

1 Présentation d'ensemble du projet

1.1 Présentation de l'entreprise :

« Votre entreprise » est une entreprise de vente de viennoiserie en ligne, actuellement en cours de création. L'enregistrement des statuts pour la création d'une SAS est prévu pour début juillet.

1.2 Les objectifs du site :

Le site de « Votre entreprise » sera la seule plateforme de vente de l'entreprise, et doit être en mesure de proposer une expérience de qualité aux visiteurs du site. Le back-office du site doit également permettre une gestion quotidienne des activités e-commerce (suivi des commandes, mise à jour du catalogue produit) sans avoir besoin de l'intervention de l'agence.

1.3 La cible adressée par le site :

« Votre entreprise » cible les particuliers, consommateurs réguliers de viennoiserie de qualité. Le discours marketing, les modes de tarification pratiqués ou l'image de marque qui sera développée ciblera principalement une clientèle quadra utilisant les supports digitaux de manière intensive.

1.4 Objectifs quantitatifs par jour :

- Nombre de produits vendus : 300
- Visiteurs par jour : 500, dont plus de 30% en référencement naturel
- Nombre de comptes clients : 1000

1.5 Périmètre du projet :

- L'activité vise uniquement la France métropolitaine.
- Le site sera disponible en français uniquement.
- Le site sera intégralement « Responsive Design ».
- L'ensemble des fonctionnalités détaillées dans ce document seront accessibles depuis un mobile.

2 Description graphique et ergonomique

2.1 Charte graphique :

La [charte graphique](#) doit être proposée par le prestataire, en respectant les consignes suivantes.

- La charte graphique doit être moderne et épurée. Utiliser les inspirations ci-dessous
- La couleur dominante du site sera le blanc : #ffffff
- Les couleurs secondaires, utilisées pour les titres, les boutons, et autres éléments de navigation seront les nuances de sépia.
- La troisième couleur, utilisée entre autres pour les produits, sera le gris clair : #f3f3f3

2.2 Inspirations

Inspirations graphiques métiers

- <https://www.maison-kayser.com/expedition-france/fr/2-nos-produits?page=2/>
- <https://www.maisonsalesse.fr/>

Inspirations graphiques généralistes

- <https://www.peakdesign.com/>
- <https://www.nordicvisitor.com/>

2.3 Logo

« Votre entreprise » se réserve le droit de fournir directement le logo à utiliser. Si le prestataire souhaite proposer un logo, il peut alors proposer un devis pour le logo séparé du devis global.

3 Description fonctionnelle et technique

3.1 Arborescence du site :

Le site se décompose en 6 pages principales, toutes accessibles depuis le header du site, lui-même présent à l'identique sur l'ensemble des pages du site. Ces pages principales sont :

- Home (<http://votreentreprise.fr>)
- Nos produits ([http://votreentreprise.fr /nos-produits](http://votreentreprise.fr/nos-produits))
- Nos packs ([http://votreentreprise.fr /nos-packs](http://votreentreprise.fr/nos-packs))
- Qui sommes-nous ? (<http://votreentreprise.fr/qui-sommes-nous>)
- Blog (<http://votreentreprise.fr/blog>)
- Contact ([http://votreentreprise.fr/ nous-contacter](http://votreentreprise.fr/nous-contacter))
- Espace Client (<http://votreentreprise.fr/mon-compte>)

En plus de ces pages principales, les pages suivantes doivent être accessibles depuis le Footer :

- Nos spécialités ([http://votreentreprise.fr/nos-spécialités](http://votreentreprise.fr/nos-specialites))
 - Locales
 - Nationales
 - Le monde
- Nos packs (<http://votreentreprise.fr/nos-packs>)
- Aide
 - FAQ
 - Mentions légales (<http://votreentreprise.fr/mentions-legales>)
 - Contact (<http://votreentreprise.fr/nous-contacter>)
- Presse (<http://votreentreprise.fr/presse>)
- Qui sommes-nous ? (<http://votreentreprise.fr/qui-sommes-nous>)
- Blog (<http://votreentreprise.fr/blog>)

3.2 Description fonctionnelle du site :

Boutique en ligne n°1 : Nos produits

Le site de « <http://votreentreprise.fr> » doit bien évidemment comporter une boutique en ligne, accessible depuis l'onglet « Nos produits ». Cette boutique en ligne doit par défaut afficher l'ensemble des produits mis en ligne depuis le back-office, et disponibles en stocks, classés par ordre de prix croissant.

