

FÉVRIER 2022

CAHIER DES CHARGES FONCTIONNEL



SOMMAIRE :

I. DESCRIPTIF DE L'ORGANISATION ET DE SES VALEURS....	3
II. ETUDE DE L'EXISTANT.....	5
III. MOTIF DÉCLENCHEUR DE LA DEMANDE AVEC LES ENJEUX ET INTÉRÊTS POUR L'ORGANISATION.....	7
IV. PRINCIPAUX SERVICES ATTENDUS / FONCTIONS ATTENDUES ET CONTRAINTES IMPOSÉES ET OU PRÉVISIBLES.....	8
V. SOLUTIONS EXCLUES, DÉJÀ EXPLORÉES ET CONSEILLÉES.....	10
VI. LIVRABLES ATTENDUS ET LES CRITÈRES D'ACCEPTATION DE CES DERNIERS.....	11
VII. PRÉSENTATION DE L'ÉQUIPE.....	12
VIII. ÉCHÉANCIER.....	13
IX. BUDGET ÉVENTUEL.....	15
X. RISQUES MAJEURS À PRENDRE EN COMPTE ET LES PLANS DE RÉPONSES ASSOCIÉS.....	16

I. DESCRIPTIF DE L'ORGANISATION ET DE SES VALEURS

L'entreprise SAEMMITLN est une entreprise spécialisée dans les métiers du Multimédia et de l'Internet. Elle reprend les valeurs du département MMI de l'IUT de Toulon, c'est-à-dire la transmission du savoir et des enseignements, l'accessibilité, la laïcité et la gratuité.

Elle est dirigée par M. Christophe Lachaume, enseignant de l'Université de Toulon. Il était également vice-président de l'association BCB de Six Fours en 2016. D'après les informations que nous possédons, nous savons que notre commanditaire est une personne sportive dans le milieu maritime. Ayant poursuivi ses études dans le domaine de la transition écologique et énergétique, notre commanditaire est donc également tourné vers l'écologie et le développement durable.

Il a décidé de mettre en concurrence ses services de prospectives économiques afin de proposer des éléments graphiques et communicationnels d'une agence thématique (Communication, Infographie, Développement Web ou Production Audiovisuelle).

A L'issue de ce travail, M. Lachaume choisira une seule agence par thème dans laquelle il investira. Les services de prospectives économiques de SAEMMITLN sont constitués de 80 étudiants qui seront répartis en 12 groupes de travail. Sous l'impulsion d'un chef de projet, ces équipes répondront au mieux au cahier des charges du PDG de SAEMMITLN.

ASK IP fait partie d'une de ces agences.

II. ETUDE DE L'EXISTANT

Dans le bassin toulonnais, nous pouvons constater que la concurrence est assez faible. Cependant nous souhaitons toujours nous appuyer sur ce qui existe.

Les agences proposent leur service dans un cadre spécifique et manquent fortement de clarté des services proposés. Alors que notre agence souhaite faire du “pour tous”. Les chartes graphiques et les logos des agences sont établies de manière très basique et ne cherchent aucune originalité quant au développement de leur image. Notre agence se place dans le secteur du numérique, un secteur comportant des métiers de l’avenir. Le public visé sera le personnel de l’IUT de Toulon ainsi que ses étudiants. Lors d’une étude de l’existant de notre secteur, nous avons pu constater que les agences utilisent souvent pour logos des références au langage pur de la programmation. “<>” ou encore “//” sont souvent utilisés au début et à la fin du nom de l’agence. L’agence A&F Développement utilise les deux symboles énoncés ci-dessus avec en plus en texte le corps d’une programmation HTML. Sur leurs sites internet, nous voyons que les tarifs sont toujours présentés sans flexibilité. Au mieux, un devis est prescrit sous certaines conditions que l’agence fixe. Leurs activités se placent dans l’environnement adéquat mais aucune spécification n’est constatée.

En interne, les noms généralement utilisés ou encore les logos sont basés sur des critères sémantiques. Ils cherchent à véhiculer leurs valeurs et non la puissance et la qualité du travail fourni.

Pour finir, dans le domaine du développement web, la qualité graphique et les contenants sont assez peu explicites. Pour ce qui est des illustrations, on peut voir qu'elles sont très peu travaillées. La plupart de ces agences manquent d'une charte graphique claire et efficace. En revanche certaines se démarquent, nous pouvons prendre comme exemple l'agence "Le Courtier" qui est installée à Toulon. Un design de couleur rouge et noir et des illustrations qui s'accordent avec la ville mais une première page qui n'est pas assez explicite pour un potentiel client. Il faut alors cliquer sur la rubrique des réalisations pour pouvoir constater le travail accompli.

