|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Cahier des charges de | | |
|  |  |  |
| L’entreprise truC | | |

# Contexte.

Mes collègues et moi-même avons été contacté par une entreprise située

à Sanglier sur le Mont petite bourguade de Corrèze .Souhaitant créer un site

spécialisé dans les truC, cette petite entreprise familiale , artisanale est

composée de trois administrateurs souhaitant se développer à l’international,

grâce à la création d’un site E-commerce .

# Historique du client.

L’usine truC à été fondée en 2018 et compte trois administrateurs :

**Sangoku :** né en 734 sur la Planète Vegeta, cet ancien coiffeur visagiste de caractère, à décidé de vivre de sa passion pour les truC,après quelques échauffourés avec d’anciens client mécontent dont Mr Cell .

**Mr Alphonse :** Restaurateur de renom au 8 Rue de la Folie Mericourt à Paris, il décide de changer de trajectoire professionnelle en se rendant en Corrèze ! Il y rencontrera Mr Sangoku.

**Mr Médor :** D’origine Haitienne, Mr Médor est un visionnaire, fan de truC dès sont plus jeune âge, il quitte son ile natale pour venir s’installer au calme à Sanglier sur le Mont et décide d’ouvrir sa propre boutique de truC

# Démarche et utilisation du site Web.

les démarches entreprises pour la réalisation de se site seront :

**1**.Formation d’un groupe de quatres personnes , deux architectes de pages, un référent Github et pour finir un intégrateur.

**2**.Les deux personnes s’occupant de l’architecture de page sont :

**Kevin** **Veste** pour la partie design,structure de page.

**Christophe Prud’homme** pour la partie cahier des charges, arborescence et maquettage.

**Lonicera Lonicera** pour la partie code, Github et conception de pages, elle sera accompagnée de son bras droit

**Frederic Leprêtre** pour la partie code ,conception et design.

**3**. Les souhaits des clients pour le contenu de leurs site mélange sobriété avec une charte graphique défini que nous développerons avec une maquette réaliser sur Adobe XD,des couleurs neutres mais une couleur doit ressortir cette opération sera développée grace à Adobe Color.

Un logo nous a été demander il sera créer grace au logiciel en ligne Canva

|  |  |
| --- | --- |
|  | 1. Complétez une vue d’ensemble de l’entreprise incluant des informations de base et un résumé de l’équipe de direction. |
|  | 1. Rédigez une section de description professionnelle décrivant vos services et les problèmes qu’ils résolvent. |
|  | 1. Préparer une section d’analyse du marché qui décrit le marché total et le marché cible, les besoins en matière de segment, les offres compétitives et les tendances affectant l’analyse. |
|  | 1. Décrivez un plan d’exploitation pour l’entreprise (par exemple, heures de travail, lieu, nombre d’employés, principaux fournisseurs ou ajustements saisonniers auxquels votre entreprise est susceptible d’être soumise). |
|  | 1. Créez un plan de marketing et de ventes incluant un «lancement sur le marché» ou un plan de lancement, des tarifs, la manière dont votre entreprise génère des prospects et acquiert de nouvelles activités. |
|  | 1. Créez un plan financier qui présente une analyse de rentabilité, des pertes et profits, ainsi que les liquidités prévues. |
|  | 1. Rédigez un résumé analytique qui donne une vue d’ensemble des sections ci-dessus. |

# Configuration pour opérer

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | 1. Trouvez un emplacement adapté qui peut vous fournir l’espace idéal nécessaire pour mener vos activités. | |
|  | 1. Aménagez votre bureau avec des espaces de travail appropriés, des chaises confortables, des bureaux, des étagères, des armoires de classement, etc. | |
|  | 1. Identifiez les besoins en personnel. | |
|  | 1. Recruter, interviewer, embaucher et former les employés (le cas échéant). | |
|  | 1. Si vous embauchez des employés, obtenez un numéro d’employeur du FISC. | |
|  | 1. Identifiez et configurez les technologies nécessaires : | |
|  |  | * 1. ordinateurs de bureau et portables pour les opérations d’entreprise, |
|  |  | * 1. imprimantes, |
|  |  | * 1. logiciels et applications d’entreprise, |
|  |  | * 1. POS, |
|  |  | * 1. comptes de messagerie professionnels, |
|  |  | * 1. téléphones, |
|  |  | * 1. CRM, |
|  |  | * 1. facturation et |
|  |  | * 1. systèmes de paiement. |
|  | 1. Assurez-vous que vos systèmes de technologie sont sécurisés avec vos informations et vos informations client. | |
|  | 1. Installez un système de sécurité le cas échéant. | |
|  | 1. Selon le type d’activité, identifiez et associez les partenaires et fournisseurs/vendeurs appropriés. | |

# Marketing et lancement de votre entreprise

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | 1. Développez et affinez la marque de votre entreprise, ses produits et services. | |
|  | 1. Créez et affinez un argumentaire pour les conversations. | |
|  | 1. Sensibilité de la communauté et réseautage : en tant qu’entreprise, vous recevrez plus ou moins de visites directes de clients. Par conséquent, d’autres stratégies marketing peuvent s’avérer nécessaires pour compenser l’absence de vitrine. Assistez à différents événements de réseautage pour nouer des relations avec les connecteurs de la communauté. | |
|  | 1. Commencer à distribuer ou afficher vos documents marketing : | |
|  |  | * 1. promotions basées sur le Web, |
|  |  | * 1. réseaux sociaux, |
|  |  | * 1. publipostage, |
|  |  | * 1. cartes de visite |
|  |  | * 1. salons ou |
|  |  | * 1. brochures. |
|  | 1. Créez un compte marketing par courrier électronique et initiez le marketing numérique via les blogs, les messages électroniques ou les stratégies de moteur d’analyse pour piloter le trafic vers votre site Web. | |
|  | 1. Informez la presse locale ou régionale de votre ouverture ainsi que de la date de celle-ci. | |
|  | 1. Utiliser des tactiques de marketing guérilla pour générer du trafic. | |
|  | 1. Organisez un événement inaugural. Créez une relation susceptible de permettre des promotions croisées. | |

# Soutien de votre entreprise

|  |  |
| --- | --- |
|  | 1. Suivez les stratégies qui ont fonctionné et échoué pour optimiser vos tactiques marketing. |
|  | 1. Demandez des références et témoignages pour constituer une crédibilité. |
|  | 1. Entretenir et maintenir vos partenariats. Rappelez-vous qu’il coûte 80% de moins de conserver une relation existante que de développer une nouvelle relation. |
|  | 1. Reconnaître votre principale base de clients. Il s’agit de vos meilleurs canalisateurs. Demandez des recommandations. |