

III) Les concurrents directs et la stratégie de différenciation

A Lyon il existe différents services qui permettent d'accéder à des produits frais, issus de l'agriculture biologique etc. Les AMAP, La Ruche qui dit Oui et les magasins d'agriculteurs par exemple. Dans notre cas nous avons décidé de sélectionner les 2 entreprises qui se rapprochent le plus d'Epicery tant en termes de service qu'en terme de produits proposés.

En suivant ces critères, les deux concurrents principaux d'Epicery à Lyon sont Deligreens et Nelio.

Deligreens se rapproche beaucoup d'Epicery sur le service proposé :

- Livraison à domicile
 - Possibilité de choisir le créneau de livraison
 - Produits frais
 - Livraison à Lyon et sa métropole

Présentation de Deligreens :

Contrairement à Epicery, Deligreens livre la métropole lyonnaise alors qu'Epicery est vraiment très concentré sur Lyon centre. Ça peut être un avantage pour Deligreens car les habitants des petites villes aux alentours de Lyon ont moins de commerce à proximité. De ce fait, la livraison de produits frais représente un réel avantage et gain de temps pour eux. Les habitants du centre-ville passent plus facilement devant des commerces de proximité en rentrant chez eux le soir après le travail par exemple. De ce fait, ils ressentent peut-être moins le besoin de se faire livrer.

Deligreens n'a pas d'application mobile seulement un site internet. Les clients souhaitant commander depuis leur smartphone préfère le faire depuis une application adaptée pour mobile car la navigation est plus ergonomique. Nous savons que la navigation sur mobile est de plus en plus importante, c'est un avantage pour Epicery. Cependant, Deligreens travaille peut-être sur la création d'une application.

Présentation Nelio :

Les services proposés :

- *Livraison dans l'heure*
- *Livraison à domicile*

Nelio possède un site internet qui sert uniquement de site vitrine pour réaliser une commande le client doit forcément avoir l'application. Sur leur site ils mettent en avant leur savoir-faire et celui de leurs commerçants.

Les articles de leurs sites et le design de celui-ci sont faits pour pousser les consommateurs à télécharger l'application.

L'achat sur mobile est très ergonomique grâce à l'application sur laquelle l'UX est bien pensée.

Les deux concurrents sont présents sur les réseaux sociaux et appliquent une communication « lifestyle » avec des belles photos en post et des textes courts, simple et efficace. Ils présentent leurs équipes et commerçants pour créer une proximité.

Après cette analyse de la concurrence, nous comprenons qu'Epicery doit trouver un angle différenciant pour attirer plus de clients et les fidéliser.
Il faut trouver des leviers de communication et d'expérience client différenciant qui donnent l'envie au client de rester chez eux et non d'aller chez les concurrents.