

PROJET <BIEREFORCE 3>

CAHIER DES CHARGES

Type de document: Cahier des charges

Nom du document : CDC_BIEREFORCE3_D.docx

Dernière mise à jour : 9 avril 2021

Version : 4

Date de validation :

Diffusion :

Equipe Projet BOMG

Edward Onlywater, gérant du pub Biereforce3

Equipe projet BOMG :

Gabriela Bazan

Olivier Fodor

Matthieu Fremont

Benjamin Lacour

Table des matières

PROJET <BIEREFORCE 3> Cahier des charges	1
A. :Présentation de la demande.....	3
A.1 Présentation du client	3
A.2 Objectifs du client	3
A.3 Concurrence	3
A.4 Analyse de l'existant	4
B. :Présentation de la demande.....	4
B. 1. Les objectifs fonctionnels du site	4
Objectifs qualitatifs	4
Objectifs quantifiés.....	4
B. 2. Les cibles	5
Découpage des cibles.....	5
B. 3. Volumétrie	5
Trafic.....	5
Retour clients	5
Nombre de pages : 12.....	5
B. 4. Périmètre du projet.....	6
Fonctionnalités	6
C. Graphisme et ergonomie	7
C. 1. La charte graphique.....	7
C. 2. Wireframe et maquettage.....	9
D. Spécificités et livrables.....	10
D. 1. Les contenus de votre site	10
D. 2. Contraintes techniques	10
D. 3. Mise en œuvre et livrables.....	11
Equipe de mise en œuvre	11
Les principaux livrables du projet	12
D. 4. Le planning	12

A. Présentation de la demande

A.1 Présentation du client

Le bar < BiereForce 3 >, situé dans le quartier des Chartrons depuis 1991, propose un grand choix de bières en pression ainsi qu'en bouteilles.

Depuis 2010, l'établissement propose également des repas de style « English Pub » (burgers, Fish-and-chips, pies...).

Afin de stimuler les ventes et de se montrer plus attractif, le bar organise régulièrement des soirées jeux (quizz, jeux de société, blind tests, ...).

La société compte 10 salariés (en plus du gérant) et a généré un chiffre d'affaires annuel de l'ordre de 700 000 € en 2019.

A.2 Objectifs du client

La pandémie actuelle et les limitations d'ouverture ont poussé le gérant à investir dans un nouvel outil qui permettra de soutenir le niveau de l'activité: la création d'un site internet

Les principaux objectifs sont de

- fidéliser la clientèle même sans accès physiques aux locaux
- permettre au bar de maintenir son activité en restant « OUVERT »
- moderniser l'image de l'établissement par sa présence sur les canaux de communication à la mode.
- poser les bases de futurs développements post-pandémie.

A.3 Concurrence

La concurrence de notre établissement est importante : il y a de nombreux bars dans ce même quartier. En effet, le quartier des Chartrons présente un niveau de vie de la population parmi les plus hauts sur la ville de Bordeaux. Ce haut niveau de vie, le cadre historique du quartier, et sa notoriété en tant que zone « où sortir ? » en font une place recherchée pour tout commerce de ce secteur « bar, pubs et clubs » souhaitant s'implanter durablement dans le paysage bordelais.

A.4 Analyse de l'existant

Le bar < BiereForce 3 > ne possède pas de site internet à proprement parler. Leur page Facebook créée en 2013 constitue leur seule présence sur internet.

Pour le moment, cette page Facebook comptabilise environ 800 « J'aime » et est plutôt stable depuis sa création.

Celle-ci vise plus la fidélisation des clients actuels que l'attraction de nouveaux clients.

Une partie de l'équipe (le gérant + 3 salariés) gère cette page de façon assez informelle, en publiant des mises à jour concernant les activités organisées et la carte des boissons et des repas proposés.

