

# Cahier des charges e-commerce WWF

## Refonte de la boutique en ligne

<https://boutique.wwf.fr/>

### 1. Présentation du WWF

#### 1.1. Le WWF

Le WWF est la première organisation mondiale de protection de la nature.  
Le WWF compte plus de 5 millions de donateurs à travers le monde.  
L'organisation dispose d'un réseau opérationnel dans 100 pays proposant 1 200 programmes de protection de la nature.  
Les compétences du WWF dans le domaine scientifique sont mondialement reconnues.

La collecte de fond est un des piliers en termes d'apport financier du WWF. La collecte de fond s'organise autour de 11 personnes (Street Marketing, Événementiel de Collecte, Legs, Grands donateurs, Marketing Off, Web Marketing et E-commerce).

La boutique WWF possède 329 références SKU. Ces références couvrent plusieurs catégories distinctes : textile, maison, enfants, livre etc... (ces catégories seront amenées à être remaniées dans le cadre de la refonte du site).

#### 1.2. Le rôle de la boutique en ligne

De plus en plus d'ONG se dotent d'un site e-commerce. Après 4 ans, le WWF France possède l'un des sites e-commerce les plus développés, notamment en terme de références produits.  
L'enjeu est triple pour le WWF :

- Levier de collecte de fond
- Vitrine des produits licences
- Transmission des valeurs et de l'expertise WWF

Les objectifs sont multiples :

- Participer à l'effort de collecte
  - Développer la collecte de fond via la vente de produits, pour contribuer au développement des programmes de conservation du WWF.
- Participer à l'effort de recrutement
  - Recrutement d'acheteurs et transformation de ces derniers en donateurs via le programme « adoption symbolique ».
- Participer au développement du WWF
  - Un site e-commerce vecteur d'une collaboration inter-services (partenariats-programmes etc...)

## 2. Le site e-commerce dans ses grandes lignes

### 2.1. Présentation de l'offre

Les produits de la boutique sont divers mais répondent tous aux différents critères d'éco-conception du WWF (écolabels etc...).

Notre mission en vendant ces produits est de sensibiliser le grand public aux valeurs du WWF.

Le public est de plus en plus captif des problèmes écologiques actuels et le WWF possède une expertise reconnue en matière d'éco-conception. Il était donc logique de mettre en place ce site e-commerce.

Le site propose 2 catégories de produits :

- Des produit physique (Peluches, t-shirts, ...)
- Des Produit virtuels, sous la forme d'un soutien financier à des actions de protection de l'environnement ou d'animaux.

Il est aussi possible au moment de la confirmation de commande de faire un don direct.

Les produits de la boutique sont en général de très bonne qualité et possède l'ensemble des éco-labels. Leur prix est qui plus est abordable. Certains de ces produits ne sont accessibles que via la boutique WWF (produits licences).

Un SAV est disponible la semaine de 9h à 17h.

### 2.2. Identité visuelle

Le logo de la boutique est celui du WWF. IL existe une charte graphique pour l'ensemble des supports de communication.

### 2.3. Le marché

Le site s'adresse à un public captif des problèmes écologiques / Personnes soutenant le WWF (plus militantes / Acheteurs déjà en base.

Public résidant en France métropolitaine / CSP variées / Militants actifs et « amateurs »

Ils achètent ces produits parce qu'ils veulent montrer leur soutien au WWF au quotidien / Parce qu'ils souhaitent acheter des produits écologiques et durables / Parce qu'ils souhaitent soutenir les actions du WWF

#### Concurrents directs

LPO <http://www.lpo-boutique.com/>  
Tout allant Vert <http://www.toutallantvert.com/>  
Greenweez <http://www.greenweez.com/>  
Nature et Découverte  
<http://www.natureetdecouvertes.com/>

#### Concurrents indirects

Surfrider Foundation : <http://www.planetik-surf.com/>  
Sea Shepherd :  
<http://www.seashepherd.fr/france/boutique.html>

## 2.4. Arborescence

La partie arborescence reste à fixer, notamment le nombre et la dénomination des catégories.

