

# **- Cahier des Charges - Replatforming Marketplace**

## Table des matières

1.	Stratégie de consultation .....	2
2.	Vos contacts .....	3
3.	Dispositions générales .....	3
4.	Comment répondre au dossier de consultation .....	4
5.	Les étapes de la consultation / qualification du prestataire .....	5
6.	Liste des documents du cahier des charges .....	6
7.	Présentation générale .....	7
7.1.	Introduction .....	7
7.2.	Qui sont nos clients (fournisseurs et visiteurs) ? .....	8
7.3.	Les valeurs et engagements de l'entreprise .....	10
7.4.	La concurrence .....	11
8.	Présentation du projet .....	11
8.1.	Les objectifs et les enjeux du projet .....	12
8.2.	Ecosystème applicatif actuel .....	16

	<b>Request for Proposal Replatforming MKTP</b>	Date : Page 2 sur 28 Rev : 1
--	--	--

8.3.	Périmètre général du projet (fonctionnel) .....	17
9.	Le Contenu de la proposition attendue .....	21
10.	Conduite de projet et les engagements .....	22
11.	Synthèse du Chiffrage des prestations .....	22

1

## 1. Stratégie de consultation

L'entreprise, leader dans l'organisation de salons et d'événements liés à l'industrie de la mode et des textiles, souhaite reconstruire sa solution de Marketplace et recherche un partenaire unique pour mener à bien ce projet.

En optant pour un partenaire unique, l'entreprise vise à rationaliser le processus de développement, à assurer une coordination plus fluide et à bénéficier d'une approche intégrée pour la reconstruction de sa Marketplace.

Le partenaire unique devra être en mesure de comprendre les objectifs et les exigences spécifiques de l'entreprise, ainsi que sa vision à long terme, ce qui facilitera la prise de décision et l'alignement stratégique.

Dans l'hypothèse où l'offre propre ne couvre pas la totalité du besoin, les prestataires consultés pourront faire appel à des sous-traitants non consultés mais en assureront le pilotage et la responsabilité.

**Cette solution devra être mise en place par un intégrateur unique à qui sera demandé des engagements de résultat au niveau de la solution fonctionnelle et de la solution technique.**

	<b>Request for Proposal</b>	Date :
	<b>Replatforming MKTP</b>	Page 3 sur 28
		Rev : 1

### *Clauses précontractuelles*

Le présent dossier de consultation des fournisseurs a pour but de définir, de la façon la plus précise possible, les objectifs que doit atteindre le replatforming de la Marketplace l'entreprise.

Ce document constitue la base nécessaire à la consultation du marché des agences web, des éditeurs et des ESN, et devient, en cas d'accord des parties, un support nécessaire à la réalisation des futurs contrats, prévalant sur les conditions générales de vente.

Cependant, il est à noter que :

- l'entreprise n'entend contracter aucun engagement par le seul fait de la présente consultation.
- Le dossier de consultation est envoyé à **titre confidentiel** et ne doit être remis à aucune autre personne sans l'autorisation de l'entreprise (Monsieur XXX)
- La description des besoins n'est pas figée au présent document. Les spécifications décrites seront aménagées au travers d'ateliers de conception et en fonction de l'expérience du prestataire dans le domaine traité par le présent dossier de consultation.

2

## 2. Vos contacts

XXX	XXX
-----	-----

Les propositions devront se conformer aux dispositions générales suivantes :

Le choix de la solution n'est pas déterminé à l'avance. Il est conditionné, tant en choix technologiques, en solutions et en configuration, par la proposition logicielle du prestataire de service. En conséquence, le prestataire préconise la solution dans sa

	<b>Replatforming MKTP</b>	Page 4 sur 28 Rev : 1

globalité et s'engage sur les capacités de cette dernière à traiter au mieux le besoin et les attentes de l'entreprise.

Cela implique des garanties de performance, des délais de livraison, des niveaux de support, des dispositions contractuelles pour les corrections de bugs ou les mises à jour, ainsi que toute autre condition spécifique convenue entre les deux parties.

Dans le cadre de ce dossier de consultation, le soumissionnaire proposant la solution informatique s'engage non seulement sur le plan logiciel, mais également sur le plan matériel. Cette responsabilité implique une obligation de résultat en plus d'une obligation de moyen.

Si la solution ne parvient pas à atteindre les résultats convenus, le soumissionnaire est tenu de prendre les mesures nécessaires pour remédier à la situation et garantir la conformité avec les exigences du dossier de consultation.