Une liste de filtres doit permettre d'affiner et de simplifier la recherche. La liste des filtres à proposer est la suivante :

- Prix (type fourchette)
- Saveurs et origines
- Nos sélections (boutons à cocher)

Depuis la liste de chaque produit, les utilisateurs doivent pouvoir :

- Ajouter le produit au panier
- Consulter la fiche du produit

Inspiration : <https://tonpetitsommelier.com/nos-vins/>

Boutique en ligne n°2 : Nos packs

En plus de l'achat à l'unité, « <http://votreentreprise.fr> » permettra d'acheter des « packs ». La vente de packs s'effectuera depuis une boutique en ligne séparée et simplifiée, listant les différents packs.

Depuis la liste de chaque produit, les utilisateurs doivent pouvoir :

- Ajouter le produit au panier
- Consulter la fiche du produit

Inspiration : <https://tonpetitsommelier.com/coffrets/>

Fiches produits

Chaque fiche produit est composée des informations structurées suivantes :

- Nom du produit
- Note du produit
- Photo du produit
- Description du produit
- Région d'origine du produit
- Tags liés au goût (Liste de ces tags à définir, inclut : « vanille », « Fruité », etc.)

L'utilisateur pourra depuis ces pages produits effectuer un ajout panier et poster un commentaire.

Espace Client

Un utilisateur sera dans l'obligation de créer un compte client pour compléter un achat. Afin de créer un compte, l'utilisateur devra seulement fournir son adresse email et définir un mot de passe. **La création d'un compte est indispensable afin de pouvoir finaliser une commande.**

Blog

« <http://votreentreprise.fr> » disposera également d'un blog, composé d'une page principale listant les articles classés par date.

3.3 Description fonctionnelle du Back-office :

Depuis le back-office, l'équipe de « <http://votreentreprise.fr> » doit être en mesure d'effectuer **en autonomie** l'ensemble des tâches quotidiennes nécessaires au bon fonctionnement du site e-commerce.

Fonctionnalités standards

- Publication d'articles : Mise en ligne de nouveaux articles en toute autonomie. Possibilité d'utiliser du HTML aussi bien qu'un éditeur simplifié (type éditeur [WordPress](#)).
- Création de page : Elle doit être facilement réalisable. Le positionnement d'une page dans l'arborescence du site doit être facilement éditable.

Fonctionnalités E-commerce

Gestion du front

- Gestion du catalogue de produits : Ajout et retrait des produits affichés dans chacune des boutiques.
- Mise à jour de la page d'accueil : Possibilité de mettre en avant des produits, promotions et articles

Gestion du Back-office

- Suivi des commandes : Affichage et modification de l'état (en cours de livraison, etc.)
- Suivi et gestion des paiements : Possibilité d'effectuer des remboursements et de suivre le montant des commandes par période.

- Gestion des stocks : Manuelle dans un premier temps. Il doit être possible de suivre depuis le Back-office le niveau des stocks pour chacun des produits.

3.4 Informations relatives aux contenus :

- Type de contenus : Le site utilisera aussi bien sur le site que le blog des types de contenus différents : images, vidéos, ressources téléchargeables, qu'il doit être possible de télécharger facilement sur le site.
- Optimisation du SEO : Pour chacune des pages ou produits, il doit être possible d'éditer les paramètres relatifs au SEO : Meta-description, Titre, **mots clés**, etc.