B. Solution proposée

B. 1. Les objectifs pour le site

Objectifs qualitatifs

- améliorer sa visibilité en ligne
- se démarquer de la concurrence en proposant un site internet « différent »
- repositionner l'image de l'établissement en étant plus « tendance »
- continuer de fonctionner au mieux durant cette période compliquée pour le secteur de la restauration et des bars.
- améliorer le suivi de la clientèle en offrant un espace d'échange, de jeux et de commande pour les clients inscrits sur le site.

Objectifs quantitatifs

- augmenter immédiatement le nombre de prospects
- augmenter à terme le nombre de clients réguliers.
- générer un chiffre d'affaires permettant d'occuper un mi-temps.
- volume de départ : 100 visites / jour au bout du premier mois.
- Volume de croisière : 300 visites/jour.
- Volume PIC : 1000 visites/jour sur annonces ou événements

B. 2. Les cibles

Le profil type des clients visés ressemble en premier lieu aux clients habitués : étudiants, actifs qui viennent pour un « afterwork », groupes d'amis, familles qui viennent visiter la ville de Bordeaux et manger au bar.

Découpage des cibles

- Etudiants, entre 18ans et 25ans, consomment des bières et un repas rapide et « pas trop cher ». Viennent plusieurs fois par semaine, notamment le jeudi soir et le week-end. Clients réguliers.
- Actifs, entre 20ans et 60ans, venant au bar après le travail en semaine pour consommer une/des bière(s) ainsi qu'un repas. Clients réguliers.
- Familles, entre 3 et 6personnes, venant le week-end visiter la ville et s'arrêtant pour manger un repas rapide et abordable. Touristes et clients irréguliers.

B. 3. Volumétrie

Trafic

Nous souhaitons avoir un trafic mensuel sur le site sensiblement plus élevé que le trafic physique du bar

Trafic bar : environ 100 pax/ jour = 3000pax/mois.

Trafic internet : 150 vues/jour = 4500 vues/mois

- volume de départ : 50 visites / jour au bout du premier mois.
- Volume de croisière :100 à 200 visites/jour.
- Volume PIC :500 visites/jour sur annonces ou évènements

Retour clients

Concernant les contacts depuis le site internet, nous visons un retour client (via le formulaire de contact) de 5% au plus bas.

Nombre de pages : 12

- La page principale, qui comprend :
 - l'histoire du bar,
 - la carte des produits proposés par le bar
 - les différents évènements organisés,
 - une partie contact (carte et formulaire).
- Page d'inscription / connexion et mot de passe perdu / oublié.
- Page de détails des évènements passés / à venir dans le bar

- Une section de 4 pages dédiée à la partie « Bar à la maison »
 - Bienvenue
 - Points et Promos
 - Chat
 - Quizz
- Administration : 5 pages qui permettent au gérant de gérer le site.

B. 4. Périmètre du projet

Commande en ligne

Le site proposera un système de commande en ligne qu'il faudra récupérer et payer au bar (click and collect).

Dépendant du succès de cette fonctionnalité, on intégrera dans le futur une solution de paiement intégrée (API Payline, Mango Pay, Lemonway ou Stripe ou API de la banque du bar).

Responsive design

Le site sera responsive pour être visionnable sur ordinateur ou smartphone sans avoir à développer d'application mobile.

Fonctionnalités

Le site intègre les fonctionnalités de création/gestion de compte client, gestion de commande en ligne, réservation de table et/ou place pour des événements et de gestion du site par le gérant.

RGPD

Le registre prévu par l'article 30 du RGPD sera fourni au gérant qui en assurera la tenue. (en annexe doc : RGPDregistre-traitement-simplifie.ods)

Le site respecte les contraintes de RGPD. Pour cela il sera fait appel à un fournisseur de service de CMP pour la gestion des consentements au choix :

- axeptio
- cookiebot
- cookiesecure

osano.com
<https://clickio.com/consent>
etc

Le choix d'une telle solution de CMP se révélera moins onéreux que le développement et la maintenance d'une solution propre par exemple.
cookieconsent (open source°

* *CMP : Consent Management Platform*

Langues

Le site sera disponible en Français par défaut, et disponible en Anglais et en Espagnol via 3 boutons avec les drapeaux des pays concernés.