### Accueil

#### Catalogue

→ Il s'agit d'une catégorisation provisoire qui peut-être challengée

- 1/ Protection des espèces menacées (Dons virtuels + kits d'adoption)
- 2/ Peluches
- 3/ Textile
- 4/ Plein air
- 5/ Utile au quotidien
- 6/ Livre DVD

#### Faire un don

#### Tunnel de commande

- Détail du panier
- Identification / Création de compte
- Choix du mode de livraison (intégration de la plateforme SoColissimo)
- Choix du mode de paiement (Paypal, CB)
- Confirmation de la commande (envoi d'un email de confirmation + email de suivi So Colissimo)

#### Compte client

- Créer un compte (formulaire) au plus simple et didactique possible.
- Connexion à mon compte (formulaire)
- Mes informations personnelles
- Suivi des commandes en cours
- Historique des commandes
- Remboursement
- Mes parrainages

#### Service Client

- Nous contacter
- Nos engagements Satisfaction
- Aide / FAQ
- Frais de port et délais de livraison
- Moyens de paiement
- Echange et remboursement
- Suivi de commande
- Connexion compte client

#### A propos du WWF

- Qui sommes-nous ?
- Vos achats financent nos actions
- Nos engagements
- Presse
- Nous contacter
- Mentions légales
- CGV

#### Fonctions transversales :

- Moteur de recherche (réassurant, visuellement présent et performant)
- (en option) Avis clients sur la boutique = Système de livre d'or type Ekomi.
- Abonnement Newsletter (base boutique)
- Accès au don en ligne.
- Page Facebook WWF
- Compte Twitter

### 3. Liste des fonctionnalités en front-office

#### 3.1. Page d'accueil + éléments transversaux (communs à toutes les pages)

##### Header (en-tête)

Logo WWF + Baseline (pas obligatoire, le graphisme peut se suffire) + lien de retour à l'accueil.

Moteur de recherche.

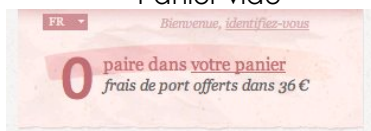
Au dessus du menu du catalogue, navigation secondaire regroupant des accès directs vers des pages importantes pour présenter le WWF et son action :

- A propos du WWF
- Vos achats financent nos actions
- Nos engagements
- Faire un don en ligne
- contact

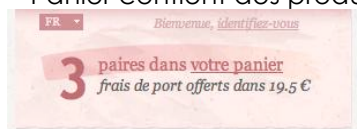
Lien de connexion Compte client.

Panier en cours = 3 états du panier peuvent exister :

Panier vide



Panier contient des produits



Panier déroulé



Frais de ports offerts dès 99€  
(rester en dessous de la  
barrière psychologique des  
100€)

Un survol de la souris permet  
de dérouler le contenu du  
panier en aperçu rapide :

- Nom des produits + quantité + prix
- Cout moyen d'une expédition en 48H par

- Colissimo.
- Prix total
- Bouton « Voir le détail » ou « commander »

*Navigation principale = catalogue produits*

1. Catégorie
2. Catégorie
3. Catégorie
4. Catégorie
5. Catégorie

Système de menu déroulant (EX : Textile > T-Shirts – Chaussettes etc...).

### **Zone de contenu + merchandising : Valorisation des produits**

Système de bandeau panoramique avec défilement manuel. Pour mettre en avant une sélection de produits (le TOP 5 du catalogue par exemple, mais ce doit être administrable).

Focus sur les produits parrainages et protection de l'écosystème.

- texte de présentation
- visuels de 4 produits avec un lien vers la fiche produit détaillée.

### **Footer (pied de page)**

Pictogrammes de rassurance / engagement + accroche d'explication + info-bulle d'explication complémentaire avec lien vers pages dédiées.

