

CathyMini

Projet d'intégration ECOM

Cahier Des Charges

Auteur	Date	Description
Groupe	14/10/13	Version Initiale

Table des matières

1 Introduction.....	4
1.1 Objet Du Document.....	4
1.2 Découpage technique	4
2 Le Front-end.....	4
2.1	4
3 Le Back-End.....	4
3.1 Architecture logicielle.....	4
3.2 Les Java Entity.....	5

1 INTRODUCTION

Nous allons mettre en place un site de commerce en ligne qui permettra aux femmes d'acheter leur produit de protection hygiénique. Il sera donc possible d'acheter des tampons ou des serviettes en ligne. Les clientes pourront également avoir un abonnement, ce qui leur permettra de recevoir chaque mois à la date demandée les produits qu'elles auront choisi. Nous sommes une équipe de 5 personnes pour le développement de ce site et nous allons nous répartir les tâches de la façon suivante.

2 ORGANISATION DE L'ÉQUIPE

L'équipe de projet est composée d'Anaëlle Bernard, Corentin Dijoux, Florent Huguet, Pierrick Rassat et Yann Uzel.

Nous avons choisi de nous répartir les rôles principaux de la manière suivante :

Rôle	Nom
Product Owner (et Chef de Projet)	Anaëlle BERNARD
Sous-Chef de Projet	Florent HUGUET
Auteur	Anaëlle BERNARD
Concepteur d'Interaction	Pierrick RASSAT
Expert Utilisabilité	Corentin DIJOUX
Graphiste	Yann UZEL

Nous avons choisi de ne pas désigner un seul Scrum Master mais que chacun puisse être Scrum Master durant le projet.

Nom	Période
Corentin Dijoux	14/10/2013 (S42) - 27/10/2013 (S43)
Florent Huguet	28/10/2013 (S44) - 10/11/2013 (S45)
Pierrick Rassat	11/11/2013 (S46) - 24/11/2013 (S47)
Yann Uzel	25/11/2013 (S48) - 08/12/2013 (S49)
Anaëlle Bernard	09/12/2013 (S50) - 20/12/2013 (S51)

3 OBJECTIFS DU SITE ET CRITÈRES DE SUCCÈS

Objectifs de l'interface	Critère de succès	Mesures
Fournir un accès simple et efficace aux fonctionnalités du site	Satisfaction exprimée et connaissance de l'offre fonctionnelle (l'utilisateur peut toujours revenir à la page précédente, un expert peut passer sa commande en moins de 2 minutes)	Outil statistique d'analyse des réponses à un questionnaire d'enquête
Inciter à l'achat	Nombre d'abonnements/achats pris par rapport au nombre de visite (1 visite sur 7 amène à l'achat)	Statistiques d'analyse des achats
Inciter au partage communautaire (site et/ou produits)	Partage du site sur les réseaux sociaux (2 visiteurs sur 6 partagent ou ont partagés le site web ou le blog)	Analyse du nombre de partage
Inciter à la réutilisation	Hausse de fréquence de visite/connexion (un client sur 3 reviens passer commande ou a un abonnement)	Analyse du trafic

4 UTILISATEURS CIBLES

4.1 Clients cibles

Ce site de commerce électronique vise à vendre des produits hygiéniques à toute femme ayant ses menstruations. Nous avons divisé cette population en deux groupes principaux ; les jeunes femmes (10-16 ans) peu ou pas expérimentés recherchant conseils et informations et les femmes averties (17-55 ans).

Le site devra alors être capable de fournir des conseils d'ordre générale pour des personnes découvrant ces produits, ainsi que des informations précises pour un public averti.

Dans le but d'avoir une bonne visibilité et un impact positif sur l'utilisateur du site, le site devra être 'jeune', coloré et épuré.

4.2 Administrateurs

Le panneau d'administration devra être accessible par toute personne, sans avoir de connaissances particulières en informatique. Il lui sera possible d'ajouter des produits dans la base en remplissant un simple formulaire et de contacter les clients d'une façon simple grâce aux adresses email.

c) Connaissances des clients cibles

Nous avons réalisé un questionnaire comportant 14 questions (voir en Annexe). 52 personnes ont pu répondre à notre questionnaire ce qui nous permet d'avoir un panel suffisant pour prendre en compte les réponses. Pour la diffusion de ce questionnaire nous avons fait appel à nos connaissances personnelles, par exemple en s'aidant des réseaux sociaux ; nous avons également fait appel aux personnes présentes sur des forums (il faut mettre le nom du forum sur lequel tu as mis le questionnaire).

Grâce à ce questionnaire nous pouvons donc voir que nous avons bien deux types de clients cibles même si les âges que nous avons récolté avec notre questionnaire sont très variés et recouvrent toute la gamme de clients cibles. D'une part un peu plus de la moitié des participants ont dit être intéressés par un pack de découverte (en prenant en compte que les personnes ayant répondu à ces questions sont souvent réglées depuis longtemps). D'autre part nous avons les personnes qui sont averties et qui utilisent des produits plus ou moins adaptés à leurs besoins.

57% des femmes ayant répondu au questionnaire sont favorables au fait de créer leur propre paquet ce qui est dans l'ensemble un bon point car nous avons mis en avant le fait de choisir des produits adaptés aux besoins.

Sur les 52 réponses réceptionnées, seulement 59% des personnes achètent des produits sur internet ce qui réduirait considérablement notre panel de client étant donné que nous nous intéressons qu'à une partie ciblée de la population.

82% des femmes ont des règles régulières ce qui nous permettrait de mettre en avant notre formule d'abonnement. Suite à quelques commentaires des femmes ayant répondu au questionnaire, elles seraient intéressées pour s'abonner mais pas pour recevoir leurs produits tous les mois, plutôt pour le faire par trimestre.

20% d'entre elles ne seraient pas intéressées par ce projet et la plupart du temps elles utilisent les mêmes produits sans changer de marque si elles le peuvent. Plus de la moitié de ces femmes seraient intéressées par l'ajout d'« anti-douleurs » (ex : tisane, remède de grand-mère contre le mal de ventre ...) dans leur commande, ce qui peut nous conduire à une fonctionnalité supplémentaire pour notre site.