C. Graphisme et ergonomie

C. 1. La charte graphique

Pour la charte graphique du site, nous avons défini les couleurs, polices et boutons :

Couleurs utilisées :

- #ebd14c (La couleur jaune de la barre de navigation)
- #6b6542 (La couleur marron du footer)
- #ebd34c (La couleur jaune des boutons)

Les couleurs choisies reprennent le code couleur du bar < BiereForce 3 >.

Polices utilisées

- Les titres seront en « Habibi, serif »
- Les paragraphes et sous titres en « Hind Siliguri, sans-serif »

Les boutons

- Principaux sont en background-color #ebd34c
- Secondaires en background transparent avec un contour de même couleur

Logos

- Nous avons 3 types de logos, pour les différentes résolutions qui seront utilisées par les visiteurs.



Navigation principale

- Nous proposons la homepage en SPA (Single Page Application) pour réunir un maximum d'information sur un minimum de pages différentes.

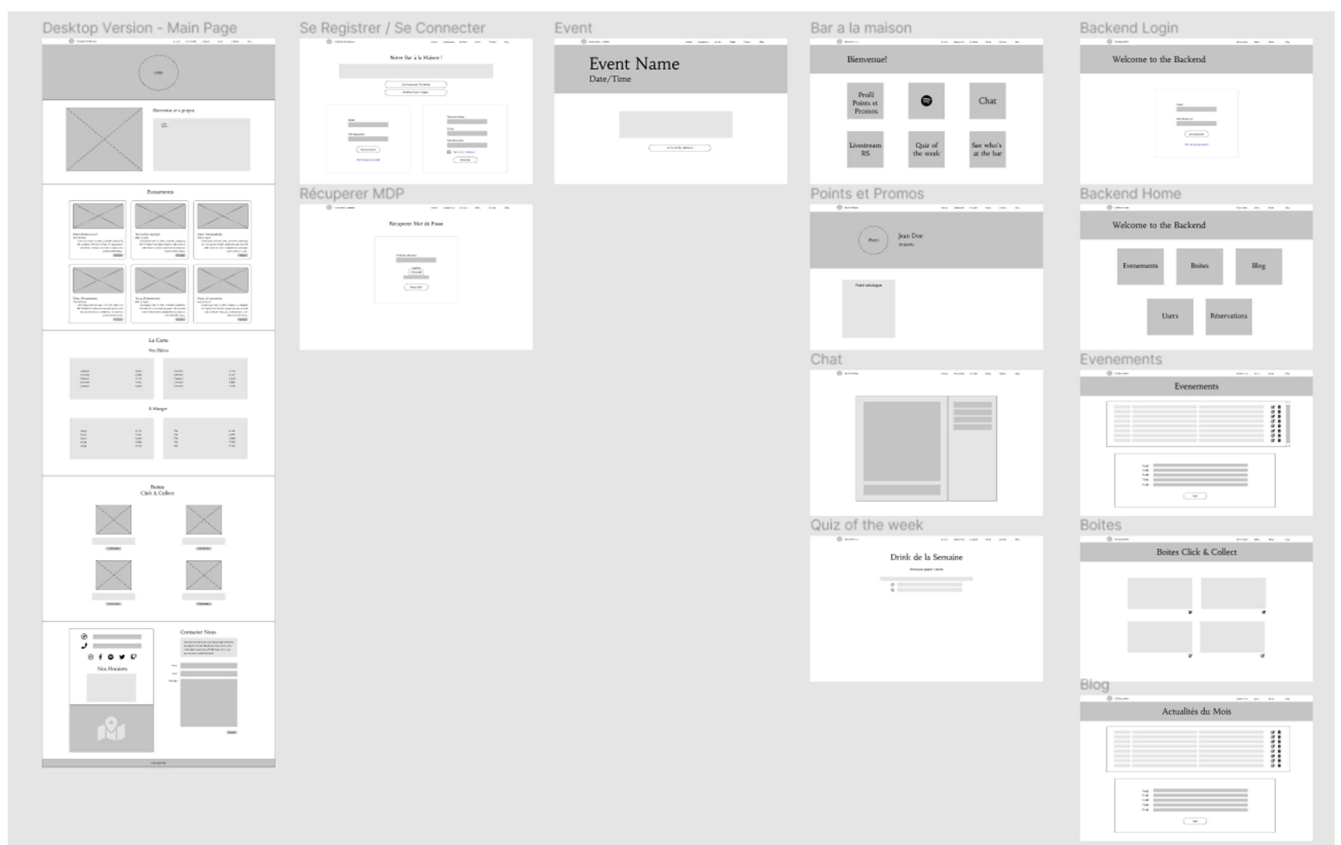
Animations

- Pour les animations, nous cherchons quelque chose d'épuré, avec des effets de slides et d'apparitions fluide des différents éléments des pages.

C. 2. Wireframe et maquettage

Le site est découpé en 4 parties majeures :

- 1 La MainPage/ Page principale
 - o La page Event que l'on voit ci-dessous au milieu est un détail appelé par la page principale
- 2 La connexion / inscription
- 3 La partie « Bar à la maison »
- 4 L'interface de gestion backend pour le gérant du bar



D. Spécificités et livrables

D. 1. Les contenus de votre site

Comme énoncé précédemment, le site reprend la charte graphique du bar (couleurs et logo).

Cela inclut l'utilisation de photos prises dans le bar et d'illustrations traduisant l'esprit et les idées véhiculées par celui-ci. Ces photos seront prises par les membres du staff du bar < BiereForce 3 >.