Cette obligation de résultat pourra par exemple faire l'objet d'un **plan d'assurance** quant à 1/**la qualité de l'accompagnement** et à 2/**la fiabilité de la solution** proposée. L'enjeu étant de couvrir un double objectif qui est de couvrir au maximum les risques liés à la non-performance de la solution dans sa globalité ainsi que de garantir la meilleure gouvernance projet. Si la solution n'est pas conforme aux engagements contractuels (engagement qualité/coûts/délai), le soumissionnaire peut être tenu responsable et des mesures appropriées peuvent être prises, telles que des pénalités contractuelles ou des actions correctives.

l'entreprise **entend nouer un partenariat fort avec son fournisseur, et cette approche a vocation à renforcer la confiance et la responsabilité du soumissionnaire dans la réalisation et le succès du projet** l'entreprise **Marketplace.**

l'entreprise effectuera le choix final en fonction de l'architecture logicielle et des caractéristiques techniques et commerciales proposées, cependant l'aspect qualité de l'accompagnement et force de l'engagement seront également des critères importants.

**3**

#### Périmètre projet :

Le présent appel à projet vise à couvrir tous les aspects d'accompagnement, conception, réalisation, déploiement et maintenance :

##### 1. Conception & Ateliers :

- Réalisation d'ateliers collaboratifs pour aligner exigences, attentes et contraintes.
- Conception de l'architecture logicielle et de l'expérience utilisateur (UX)
- Proposition de(s) 1<sup>ère(s)</sup> maquette(s) et validation des spécifications

	<b>Request for Proposal Replatforming MKTP</b>	Date : Page 5 sur 28 Rev : 1
--	--	--

## 2. Développement & Tests Unitaires :

- Paramétrage et/ou développement de la solution en fonction des spécifications.
- Réalisation de tests unitaires & VABF (accompagnement à la recette)

## 3. Reprise de données :

- Reprise des données depuis la solution actuelle dite « Marketplace V1 » composée d'un backoffice « Mirakl » et d'une frontoffice Magento 1.9.
- Intégration de ces données dans la solution retenue

## 4. Déploiement & Hébergement :

- Configuration de l'infrastructure nécessaire pour déployer la solution choisie
- Gestion du déploiement de la solution sur les serveurs préconisés
- Tuning & performances et mise en place de mesures de sécurité.

## 5. Formation :

- Élaboration d'un programme de formation adapté aux utilisateurs de la solution : exposants / opérateur / visiteurs

## 6. Support & Maintenance (TMA) :

- Mise en place d'un support réactif pour résoudre les problèmes et les incidents post garantie.
- Gestion des demandes d'évolution et des correctifs.



Les soumissionnaires sont invités à :

### **Avant toute chose :**

- Signer et compléter dûment la dernière page du dossier de consultation et la renvoyer.
- Signer et compléter dûment l'Accord de confidentialité

### **Ensuite :**

- Lire attentivement le présent dossier et présenter la liste des déviations par rapport au présent Cahier des Charges et à ses annexes. (Voir Annexe F – Déviations)

**4**

- Poser toutes les questions qu'ils jugeront utiles (voir Annexe G Question / Réponses), sur les sujets qui leur sembleraient insuffisamment développés ou obscurs, **avant la remise de l'offre définitive.**
- Répondre au présent dossier de consultation en complétant le reste des annexes

**Page sur 23**

	<b>Request for Proposal Replatforming MKTP</b>	Date : Page 6 sur 28 Rev : 1
--	--	--

- Les soumissionnaires devront indiquer clairement et sans équivoque dans leur proposition quels sont les travaux ou prestations **qu'ils ne sont pas** en mesure de réaliser. Tous les travaux ou prestations demandés qui ne seront pas mentionnés à cet égard seront réputés comme inclus dans le budget.
- Joindre les trois derniers bilans de la société.
- Joindre à la proposition les modèles de contrats (hébergement, support & maintenance).
- Joindre à la proposition un certificat d'assurance.

Tout document joint au dossier de consultation lors de la proposition devra être commenté et explicité. Il n'appartient pas à l'entreprise de deviner ou de déduire les fonctions réalisables de celles ne l'étant pas ;

Il appartient au soumissionnaire de présenter et décrire le plus explicitement possible la solution qu'il propose.

Dans ce but, il joindra à sa réponse un dossier descriptif et explicatif de son offre en prenant soin de couvrir les points suivants selon :

- **Composantes techniques (architecture préconisée, assistance à son déploiement, engagements).**
- **Composantes fourniture de licences (inventaire de l'ensemble des licences requises, niveau de cohérence et de compatibilité)**
- **Composantes de mise en œuvre (référence à la méthode présentée et valorisation)**
- **Composantes plannings (jalons et macro-planning)**
- **Composantes maintenances (garanties, contrats de maintenance, dates d'application, modalités d'application, ...)**
- **Composantes engagements (responsabilité sur la cohérence de la solution, interlocuteur unique, engagements de moyens et de résultats, PAQ, pénalités)**
- **Composantes juridiques (modèles de contrats standards proposés)**