III. MOTIF DÉCLENCHEUR DE LA DEMANDE AVEC LES ENJEUX ET INTÉRÊTS POUR L'ORGANISATION

Dans le cadre de la formation MMI première année, un de nos projets de SAE (Situations d'Évaluation et d'Apprentissage) a pour but de nous mettre dans les conditions d'une agence. Il requiert un travail d'équipe en adéquation avec les conditions réelles d'une entreprise. C'est ainsi que l'entreprise SAEMMITLN nous demande de créer une agence de développement Web en concurrence avec d'autres agences d'étudiants, toutes ayant pour but de mettre en pratique notre travail d'équipe, nos aptitudes, nos connaissances et l'utilisation de certains logiciels.

Tout ceci dans le but final de décrocher au bout de 3 années notre diplôme de BUT MMI.

Les enjeux pour cette organisation impliquent de nous transmettre les compétences nécessaires à l'obtention de notre diplôme aux travers des différents travaux réalisés.

IV. PRINCIPAUX SERVICES ATTENDUS / FONCTIONS ATTENDUES ET CONTRAINTES IMPOSÉES ET OU PRÉVISIBLES

Pour ce projet, nous devons respecter certaines contraintes qui sont imposées et prévisibles.

D'une part, notre équipe doit rendre compte régulièrement du travail effectué au sein du groupe. Un rendu obligatoire s'effectue à la fin de chaque semaine pour y soulever les difficultés rencontrées ainsi que les solutions pour y répondre. Ce rendu spécifie également les tâches à effectuer durant la semaine suivante.

D'autre part, toutes nos réalisations ont pour contrainte d'être réalisées autour du thème du développement Web. Le teaser de lancement de l'agence, comprendra des animations graphiques et ne devra pas durer plus d'1 minute. La campagne publicitaire sera mise en place autour de la "cigale" qui a pour cible les étudiants et les enseignants MMI Toulon. Cette campagne nécessitera également la réalisation et l'impression d'affiches et des évènements auront lieu. Enfin, le site vitrine sera mis en place via WordPress. Il devra être interactif, comporter certains éléments et respecter la charte graphique.

De plus, l'agence de Développement web de l'entreprise SAEMMITLN que nous développons met en place des services. Ceci ayant pour fonction de convaincre, attirer, vendre, faire du profit, se faire connaître, créer son originalité ou encore informer toutes personnes sur ce que l'agence propose.

Ainsi ces fonctions sont indispensables afin d'obtenir une agence qui fonctionne bien et qui a pour objectif de devenir la meilleure dans le secteur pour lequel elle travaille. Convaincre les clients serait un bon moyen de créer une confiance entre eux et nous. Par la suite, les rendus se font à des dates imposées par le commanditaires (dates que l'on peut retrouver à la page 11).

Pour finir, nous rencontrerons certaines difficultés qui vont engendrer la mise en place de solutions et une bonne coopération au sein du groupe. En effet, il faut être en accord au sein du groupe, respecter le temps imparti ou encore gérer le budget.

V. SOLUTIONS EXCLUES, DÉJÀ EXPLORÉES ET CONSEILLÉES

Concernant la campagne de publicité nous avons pensé organiser un évènement en intérieur tel qu'un apéritif. Cependant, suite aux conditions sanitaires actuelles nous sommes arrivés à la conclusion d'éviter un rassemblement important à l'intérieur sans masque. Nous privilégions donc des évènements en extérieur ou bien à l'intérieur mais dans ce cas avec masque obligatoire.

Par la suite en ce qui concerne les réalisations, nous avons initialement envisagé la création des sites à la main. Néanmoins cela engendrerait des tarifs trop élevés et ne nous permettrait pas de toucher notre clientèle avec notre optique du "pour tous". Nous optons donc pour la solution de création via CMS (ici wordpress) plus fiable pour ce qu'il s'agit de la maintenance, plus rapide pour la réalisation (et donc moins chers) et plus accessible pour les clients.

De plus concernant la coopération au sein du groupe, nous avons pensé partager nos documents via Discord. Néanmoins, cette plateforme est mal organisée pour le partage de documents. Ainsi, nous partagerons les documents via Google Doc en créant des documents partagés.

Enfin, nous voulons doter notre agence d'un slogan et d'un logo unique et innovant. Nous excluons donc l'idée d'avoir un logo possédant les caractères : "<" et ">" ou "/" ,"/" qui est vu et revu sur le marché. Par la suite, notre slogan transmettra les valeurs de notre entreprise. Nous souhaitons, à travers, notre logo et notre slogan, transmettre notre thème "développement Web" et nos valeurs de manière unique.

VI. LIVRABLES ATTENDUS ET LES CRITÈRES D'ACCEPTATION DE CES DERNIERS :

Le teaser : Le teaser devra durer 60 secondes. Il devra notamment intégrer des animations graphiques (Motion Design) et représentera l'activité de l'agence, à savoir le développement web.