Grâce à ces résultats nous sommes plutôt confiant par rapport à notre cahier des charges qui pourrait correspondre à la plupart des clientes potentielles.

5 SPÉCIFICATIONS TECHNIQUES

Pour permettre une bonne utilisabilité et un accès facile, le site devra répondre à un certains nombres de critères techniques. Le site sera conçu pour être accessible depuis un navigateur Web, il ne sera donc pas dépendant du système d'exploitation utilisé mais du client léger utilisé lors de la navigation.

Pour le support matériel, le site devra pouvoir s'adapter pour être accessible sur un smartphone, une tablette ou un ordinateur portable ou de bureau. Le site devra donc fournir différentes interfaces et modèles d'interaction adaptés à chacune de ces plateformes.

Le site devra être supportés par les quatre navigateurs principaux, basé sur leurs versions les plus utilisés : Opera 15+, Google Chrome 28+, Mozilla Firefox 24 ESR+ ainsi que Internet Explorer 8+. Le site devra également être indépendant du navigateur. Toutefois, cette dernière spécification pourra être revu, notamment à cause d'Internet Explorer qui peut être difficile à supporter.

Le site devra fournir des fonctionnalités permettant aux utilisateurs d'utiliser le site en toute sécurité. Les spécifications techniques précises ne sont pas encore définies mais il s'agira de protéger les informations stockées par le site, notamment dans la ou les bases de données et de fournir aux utilisateurs une authentification sécurisée via par exemple l'utilisation de HTTPS.

On notera aussi que, pour respecter les contraintes du sujet, l'application web sera réalisée en JAVA et grâce à la technologie des EJB.

6 REQUIS NON-FONCTIONNELS

- *Fil d'Ariane pour le paiement*
- Nous ne pensons pas mettre de fil d'Ariane dans notre site, car nous voulons que tout les liens entre les différentes pages soient accessible de n'importe quelle page, ce qui permet une utilisation simple du site par nos futurs clientes.
- Utilisateur novice : trouver leurs produits adaptés à leurs besoins en 5 minutes
- Utilisateur expert : trouver son produit en moins de 2 minutes
- Se situer : 95 % des utilisateurs peuvent se situer à partir de n'importe quel page
- Adjectifs clé : attrayant, moderne, simple, girly, fluide

7 DESCRIPTION DES TÂCHES

Ci-dessous, la liste des tâches.

1. **Se connecter** : Un utilisateur qui est inscrit sur le site peut se connecter à son profil
 Précondition : l'utilisateur doit être inscrit
 Post-condition : l'utilisateur est connecté et peut ensuite passer commande
2. **Ajouter un produit** : un utilisateur peut ajouter un produit à son panier
 pré-condition : /
 post-condition : la liste des produits dans le panier a été modifié
3. **Payer** : Un utilisateur peut payer sa commande (excepté les abonnements)
 pré-condition : l'utilisateur doit être connecté
 post-condition : l'utilisateur recevra un mail de confirmation après vérification des informations bancaires
4. **S'inscrire** : un utilisateur peut s'inscrire en inscrivant ses informations personnelles
 pré-condition : /
 post-condition : l'utilisateur peut maintenant se connecter et commander
5. **Se désinscrire** : un utilisateur peut se désinscrire
 pré-condition : l'utilisateur doit être inscrit
 post-condition : l'utilisateur ne peut plus passer de commande
6. **Consulter un produit** : un utilisateur peut consulter un produit
 pré-condition : /
 post-condition : /
7. **Trier** : l'utilisateur peut trier la liste des produits par nom, note, prix ...
 pré-condition : être en phase de consultation de produits
 post-condition : la liste des produits se trie selon le critère de l'utilisateur
8. **Supprimer un produit du panier** : l'utilisateur peut supprimer un des produits présents dans son panier
 pré-condition : le produit doit être présent dans le panier
 post-condition : le panier se met à jour, le produit a été supprimé de la liste des produits
9. **S'abonner** : un utilisateur peut s'abonner à des produits avec une date de livraison fixe (en moyenne tous les 28 jours)
 pré-condition : être inscrit et avoir un ou des produits dans son panier
 post-condition : grâce à son RIB, le client sera débité tous les mois pour sa commande et recevra son paquet dans les bons temps
10. **Ajouter un produit au catalogue** : un produit peut être ajouté au catalogue en

renseignant tous les champs nécessaires
 pré-condition : l'utilisateur doit être connecté en tant qu'administrateur
 post-condition : la liste des produits proposée sur le site a un nouveau produit

11. **Mise à jour d'un produit** : un produit peut être mis à jour suivant les promotions ou les changements de prix

Précondition : l'utilisateur doit être connecté en tant qu'administrateur

Post-condition : le produit a été mis à jour. Les utilisateurs ayant ce produit dans leur abonnement sont avertis via un email

12. **Supprimer un produit du catalogue** : un produit peut être supprimé du catalogue