Envoi du présent dossier par l'entreprise	11 septembre 2023
Date limite de remise des réponses	20 octobre 2023
Analyse des réponses	23 → 27 octobre 2023
Soutenances des candidats	30 octobre 2023 → 17 novembre 2023
Sélection du prestataire	04 décembre 2023

	<b>Request for Proposal Replatforming MKTP</b>	Date : Page 7 sur 28 Rev : 1
--	--	--

Contractualisation/Signature/Démarrage projet

15 décembre 2023

5

## 6. Liste des documents du cahier des charges

6

## 7. Présentation générale

### 7.1. Introduction

l'entreprise a inventé une plateforme d'échanges inédite pour l'industrie de la mode créative : elle rassemble pour la première fois sur un salon des industriels d'une même filière désireux de collaborer pour faire connaître leurs savoir-faire et développer leurs opportunités commerciales, tout en initiant les premiers développements concertés de tendances saisonnières en termes de couleurs et de matières pour la mode.

Au cours des années, l'entreprise a su diversifier ses activités, à travers notamment l'intégration régulière de nouveaux salons en France et à l'étranger, tout en élargissant ses domaines de compétences et son expertise des métiers de la filière mode.

Pour tous ses salons, on retrouve une même approche basée sur l'innovation et une recherche de qualité de services constante, afin de proposer une offre sélective et créative à haute valeur ajoutée.

#### Les salons :

- Salon 1)
  - Le salon phare de l'entreprise

Page sur 23

Direction Digitale & Système d'information

	<b>Request for Proposal Replatforming MKTP</b>	Date : Page 8 sur 28 Rev : 1
--	--	--

- ☐ Se tient 2 fois par an :
- ☐ Rassemble + de 1300 exposants et près de 25.000 visiteurs
- Salon 2
  - ☐ Se tient 2 fois par an
- Salon 3
  - ☐ 2 fois par an
- Salon 4
- Salon 5
- Salon 6

7

**L'activité de l'entreprise est organisée autour de 2 principaux sites :**

- Le siège avec les équipes SI / Gestion / RH / Commerce / Marketing
- Les bureaux avec les équipes Mode, Production et Commercial.

## **7.2. Qui sont nos clients (fournisseurs et visiteurs) ?**

**=> Les fournisseurs (vendeurs, exposants)**

Les exposants de nos salons qui sont également les fournisseurs présents sur la Marketplace se répartissent en 6 grandes expertises (fils/fibres, tissus, cuir, dessin, accessoires et composants, confection à façon) autour des 4 marchés que sont l'habillement, la maroquinerie, les chaussures et le bijou fantaisie. On retrouve également des fournisseurs plus axés services autour de solutions par exemple comme la Fashion Tech.

Parmi les fournisseurs, la France, l'Italie et plus largement l'Europe, la Turquie et l'Asie sont fortement représentés.

L'entreprise est très impliquée dans les sujets d'éco-responsabilité. Depuis plusieurs années, le programme Smart Creation permet d'identifier les fournisseurs proposant des matières éco-responsables et innovantes (ex : à base de déchets alimentaires...) ou des services en lien avec le sujet de l'écoresponsabilité (traçabilité des matières, numérisation et virtualisation des matières, plateforme de valorisation des stocks dormants...).

Depuis juillet 2023, l'entreprise a lancé son nouveau programme visant à identifier les fournisseurs favorisant un sourcing engagé et respectueux de l'environnement et des hommes. Ce programme se base sur 5 critères que les visiteurs peuvent retrouver sur la Marketplace :





**INITIATIVES  
SOCIALES**

Meilleure **approche sociale**  
à travers les pratiques de l'entreprise et dans la chaîne d'approvisionnement



**IMPACT SITES DE  
PRODUCTION**

Meilleurs **impacts environnementaux de la production** de l'entreprise (production intégrée ou sous-traitée).



**TRAÇABILITÉ**

Meilleure **traçabilité des produits.**



**COMPOSITION  
PRODUITS /  
PROCÉDÉS**

Meilleure **composition et matériaux utilisés** : biologique, responsable, certifié, recyclé ou des procédés ayant une incidence moindre sur l'environnement.



**DURABILITÉ ET FIN  
DE VIE DU PRODUIT  
FINI**

Prise en compte de la fin de vie dans la conception du produit, en particulier : **durabilité, réparabilité, capacité de recyclage.**

## = Les

### agents

Un autre cible de l'entreprise est les agents. Certains fournisseurs/exposants font appel à des agents pour leur présence et force commerciale à l'international. Ce sont des contacts pays par pays et font connaître un ou plusieurs fournisseurs et leurs produits auprès des marques et visiteurs.

