

CAHIER DES CHARGES

CREATION D'UN SITE WEB



LA SOCKETTERIE

NICE

SOMMAIRE

A. Présentation de l'entreprise :

1. L'entreprise	3
2. Les objectifs du site	5
3. Les cibles	6
4. Les objectifs quantitatifs	7
5. Périmètre du projet	8

B. Graphisme et ergonomie

1. La charte graphique	9, 10
2. Wireframe et Maquettage	11, 12

C. Spécificités et livrables

1. Le contenu de votre site	13
2. Contraintes techniques	13
3. Les livrables	14, 15, 16
4. Le Planning	17

A. PRESENTATION DE L ' ENTREPRISE

A. 1. L'ENTREPRISE

- La Socketterie est une entreprise créée en 2019.
- Ses secteurs d'activités sont l'artisanat et le commerce.
- Elle tricote et vend des chaussettes dépareillées dans sa boutique à Nice, France.
- L'entreprise emploie actuellement 2 vendeuses, 3 confectionneurs de chaussettes dont 1 travailleur handicapé ; soit un total de 5 salariés.
- Son chiffre d'affaire en 2023 est de 120 000 € (96 000€ en 2022).

Elle reverse 1% de son CA à une association qui aide à l'employabilité des personnes atteintes de trisomie.

- Elle souhaite se développer grâce à la création d'un site web lui permettant de vendre ses chaussettes dépareillées faites main.
- Les principaux concurrents :

A Nice :

De nombreux magasins de vente de vêtements et de chaussettes tel que de grandes marques comme Calzedonia.

En ligne :

Il existe des sites e-commerce de vente en ligne de chaussettes dépareillées avec fabrication en France(Nord, Bourgogne...).

Les chartes graphiques des sites concurrents tel que « Le bar à chaussettes » s'appuie sur la présence d'un logo facilement identifiable et marqué par une couleur qui attire le regard tel que le jaune.

Les polices de caractères utilisées sont « Tenor sans »-400, « Twentieth Century »-400, « Work sans »-400.

Les couleurs de polices de caractère utilisées sont le noir #333333; blanc #ffffff; bleu #006da3 ; rouge #ff4f33 .

Les moyens de paiements utilisés sont le paiement en ligne CB, Mastercard, Visa, American Express via System Pay ou Bancontact , les chèques et les virements.

Les points forts résident dans un nombre important de références(plus de 150), des offres promotionnelles ainsi que dans la mise en confiance de l'utilisateur grâce a des services de livraison rapide et neutre en carbone, des retours faciles et une hot line joignable sur des plages horaires étendues ou un service de chat en ligne.

Le principal point faible est l'absence de boutique physique référente . On peut également noter l'absence de mentions concernant le type de fabrication(tricoter , à la main...), seul le made in France est mis en avant.

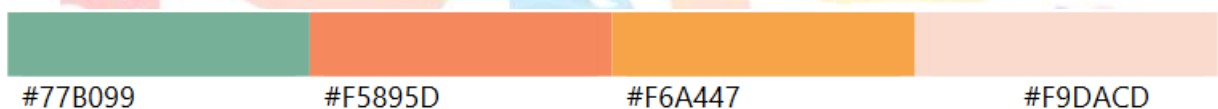
Analyse de l'existant :

- Il n'existe pas aujourd'hui de site web .
- Les documents concernant la charte graphique existante sont :

Le logo :



La palette de couleurs :



- Il y a deux personnes engagées aujourd'hui sur ce projet.
- Actuellement les commandes sont réalisées par téléphone et cela engendre une grande perte de temps que ce soit au niveau de la prise de commande mais aussi du paiement souvent effectué par chèque.

A. 2. LES OBJECTIFS DU SITE

Objectifs qualitatifs :

L'amélioration de l'image de l'entreprise est un objectif majeur. En effet, cela représente un boom technologique qui va permettre de projeter l'entreprise dans la modernité tout en gardant son atout artisanal.

En créant une zone d'avis sur les produits, et en laissant donc parler les clients, nous pourrions intégrer au mieux ces retours en améliorant ainsi la satisfaction client.