Il conviendra de veiller à la bonne qualité de ces illustrations et surtout à leur taille « informatique » qu'il conviendra d'adapter avec les outils appropriés afin de ne pas pénaliser l'expérience utilisateur (UX) par des temps de chargement excessifs.

Le site comportera des photos de l'intérieur et de la devanture du bar, des produits proposés, de l'équipe du bar et, avec leur consentement écrit, de clients.

Nous aurons un flux vidéo pour les soirées jeux ainsi que pour les lives organisés dans le bar et diffusés sur le site via Twitch ou Fb Live.

D. 2. Contraintes techniques

- Pour l'hébergement du site en démonstration, nous [< BiereForce 3 >] envisageons une solution gratuite (Platform, infinityFree,...) afin de limiter les coûts de maintien du site en ligne.
- Cependant nous envisageons également le déploiement sur le cloud symfony.
- La maintenance sera assurée par les développeurs au maximum pour limiter la nécessité d'engager une 2^{ème} équipe.
- La formation concernant la gestion du back office sera elle aussi assurée par l'équipe de développement et directement enseignée au seul gérant du bar.

Le site fera appel à des API (Application Programming Interface) pour :

- Gérer la connexion via d'autres sites populaires (Facebook, Google, Apple...)
- Intégrer un encart Google Maps

- Recevoir / envoyer des informations aux pages des réseaux sociaux (commentaires, notations, lives, ...)
- La météo du jour

Le framework utilisé pour la construction du site est Symfony, couplé avec des webpacs (Encore, Sass, ...) pour la partie CSS.

Conformément aux standards de symfony le HTML sera sous format TWIG pour la création des différents templates qui seront utilisés pour l'affichage des éléments.

D. 3. Mise en œuvre et livrables

Equipe de mise en œuvre

La société de développement Web < B.O.M.G. >, experte dans le domaine de la construction et la maintenance de sites internet depuis 1999, basée à Bordeaux, emploie 4 personnes.