1. Votre achat finance nos actions
2. Fabrication respectueuse de l'environnement (utilisation des labels) :
  - AB
  - Oeko-Tex
  - GOTS
  - FSC
  - 100% recyclé
3. Garantie Satisfait ou remboursé 30 jours.
4. Livraison à domicile ou en point relais. Livraison offerte dès 99 € d'achat.
5. Paiement en ligne sécurisé CB + Paypal.

A propos du WWF : Rubrique présentant les liens vers les contenus institutionnels.

- Qui sommes-nous ?
- Nos engagements Satisfaction
- Nous contacter
- Mentions légales
- CGV

Service Client :

- N° de téléphone + Coût + horaire de contact.
- Nous contacter par email > lien vers formulaire de contact.
- Aide / FAQ > lien vers page de contenu.
- Frais de port et délais de livraison > lien vers page de contenu.
- Moyens de paiement > lien vers page de contenu.

**Skeelbox**

Conseil en stratégie e-commerce | Conseil en optimisation de site e-commerce | AMOA  
 33 rue Haxo 75020 PARIS - Tel : 06 30 32 80 50 - [www.skeelbox.com](http://www.skeelbox.com)  
 SAS au capital de 7500€ - N° SIREN 752 874 660 - N° TVA intracommunautaire : en cours

- Echange et remboursement > lien vers page de contenu.
- Suivi de commande > lien vers compte client.
- Connexion compte client > lien vers compte client.

Restons en contact

- Abonnement newsletter : champs de saisie de l'email + argumentaire.
- Page Facebook WWF
- Compte Twitter WWF

Faire un don en ligne > Mise en avant graphique du produit Don en ligne.

### 3.2. Pages catégories / sous catégories

Fil d'ariane : [Accueil](#) > [Titre catégorie 1](#)

#### Bloc de description

En en-tête de chaque catégorie / sous-catégorie, administrable en back-office (Titre de la catégorie + texte) afin de permettre aux clients qui arrivent directement sur cette page de comprendre où ils sont dans les catégories + optimisation SEO.

Système de filtrage des produits dans chaque catégorie :

- Voir les promotions
- Voir les nouveautés
- Voir les meilleures ventes
- Autre filtre

Système de tri des produits :

- Du - cher au + cher

Galerie des produits. Chaque vignette affiche les informations suivantes :

- Titre du produit + Lien vers fiche produit détaillée.
- Prix (+ prix barré si promo)
- Photo
- Sticker Promotion, Nouveauté, ou Top vente.
- Bouton Aperçu rapide au survol de la vignette.
- Pour les produits avec des déclinaisons, visualisation des déclinaisons possibles au survol + lien vers la fiche produit détaillée.
- Bouton Voir le détail.

Pas de système de pagination. Tous les produits de chaque catégorie s'affichent sur une unique page.

#### Fenêtre de prévisualisation des produits (pop up)

Cette fenêtre permet de faire afficher depuis un bouton « Aperçu » sur les vignettes, une mini fiche produit pour faciliter la navigation entre les produits et inciter à ajouter au panier. La fenêtre contient :

- Titre
- Photo grand format
- Description courte
- Labels (éco-conception)
- Prix / prix remisé avec % de réduction.
- Choix de la quantité

- Disponibilité
- Délai de livraison
- Bouton d'ajout au panier.
- Flèches de défilement pour passer au produit précédent ou au produit suivant.
- Bouton de fermeture de la fenêtre.

### 3.4. Pages fiche produit

**Fil d'ariane** : [Accueil](#) > [Titre catégorie 1](#) > [Nom du produit](#)

#### Nom du produit

#### Photo produit

- Zoom HD au survol ou au click.
- 5 vignettes complémentaires possibles.

#### Description courte du produit

- Texte.
- Affichage des logos de certification + infobulle au survol permettant d'avoir un complément d'information sur chaque label.
- Lien « En savoir plus » vers descriptif long plus bas dans la page.

#### Affichage du prix

- Prix TTC
- Sur les produits en promotion, affichage de l'ancien prix barré + sticker avec affichage du % de remise accordée.