3.5 Contraintes techniques :

- Technologies et logiciels à utiliser : Pas de contraintes particulières. Le prestataire peut proposer des services et logiciels externes si cela permet de réduire le coût de création et de gestion du site.
- Le site doit être compatible avec l'ensemble des navigateurs standards : Google Chrome, Android, Mozilla FireFox, Internet Explorer, Safari & Opera. Les versions compatibles doivent être définies explicitement par le prestataire).
- L'hébergeur sera sélectionné et l'hébergement paramétré par le prestataire, mais directement facturé à « <http://votreentreprise.fr> ».
- Des systèmes tiers seront potentiellement intégrés par la suite de l'activité : réseaux sociaux, comptabilité, facturation, **emailing**, **marketing automation**, CRM, webanalyse. Le développement du site doit en tenir compte et rendre ces intégrations futures facilement réalisables.

4 Prestations attendues et modalités de sélection des prestataires

4.1 Prestations attendues :

- Design : Réalisation de maquettes pour chacune des pages principales listées dans l'arborescence du site

- Intégration : Intégration de ces maquettes après validation
- Développement du site et du back-office
- Création et paramétrage de la base de données du site
- Nom de domaine : Le nom de domaine sera acheté par nos soins une fois l'entreprise créée.
- L'hébergeur doit être sélectionné et l'hébergement paramétré par le prestataire, mais directement facturé à « <http://votreentreprise.fr> ».
- Maintenance : Le prestataire devra inclure dans le devis une proposition commerciale pour toutes les activités de maintenance suivant la mise en production du site.
- Formation à la gestion du site : Le prestataire devra organiser une formation pour l'équipe de « <http://votreentreprise.fr> » ainsi qu'un document d'aide décrivant les actions à effectuer pour la bonne gestion des activités courantes.
- Accompagnement marketing : Le prestataire peut être force de proposition. Tous les éléments relatifs à l'accompagnement marketing (SEO, SEA, webanalyse, Social Media) devront être proposés dans une section du devis bien distincte.
« <http://votreentreprise.fr> » s'offre la possibilité de travailler avec différents prestataires pour la gestion des activités marketing et la création du site internet.

4.2 Planning :

Le projet sera découpé en 3 phases :

1. Phase de prototypage (3 jours) : Construction des maquettes, validation des choix d'architectures et de technologies.
2. Phase de développement du pilote (5 jours environ) : Développement de l'ensemble des fonctionnalités, intégration des maquettes
3. Phase d'industrialisation (5 jours environ) : Intégration du catalogue de produits et des contenus.

L'objectif est donc un passage en production (livraison finale) le 1^{er} juillet environ.

4.3 Propriété :

« <http://votreentreprise.fr> » sera propriétaire de l'ensemble des images, graphismes, icônes et autres contenus créés pour le site. Le prestataire s'engage également à transmettre ses droits de propriété, d'exploitation, de reproduction, d'adaptation, de distribution et de traduction sur l'ensemble du site, ainsi que le code source et l'ensemble des accès à « <http://votreentreprise.fr> » lors de la mise en production initiale.

4.5 Modalités de sélection du prestataire :

Afin de candidater, le prestataire devra impérativement fournir :

- Présentation de la société : Présenter l'équipe, les domaines d'expertises, la culture et les principales références du prestataire.
- Choix technique : Présenter les technologies qui seront utilisées pour le projet.
- Devis détaillé : Pour chaque composante du projet, donner une estimation de temps et une estimation budgétaire. Attention à présenter séparément les prestations de maquettage, les prestations design et les prestations marketing du reste du devis du budget.
- Potentielles difficultés identifiées : Ne pas hésiter à souligner les points qui pourraient avoir été mal anticipés ou mal conçus par « <http://votreentreprise.fr> ».