Nous allons développer de nouvelles techniques afin de mieux gérer nos stocks et à travers des solutions de paiement innovantes. C'est pour cela que le projet doit être mis en œuvre maintenant, il n'y a pas de temps à perdre

Objectifs quantitatifs :

Quand l'application sera en place, que voulez-vous observer comme nouvelle situation ? Quel indicateur de succès ?

Nous souhaitons observer un trafic attendu de l'ordre de 50 connexions par jour la première année ce qui devrait engendrer une augmentation du chiffre d'affaire de 10000€ (environ 8%). Concernant les deux suivantes nous visons un doublement de ce trafic tous les ans ; augmentation du ca la 2^{ème} année de 15% , de 20% la troisième. Nous devons axer notre développement via deux axes : l'augmentation du nombre de clients et l'augmentation du panier moyen(5% attendu dès la première année).

A.3. LES CIBLES

Le profil des clients de l'entreprise est une population jeune entre 20 et 35 ans. Porter des chaussettes dépareillées est une question de style. Le chanteur Vianney s'affiche par exemple, régulièrement, avec des socquettes de couleurs différentes. C'est devenu de plus en plus tendance de dépareiller les chaussettes, mais pas seulement, certains le font même avec les baskets... Sans doute que l'on est tous rebelle dans l'âme, et on a envie de s'affirmer.

Nous visons ce public afin de développer notre relation B2C.

Nos **buyers personas** répondent à ces critères :

Population jeune, à majorité homme, âgée de 20 à 35 ans.

Les catégories socioprofessionnelles ciblées sont au nombre de quatre, à savoir les artisans, commerçants et chefs d'entreprises, les cadres et les professions intellectuelles supérieures, les professions intermédiaires et les employés.

Il est connecté, présent sur les réseaux. Ce média doit l'amener vers nous.

On doit nouer une relation réelle avec lui, de confiance, basée sur des échanges et des conseils.

Il doit apprécier notre engagement en faveur des personnes atteintes de trisomie et la place des travailleurs handicapés. Cela doit lui permettre de nous choisir plutôt que nos concurrents.

Il consulte régulièrement les avis, les nouveautés et les conseils de saisonnalité.

Il doit se sentir unique et son choix doit être mis en valeur.

Il doit être sollicité par des sondages en ligne, interagir sur les réseaux sociaux à des questions sur les nouvelles collections avec des cadeaux à la clé.

A.4. LES OBJECTIFS QUANTITATIFS

Le trafic visé par le site doit être d'un minimum de 40 connections par jour avec au moins de nouveaux contacts pour moitié.

Par contre, si les indicateurs ne sont pas au niveau de ce qui est attendu nous devons être en mesure de garder ce site afin de gérer au mieux nos stocks.

Pour ce faire, il convient de créer au minimum une centaine de pages de référencement (du même ordre que nos concurrents en ligne) concernant notre gamme et tous les panachages possibles.

Types de pages souhaitées :

Page accueil : présentation générale du site, de l'activité, de la prestation.

Plan du site

Contact (formulaire et/ou coordonnées) question / devis / demande de renseignement ?

Plan d'accès et horaires.

Galerie photos

Qui sommes-nous ? A propos.

Compte client

News / actu

Offre du moment / promo du mois...

