à la présentation de l'étape de réalisation de notre application. Nous avons présenté les outils logiciels tels que l'environnement de développement et les langages de programmation qui nous ont permis de réaliser notre travail. Nous avons ensuite commencé à présenter notre application en décrivant ses fonctionnalités et en présentant diverses interfaces.

Conclusion générale

Conclusion générale

En résumé, cette étude nous a permis de mieux comprendre le potentiel de la plateforme pour la conception publicitaire. Une analyse approfondie des tendances actuelles du marché, des besoins des utilisateurs et des nouvelles technologies nous a permis de concevoir une plateforme innovante qui s'adapte aux besoins changeants de l'industrie publicitaire.

La plate-forme de conception publicitaire présentée offre de nombreux avantages tant pour les concepteurs que pour les annonceurs. Cela permet une collaboration efficace et transparente, accélérant le processus de conception et favorisant l'innovation. De plus, il offre des fonctionnalités avancées telles que la personnalisation, l'automatisation et l'intégration de l'intelligence artificielle pour aider les utilisateurs à créer des publicités percutantes et ciblées.

De plus, la recherche a souligné l'importance de prendre en compte les besoins et les attentes des utilisateurs tout au long du processus de conception de la plateforme. Une approche centrée sur l'utilisateur et des tests et itérations fréquents sont essentiels pour garantir l'efficacité et la convivialité de la plateforme.

Enfin, il convient de souligner que la plate-forme de conception publicitaire présentée dans ce travail n'est pas une solution universelle, mais plutôt un point de départ pour de nouvelles recherches et développements. Rester à jour avec les développements du marché, les nouvelles technologies et les besoins des utilisateurs est essentiel pour adapter en permanence la plate-forme et rester pertinent dans un environnement en constante évolution.

En somme, cette étude contribue de manière significative à notre compréhension de la conception publicitaire et de l'utilisation des plateformes numériques dans ce domaine. La plateforme proposée est un outil puissant pour les annonceurs, fournissant une solution complète et efficace pour créer des publicités engageantes et percutantes.

Bibliographie

- [1]. **KOUICEM, Obeyda et BENCHOUYEB, Heyfa.***Projet Fin d'Etudes de Master Etude d'optimisation d'emplacement des panneaux publicitaires dans la ville de Tlemcen.* Tlemcen : Université Abou Baker Belkaid, 2017/2018. 84.
- [2]. **BOUNDOUR, Madjid et GHANEMI, Lounes.***Projet Fin d'Etudes de Maste Impact de la publicité sur le lieu de vente sur la décision d'achat du consommateur Cas : UNO Bouira.* TIZI-OUZOU : UNIVERSITE MOULOUD MAMMERI DE TIZI-OUZOU, 2016/2017. 86.
- [3]. **Verdier, Lunete.** SlidePlayer. *Les objectifs de la publicité* . [En ligne] 2015. [Citation : 10 04 2023.] <https://slideplayer.fr.2764917>.
- [4]. **L, Lahlou.***Les acteurs du marché publicitaire.* EST Meknès Maroc : L'université Moulay-Ismaïl. 1-6..
- [5]. **White, Alex W.***Advertising Design and Typography.* New York : Allworth Press an imprint of skyhorse Publishing, 2015. 978-1-62153-491-4.
- [6]. **Wood, Brian.***Adobe Illustrator CC Classroom in a Book.* California : Adobe Press, San Jose, California, 22 décembre 2021. 978-0134852492.
- [7]. **Conrad, Chavez et Andrew, Faulkner.***ADOBE PHOTOSHOP CLASSROOM IN A BOOK.* s.l. : ADDISON WESLEY, [S.l.], 16 Décembre 2022. 9780137965892, 0137965893.
- [8]. **Cohen, Sandee.** 1 January 2013.*InDesign CC: For Windows and MacIntosh.* s.l. : Peachpit Pr, 1 January 2013. 978-0321929570.
- [9]. **Ltd, Canva Pty.** 2013. Canva. [En ligne] Graphique Design, 1 January 2013. www.canva.com.
- [10]. **Field, Dylan.** 2016. Figma. [En ligne] 27 September 2016. <https://www.figma.com/>.
- [11]. **Steven, Heller et Veronique, Vienne.** April 2015.*Becoming a Graphic and Digital Designer: A Guide to Careers in Design.* April 2015. 978-1-118-77198-3.
- [12]. **Lisa, Fridsma et Brie, Gyncild.** 31 December 2018.*Adobe After Effects CC Classroom in a Book* . s.l. : Adobe Press, 31 December 2018. 978-0135298640.