Utilisant les dernières technologies et toujours dans l'air du temps, elle offre des services sur-mesure pour tout type de projet.

L'équipe est scindée en 2 sous-équipes : une partie front (Matthieu & Benjamin) et une partie back (Gabriela & Olivier).

Le tarif journalier de fonctionnement est de 450€ / personne. Le tarif de formation est identique.

Un budget prévisionnel est annexé.

Le site est garanti livré clé en main sous 15 jours.

Le déploiement du site biereForce3.fr est prévu pour le 19 avril 2021, son chantier ayant commencé le 1^{er} avril 2021.

Les principaux livrables du projet

- Création d'un site « from scratch », puisque le bar n'en possède pas pour le moment
- Le site sera responsive (mobile, tablette & desktop)
- Le référencement et la vitesse d'exécution seront au centre des préoccupations durant ce chantier
- Le site comportera 12 pages différentes
- Les fonctionnalités principales du site sont la création de compte client, les commandes de produit en click and collect, et la partie interactive (lives, jeux, ...)
- L'hébergement ayant été discuté avec le gérant du bar, le site sera en ligne sur une plateforme gratuite
- Selon le succès du site internet, nous intégrerons une API de paiement en ligne pour passer d'un modèle click and collect à un plus proche du e-commerce
- La formation de l'équipe du bar à l'utilisation du site se fera sur 1 journée, les fonctionnalités étant automatisée au maximum et la maintenance assurée par l'équipe de < B.O.M.G. >.

D. 4. Le planning

Le projet a débuté le 1^{er} avril 2021, avec les points d'étape suivants :

- Validation maquette et contenus le 6 avril : OK
- Cahier des Charges V2 finalisé le 8 avril OK
- Début du codage le 8 avril, point production le 12 avril
- Règlementation RGPD définie le 9 avril
- Premier push et test du code le 16 avril
- Mise en ligne le 17 avril 2021

Vous trouverez ci-dessous le planning prévisionnel de production :

Nota bene : Le projet est défini en mode agile et le planning peut évoluer.

Planning Chart - Biereforce3				01-av -	02-av -	03-av -	04-av -	05-av -	06-av -	07-av -	08-av -	09-av -	10-av -	11-av -	12-av -	13-av -	14-av -	15-av -	16-av -	17-av -	18-av -	19-av -
Task	Responsible	Priority	Progress (0-100)																			
Brainstorming	All	High																				
Planning	All	High																				
GIT Tuto	All	Medium																				
Create GIT structure in github	Gabriela	High																				
Cahier des Charges	Benjamin	High																				
SWOT Analysis	Benjamin	Medium																				
Validation cahier des charges	All	High																				
Review and finalize cahier des charges	All	High																				
Personas	Benjamin	High																				
Impact Mapping	Gabriela	High																				
Define fonctionalites	All	High																				
Charte Graphique	Mathieu	High																				
Logo	Mathieu	High																				
Wireframe	Gabriela	High																				
Define Technologies	All	High																				
Search and select API	Olivier	High																				
Install Software	All	High																				
Research and select hosting	Olivier	High																				
Design data structure	Gabriela	High																				
Define data for testing (jeux de test)	Gabriela	High																				
Front end development	Mathieu Benjamin	High																				
SEO	Mathieu Benjamin	High																				
Back end development	Olivier Gabriela	High																				
CRUD - Users																						
CRUD - Evènements																						
CRUD - Boites																						
CRUD - Blog/Newsletter		Low																				
Test and recette (Qualification)	Olivier	High																				
Deployment	Olivier Gabriela	High																				
Présentation PPT	Gabriela	High																				
Recherche implementation de RGPD et cookies	Olivier	High																				
Point d'étape RGPD	Olivier	High																				
Implementation RGPD	Olivier	High																				
Chat		Low																				
Reservation System		Low																				