Newsletter

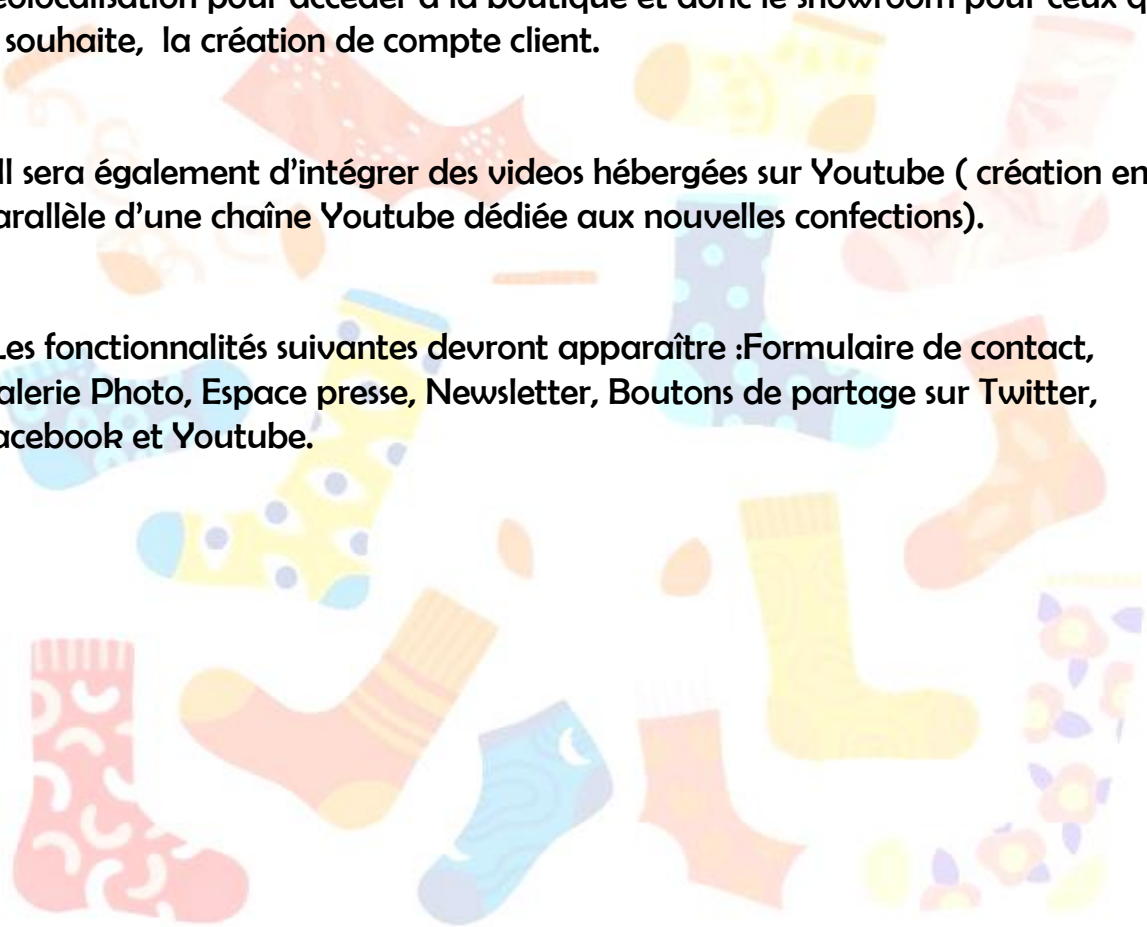
Mentions légale

A cela va s'ajouter des avis en lignes et une partie « back office » pour la gestion des stocks.

Le site doit permettre le paiement en ligne.

A. 5. PÉRIMÈTRE DU PROJET

- Le site Internet aura une boutique à Nice , France.
- Nous devons intégrer SumUp comme solution de paiement.
- Concernant les spécificités techniques il est à noté l'utilisation de la géolocalisation pour accéder à la boutique et donc le showroom pour ceux qui le souhaite, la création de compte client.
- Il sera également d'intégrer des videos hébergées sur Youtube (création en parallèle d'une chaîne Youtube dédiée aux nouvelles confections).
- Les fonctionnalités suivantes devront apparaître :Formulaire de contact, Galerie Photo, Espace presse, Newsletter, Boutons de partage sur Twitter, Facebook et Youtube.