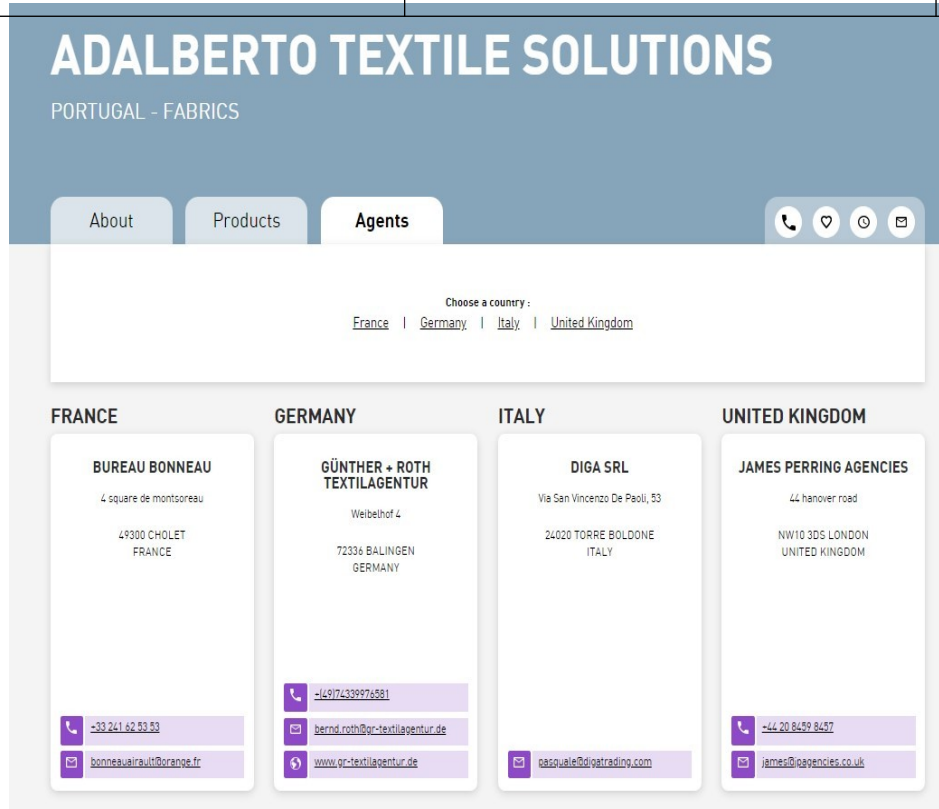
Actuellement sur la Marketplace, les agents sont mis en avant dans la boutique du fournisseur, dans un onglet

à part. Un fournisseur peut avoir plusieurs agents, et un agent peut représenter un portefeuille de plusieurs fournisseurs.

	<b>Request for Proposal Replatforming MKTP</b>	Date : Page 10 sur 28 Rev : 1
--	--	--

9





## == Les acheteurs > visiteurs

Les visiteurs des salons et de la Marketplace sont des designers, stylistes, responsables collections, responsables achat... de maisons de haute couture, de chaussures... allant de la grande prêt-à-porter (H&M) aux marques haute couture/ luxe (Dior, sur mesure). L'entreprise est composée de 30% de français et 70% d'internationaux avec des visiteurs concentrés sur le bassin Méditerranéen, l'Asie et l'Europe, notamment la Chine, le Japon et la Corée.

## 7. Les valeurs et engagements de

L'entreprise s'est imposée sur le plan mondial comme la référence en termes d'inspiration, de créativité, de business, de perspectives et de détection des tendances qui déferlent quelques mois plus tard sur les marchés, ainsi que le décryptage des principaux enjeux qui font évoluer l'ensemble de la filière. Véritable accélérateur de business pour la filière mode mondiale, l'entreprise a pour vocation de :

	<b>Request for Proposal Replatforming MKTP</b>	Date : août 23 Page 12 sur 28 Rev : 1
--	--	---

- Saisir la création à sa source, la décrypter, synthétiser les tendances, appuyé par des experts, pour proposer des informations mode inspirantes lors de ses événements et tout au long de l'année,

**10**

- Sentir le pouls du business mondial et le partager avec les professionnels de la filière grâce à une offre sélective et des services différenciants et à forte valeur ajoutée,
- Connecter les acteurs du marché, de manière physique et digitale, sur ses salons et online grâce à la première marketplace du secteur lancée en septembre 2018.
- Nourrir la réflexion des professionnels sur les enjeux de leur industrie en prenant de la hauteur et en apportant des réponses concrètes pour le futur de la mode créative : écoresponsabilité et fashion tech au sein du programme Smart Creation ou plus récemment le programme "xxx" , formation, conjoncture (), accompagnement de la jeune création (Festival de Hyères)...

