


Cahier des charges pour le site web de



LA SOCKETTERIE



SOMMAIRE

- 1. Présentation de l'entreprise**
 - 2. Analyse des sites concurrents**
 - 2.1. Sites concurrents
 - 2.2. Synthèse
 - 3. Objectifs du site**
 - 3.1. Objectifs quantitatifs
 - 3.2. Objectifs qualitatifs
 - 4. Cibles**
 - 4.1. Profil des clients
 - 4.2. Visiteurs du site
 - 5. Périmètre du projet**
 - 6. Graphisme et ergonomie**
 - 7. Wireframes et maquettage**
 - 8. Spécificités pour votre client**
 - 9. Contraintes techniques**
 - 10. Livrables**
 - 11. Planning**
- 

1. Présentation de l'entreprise

Nom de l'entreprise : La Socketterie

Date de création : 2019

Activité principale : Fabrication et vente de chaussettes dépareillées faites main.

Produits : Chaussettes artisanales en diverses couleurs et motifs.

Services : Vente en ligne et en boutique physique à Nice.

Concurrents : Autres marques de chaussettes artisanales et de mode éthique (ex. : Happy Socks, Sock It to Me).

Positionnement : Produits uniques, personnalisés et engagés socialement.

2. Analyse des sites concurrents

2.1. Sites concurrents

- **Happy Socks**
 - **Type de site :** E-commerce
 - **Plugins :** Intégration de paiement PayPal et cartes bancaires.
 - **Charte graphique :** Couleurs vives et design ludique.
 - **Points forts :** Large choix de produits, bonne visibilité de la marque.
 - **Points faibles :** Manque d'engagement social.
- **Sock It to Me**
 - **Type de site :** E-commerce
 - **Plugins :** Intégration de paiement Stripe.
 - **Charte graphique :** Design coloré et accrocheur.
 - **Points forts :** Gamme variée de produits et storytelling efficace.

- **Points faibles** : Navigation parfois compliquée.

2.2. Synthèse

- **Points communs** : Design coloré, e-commerce optimisé.
- **Opportunités** : Se démarquer par l'engagement social et une interface utilisateur simplifiée.

3. Objectifs du site

3.1. Objectifs quantitatifs

- Augmenter le taux de conversion de 5% dans les 6 mois suivant le lancement.
- Atteindre 1 000 visiteurs uniques par mois dans les 3 premiers mois.

3.2. Objectifs qualitatifs

- Présenter l'entreprise et ses valeurs d'engagement social.
- Améliorer la visibilité de la marque en ligne.
- Offrir une expérience d'achat fluide et intuitive.

4. Cibles

4.1. Profil des clients

- **Age** : Population jeune 20-35 ans
- **Genre** : Mixte
- **Intérêts** : Mode, artisanat, produits éthiques.
- **Comportement** : Utilisation régulière des réseaux sociaux, achat en ligne.

4.2. Visiteurs du site

- **Public ciblé** : Jeunes adultes soucieux de l'environnement et de l'artisanat, à la recherche de produits uniques.

5. Périmètre du projet

- **Langue** : Site unilingue (français).
- **Modules à conserver** : E-commerce, zone d'avis, back-office.
- **Solutions de paiement** : Intégration de SumUp.
- **Version mobile** : Oui, le site doit être responsive.

6. Graphisme et ergonomie

- **Identité visuelle** : Utiliser le logo existant, code couleur basé sur des teintes vives et joyeuses.

3.3. Palette de couleur



#77B099

#F5895D

#F6A447

#F9DACD



LA SOCKETTERIE

- **Polices** : Utiliser la police Stadio now Display
- **Exemples de sites** :
 - **Happy Socks** : Appréciation pour les couleurs vives et la clarté de l'information.
 - **Sock It to Me** : Appréciation pour l'interface utilisateur ludique et engageante.

7. Wireframes et maquettage

- **Arborescence du site** :
 - Page d'accueil
 - Catalogue de produits
 - Détails du produit
 - Panier et paiement
 - Avis clients
 - Blog
 - Contact
 - Back-office
- **Maquettes** : Création de prototypes visuels pour chaque page principale.

8. Spécificités pour votre client

- **Contenus à reprendre** : Textes descriptifs sur l'entreprise, images de produits existants.
- **Contenus à créer** : Nouvelles photos de produits, articles pour le blog, témoignages clients.
- **Formats** : Texte, photo, vidéo pour les témoignages.

9. Contraintes techniques

- **Hébergement** : OVH.
- **Maintenance** : Plan de maintenance régulier.

- **Service de dépannage** : Hotline pour le support technique.
- **Formation** : Formation à l'utilisation du back-office pour le personnel.
- **Solutions utilisées** : CMS adapté pour l'e-commerce, potentiellement WooCommerce ou Shopify.

10. Livrables

- **Présentation de l'entreprise.**
- **Découpage des tâches** :
 - Recherche et analyse de la concurrence.
 - Création de contenus (textes, photos).
 - Développement du site (front-end et back-end).
 - Tests et débogage.
 - Formation et documentation.
 - Assurer l'hébergement du site.
- **Tarification** :
 - Coûts de développement
 - Coûts des contenus (rédaction, photographie, etc.).
 - Coûts d'hébergement (OVH) et de maintenance : hébergement web PRO à 7,91€/mois.
 - Coûts des solutions de paiement (SumUp) : 2,5% du prix d'achat

11. Planning

- **Phase de conception** : 1 mois
- **Développement** : 2 mois
- **Tests et ajustements** : 2 semaines
- **Lancement** : Estimé dans 3 mois après le début du projet.