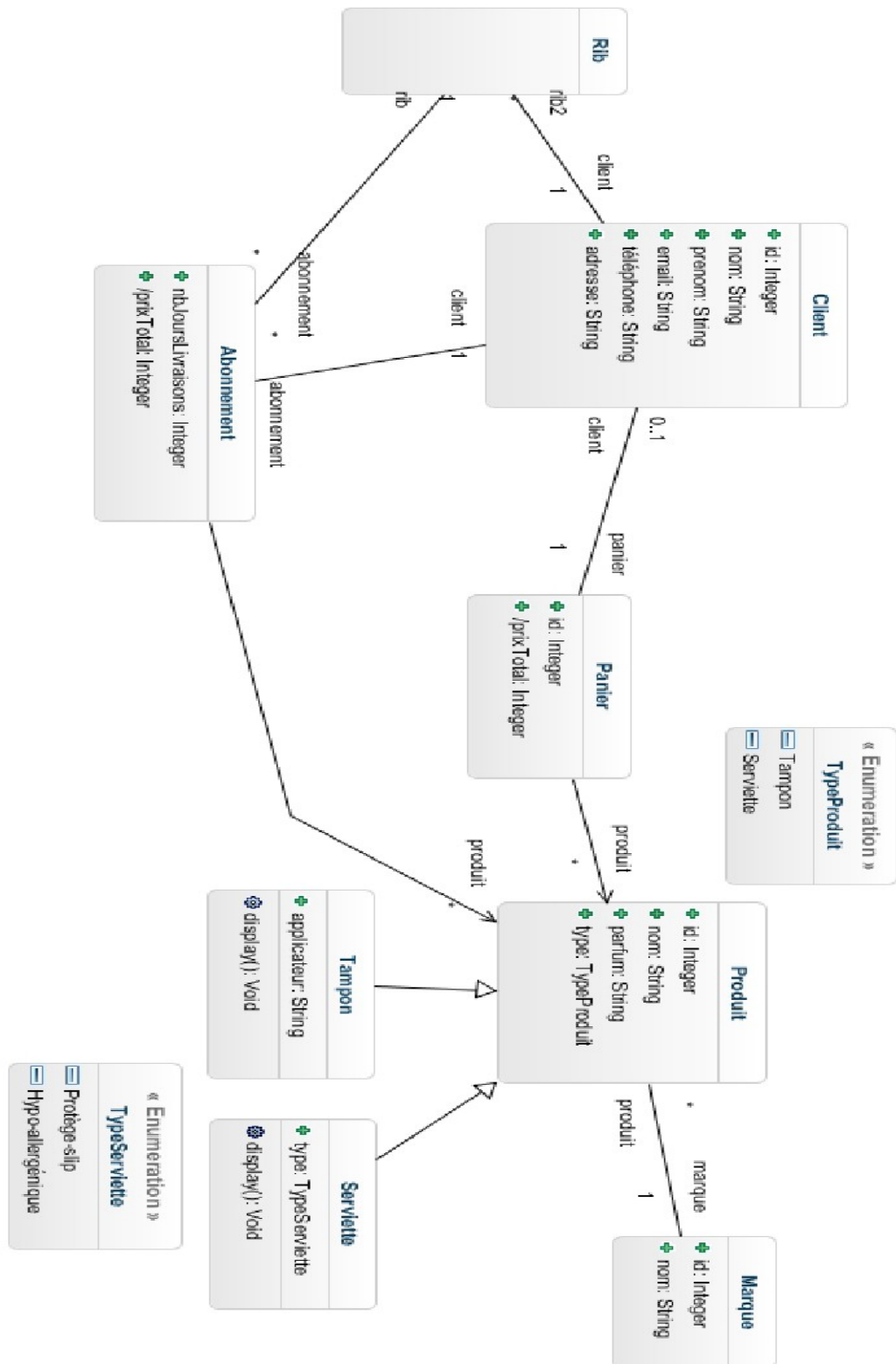
Précondition : le produit doit être présent dans le catalogue

Post-condition : le produit a été supprimé. Les utilisateurs ayant ce produit dans leur abonnement sont avertis via un email

Pour nous permettre de réaliser notre site, nous avons dû mettre des priorités sur nos différentes fonctionnalités. Dans un premier temps nous allons mettre en place la liste des produits qu'un utilisateur ou un membre pourront ajouter à leur panier ce qui correspond aux fonctionnalités 1, 2, 4, 5, 6. Dans un second temps nous mettrons en place les fonctionnalités permettant à l'administrateur de gérer notre base de données ce qui correspond aux fonctionnalités : 10, 11, 12. Dans un troisième temps, nous allons mettre en place la possibilité de trier les produits pour un utilisateur et de payer ce qui correspond aux fonctionnalités 3, 7, 8. Pour terminer nous mettrons en place le système d'abonnement ce qui correspond à la fonctionnalité 9. Nous avons également plusieurs idées d'extensions comme la possibilité de l'administrateur à consulter un ensemble de statistiques concernant le site et ses clients et également une FAQ pour aider nos utilisateurs en répondant à leurs différentes questions et également de créer un blog « girly » pour permettre de faire des articles plus ou moins en rapport avec notre site mais pour aider les clientes à choisir les produits les plus adaptés à leur besoin.

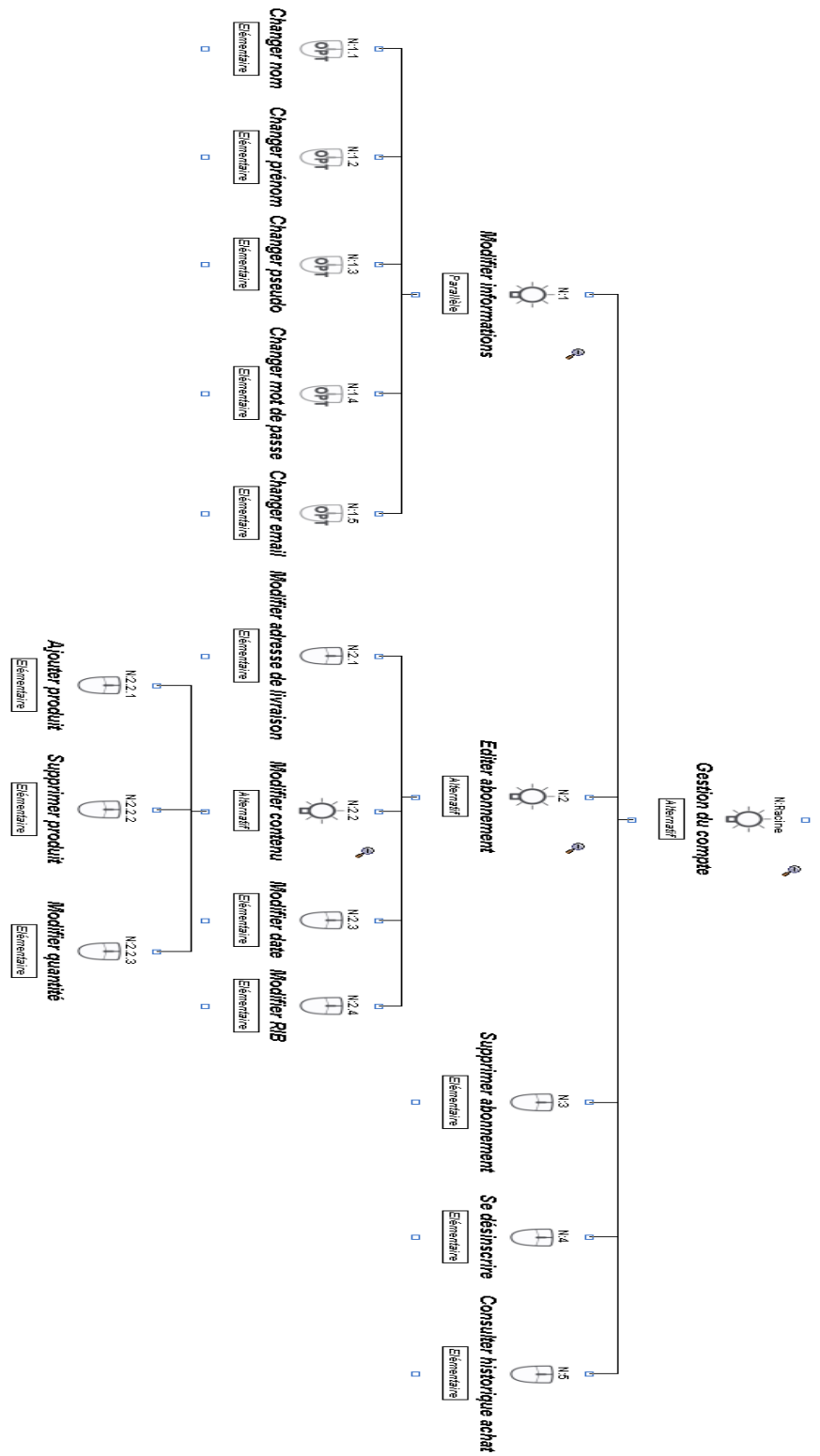
8 MODÉLISATION DES CONCEPTS DU DOMAINE (UML)