## 8. Présentation du projet

**11**

### 8.1. Les objectifs et les enjeux du projet

#### Le Contexte :

La Marketplace existe depuis 2018. Elle a servi de socle fonctionnel et connu de nombreuses évolutions et une accélération digitale au moment et post COVID. Durant la période COVID, l'entreprise a dû opérer une transformation digitale majeure pour rester présent et assurer une continuité de ses salons qui ne pouvaient plus exister en version physique. Cette transformation a donné lieu, entre autres, à un renforcement de l'usage de la **Marketplace** pour la mise en relation exposant/visiteurs, la mise en avant des produits exposant, et la vente en ligne de ces produits.

La Marketplace de l'entreprise offre une vitrine numérique où les fabricants, les fournisseurs, les designers et les acheteurs peuvent se connecter et interagir. Elle permet aux exposants de présenter leurs produits, tels que les tissus, les cuirs, les accessoires, et aux acheteurs de découvrir et d'acheter les produits qui correspondent à leurs besoins.

	<b>Request for Proposal Replatforming MKTP</b>	Date : août 23 Page 13 sur 28 Rev : 1
--	--	---

La Marketplace propose des fonctionnalités telles que la recherche avancée, les filtres de produits, les catalogues en ligne, les outils de communication, et facilite les transactions commerciales sécurisées. Elle vise à offrir une expérience d'achat pratique et efficace, en connectant les acteurs de l'industrie et en favorisant les opportunités commerciales.

La **Marketplace** V1 a été réalisée sur un socle Magento 1.x (front) / Mirakl (back). Obsolète aujourd'hui tant du point vu technologique que fonctionnel et métier, l'entreprise souhaite repositionner son offre et réorienter sa stratégie sur 4 axes forts :

- DISCOVERY
- CONNECT
- COMMUNICATION MARKETING
- DATA

Ainsi, le présent projet « MKTP V2 » s'inscrit dans un contexte POST COVID de forte reprise de l'activité « salons » de l'entreprise, mais également dans un contexte marché axé sur l'éco responsabilité de la filière mode. Une attention toute particulière sera adressée sur les fonctionnalités liées à ce volet durabilité et responsabilité sociétale et environnementale (Data).

12

### **Les enjeux stratégiques :**

L'entreprise ambitionne de s'appuyer sur le canal complémentaire du e-commerce dans un secteur d'activité encore traditionnel de **l'industrie textile** en vue de proposer de nouveaux services et de nouvelles **expériences de sourcing**.

A l'image de l'entreprise, la plateforme digitale devra être le reflet d'une marque **luxe / haut de gamme** et retransposer **l'univers premium** des salons de la mode (design épuré, expérience utilisateur simplifiée)

Dans cet univers, où d'ordinaire on aimait toucher les matières, les observer, les ressentir, de nombreuses marques envisagent désormais de digitaliser tout ou partie de leur flux : mêlant éco-conception ou conception 3D, showroom digital, réalité virtuelle ou augmentée ... etc Et c'est dans ce contexte que la marketplace se doit de se démarquer en offrant une expérience unique et immersive pour les acteurs de l'industrie de la mode.

	<b>Request for Proposal Replatforming MKTP</b>	Date : août 23 Page 14 sur 28 Rev : 1
--	--	---

De plus, l'entreprise se positionne comme un **facilitateur de rencontres** entre les différents acteurs de l'industrie textile. La plateforme mettra en place des outils de mise en relation (**networking**), permettant aux marques et aux exposants de dialoguer en temps réel, de partager des informations sur les produits et de conclure des **premiers** accords commerciaux.

Enfin, pour garantir une expérience utilisateur axée sur le premium, l'interface de la plateforme digitale sera conçue avec un design épuré et intuitif, offrant une navigation fluide et agréable. Des fonctionnalités avancées, telles que des recommandations personnalisées basées sur les préférences des utilisateurs, pourraient également être mises en place pour faciliter les recherches et les découvertes thématiques mise en place par la direction marketing l'entreprise.

### **Les enjeux opérationnels :**

Faciliter l'expérience vendeur / exposant : ce dernier doit pouvoir se connecter sur un seul back office lui permettant d'apporter ses modifications (sur la vitrine de sa boutique et son catalogue de produits, ses contacts, etc.) et de visualiser en direct sa boutique.

La nouvelle plateforme doit être design, épurée et facilement d'utilisation pour les visiteurs. Ils doivent pouvoir se baser sur un moteur de recherche efficace et pertinent qui répond aux problématiques des différents univers via l'utilisation de filtres cohérents tout au long de l'année.

Enfin la gestion du compte doit être propre à la nouvelle plateforme (favoris, prise de rendez-vous..) mais une synchronisation des données est attendue avec les applications de l'écosystème l'entreprise (application Mode + salon).

### **Onboarding vendeur**

Les vendeurs / exposants de l'entreprise sont des industriels, faiblement utilisateurs de nouvelles technologies et de e-commerce. Une attention sera particulière aux interfaces de back office vendeur : user firendly, accessible, fonctionnalités simples d'accès, etc.