#### Quantité /

- Saisie de la quantité à acheter, avec 1 en quantité par défaut.
- (En option) Sur certains produits (peluches, Gobi, t-shirt, ...), possibilité d'acheter par lot avec remise sur quantité
  - 3 produits = X € au lieu de X €.
  - 4 produits = X € au lieu de X €.
  - 5 produits = X € au lieu de X €.

#### Déclinaison produit

Possibilité de choisir plusieurs critères pour certains produits tel que les vêtements (taille + couleur+ H/F), les gourdes (couleur), etc... avant d'ajouter le produit au panier.

Le choix d'un critère met à jour le visuel produit et le prix si celui-ci diffère selon les options.

Lien vers le [Guide des tailles](#) sur les vêtements.

#### Disponibilité

- Affichage de la mention « Disponible » pour les produits en stock.
- Si stock faible (moins de « X » produits restant en stock), possibilité d'afficher un message d'alerte pour inciter le visiteur à acheter rapidement le produit « Plus que quelques produits disponibles. Dépêchez-vous ! ».
- Si le produit n'est plus disponible (stock épuisé), possibilité de laisser son adresse email pour être prévenu lorsque le produit est de nouveau disponible.
- Affichage du délai d'acheminement à partir de la validation de la commande > par exemple « *Livré en 48h - France métropolitaine uniquement + prix* ».
- Lorsqu'un produit ne sera plus disponible, il sera possible pour le client de laisser son contact email. Un email sera automatiquement généré dès lors que le produit en question sera rentré en stock. Il s'agit d'une fonction native dans prestashop.

## Bouton Ajouter au panier

### Poser une question (en option)

Lien Poser une question sur ce produit ouvrant une fenêtre contenant un mini formulaire :

- Champs de saisie du message
- Email
- Bouton de validation

Le formulaire reprend automatiquement le nom du produit avec le lien vers la page du produit concerné.

Ce formulaire renvoi vers un email du service client WWF.

### Fenêtre de confirmation d'ajout au panier (pop-up)

Affichage d'une fenêtre de confirmation de l'ajout au panier, reprenant :

- Le nom du produit
- Le prix Prix TTC unitaire
- Le nombre d'unités
- Le prix total
- 1 bouton « Poursuivre mes achats » qui ferme la fenêtre en cours.
- 1 bouton « Finaliser ma commande » qui renvoie sur le panier détaillé.
- (En option) Cross-selling > proposition de 3 produits complémentaires au produit principal (par exemple Crayon + bloc note + trousse en coton)

### Fonctions

- Fonction de partage sur Facebook / Google+.
- Envoyer à un ami (email).
- Bookmark de la page (favori).
- Imprimer

### Autres fonctions / contenus

- Bloc de description longue > Mode d'emploi / conseils d'usage, Condition de livraison, Echange et retour.
- Sélection de produits de la même catégorie « Ces produits devraient aussi vous intéresser ».

## 3.5. Tunnel de commande

### Panier détaillé

Contenu du panier sauvegardé de manière permanente via les cookies.

Chemin de fer du tunnel de commande en 4 étapes claires et distinctes (fil d'Ariane à mettre en évidence) :

1. Récapitulatif de mon panier : calcul dynamique des frais de port en fonction de la grille tarifaire renseignée dans le back-office.
2. Adresse de livraison (connexion/ création de compte)
3. Choix du mode de livraison (Module Prestashop SoColissimo)
4. Paiement (Paypal + CB)

Possibilité de revenir à l'étape précédente en cliquant sur les étapes.

Récapitulatif des produits ajoutés dans le panier :

- Vignette photo
- Nom du produit + attributs choisis (couleur, taille) + lien vers fiche produit



- Disponibilité en stock
- Prix unitaire TTC
- Quantité + Modification de la quantité sur chaque produit dans le panier
- Prix total TTC
- Suppression

Simulation des frais de livraison à domicile par La Poste SoCollissimo 48H + Délais estimatif de livraison.

Possibilité de saisie d'un code promo (bon de réduction).