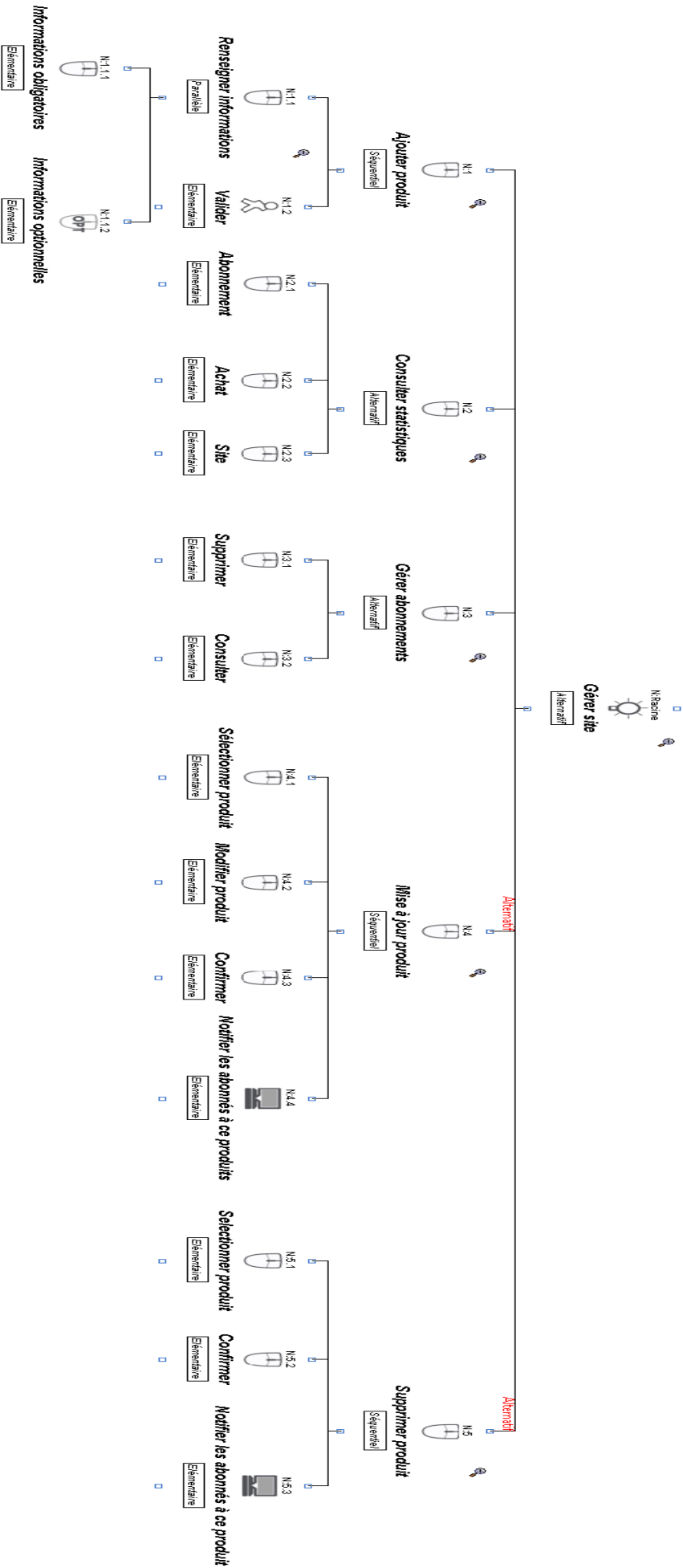
Corentin Il faut enlever les id et enlever le rib