### **Onboarding Acheteur (b2b)**

**13**

Le design, l'expérience sans couture (interfaces avec les autres plateformes SI), au-delà des fonctionnalités délivrées, seront importantes.

### **Les enjeux SI :**

	<b>Request for Proposal Replatforming MKTP</b>	Date : août 23 Page 15 sur 28 Rev : 1
--	--	---

**Scalabilité** : La solution Marketplace devra être capable de gérer efficacement une augmentation significative du nombre d'utilisateurs et de transaction sans compromettre la performance.

En effet durant les temps salon, l'ensemble des plateformes digitales l'entreprise sont soumises à des pics de trafic importants.

**Intégration avec le reste du S.I** : La marketplace fait partie de l'éco système digital & SI de l'entreprise. A ce titre, elle devra être pleinement intégrée avec le reste du SI salon (flux exposants et échantillons), SI communauté (flux authentification SSO visiteurs et exposants) et SI groupe (ERP salon, ERP Finance). → La solution SSO sur laquelle il faudra s'appuyer est Salesforce.

**Sécurité des données** : La protection des données utilisateurs, la prévention des attaques et des tentatives de piratage, ainsi que la mise en conformité aux standards de sécurité sont des enjeux essentiels pour l'entreprise et pour le groupe XXX. Des audits de sécurité et/ou des protocoles de sécurité reconnus devront être mise en place pour protéger l'intégrité du SI et des données utilisateurs Marketplace.

**Mobile commerce** : L'essor des appareils mobiles exige que le site soit optimisé pour une navigation et une expérience de visite conviviale sur smartphone et tablette.

**Reprise de données** : la reprise des données est un enjeu SI et Business important. Les données de l'ancienne plateforme devront être migrées vers la nouvelle solution Marketplace dans le but de conserver l'historique client. Le périmètre exact de la reprise sera à définir lors d'ateliers spécifiques dédiés à la stratégie de reprise de données.

## Objectifs et évaluation du succès :

**Objectif de mise en ligne** : La solution Marketplace V2.0 est doit être déployée pour **le 15 juin 2024**. Cela inclut :

- ☐ Déploiement au sens technique : mise en production de la solution
- ☐ Déploiement au sens business : Onboarding exposants (voir plus haut, le volet « reprise de données »)

### 1) EXPOSANT

Nombre exposants : 1890 boutiques ouvertes en date du 01/09/23

**14**

- 1587 Comptes Premium (l'exposant a participé à un salon dans l'année. Par conséquent il peut ajouter un nombre illimité de produits à son catalogue en ligne)

	<b>Request for Proposal Replatforming MKTP</b>	Date : août 23 Page 16 sur 28 Rev : 1
--	--	---

- 
- 303 Comptes Non-Premium (pas de participation salon dans l'année ; la boutique de l'exposant est toutefois maintenue en ligne cependant le nombre de produits sur catalogue sera limité à 6)

## 2) **PRODUITS**

Un produit est rattaché à une offre. Il existe plusieurs statuts pour un produit :

> Les offres « vendeur », les exposants peuvent vendre à un prix différent de 0 sur la Marketplace :

- A la vente : dépend de l'unité de valeur de l'univers d'activité (par ex. vente au mètre pour l'univers tissus)
- Vente à l'unité : le produit est disponible une seule fois (par ex. un imprimé pour l'univers dessins).

> Les offres « non-vendeur » qui sont vendues sont au prix de 0 :

- Echantillons : un morceau représentatif du produit est envoyé à l'acheteur (ex. un robrack de tissus).
- Vitrine : le produit est visible sur la boutique de l'exposant mais si le visiteur souhaite l'acheter il doit dans un premier temps contacter l'exposant.
- Stocks dormants : idem que le statut « vitrine », mais il s'agit spécifiquement de faibles quantités restantes de produits d'anciennes collections.

En date du 01/09/23 nous avons 86 704 offres actives sur la Marketplace essentiellement représentées par les statuts Vitrine et Echantillons