Don en ligne = Possibilité de saisir un montant de don, en complément de la commande

- Phrase de présentation du don
- Choix d'un montant (20€, 40€, 60 ou saisie d'un montant libre)
- Ajout du don au total du panier

Bouton de validation du panier.

Bouton pour continuer son shopping.

Blocs d'information / assurance :

- Le numéro de téléphone / contact email.
- Les avantages client / engagement du WWF.

Sauvegarde automatique et permanente du panier (cookie).

### **Formulaire d'adresse de livraison** (Création compte client / identification)

Voir <http://www.apiculture.net>

#### 1. Formulaire de création d'un nouveau compte :

Saisie de l'adresse email > Déroulement du formulaire complet

- Saisie des informations personnelles (Civilité, nom, prénom ...).
- Saisie des informations personnelle de connexion.
- Saisie de l'adresse de livraison.

La validation du formulaire déclenche l'envoi automatique d'un email de confirmation du compte créé avec rappel des identifiants.

#### 2. Formulaire de connexion à son compte client.

- Saisie de l'identifiant
- Saisie du mot de passe
- Lien de rappel du mot de passe

Système de vérification de la saisie avec gestion des erreurs en temps réel = identification immédiate (filet rouge ou checkup) du champ de saisie concerné par l'erreur. Si pas d'erreur, les champs OK sont en vert.

### **Mode de livraison**

Le site proposera 5 modes de livraison en utilisant le service de La Poste SoColissimo

<http://www.so-colissimo.fr/entreprises/solutions-integration.html>

#### 1. livraison à domicile habituelle

**Skeelbox**

Conseil en stratégie e-commerce | Conseil en optimisation de site e-commerce | AMOA  
33 rue Haxo 75020 PARIS - Tel : 06 30 32 80 50 - [www.skeelbox.com](http://www.skeelbox.com)  
SAS au capital de 7500€ - N° SIREN 752 874 660 - N°TVA intracommunautaire : en cours

2. livraison à domicile sur RDV (Paris uniquement)
3. livraison dans un bureau de poste à proximité
4. livraison chez un commerçant à proximité
5. livraison 24/24 h dans un espace cityssimo

Nous souhaitons une intégration du module qui permette à l'internaute de ne pas quitter le site marchand pour afficher les options de livraison possibles.

Le site propose la livraison en France métropolitaine uniquement.

### **Modes de paiement proposés**

Le site utilise actuellement la plateforme de paiement Ogone, et restera la même dans le nouveau site. Nous ne souhaitons pas que le système 3D Secure soit activé.

Pas de bascule vers une page Ogone qui serait en dehors du tunnel de commande de la boutique.

Nous souhaitons ajouter 1 nouveau moyen de paiement

- Par Paypal > Virement de compte Paypal à compte Paypal + paiement par Carte bancaire (Dans ce cas la bascule vers le site Paypal est possible).

### **Page de confirmation de commande**

Message de remerciement reprenant le n° de commande.

Rappel du contenu de la commande.

Rappel du délai de livraison.

Rappel de l'adresse de livraison / facturation.

Rappel du lien vers la page « Suivi de commande » de son espace client et des informations qu'il peut y trouver.

| Bannière pour adhérer au groupe Facebook.

(En option) Nous souhaiterions pousser, lorsque nous le pouvons, les actions transverses du WWF (pétition, campagnes etc...). Il faudrait donc prévoir l'utilisation d'un CMS avec Editeur Wysiwig pour cette dernière page.

## **3.6. Système de don en ligne**

La gestion du don en ligne se base sur l'utilisation des produits virtuels. Le don est alors un « produit » avec sa fiche dédié, qui peut s'ajouter au panier.

Le produit Don pourra être accessible depuis plusieurs endroits du site :

- Depuis les pages catégories et toutes les fiches produits (via le cross-selling)
- La fenêtre d'ajout au panier d'un autre produit.
- Le récapitulatif du Panier.

Ce produit virtuel à plusieurs déclinaisons, correspondant aux différents montants de don possible :

- 20 €
- 40 €
- 60 €

- Montant libre = champs de saisie.