Le site vitrine : Le site vitrine devra être le plus interactif possible pour faciliter l'accès du client et respectera la charte graphique. Il sera mis en place via Wordpress et représentera l'agence. Il comportera divers éléments : le teaser, le descriptif de l'agence et ses valeurs, les statuts, l'OBS, un flux RSS, un formulaire de contact et un espace "suivi de projet".

La campagne publicitaire : Pour la campagne publicitaire, nous devons la réaliser autour du thème de la "cigale" qui a pour cible les étudiants mais également les enseignants de MMI Toulon. Nous devons donc pour cela créer et imprimer des affiches, faire des jeux et/ou des événements ponctuels qui permettront de faire connaître la future agence. Pour finir, nous devons fournir une étude et une analyse de l'impact de la campagne publicitaire réalisée.

Identité visuelle : Nous aurons un style graphique propre à l'agence qui montre son activité et ses ambitions. Notamment avec :

- Le logo représentant les domaines du développement web, à la fois explicite, innovant et simple.
- Les couleurs, en accord avec la charte graphique.
- Le site web vitrine proposé dans la continuité de la charte graphique.

VII. PRÉSENTATION DE L'ÉQUIPE



VENUTO Enzo
Chef de projet



DIOCHON Kyllian
Chargé développement web



CARON Hugo
Chargé communication



FERRITO Keyssan
Chargé infographie



DA FONSECA Inès
Chargé Audiovisuel



MARTY Mauryne
Chargé Évènementiel

Coordonnées personnelles du chef de projet : Tél : 06.34.24.87.68 | Mail : enzo-venuto@etud.univ-tln.fr

VIII. ECHÉANCIER

semaine 4	Constitution des équipes + désignation du chef de projet
semaine 6	Remise cahier des charges
semaine 7	Nom et logo de l'agence, maquette des documents "compte-rendu de réunion" et "journaux hebdomadaires"
semaine 8	Contexte, WBS, Tableau des tâches, GANTT
semaine 11	Charte graphique
semaine 14	Revue de projet

semaine 19	Activation du site vitrine pleinement opérationnel comportant l'ensemble des documents de la partie "gestion de projet".
semaine 20	Présentation du teaser via le site vitrine.
semaine 21	Cahier de conception accompagné des résultats de la campagne de communication, du dossier de test et du dossier "installation, utilisation, maintenance" du site vitrine
semaine 22	Soutenances des projets

IX. BUDGET ÉVENTUEL

Pour ce projet, nous prévoyons un budget total de 50 € qui sera utilisé pour différents travaux tels que :

Le futur évènement que nous organiserons afin de nous faire connaître (30€), un budget pour les employés et le matériel qui sera égale à 0€ puis un autre pour la campagne de communication (20€) et le reste qui comprend le teaser et le site web où aucun budget ne sera alloué.

X. RISQUES MAJEURS À PRENDRE EN COMPTE ET LES PLANS DE RÉPONSES ASSOCIÉS

RISQUES	Moyens mis en place pour les éviter	S'il se produit, comment faire ?
Manque de temps	Prendre de l'avance sur les différents livrables.	Établir les tâches prioritaires et répartir correctement le travail à faire.
Manque de communication au sein du groupe de projet	Créer un espace de discussion pour améliorer la communication	Communiquer avec le chef de projet pour bien rétablir la communication interne.
Perte de notre travail	Régulièrement sauvegarder nos travaux dans un dossier partagé sur Google Drive ou sur plusieurs disques dur /clés usb.	Compléter nos documents partagés pour garder une trace de tous nos travaux. Ne pas oublier de bien transmettre/ redonner tous les documents entre les membres de l'équipe.
Travail mal compris	Dresser une liste complète des consignes du commanditaire.	Vérifier régulièrement notre travail et organiser des réunions.
Pannes des machines locales (utilisées par le groupe)	Prévoir des machines de secours ou l'abstraction de certaines d'entre elles.	Vérifier régulièrement l'état de nos machines.

RISQUES	Moyens mis en place pour les éviter	S'il se produit, comment faire ?
Non respect des dates de rendu	Revoir le tableau des tâches et le GANTT.	Mise en place de réunions pour corriger ce problème d'organisation.
Manque de connaissances ou de compétences	Mettre en commun toutes les compétences individuelles de chaque membre du groupe de projet.	Faire appel aux enseignants de l'IUT et à des deuxièmes années pour obtenir de l'aide. Rechercher également des exemples ou de l'aide sur Internet.
Membre d'un groupe susceptible de démissionner	Prévoir réunion pour réorganiser les rôles de chacun	Modification des documents liés à "la gestion de projet" (tableau des tâches, GANTT...)
Membre du groupe ne travaillant pas	Communiquer pour déterminer les raisons (besoin d'aide ?...)	Possibilités de sanctions auprès du commanditaire ou répartition du travail, un membre l'aide.
Risques liés à l'évènement	Prévoir plusieurs lieux (lieu de secours), du matériel...	Organiser une réunion pour mettre en place l'évènement.