## 3) **COMMANDES**

2449 commandes du 01.01.22 au 31.12.22

## 4) **UTILISATEURS/VISITEURS**

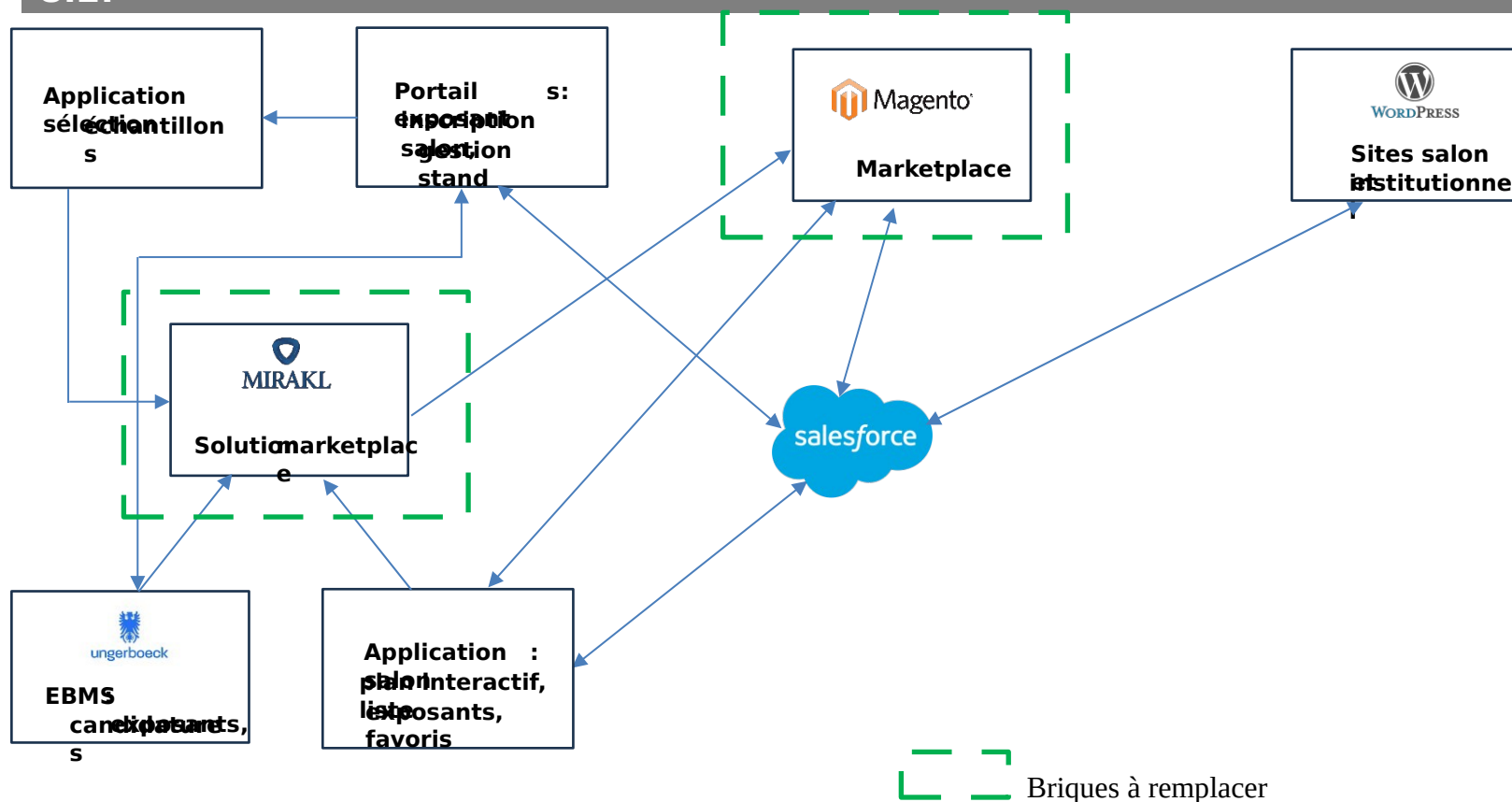
En 2022, la Marketplace enregistre :

- 252K sessions
- plus de 2,3M pages vues



	<b>Request for Proposal Replatforming MKTP</b>	Date : août 23 Page 17 sur 28 Rev : 1
--	--	---

## 8.2.



	<b>Request for Proposal Replatforming MKTP</b>	Date : juin 23 Page 19 sur 28 Rev : 1
--	--	---

MKTP2\_RFP-01.docx



	<b>Request for Proposal Replatforming MKTP</b>	Date : juin 23 Page 20 sur 28 Rev : 1
--	--	---

### 8.3. Périmètre général du projet (fonctionnel)

L'entreprise souhaite mettre en place une nouvelle Marketplace basée sur 4 piliers :

- Le discovery produits / exposants
- La data
- Le connect
- La communication / marketing

L'axe fort de la nouvelle Marketplace repose sur le Discovery produit donc sur la qualité de la donnée pour alimenter correctement le moteur de recherche et les filtres produits.

Au moment de son inscription au salon, deux formules seront proposées aux exposants :

- Une formule de base comprise dans le package inscription salon pour l'exposant avec les fonctionnalités basiques de la Marketplace (celles que nous proposons actuellement sur le discovery produit / exposant / datas);
- Une formule Premium qui permet aux exposants d'accéder à des fonctionnalités upgradées sur leur compte Marketplace (spécifiquement rattachées au networking et à l'accès aux data/ reporting)

Le visiteur peut :

- Consulter les boutiques et produits des exposants ;
- Gérer ses favoris ; • Contacter les exposants.

L'exposant peut :

- Gérer sa boutique ;
- Consulter ses KPIS ; • Prospecter des visiteurs.