Bibliographie

- [13]. **Joyce, Marina Poropat.***Designing for Print The Art and Science.* s.l. : 978-0996214988, 9 Janvier2018.
- [14]. **Gold, Harry J.***The Digital Advertising Guide.* s.l. : 978-0578138220, 26 Février 2014.
- [15].**Hairong Li.** (2019) Special Section Introduction: Artificial Intelligence and Advertising, Journal of Advertising, 48:4, 333-337, DOI: 10.1080/00913367.2019.1654947.
- [16]. **Pascal Roques,** "UML2 par la pratique, Etude de cas et exercices corrigés", 5émeédition, Editions EYROLLES.
- [17]. **Microsoft.** Visual studio code. [En ligne] code.visualstudio.com.
- [18].**Google.** Google chrome. [En ligne] [Citation : 2 Septembre 2008.] <https://www.google.com/chrome/>.
- [19].**Friends, Apache.** XAMPP. <https://www.apachefriends.org/>. [En ligne] 4 Septembre 2002. <https://www.apachefriends.org/>.
- [20].**WHATWG, World Wide Web Consortium &**Hypertext Markup Language. [En ligne] <https://html.spec.whatwg.org/multipage/>.
- [21].**Consortium, World Wide Web.** Cascading Style Sheets (CSS). [En ligne] www.w3.org/TR/CSS/.
- [22].**Eich, Brendan.** JavaScript. [En ligne] www.ecma-international.org/publications-and-standards/standards/ecma-262/.
- [23].**Lerdorf, Rasmus.** PHP. [En ligne] www.php.net.
- [24]. **Corporation, Oracle.** MySQL. [En ligne] [Citation : 18 April 2023.] www.mysql.com.
- [25]. **Team, The jQuery. 2006.** John Resig. [En ligne] The jQuery Team, 26 August 2006. jquery.com.

Résumé

Afin d'achever cycle de master, nous avons dû réaliser un mémoire de fin d'étude pour l'obtention du diplôme de master en système information et génie logiciel. En fin de recherche, nous avons pu élaborer une plateforme que nous avons présentée puis mise en place, cette plateforme de conception et de publicité est un environnement numérique qui permet aux utilisateurs de créer et d'exécuter des campagnes publicitaires et de conception de manière globale. Ils peuvent également créer du contenu multimédia varié, collaborer avec leur équipe de travail et partager les conceptions, gérer les campagnes publicitaires de manière centralisée et accéder à une bibliothèque de ressources. En résumé, une plateforme de conception et de publicité simplifie le processus de conception, encourage la collaboration et facilite la gestion des projets publicitaires de manière globale.

Mots clés : Plateforme, Design, Publicité, simple, professionnelle, économique.

Abstract :

In order to complete our undergraduate degree, we had to do a final dissertation to obtain the master's degree in information system and software engineering. At the end of the research, we were able to develop a platform that we presented and then implemented. this design and advertising platform is a digital environment that allows users to create and execute advertising and design campaigns in a holistic manner. They can also create diverse multimedia content, collaborate with their work team and share designs, centrally manage ad campaigns and access a library of resources. In short, a design and advertising platform simplifies the design process, encourages collaboration and facilitates the overall management of advertising projects.

Keywords : Platform, Design, Advertising, Simple, Professional, Economical.

