



Cahier des charges

Cahier des charges décrivant les besoins commerciaux des équipes de ventes du Nord et du Sud de la France

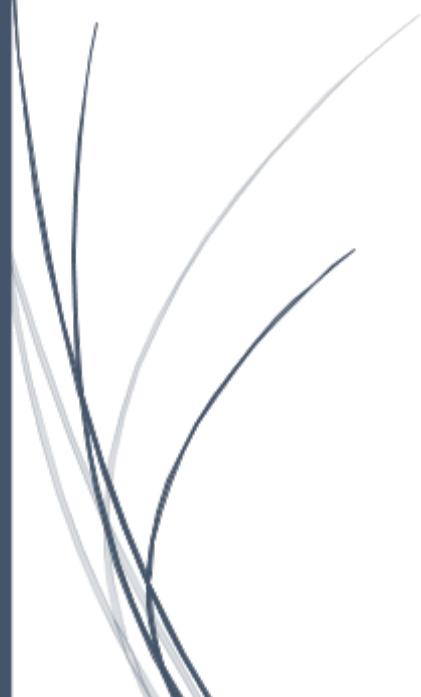


Table des matières

1.	Cadre du projet	2
1.1.	Résumé	2
1.2.	Enjeux	2
2.	Fonctionnalités demandées	2
2.1.	Processus métier	2
2.2.	Liste des champs des prospect, voyageurs et voyages	3
2.3.	Visibilité	3
2.4.	Automatisations demandées :	3
3.	Enveloppe budgétaire	4
4.	Fonctionnement	4

1. Cadre du projet

1.1. Résumé

“Tours for life” est une société française qui gère des voyages en bus. Elle est leader sur le secteur des transports des voyageurs routiers.

TFL possède des marchés principalement en France, mais également dans d'autres régions du monde avec un chiffre d'affaires de 300 000 euros en 2019.

TFL possède des commerciaux qui assurent la vente des voyages dans les régions du Nord de la France aussi bien que le Sud de la France, avec des directeurs commerciaux qui gèrent les différentes régions.

“Tours for life” souhaite élargir son activité commerciale et réaliser un chiffre d'affaires de 500 000 euros en 2020. Pour cela, le patron de l'entreprise, Philippe Bouvet, avec l'appui des équipes commerciales et de la DSI, décide que la prochaine étape serait d'implémenter Salesforce pour les commerciaux du Nord et du Sud.

1.2. Enjeux

La mise en place de Salesforce pour les commerciaux met en relief plusieurs enjeux de la société :

- o faciliter le travail des commerciaux ;
- o mettre en place une application facile à utiliser par les commerciaux ;
- o automatiser les tâches du commercial ;
- o donner une vision globale de l'activité commerciale pour les directeurs commerciaux ;
- o augmenter la croissance de la société.

2. Fonctionnalités demandées

2.1. Processus métier

Ci-dessous le processus métier des commerciaux « Tours for life ».



Il est nécessaire que les commerciaux effectuent la conversion des prospects manuellement dans le but de bien vérifier les données et de s'assurer de la qualité des données renseignées dans Salesforce.

Les commerciaux doivent avoir la possibilité de :

- gérer les prospects :
 - créer les prospects,
 - enrichir la fiche d'un prospect,
 - créer des activités sur la fiche des prospects,
 - convertir les prospects manuellement en voyageurs ;
- gérer les voyageurs :
 - ne pas créer les voyageurs directement, mais les convertir depuis les fiches des prospects,
 - enrichir la fiche d'un voyageur,
 - créer des activités sur la fiche des voyageurs ;
- gérer les voyages :
 - créer des fiches Voyage,
 - enrichir la fiche des voyages,
 - créer des activités sur la fiche des voyages ;
- gérer les fiches Voyage acheté :
 - créer les fiches Voyage acheté,
 - le voyage acheté est obligatoirement rattaché à un voyageur et à un voyage ;
- créer des rapports :
 - un rapport regroupant les voyages disponibles pour les commerciaux,
 - un rapport sur le nombre de transformations de prospects en voyageurs par commercial. Ce rapport est disponible pour les directeurs commerciaux,

- un rapport sur le nombre des voyages achetés par commercial. Ce rapport est visible par les directeurs commerciaux ;
- créer des tableaux de bord :
 - créer un dashboard qui regroupe les deux rapports des directeurs commerciaux.

2.2. Liste des champs des prospects, voyageurs

2.3. et voyages achetés

Pour créer des prospects dans Salesforce, on souhaite utiliser l'objet standard Lead de Salesforce et renommer l'onglet en "Prospect".

Pour créer des voyageurs dans Salesforce, on souhaite utiliser l'objet standard "Compte" de Salesforce et renommer l'onglet en "Voyageur".

Pour créer des voyages dans Salesforce, on souhaite créer un nouvel objet et le nommer "Voyages".

Pour créer des voyages achetés dans Salesforce, on souhaite créer un nouvel objet et le nommer "Voyages achetés".

Ci-dessous le lien vers la liste des champs Prospect, Voyageur et Voyage avec leur description et un exemple de données pour chaque ligne :

Liste des champs

2.4. Visibilité

Les commerciaux de Tours for life sont divisés en trois catégories :

- les commerciaux de la région du Nord ;
- les commerciaux de la région du Sud ;
- les directeurs commerciaux.

Cette répartition nécessite une restriction sur les visibilités, organisée de la façon suivante :

- les données des commerciaux appartenant à la région Nord ne sont visibles que pour les commerciaux de la région du Nord ;
- les données des commerciaux de la région du Sud ne sont visibles que pour les commerciaux de la région du Sud ;
- les directeurs commerciaux devront avoir la visibilité sur l'ensemble des données des commerciaux du Nord et du Sud.

2.5. Automatisations demandées :

Ci-dessous la liste des processus et des vérifications automatiques à mettre en place dans Salesforce :

- rendre le numéro de téléphone du prospect et du voyageur obligatoires ;

- envoyer des mails de confirmation depuis Salesforce : l'objectif est l'envoi automatique d'un mail de confirmation au client depuis Salesforce, sans passer par une messagerie externe (Gmail, Outlook, etc.), lorsque le statut du prospect passe de "prise d'information" à "intéressé (e)" ;
- un voyageur peut avoir effectué plusieurs enregistrements Voyage acheté ;
- le champ « Nombre de places disponibles » de l'objet Voyage sera décrémenté automatiquement lorsqu'on ajoute un voyage acheté relié à ce voyage ;
- ajouter deux composants de type rapports sur la page Prospect pour aider les commerciaux dans leurs futures prises de décision :
 - un composant qui affiche la liste des voyages disponibles ;
 - un composant graphique en « donut » qui affiche la somme cumulée en euros, en fonction de la destination du voyage.

3. Enveloppe budgétaire

L'enveloppe allouée à ce projet est de 29 000 €.

4. Fonctionnement

Des réunions hebdomadaires seront organisées entre les parties prenantes pour mesurer l'avancement du projet.