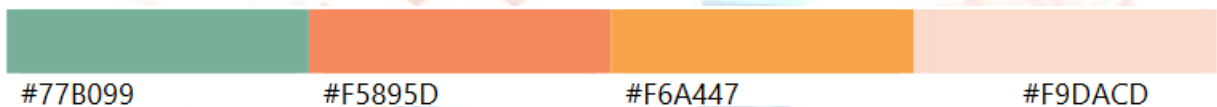
B. GRAPHISME ET ERGONOMIE

B.1. LA CHARTE GRAPHIQUE

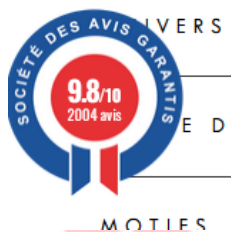
Le logo :



La palette de couleurs :



- La police de caractère à utiliser est **Stadio New Trial Display Bold**, celle utilisée pour le logo de l'entreprise.
- Exemple de mise en avant de la participation client :



- Exemples de référencement sur deux sites concurrents :

Le bar à chaussettes.



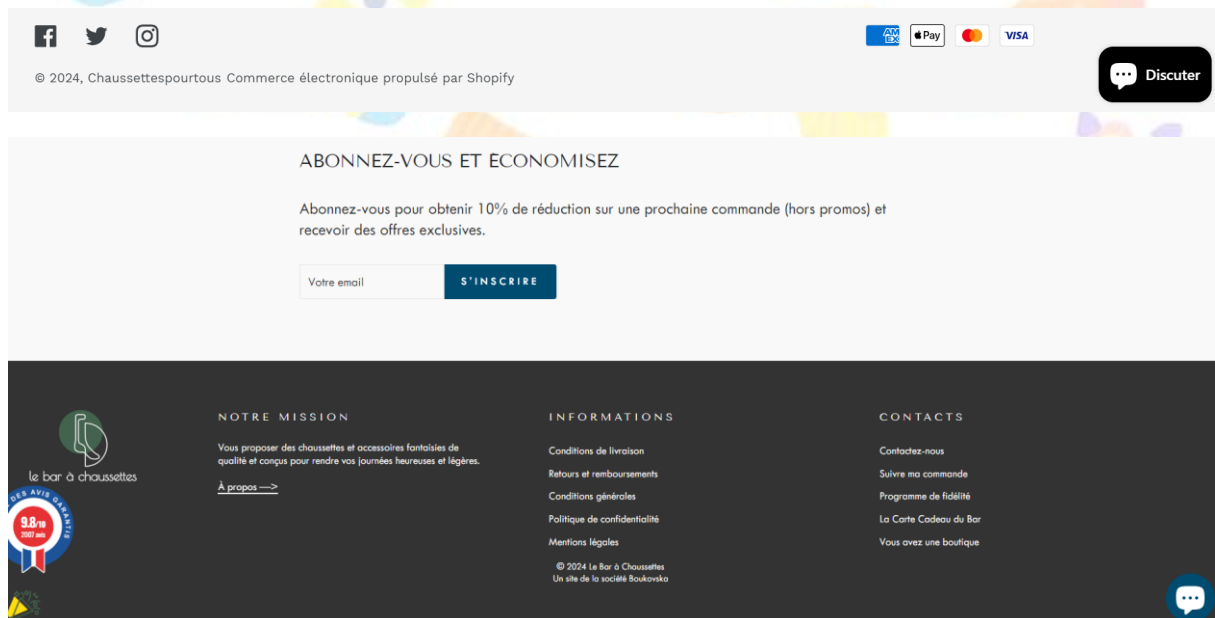
Chaussettes pour tous.



Les clients apprécient la clarté et la simplicité de présentation des articles(**fond blanc**, nouveautés et promotions en **rouge** mais comme on peut le voir les ventes se font par paires préétablies.

Il reste possible de faire une section de références à l'unité où le client à la possibilité de former lui-même sa paire.