الملخص:

من أجل إكمال دورة الماجستير، كان علينا إكمال مذكرة نهائية للحصول على شهادة الماجستير في نظم المعلومات وهندسة البرمجيات. في نهاية البحث، تمكنا من تطوير منصة لتصميم الإعلانات و هي بيئة رقمية تتيح للمستخدمين إنشاء وتنفيذ حملات الإعلان والتصميم بطريقة شاملة. يمكنهم أيضًا إنشاء محتوى متنوع للوسائط المتعددة، والتعاون مع فريق العمل ومشاركة التصميمات، وإدارة الحملات الإعلانية مركزيًا والوصول إلى مكتبة الموارد. باختصار، تعمل منصة التصميم الإعلاني على تبسيط عملية التصميم وتشجيع التعاون وتسهيل الإدارة الشاملة للمشاريع الإعلانية.

الكلمات المفتاحية: منصة، تصميم، إعلانات، بسيط، احترافي، اقتصادي.

ANNEXE

الملحق

بطاقة معلومات:

حول فريق الإشراف وفريق العمل:

- فريق الإشراف:

فريق الإشراف	
التخصص: أستاذ محاضر (أ)	(01) : المشرف الرئيسي أخروف سمير
التخصص: أستاذ محاضر (أ)	(02) : المشرف المساعد قروش عيسى

- فريق العمل:

الكلية	التخصص	فريق المشروع
كلية الرياضيات والعلام الآلي	نظم معلوماتية وهندسة برمجيات	الطالبة: نعمي شيماء
كلية الرياضيات والعلام الآلي	نظم معلوماتية وهندسة برمجيات	الطالبة: حمودة ابتسام
كلية الرياضيات والعلام الآلي	اعلام الآلي	الطالب: بشان إسلام

1. فكرة المشروع (الحل المقترح):

منصة رقمية لتصميم الإعلانات باستخدام الذكاء الاصطناعي.

بدأت فكرة المشروع من خلال ملاحظة سوق الإعلان الرقمي حيث تواجه الشركات صعوبة في إنشاء تصاميم جذابة وفعالة لحملاتها و ما زلت تستخدم الإعلانات الورقية لدعاياتها الاعلانية. فكرنا في استخدام الذكاء الاصطناعي ليأتي بتصاميم إعلانية تلبي هذه الاحتياجات بشكل أكثر توفيقاً واستبدال طريقة عرض الإعلان ب طريقة أحدث أي الانتقال من فكرة التصميم التقليدي الى تصميم الإعلانات باستخدام الذكاء الاصطناعي تحقيقاً لرغبات المستخدمين. يتم من خلال انجاز منصة رقمية تعتمد على الذكاء الاصطناعي لتصميم الإعلانات وتقوم أيضا بخدمات أخرى مثل التصاميم الرقمية، المطبوعة والكائنات م ن قبل أعضاء الفريق الذي يتكون من 3 طلبة وهم كالتالي نعمي شيماء، حمودة ابتسام و بشأن إسلام كل بدوره ومهامه ويتم ذلك في حاضنة الأعمال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة.

2. القيم المقترحة:

- هو أول ابتكار تحسيني في مجال التصميم الإعلاني حيث جمعنا بين حاجة الزبون لخدمات إعلانية احترافية وقدرته الشرائية لهذه الخدمات من خلال منصة " AdsTech "
- تحسين التصاميم باستخدام خوارزميات الذكاء الاصطناعي لتحسين الجودة والفعالية
- منصة تصميم إعلانات تعمل بمساعدة الذكاء الاصطناعي
- واجهة سهلة الاستخدام لإنشاء إعلانات احترافية
- توفير الوقت والتكاليف في عملية تصميم الإعلانات
- تعزيز الرسائل التسويقية بتصاميم بصرية احترافية وجذابة
- نماذج التصاميم تكون قابلة للتخصيص والتعديل حسب رغبة الزبون

3. فريق العمل:

يتكون فريق المشروع من الآتي:

- **الطالبة حمودة ابتسام:** تخصص نظم معلوماتية وهندسة برمجيات يتمثل دورها في تطوير المنصة وإدارتها.
- **الطالبة نعمي شيماء:** تخصص نظم معلوماتية وهندسة برمجيات يتمثل دورها في التسويق والتصوير.