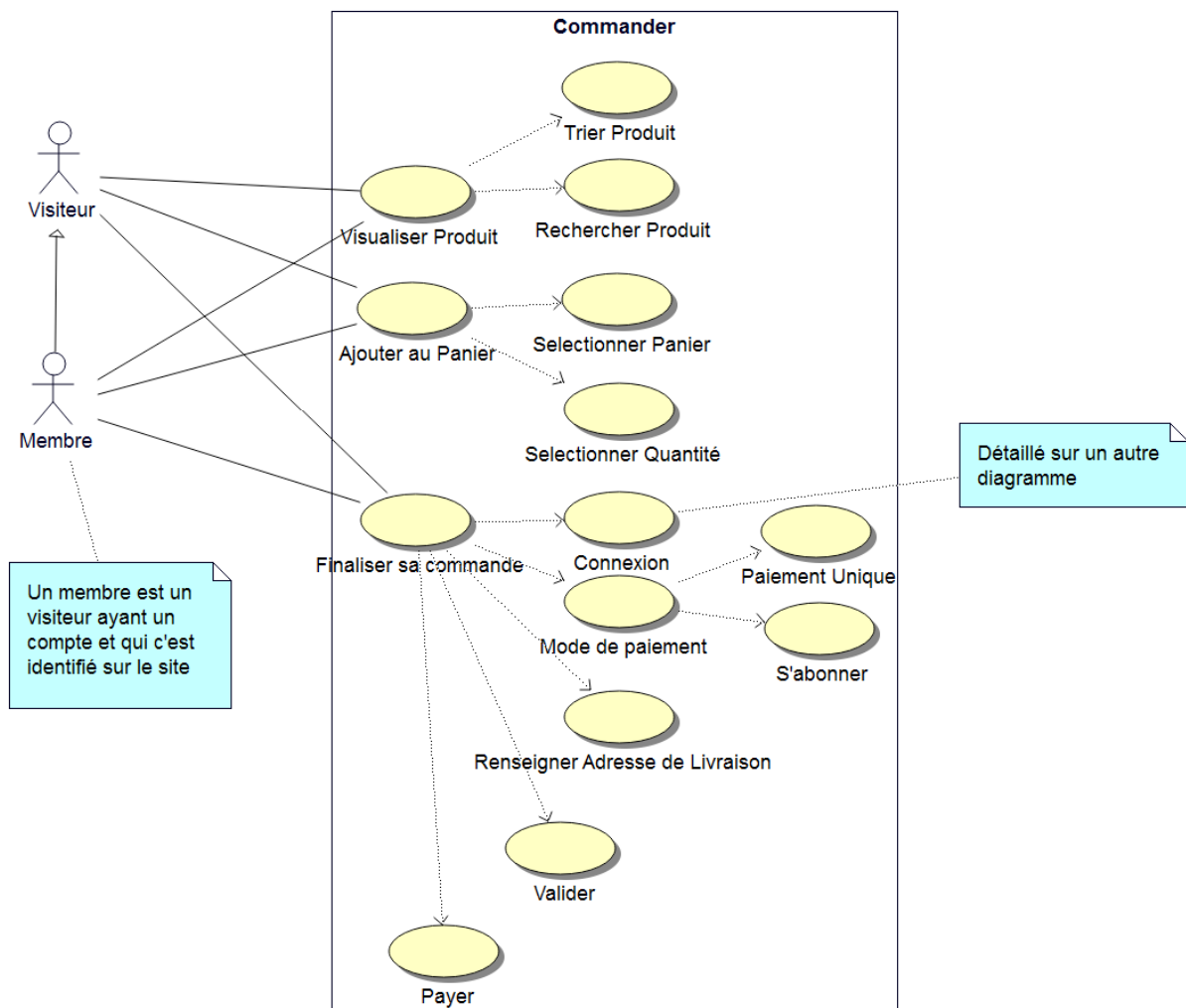
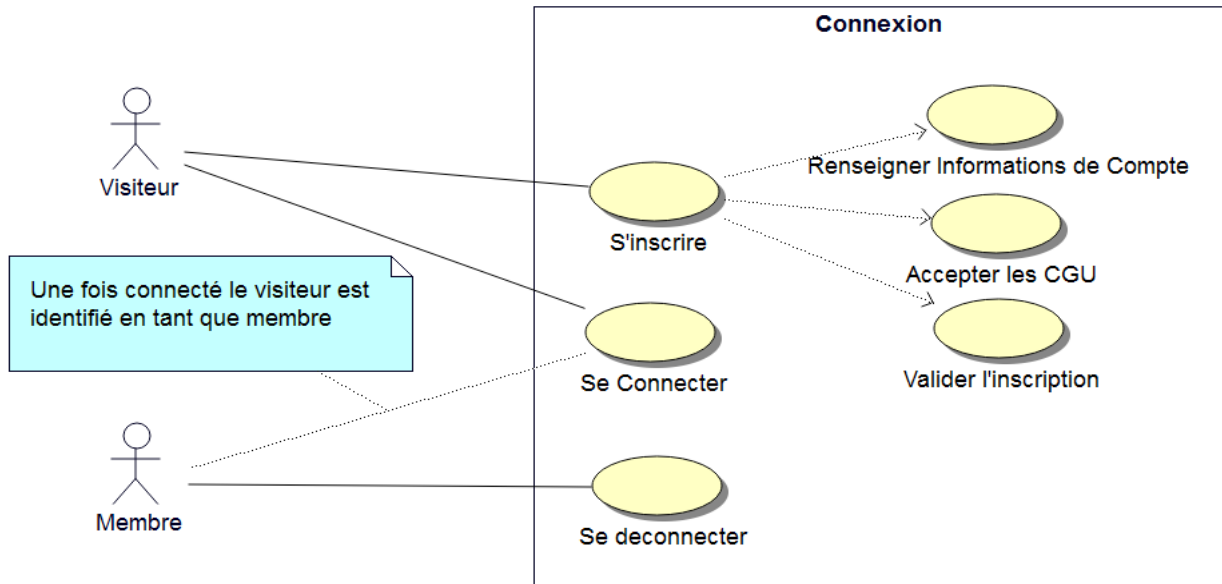
9 MODÈLES DE TÂCHES