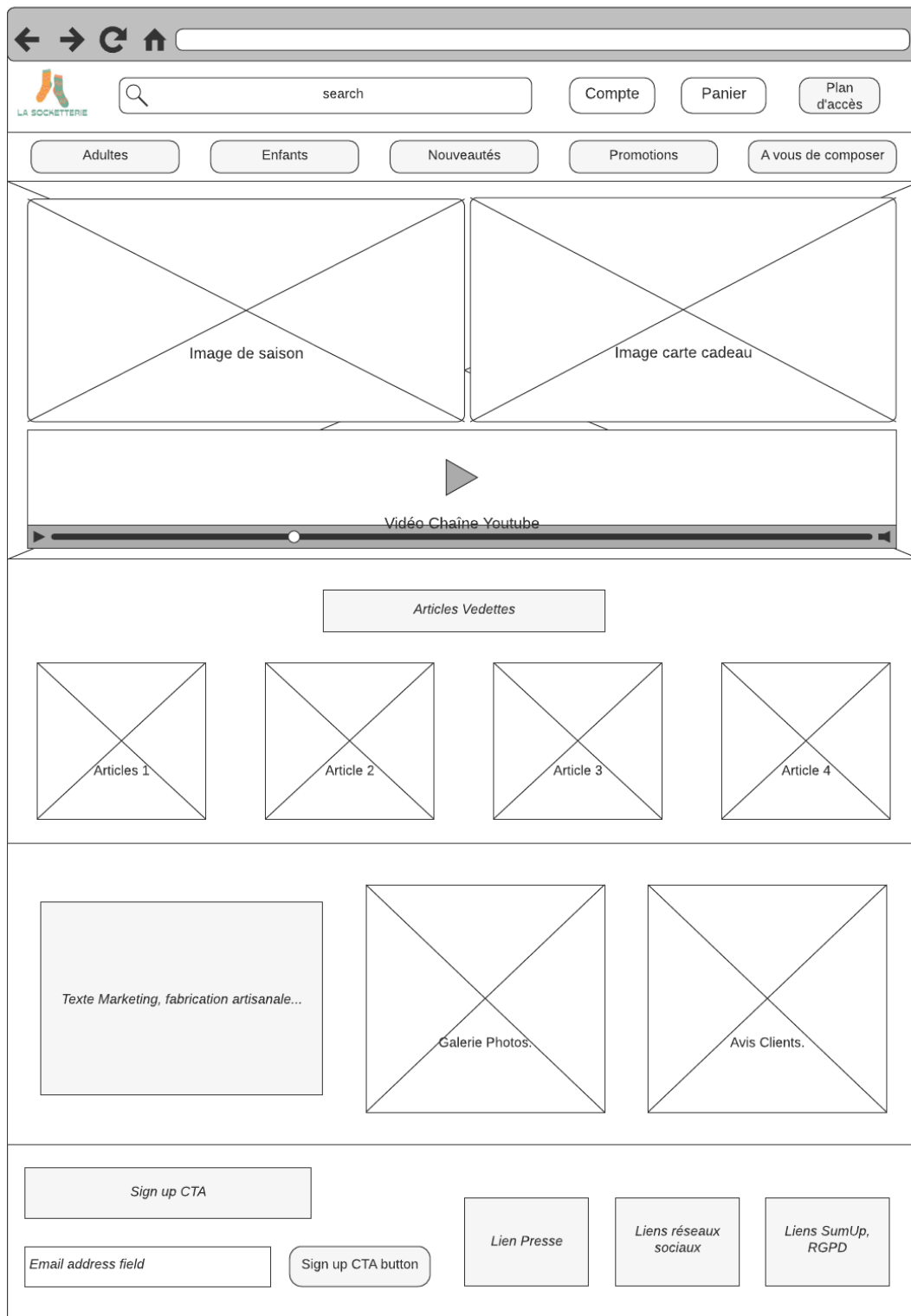
- Exemples de pieds de page sur deux sites concurrents :