الملحق








- الطالب بشأن إسلام: تخصص إعلام آلي سنة ثانية ليسانس يتمثل دوره في التصميم.
- البروفيسور أخروف سمير: دوره المرافقة في المشروع.
- البروفيسور قروش عيسى: دوره المرافقة في الجانب الاقتصادي للمشروع.

يتم التواصل بين أعضاء الفريق بالالتقاء في حاضنة جامعة المسيلة أو تنظيم اجتماع في المنصات " Zoom " أو " Google meet "

4. أهداف المشروع:

- الهدف الأساسي لمنصة تصميم الإعلانات هو تقديم حل مبتكر للشركات والمساعدة في إنشاء تصاميم إعلانية جذابة وفعالة. يهدف ذلك إلى تحسين نتائج حملات الإعلان الرقمي وزيادة الوعي بالعلامة التجارية وتحقيق نتائج إيجابية للعملاء.
- هذه المنصة تستخدم الذكاء الاصطناعي يمكن أن تساعد في توفير الوقت والجهد للشركات والمصممين. من خلال توفير أدوات وتقنيات تلقائية ومتقدمة، يمكن للشركات إنشاء تصاميم إعلانية بسرعة أكبر وتقليل التكاليف المرتبطة بتوظيف مصممين محترفين.
- تقديم حلول ذكية وتقنية لتصميم الإعلانات غير مكلفة، سريعة، تفاعلية، تستجيب لطلبات المستخدمين وقابلة للتعديل.

5. جدول زمني لتحقيق المشروع:

20	18	16	14	12	10	8	6	4	2		
									✓	الفكرة الأولية	
									✓	التنسيق مع فريق اعداد المنصة	
				✓	✓	✓	✓			الدراسة الأولية	
				✓						دراسة المنافسين	
				✓						دراسة الأسعار	
	✓	✓	✓	✓						التطوير	
✓										النموذج الاولي	

6. عرض القطاع السوقي:

6.1. السوق المحتمل:

سوق المشروع المحتمل لمنصة تصميم الإعلانات الرقمية باستخدام الذكاء الاصطناعي واسع ومتنوع. يمكن استهداف العديد من القطاعات والشركات:

- **الشركات الصغيرة والمتوسطة:** تشكل الشركات الصغيرة والمتوسطة قطاعًا هامًا لهذا المشروع، حيث يمكن أن تكون بحاجة إلى تصاميم إعلانات احترافية لتعزيز مكانتها في السوق وزيادة وعي العملاء المحتملين.
- **الشركات الكبيرة والعلامات التجارية الشهيرة:** العلامات التجارية الكبيرة والشركات المعروفة تحتاج إلى تصاميم إعلانية قوية للحفاظ على تواجدتها وجذب انتباه الجمهور المستهدف.
- **وكالات الإعلان:** يمكن لمنصة التصميم الإعلاني الرقمية أن تقدم فرصًا لوكالات الإعلان لتحسين جودة وكفاءة العمليات وتوفير وقت وجهد في عمليات التصميم الإعلاني.
- **الشركات التجارية عبر الإنترنت والتجارة الإلكترونية:** يمكن للمشروع استهداف الشركات التجارية التي تعمل عبر الإنترنت والتجارة الإلكترونية لتصميم إعلانات فعالة لتعزيز المبيعات وزيادة الوعي بالعلامة التجارية.
- **الشركات الناشئة والمؤسسات المصغرة:** تعد الشركات الناشئة والمبتكرة فرصة جيدة للمشروع، حيث يمكن تقديم خدمات تصميم إعلانات فعالة ومبتكرة للمساعدة في بناء هوية العلامة التجارية وجذب الاهتمام.

6. السوق المستهدف:

- الشركات الصغيرة والمتوسطة
- الشركات الناشئة والمصغرة

❖ **مبررات اختيار هذا السوق:** تم استهداف هذا السوق لأنه سوق فتي في الجزائر، حيث أن الشركات الناشئة والمؤسسات المصغرة لا تملك هوية بصرية بعد وتحتاج إلى تسويق وتعريف بهويتها (مثل الشعار، بطاقات الزيارة، بروشورات، مطويات...)