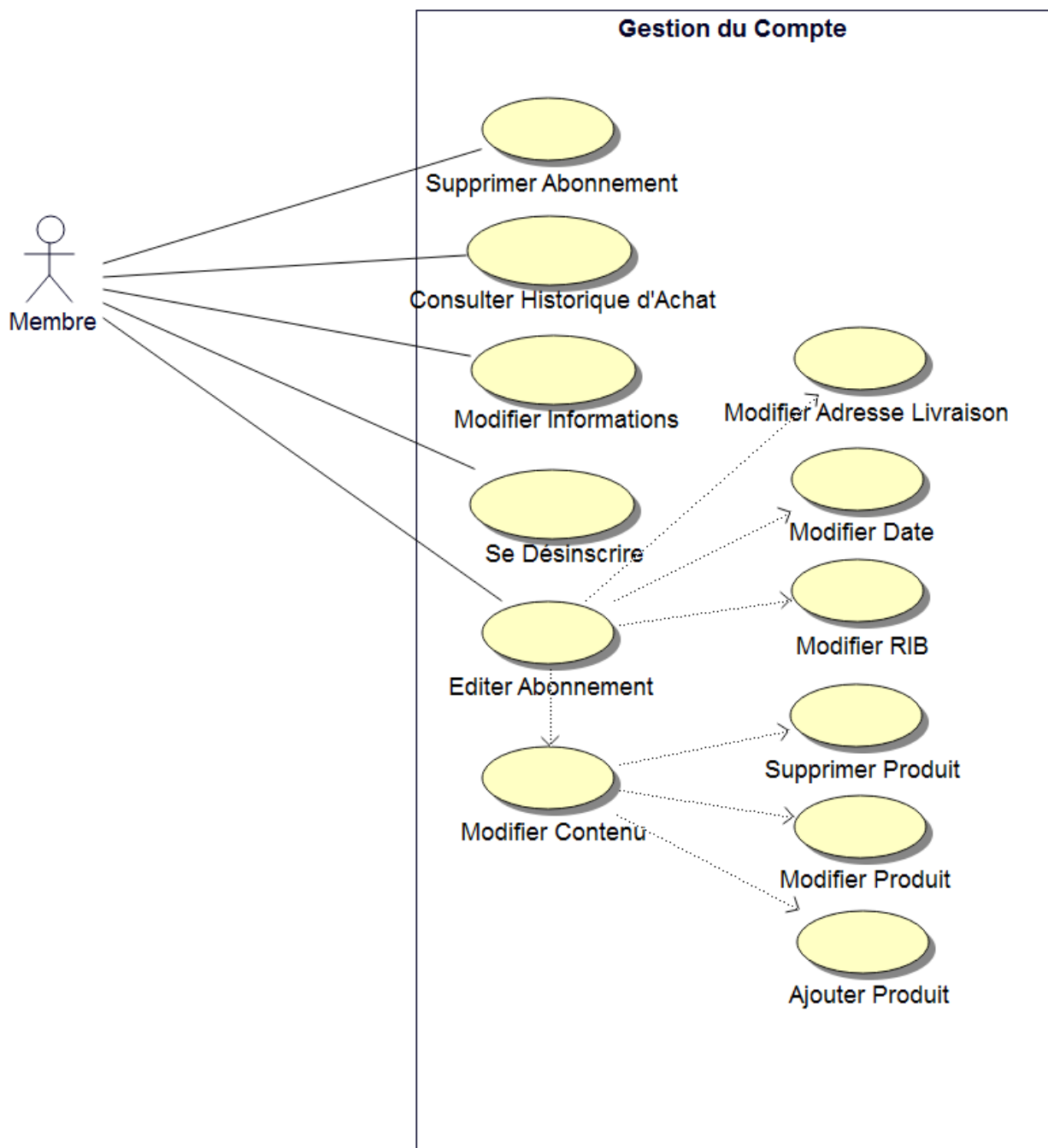
Les trois modèles de tâches suivants sont également présents dans l'archive. Vous pourrez y trouver tous les détails des tâches avec leur précondition et les post condition. Toutes nos tâches sont ainsi illustrer dans trois modèles de tâches.(Coretin je crois que c'est toi qui avait fait ça^^ il faut donc permettre à un utilisateur de pouvoir créer un abonnement sans qu'il soit membre pour faire comme le caddie)