Le client confirme le don et le paye en suivant le tunnel de commande standard.

Le don en ligne apparaît dans les emails de confirmation de commande au même titre que les autres produits.

Les commandes avec un don sont identifiables dans le back office via une fonction de tri sur les produits commandés.

Possibilité d'export du tri au format CSV.

Lorsqu'un don est réalisé, un email spécifique est envoyé automatiquement (en plus de la confirmation de commande) expliquant que le client va recevoir un reçu fiscal en mars de l'année fiscale en cours ou de l'année suivante (en fonction du moment où il réalise son don).

## 4. Liste des fonctionnalités en back-office

### 4.1. Gestion de la page d'accueil

#### **Carrousel d'actualité**

- Upload des images / Archivage des bannières créées.
- Modification du texte de la bannière et des onglets
- Paramétrage de la vitesse de défilement
- Planification d'affichage
- Définir manuellement l'ordre des bannières qui s'affichent sur la page d'accueil en attribuant un numéro à chaque slide
- Possibilité d'administrer le nombre de barrière et d'image qui défileront
- 5 bannières maximum.

#### **Bloc - encarts produits Promotions / Meilleures ventes / Nouveautés (les intitulés ne sont pas figés)**

Possibilité d'administrer les produits à mettre en avant dans chaque bloc en les choisissant depuis le catalogue.

### 4.2. Fonctions de gestion du catalogue produits

#### **Catégories**

Le contenu des menus doit pouvoir être géré depuis le back office (gestion des catégories et des sous-catégories = création, modification, suppression, changement de catégorie parente, gestion de l'ordre d'affichage des sous-catégories).

#### **Fiches produits**

- Possibilité de mettre un même article dans plusieurs rayons à la fois.
- Uploader 1 image principale du produit qui génère automatiquement :
  - le zoom HD,
  - le visuel standard
  - la vignette Catégorie
  - la miniature dans la fiche produit / panier détaillée

- Pouvoir uploader 3-4 photos différentes minimum par fiche produit
- Editeur texte WYSIWYG pour la description produit courte et la description longue, tableau HTML, embed vidéo, insertion image, lien vers PDF, Hyperlink.

Gestion des attributs sur chaque produit = stickers qui vient s'afficher par dessus ou à côté des visuels produits) :

- Promotion. Le % de remise doit se calculer et s'afficher automatiquement dans le sticker.
- Nouveauté(s)
- Meilleure(s) vente(s)

Possibilité de gérer des promotions au niveau des produits, ou groupes de produits.

Toute la base articles et catégories importables et exportables au format Excel / CSV.

### **Gestion des frais de port / livraison**

- Calcul sur des tranches de poids selon grille du logisticien
- Paramétrage de la livraison gratuite à partir de X euros d'achat en France métropolitaine

### **Gestion du stock**

Affichage de la disponibilité en stock selon les informations fournies par le fournisseur.

- En stock
- Plus que quelques produits
- Disponible sous X semaines + système d'inscription alerte email + email automatique aux abonnés quand le produit est réapprovisionné.

### **Gestion des commandes**

Fonctions standards :

- Statuts de commandes paramétrables (traitement en cours, préparation terminée, expédition en cours, livraison effectuée)
- Messages prédéfinis de suivi de commande
- Possibilité de commande de produits dont les stocks sont épuisés
- Gestion des retours
- Factures, avoirs et bons de livraison PDF
- Avoirs et remboursements partiels
- Remboursement sous forme d'avoirs automatiques
- Création et gestion des codes promotionnels

Possibilité de créer une commande depuis le back office sans passer par le site web (pour les commandes par téléphone) sur les clients existants et sur un nouveau client.

Possibilité de reprendre un panier en cours de route sur un client qui est bloqué dans le processus de commande.

### **Gestion des clients**

- Gestion TVA Intra-Communautaire
- Suivi des commandes par e-mail par le client (1 statut = 1 email)

- Abonnement newsletter et opt-in
- Alertes e-mails pour le client en cas de réapprovisionnement d'un produit.