الملحق

7. قياس شدة المنافسة: أهم المنافسين في الجزائر:

- المؤسسة الوطنية للنشر والإشهار ANEP
- وكالت الإعلان
- اصحاب العمال الحرة في الأنترنت. Freelancer.

❖ نقاط القوة:

- طرح حل ذكي لتصميم الإعلان.
- تصميم حسب الطلب.
- تكاليف مناسبة حسب القدرة الشرائية للمواطن.
- اختصار الوقت والجهد في البحث عن وكالات متخصصة لتصميم الإعلان.

❖ نقاط الضعف:

- منافسة جديدة في سوق قديم.
- منافسة قوية خاصة Anep

8. التكاليف والأعباء:

❖ تكاليف التأسيس:

المعدات والأسعار	سعر الوحدة	السعر الإجمالي
ديكور المكتب	1200000 دج	1200000 دج
4 أجهزة كمبيوتر قوية	300000 دج	1200000 دج
6 مكاتب مع كرسي	68000 دج	408000 دج
طابعة 3D	420000 دج	420000 دج
طابعة كبيرة	1740000 دج	1740000 دج
كاميرا احترافية	300000 دج	300000 دج
تكاليف الإهلاك	190000 دج	190000 دج
السعر الإجمالي		5458000 دج

الملحق

❖ تكاليف التشغيل:

- أجور العاملين:

المصمم، مسؤول التسويق الإلكتروني، المصور، المسؤول عن تطوير وإدارة المنصة	2000000 دج
---	------------

- تكاليف أخرى:

اشترراك Adobe	192720 دج
إيجار محلي	920000 دج
استضافة الموقع	14400 دج
مصارييف الكهرباء، الغاز، الماء، الأنترنت...	500000 دج
تكلفة التسويق	200000 دج
اسم النطاق	10000 دج
تكاليف الطباعة (أوراق، حبر...)	480000 دج
المجموع	1203172 دج
مجموع تكاليف التشغيل	3203172 دج

مجموع التكاليف = 8661172 دج

❖ رقم الأعمال:

• أرباح التصميم:

صنف التصميم	عدد التصاميم (السنة)	سعر الوحدة	الأرباح (السنة)
التصميم المطبوع	60	16000 دج	960000 دج
التصميم الرقمي	60	83000 دج	5810000 دج
التصميم الكائني	80	4300 دج	344000 دج
المجموع			7114000 دج

• أرباح أخرى:

•

أرباح من المساحات الإشهارية في المنصة، إعلانات فوق...	600000 دج
--	-----------

الملحق

$$C.A = 7114000 + 600000$$

$$C.A = 7714000 \text{ DA}$$

رقم الأعمال (العام الأول) = الأرباح - التكاليف

$$8661172 - 7714000 =$$

رقم الأعمال (العام الأول) = -947172 دج

العام الأول	العام الثاني	العام الثالث	العام الرابع	العام الخامس
947172 - دج	4197328 + دج	4713828 + دج	5230328 + دج	5746828 + دج
200 تصميم في العام	215 تصميم في العام	230 تصميم في العام	245 تصميم في العام	260 تصميم في العام

9. مخطط نموذج الأعمال (BMC):