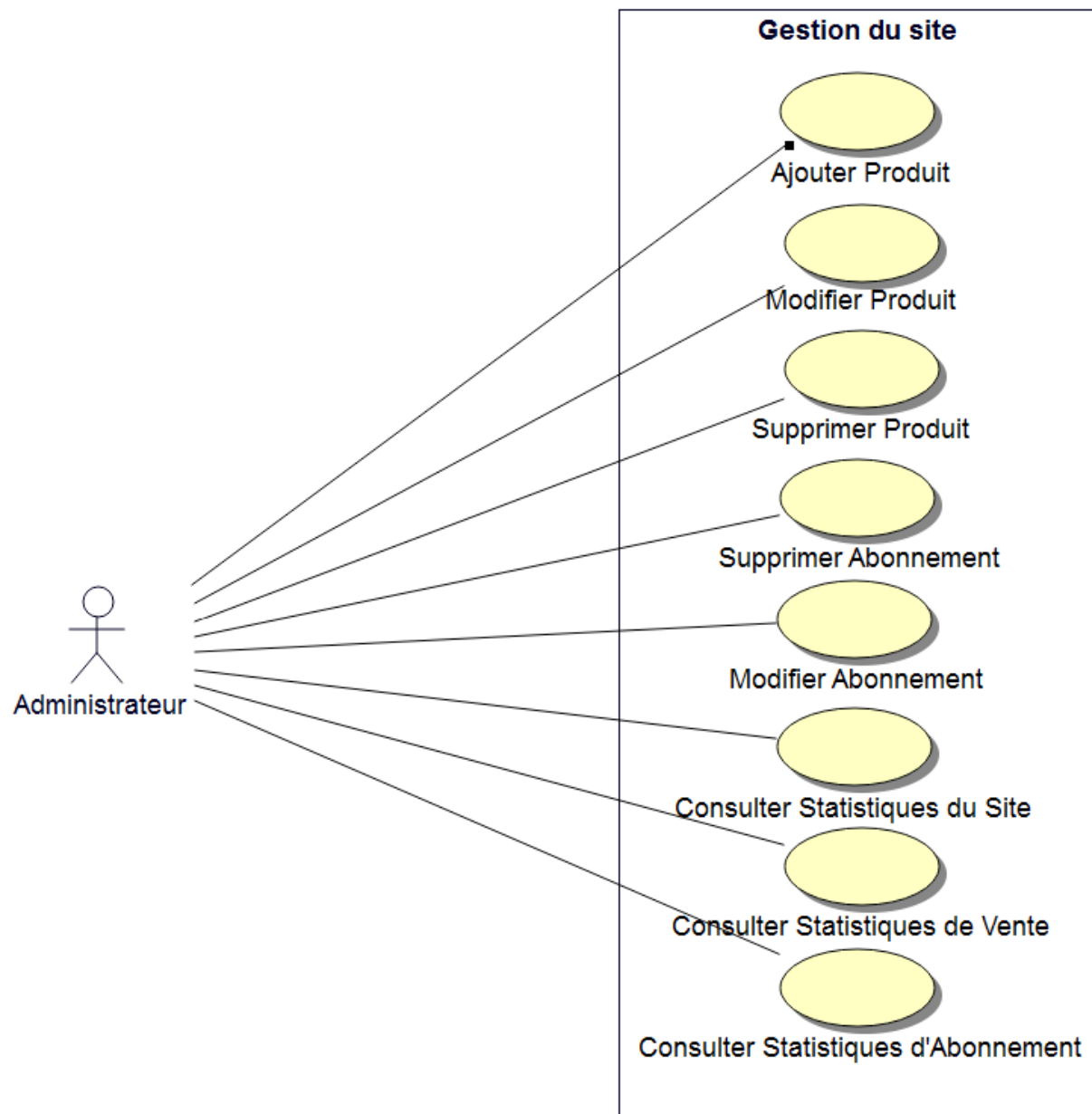




10 DÉFINITION DES SCÉNARIOS/USE CASE UML







11 ANNEXE

11.1 Questionnaire

Questionnaire sur les produits hygiéniques menstruels

Nous sommes une équipe de 5 étudiants en Master 2 Professionnel d'informatique (Génie logiciel) à Grenoble. Nous avons comme projet de réaliser un site d'E-Commerce (site de vente en ligne). Nous souhaitons vendre des tampons et des serviettes hygiéniques et nous avons besoin de votre aide! Nous vous remercions d'avance de répondre à ce cours questionnaire :)

Achetez-vous des produits sur internet ?

- ☐ Oui
- ☐ Non
- ☐ Ne se prononce pas

Quel âge avez-vous?

Quels produits parmi les suivants utilisez-vous pendant vos règles ?

- ☐ Tampons
- ☐ Serviettes
- ☐ Les deux
- ☐ Autre :

Avez-vous un cycle menstruel fixe à plus ou moins 4 jours?

ex : tous les 28 jours à plus ou moins 4 jours

- ☐ Oui
- ☐ Non
- ☐ Ne se prononce pas

Combien dépensez-vous par mois pour vos serviettes/tampons?

- ☐ Moins de 3€
- ☐ Entre 3€ et 5€
- ☐ Entre 5€ et 7€
- ☐ Plus de 7€

Seriez-vous intéressée par une livraison à domicile de vos serviettes/tampons tous les mois?

- ☐ Oui
- ☐ Non
- ☐ Peut-être

A quel prix seriez-vous prête à acheter vos produits en ligne ?

- ☐ Moins cher qu'en magasins
- ☐ Aussi cher qu'en magasin
- ☐ Plus cher de moins d'1€ qu'en magasin
- ☐ Plus cher de plus d'1€ qu'en magasin
- ☐ Pas intéressé

Utilisez-vous toujours la même marque?

- ☐ Toujours
- ☐ Si possible
- ☐ Peu importe la marque

Seriez-vous ou auriez-vous été intéressée par un pack "découverte" pour les premières règles ?

explication des différents produits, manuel d'utilisation ...

- ☐ Oui
- ☐ Non
- ☐ Ne se prononce pas

Achetez-vous vos tampons/serviettes à l'avance ?

- ☐ Oui
- ☐ Non
- ☐ Ne se prononce pas

Seriez-vous intéressée par la possibilité de créer vous même vos paquets ?

Mettre les articles désirés à l'intérieur ...

- ☐ Oui
- ☐ Non
- ☐ Ne se prononce pas

Aimeriez-vous être guidée dans le choix de vos tampons/serviettes ?

- ☐ Oui
- ☐ Non
- ☐ Ne se prononce pas

En quoi trouvez-vous ce projet intéressant ?

- ☐ Recevoir tous les mois ses tampons/serviettes
- ☐ Aide pour choisir ses produits
- ☐ Commander à distance
- ☐ Avoir des paquets adaptés à ses besoin
- ☐ Autre :

Aimeriez-vous également recevoir des produits anti-douleurs avec votre commande ?

- ☐ Oui
- ☐ Non
- ☐ Ne se prononce pas

N'envoyez jamais de mots de passe via l'outil Formulaires Google.

Ce contenu n'est ni rédigé, ni cautionné par Google.

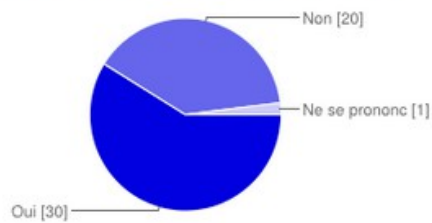
Fourni par

 Google Drive

[Signaler un cas d'utilisation abusive](#) - [Conditions d'utilisation](#) - [Clauses additionnelles](#)

11.2 Résultats

Achetez-vous des produits sur internet ?

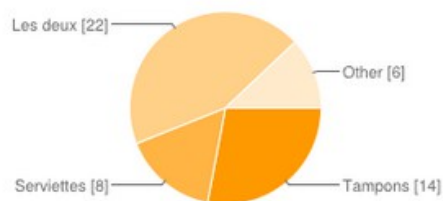


Oui	30	59%
Non	20	39%
Ne se prononce pas	1	2%

Quel âge avez-vous?

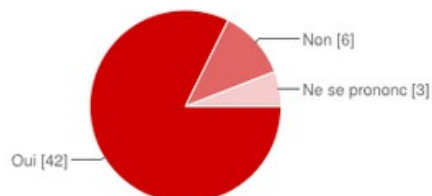
31 ans 33 20 ans 42 22 23 24 18 ans 26 29 32 22 et 17 19 18 21 20 27 ans 49 44 47 53 50

Quels produits parmi les suivants utilisez-vous pendant vos règles ?