Ou Possibilité de relancer automatiquement les paniers abandonnés par email :

- Configuration du template d'email.
- Reprise dans l'email des produits figurant dans le panier abandonné.
- Gestion du timing des relances (J+5, J+10, ...).
- Ajout d'une promotion limitée dans le temps pour pousser à l'achat.

Gestion des bons de réduction (règles) :

- Bons de réduction par groupe de clients
- Envoi des bons de réduction aux meilleurs clients
- Envoi de bons de réduction aux clients ayant déjà commandé
- Relance des clients n'ayant pas commandé depuis un délai prédéfini.
- Email automatique pour l'anniversaire civil du client
- Email automatique pour l'anniversaire compte client (date de création du compte)

Gestion des questions clients et du SAV intégré au backoffice = possibilité de gérer les retours produits. Idéalement, système permettant à l'internaute de poser une question via le site, émission d'un numéro de Ticket, réponse à la question via le Backoffice, clôture du ticket à la fin.

## SEO

- Gestion des Meta tags (title, keywords, description).
- Remplissage automatique de la balise alt des images par le nom du produit.
- URL rewriting auto et manuel.
- Gestion des URL canoniques pour les produits présents dans plusieurs rayons à la fois
- Génération automatique du fichier sitemap
- URL simplifiées

## 5. Autres fonctionnalités / besoins

### 5.1. Synchronisation avec la logistique

WWF utilise les services d'un logisticien (<http://www.logvad.com>) pour la préparation des commandes et la prise en charge par un transporteur (LaPoste). Le site devra être connecté à ce prestataire via EDI afin de lui transmettre les commandes du jour à traiter. Intégration du module SoColissimo by Prestashop.

### 5.2. Migration des URL

Dans la mesure où la refonte du site risque d'impliquer la modification de nombreuses URL, le prestataire devra proposer une méthodologie pour minimiser l'impact de cette migration sur le référencement naturel, et ne pas perdre les positions déjà acquises dans Google

### 5.3. Migration de la base de données du catalogue produit

Afin de gagner du temps dans l'intégration du catalogue produits, un export de la BDD déjà exploitée sous Magento sera fournie au prestataire afin d'être réintégré en l'état dans le nouveau site.

Génération d'un document .csv à la racine du FTP boutique (tableau excel avec nom des produits, visuels etc...) à retravailler/actualiser. Traitement de ce fichier et intégration de ce dernier dans Prestashop.

#### 5.4. Plan de tagage Google analytics

Les données d'audience de la boutique en ligne seront mesurées avec l'outil Google Analytics. Le prestataire devra intégrer le code de tracking standard de Google Analytics dans le site, et effectuer la configuration e-commerce standard pour mesurer le taux de conversion, le CA en euros et le panier moyen du site.

#### 5.5. Compatibilité mobiles / tablettes

L'interface du site devra être optimisée et développée de manière à garantir sa bonne consultation en mode mobilité sur les tablettes (iOS & Android), via le développement d'une interface Responsive design.

## 6. Demande de devis

Les critères de sélection du prestataire sont :

1. L'adéquation de la proposition par rapport au cahier des charges
2. L'expérience et les références du prestataire / de l'équipe proposée.
3. Le montant, le détail, et la clarté de l'offre financière.

#### 6.1. Lotissement

La prestation est divisée en plusieurs lots, qui devront chacun faire l'objet d'un chiffrage indépendant.

- Lot 1 : Webdesign
- Lot 2 : Développements et intégration
- Lot 3 : Formation au back-office
- Lot 4 : Hébergement
- Lot 5 : Maintenance corrective et évolutive sur 1 an.

#### **Lot 1 : Webdesign**

Ce lot désigne la création d'une charte graphique sur mesure, et la déclinaison graphique des différents templates du site.

Un document de conception des principaux gabarits sous la forme de wireframe sera fourni au prestataire retenu, afin de visualiser la structure et le contenu de chaque page pour le site commercial et pour la boutique en ligne.