Les erreurs classiques à ne pas faire lors de la rédaction d'un cahier des charges pour votre site e-commerce

Voici les 7 erreurs courantes à ne pas faire lors de la rédaction d'un cahier des charges pour un site e-commerce :

1. Allouer plus de la moitié de son budget initial au développement du site

Bien répartir son budget est évidemment l'un des facteurs clés dans toute réussite d'un projet, e-commerce ou non. Si vous allouer une trop grande partie de votre **budget total** dans le développement de votre site web, comment allez-vous faire lorsqu'il faudra générer du contenu, effectuer des modifications/réparations etc. ? Il faut évidemment penser à tout cela avant même la mise en production de votre site.

2. Choisir un prestataire pas du tout adapté à votre projet e-commerce

Là encore, le choix d'un prestataire (agence ou [freelance](#)) est capital pour le bon déroulé de votre projet. Comme dans tous les secteurs, il y en a des meilleurs que d'autres donc prenez le temps de bien le choisir. Avant de choisir le bon cheval, essayez d'être objectif avec vous-même et identifiez les compétences dont vous avez réellement besoin. Si vous n'y connaissez rien en SEO, laissez faire les professionnels. Si vous n'avez pas de temps à consacrer dans le suivi du projet, là encore laissez faire une agence ou un freelance qui fera tout le travail à votre place. Ayez une vision claire de vos objectifs mais aussi de vos compétences personnelles afin de faire le meilleur choix possible.

3. Utiliser un CMS développé par une agence

Oui, il existe de plus en plus de CMS pour construire un site web performant. WordPress, [Joomla](#), [Prestashop](#) etc. ils sont devenus majoritaires dans le paysage de la construction de site web. Même certains des plus grands sites e-commerce les utilisent. Ne tombez pas dans le piège que certaines agences pourraient vous proposer, à savoir un CMS « sur-mesure » développé par l'agence elle-même. Que se passera-t-il si vous souhaitez changer de prestataire ? Que se passera-t-il si vous souhaitez apporter des modifications vous-même comme avec n'importe lequel des CMS mentionnés ? Méfiez-vous des propositions « sur-mesure » trop alléchante et pensez sur le long terme.

4. Tout miser sur la première version

NON ! La première version de votre site web e-commerce ne sera pas parfaite et, dans 1 an, elle ne sera probablement pas la même. Alors, ne sur-investissez pas dans des développements interminables pour la sortie de votre site web. N'oubliez pas que ce sont vos clients qui ont le dernier mot. Même si vous investissez des milliers d'euros dans ce que vous croyez être le graal, vos clients auront peut-être une toute autre vision. Mieux vaut garder quelques ressources pour des modifications ultérieures.

5. Dans le développement web, un planning est fait pour ne PAS être respecté

En effet, cela peut paraître étrange pour toutes les autres branches de notre société, mais le développement de site web, notamment e-commerce, est fait d'imprévu. Ne fixez pas de délais que vous êtes certains de pouvoir tenir, vous n'y arriverez probablement pas. Spécifications initiales trop vagues, problèmes techniques, nouvelles idées, développeur pas assez expérimenté etc. les raisons peuvent être multiples pour que le délai initial ne soit pas respecté.

6. Ne pas prendre le temps au niveau des finitions de votre site

Prenez le temps d'identifier chaque bug, chaque point de tension, chaque petit détail qui feront la différence avant le lancement officiel de votre site web e-commerce. N'oubliez pas que, comme lors de la construction d'une voiture ou d'une maison, c'est le détail des finitions qui fera la crédibilité de votre site web.

7. Penser que votre site e-commerce aura un SEO magique

Et oui, que vous le vouliez ou non, vous n'apparaîtrez pas automatiquement en tête des SERPs dans Google, en SEO en tous les cas. Le référencement naturel est un travail de fond, long et fastidieux qui prendra du temps, parfois plusieurs mois. Rédaction de contenu, choix des mots-clés adéquats, netlinking, architecture de votre site et connexion entre les différentes pages etc. les variables sont multiples pour arriver à avoir un référencement optimal. Soyez patient !