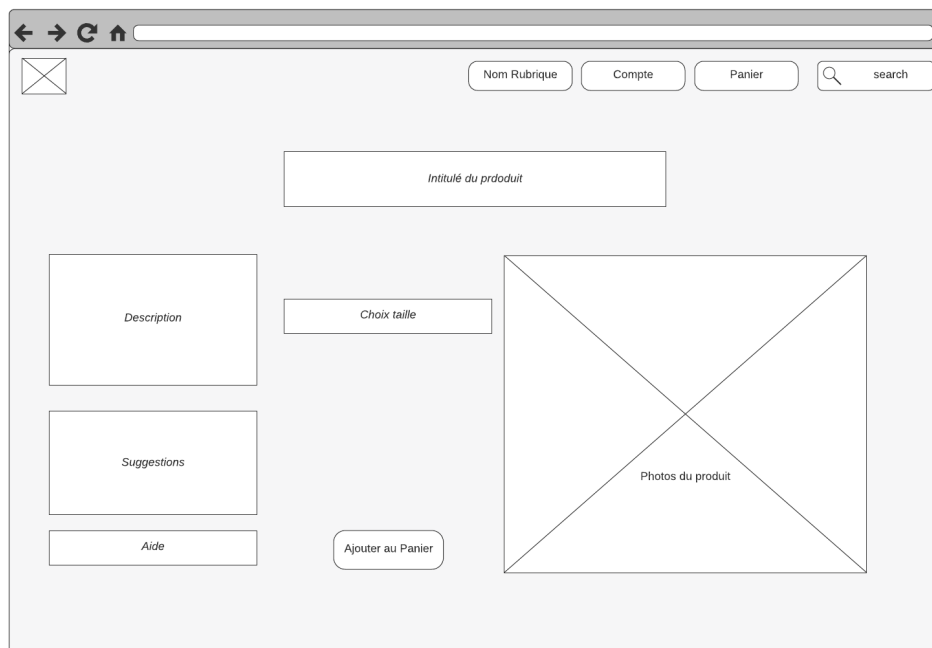
On retrouve plus de sobriété , des couleurs moins vives gris, noir, bleu.

B.2. WIREFRAME ET MAQUETTAGE

Page d'accueil :



Page produit :



Plan du site :



C. SPECIFICITES ET LIVRABLES

C. 1. LE CONTENU DE VOTRE SITE

- Le contenu inclut des photos, des vidéos, des avis clients.
- Les photos et vidéos devront être optimisées pour le web afin d'améliorer la vitesse de chargement du site. Les vidéos devront être parfaitement décrites afin d'obtenir le meilleur référencement possible.
- Nous devons créer des zones de texte structurées en sections claires et courtes avec des titres accrocheurs et des mots clés pertinents. L'engagement associatif vis-à-vis du handicap devra être clairement visible.
- Nous devons mettre en service une chaîne Youtube et assurer sa mise à jour régulière ce qui va permettre un meilleur référencement du site(améliorer notre SEO).
- Les formats seront PNG, JPEG.
- Le site devra comporter une partie Back office pour la gestion des stocks.

C. 2. CONTRAINTES TECHNIQUES

- Hébergement du site Internet via OVH, 7.90€/mois
- Nous devons vérifier l'état du réseau internet et de l'installation électrique.
- Nous devons également acquérir un nouvel outil informatique adapté 1450€
- Gestion de la maintenance à distance
- Service de dépannage via hotline
- Formation des équipes à l'utilisation du back-office
- Choix du CMS : Prestashop , optimisé pour le e-commerce 12€/mois
- Solutions utilisées avec le site Internet ,Frameworks : React et Symfony
- Installation logiciel de monitoring type Uptrends 12€/mois.
- Installation paiement via la solution SumUp et formation des équipes 2.5%/mois du montant des paiements en ligne.

C. 3. LES LIVRABLES

- La société qui va réaliser votre site est CréaSit, développement de sites web et applications web/web mobile. Entreprise créée en 2008 , basée à Nîmes, France.



DEVIS - 1

Date: 12/01/2024

Date de validité: 12/02/2024

CréatSit
david saumet
3 rue Bigot
30000 Nîmes

La Socketterie
11 rue du soleil
06000 NICE

Numéro de SIRET: 12548693E

Création de site e-commerce, gestion, maintenance.
Abonnement mensuel gestion, maintenance, hot line : 160 euros TTC

Description	Date	Qté	Unité	Prix unitaire	TVA	Montant
Création du site web La Socketterie	20/01/2024	54,00	h	45,00 €	20,00 %	2 916,00 €
						Total HT 2 430,00 €
						TVA 20,00 % 486,00 €
						Total TTC 2 916,00 €