La proposition budgétaire devra tenir compte de ce travail déjà effectué sur la conception de l'interface, par un professionnel.

Il est demandé au prestataire d'expliquer sa méthodologie de création avec le client.

- Combien de propositions créatives sont faites ?
- Combien de phases d'allers retours sont incluses dans la prestation pour valider une proposition créative ?
- Qui est propriétaire de la charte graphique ?

## **Lot 2 : Développements et intégration**

Ce lot devra présenter le CMS proposé par le prestataire pour la boutique en ligne.

Le prestataire devra faire ressortir dans son estimatif budgétaire le détail des fonctionnalités demandées dans le présent cahier des charges, en respectant la répartition suivante :

- Installation et configuration du périmètre fonctionnel natif
- Développements des fonctions demandées non natives
- Intégration front office
- Tests et recette

Un accès à un back office de démonstration de la solution e-commerce serait apprécié. A défaut, un rendez-vous de démonstration pourra être organisé entre le prestataire et le client.

Le prestataire devra préciser les garanties proposées en matière de bug suite à la livraison du site et la durée.

## **Lot 3 : Formation au back-office**

Afin de permettre une prise en main rapide de la solution, il est demandé au prestataire de proposer une prestation de formation chez le client ou à distance à l'utilisation du back-office pour 2 personnes minimum.

## **Lot 4 : Hébergement**

Le prestataire devra proposer une solution d'hébergement de son choix, et préciser :

- Le nom de l'hébergeur
- Le coût mensuel
- Les caractéristiques de l'hébergement proposé (espace, bande passante, limites, astreinte, maintenance, hotline ...)

## **Lot 5 : Proposition de maintenance corrective et évolutive**

Afin de garantir le bon fonctionnement permanent du site et permettre son évolution fonctionnelle en phase avec les besoins des utilisateurs, il est demandé au prestataire de faire une proposition de maintenance corrective et évolutive sur 1 an, sur un principe de fonctionnement simple pour les 2 parties, incluant aussi bien des interventions techniques que graphiques, sur la base d'une demi-journée de travail par mois. Ces interventions pourront être :

- Optimisation de l'ergonomie du front-office

**Skeelbox**

- Ajout de fonctions natives
- Intégration de modules tiers
- Développement de nouvelles fonctions
- Prestation graphique (création d'un bandeau, d'un pictogramme)
- Modification pour le référencement naturel
- Création d'un template d'emailing

## 6.2. Dossier prestataire

En plus de son **devis respectant la logique de lots présentée ci-dessus**, le prestataire devra fournir les informations suivantes à sa proposition.

### Présentation de l'entreprise et références clients :

URL de quelques réalisations récentes de sites et boutiques en ligne utilisant déjà les solutions techniques proposées, idéalement en B2B, ou dans le même secteur d'activité.

### Grille des prix/jour par compétence :

Chef de projet :	€/jour
Webdesigner :	€/jour
Intégrateur junior / sénior :	€/jour
Développeur junior / sénior :	€/jour
Autre :	€/jour

### Mini-CV des personnes proposées pour travailler sur le projet :

- Chef de projet > Formation + Nombre d'années d'expérience + projets sur lesquels il est intervenu.
- Webdesigner > Formation + Nombre d'années d'expérience.
- Développeur > Formation + Nombre d'années d'expérience + projets sur lesquels il est intervenu.
- Intégrateur > Formation + Nombre d'années d'expérience + projets sur lesquels il est intervenu.

### Planning de réalisation

Merci de fournir des éléments de planning pour les phases principales du projet :

- Durée de la phase d'étude fonctionnelle
- Durée de la phase de webdesign
- Durée de la phase de développement + intégration
- Durée de la phase de recette
- Date de mise en ligne estimative.

## 6.3. Contact et délai de réponse

Marie Bretez au 01 55 25 77 32 ou [mbretez@wwf.fr](mailto:mbretez@wwf.fr).

**Le dossier complet est à envoyer au plus tard par email pour le Mercredi 24 Juillet 2013 à 12h00.**