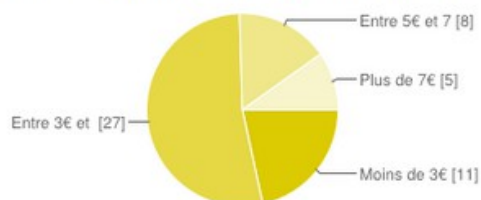
Tampons	14	28%
Serviettes	8	16%
Les deux	22	44%
Other	6	12%

Avez-vous un cycle menstruel fixe à plus ou moins 4 jours?



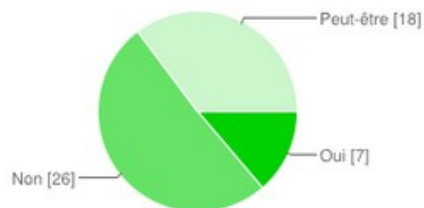
Oui	42	82%
Non	6	12%
Ne se prononce pas	3	6%

Combien dépensez-vous par mois pour vos serviettes/tampons?



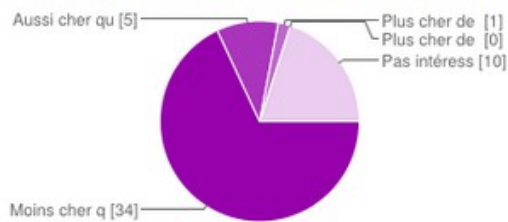
Moins de 3€	11	22%
Entre 3€ et 5€	27	53%
Entre 5€ et 7€	8	16%
Plus de 7€	5	10%

Seriez-vous intéressée par une livraison à domicile de vos serviettes/tampons tous les mois ?



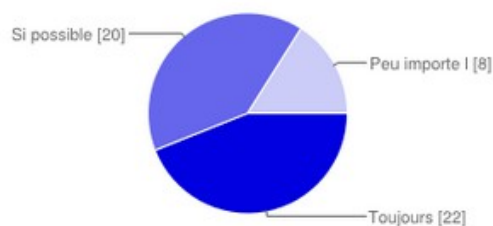
Oui	7	14%
Non	26	51%
Peut-être	18	35%

A quel prix seriez-vous prête à acheter vos produits en ligne ?



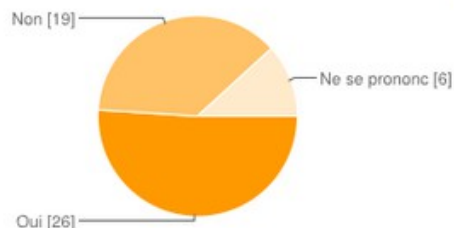
Moins cher qu'en magasins	34	68%
Aussi cher qu'en magasin	5	10%
Plus cher de moins d'1€ qu'en magasin	1	2%
Plus cher de plus d'1€ qu'en magasin	0	0%
Pas intéressé	10	20%

Utilisez-vous toujours la même marque ?



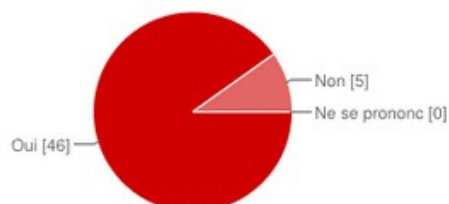
Toujours	22	44%
Si possible	20	40%
Peu importe la marque	8	16%

Seriez-vous ou auriez-vous été intéressée par un pack "découverte" pour les premières règles ?



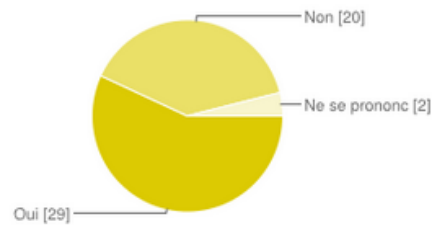
Oui	26	51%
Non	19	37%
Ne se prononce pas	6	12%

Achetez-vous vos tampons/serviettes à l'avance ?



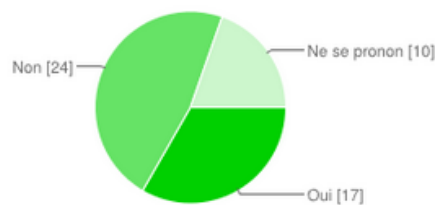
Oui	46	90%
Non	5	10%
Ne se prononce pas	0	0%

Seriez-vous intéressée par la possibilité de créer vous même vos paquets ?



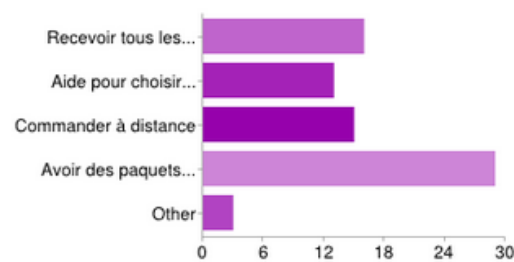
Oui	29	57%
Non	20	39%
Ne se prononce pas	2	4%

Aimeriez-vous être guidée dans le choix de vos tampons/serviettes ?



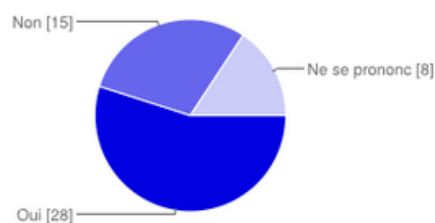
Oui	17	33%
Non	24	47%
Ne se prononce pas	10	20%

En quoi trouvez-vous ce projet intéressant ?



Recevoir tous les mois ses tampons/serviettes	16	21%
Aide pour choisir ses produits	13	17%
Commander à distance	15	20%
Avoir des paquets adaptés à ses besoin	29	38%
Other	3	4%

Aimeriez-vous également recevoir des produits anti-douleurs avec votre commande ?



Oui	28	55%
Non	15	29%
Ne se prononce pas	8	16%