2024

LISTE DE LIVRABLES

#	Livrable	État / Version	Date de prévue	Date validée	%	Coût	Commentaires
1	Etude de faisabilité	Validé	12/01/24	12/01/24	100%	2h	Réseau Internet et réseau électrique mis aux normes, Nouvel ordinateur,
2	Etude des besoins	Validé	12/01/24	12/01/24	100%	2h	Site Web e-commerce, avis clients, gestion des stocks, paiement en ligne SumUp
3	Réalisation du cahier des charges	En cours	13/01/24		50%	4h	En cours de présentation
4	Création de la structure du site	Non commencée	14/01/24		0%	8h	Création du plan du site et des différentes pages web
5	Rédaction des textes	Non commencée	14/01/24		0%	4h	Contenu des différents descriptifs, texte page d'accueil
6	Intégration des photos	Non commencée	15/01/24		0%	2h	Mise en format, optimisation des photos et intégration des photos showroom, produits, équipes...
7	Chaîne Youtube	Non commencée	15/01/24		0%	3h	Création chaîne Youtube et intégration de la vidéo de présentation sur la page d'accueil
8	Vidéos	Non commencée	15/01/24		0%	2h	Mise en format, optimisation des photos et intégration des vidéos
9	A propos	Non commencée	15/01/24		0%	1h	Histoire de La Socketterie, implication dans l'insertion professionnelle des personnes handicapées
10	Solution de	Non commencée	15/01/24		0%	1h	Mise en place de SumUp comme moyen de paiement principal,

	paiement SumUp						
11	Avis Clients	Non commentée	16/01/24		0%	1h	Création de l'espace dédié et des fonctionnalités des avis clients sur les produits
12	Intégration des moyens de livraison	Non commentée	16/01/24		0%	1h	Mise à disposition des différents moyens de livraison, création de grille tarifaire
13	Gestion des données personnel les clients	Non commentée	16/01/24		0%	3h	Création de l'espace personnel, gestions des données et utilisation en feedback
14	RGPD	Non commentée	16/01/24		0%	1h	Mise en place de la réglementation générale du site
15	Liens Presse	Non commentée	17/01/24		0%	1h	Recensement des différents articles sur l'entreprise et liens vers ces pages
16	Liens Réseaux sociaux	Non commentée	17/01/24		0%	1h	Liens vers Facebook, Twitter, Youtube
17	Solution gestion des stocks	Non commentée	17/01/24		0%	2h	Logiciel Easy WMS de Mecalux pour synchroniser le site et l'entrepot, Gestion CMS via Prestashop,
18	Présentation charte graph.	Non commentée	18/01/24		0%	2h	Intégration de la charte graphique validée et présentation d'une maquette au client
19	Correctifs apportés à la demande du client	Non commentée	18/01/24		0%	4h	Suite à la présentation de la maquette des correctifs peuvent être effectués
20	Test de fonctionnement	Non commentée	19/01/24		0%	2h	Tests de fonctionnement du site sur le reste de la S7
21	Logiciel de monitoring	Non commentée	19/01/24		0%	1h	Installation d'un logiciel de monitoring, Uptrends
22	Hébergement	Non commentée	19/01/24		0%	1h	Hébergement du site chez OVH

23	Résultat final	Non commentée	20/01/24		0%	1h	Réception du site dans son intégralité
24	Formation des équipes	Non commentée	20/01/24		0%	4h	Formation des équipes de l'entreprise aux différents logiciels et gestion des stocks
25	Gestion maintenance du site	Non commentée	A partir du 20/01/24		0%	4h/mois	Mise en place d'une gestion à distance du site ainsi que d'une hot line pour résoudre les problèmes

D.4. LE PLANNING

- Date de création et de validation de la maquette, le 12/01/2024
- Date de création des contenus , du 14/01/2024 au 17/01/2024
- Date de validation des contenus, le 18/01/2024
- Date de création et de validation du site, le 19/01/2024
- Dates des tests, le 19/01/2024
- Date de mise en ligne, le 20/01/2024