<p>✓ الشراكات</p> <p>الرئيسية</p> <p>الخدمة المقدمة في مجال الإعلان على مستوى الوطن تلتزم ضعفا في الرسائل التسويقية وعدم قدرتها على التعرف الدقيق بالمنتج لجلب الزبون والتأثير عليه بصريا لذا إمكانية الربح من هذه المنصة كبيرة جدا كما أن تجسيد هذا المشروع ممكن، فكافة الخدمات المقدمة عليها طلب في السوق والزبون في أمس الحاجة إليها وعليه يمكن الاعتماد على شراكات مع:</p> <ul style="list-style-type: none"> • صندوق دعم المؤسسات الناشئة • البنوك • مؤسسات اقتصادية • حاضنات • التعاون مع خدمات الطباعة من أجل الإدماج السلس لخبرات الإعلانات المطبوعة • الشراكة مع وكالات التسويق المشترك 	<p>✓ الأنشطة</p> <p>الرئيسية</p> <ul style="list-style-type: none"> • تصميم الإعلانات بمختلف أشكالها (إعلانات مطبوعة، إعلانات رقمية ...) • تحسين وتطوير التصميم عن طريق خوارزميات الذكاء الاصطناعي • توفير واجهة تصميم سهلة الاستخدام • التسويق واكتساب العملاء • تقديم دعم وتحديثات للعملاء 	<p>✓ القيمة المقترحة</p> <ul style="list-style-type: none"> • هو أول ابتكار تحسني في مجال التصميم الاعلاني حيث جمعنا بين حاجة الزبون لخدمات إعلانية احترافية وقدرته الشرائية لهذه الخدمات من خلال منصة "AdsTech". • تحسين التصميم باستخدام خوارزميات الذكاء الاصطناعي لتحسين الجودة والفعالية • منصة تصميم إعلانات تعمل بمساعدة الذكاء الاصطناعي واجهة سهلة الاستخدام لإنشاء إعلانات احترافية توفير الوقت والتكاليف في عملية تصميم الإعلانات تعزيز الرسائل التسويقية بتصاميم بصرية احترافية وجذابة • نماذج التصميم تكون قابلة للتخصيص والتعديل حسب رغبة الزبون 	<p>✓ العلاقات مع الزبائن</p> <ul style="list-style-type: none"> • توفير مديري حسابات مخصصين للعملاء الأكبر حجماً حيث سيعمل مديرو الحسابات هؤلاء على توفير اهتمام شخصي لتسهيل التواصل والتنسيق السلس، تقديم توجيهات استراتيجية واقترحات، فهم احتياجات العميل وأهدافه. • تقديم درشة داخل المنصة: يمكن أن تساعدنا هذه الدرشة في تحديد مجالات التحسين وصل خدماتنا وتعزيز تجربة المستخدم الإجمالية. • تقديم تخفيضات، عروض وهدايا إعلانية 	<p>• شرائح العملاء</p> <p>أ- السوق المستهدف:</p> <ul style="list-style-type: none"> • أصحاب المشاريع الناشئة والمصغرة • أصحاب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة • وكالات التسويق <p>ب- السوق المحتمل:</p> <ul style="list-style-type: none"> • أصحاب المهن الحرة (الأطباء، المحامين، فلائسر..) • المواطنين (الحملات الانتخابية، المترشحين السياسيين)
	<p>✓ الموارد</p> <p>الرئيسية</p> <ul style="list-style-type: none"> • أجهزة كمبيوتر متطورة • خوارزميات الذكاء الاصطناعي للتعرف على الصور وتوليد التصميم • التخطيط وتحسين التصميم • استضافة الموقع • الموارد البشرية (فريق تصميم محترف، فريق متخصص في حماية المنصة، فريق إدارة المنصة) • تكاليف التسويق للإلكتروني • تكاليف الطباعة 		<p>✓ قنوات التوصيل</p> <ul style="list-style-type: none"> • قنوات مباشرة: وتكون بالاتصال المباشر بين "AdsTech" ومختلف عملائها عن طريق المنصة، رقم الهاتف والصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي • التسويق الإلكتروني والاشهار من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، شاشات العرض الإلكترونية، البريد الإلكتروني... الخ 	

✓ قنوات الربح

- أرباح من تصميم الإعلانات عن طريق التعامل المباشر مع الزبائن
- عدد زيارات الموقع
- مساحات اشهارية في المنصة
- الدخول في شراكات مع منصات أو شبكات إعلانية أخرى وتلقي جزء من الإيرادات المتولدة من خلال هذه الشراكات (الشراكة مع منصات الإعلانات الشهيرة مثل إعلانات Google أو إعلانات Facebook أو شبكات الإعلان الرقمية الأخرى)

✓ هيكلية التكاليف

- تكاليف التأسيس: 5458000 دينار
- تكاليف التشغيل:
- 1. أجور العاملين: 2000000 دينار للسنة
- 2. تكاليف أخرى: 1203172 دينار للسنة
- مجموع التكاليف = 8661172 دينار للسنة