De plus, à travers cette nouvelle plateforme Marketplace, l'enjeu éco-responsable du secteur de la Mode doit être mis en avant via le contenu produit, exposant, et éditorial.

Enfin l'équipe sélectionnée devra être en mesure de former les métiers de chez l'entreprise afin qu'ils puissent correctement à leur tour onboarder les utilisateurs sur la nouvelle plateforme. Une équipe dédiée et à l'écoute est attendue afin que des améliorations futures sur la plateforme puissent être déployées en étroite collaboration.

	<b>Request for Proposal Replatforming MKTP</b>	Date : juin 23 Page 21 sur 28 Rev : 1
--	--	---

## **A. Le discovery produits / exposants**

### **1. Les produits**

- Fiche produit avec informations techniques et visuels photos uniquement accessibles après connexion du visiteur à son compte
- Gestion de l'affichage des produits en fonction des critères nouveauté, sélection
- Création de sélections et mise en avant des produits à la Une
- Gestion de tags sur la fiche produit permettant de retrouver en un clic tous les produits présentant les mêmes tags (tags = caractéristiques)
- Gestion d'un glossaire au sein de la Marketplace
- Gestion de collections et de saisons
- Possibilité de filtrer les produits. Les filtres doivent être propres à chaque secteur d'activité
- Possibilité d'ajouter des produits aux favoris et de créer des listes associées
- Possibilité de créer des tags et de les assigner via import depuis le BO
- Possibilité de mettre une fiche produit visible ou non par les visiteurs non connectés
- Possibilité d'ajouter des produits dans un catalogue privé (le visiteur doit demander l'accès en amont à l'exposant)
- Possibilité de télécharger les datas et visuels d'un produit (caractéristiques techniques, labels et/ou certificats) **Option Premium**
- Vidéo du produit **Option Premium**
- Shooting du produit scan 3D **Option Premium**
- Possibilité de télécharger un produit virtuel **Option Premium**

### **2. Les exposants**

- Fiche exposant
  - o Description et médias (logo, bannière, visuels...) renseignés par l'exposant
  - o Nomenclature entreprise récupérée via un flux Talend EBMS (Secteur, usage..., zone d'export, agent, volume de stocks, certifications, participation salon et n° de stand, site web, RS, parcours de visite...)
- Listing exposant par salon (téléchargeable / imprimable) version liste et mosaïque
- Possibilité de filtrer les exposants
- Possibilité d'ajouter un exposant à ses favoris
- Identification des exposants par label (Deadstock, Better Way, Nouveaux, Sponsorisés...).

	<b>Request for Proposal Replatforming MKTP</b>	Date : juin 23 Page 22 sur 28 Rev : 1
--	--	---

## 2. Les favoris Option Premium

L'option favoris doit permettre de faciliter le sourcing des visiteurs tout au long de l'année.

**18**

La fonction transactionnelle n'étant pas prioritaire sur la Marketplace l'entreprise V2, celle du sourcing et par conséquent celle de la gestion des favoris doit présenter des fonctionnalités nouvelles par rapport à la V1 (à prioriser selon le calendrier et les possibilités techniques) :

- Création de listes personnalisées dans la Marketplace ou import depuis l'App salon
- Ajout de produits et de fournisseurs au sein d'une liste
- Possibilité d'organiser/ ordonner la liste
- Pouvoir réaliser des recherches et filtres depuis la liste de favoris
- Pouvoir enregistrer/imprimer la liste de favoris
- Pouvoir partager la liste de favoris
- Pouvoir accéder à la liste de favoris d'une personne de son équipe et y apporter des modifications • Pouvoir ajouter des commentaires

### **B. La data**

- Récupération des sélections échantillons effectuées par l'équipe Mode via l'application sélections échantillons
- Possibilité de synchroniser les datas produits, exposants, networking/favoris et autres... avec l'application salon
- Mise à disposition des exposants différents KPIS à propos de leur boutique et du catalogue d'offres : nombre de vues de la boutique, des produits, top 3 produits depuis le compte via un Dashboard
- Mise à disposition des exposants des KPIS visiteurs : entreprise, marché, contact, fonction du contact Option Premium
- Mise à disposition d'un outil de prospection visiteur à destination des exposants : recherche de contacts marque avec une option filtre sur les attributs (fonction, marché, nom entreprise...). Option Premium

### **C. Le Connect**

Option Premium pour les exposants qui souhaitent contacter des marques / les visiteurs ont un accès gratuit au salon et à la Marketplace

- Ajouter en favoris un contact entreprise ;
- Envoyer un message via une messagerie instantanée intégrée à la Marketplace (ex. LinkedIn, Vinted..)

	<b>Request for Proposal Replatforming MKTP</b>	Date : juin 23 Page 23 sur 28 Rev : 1
--	--	---

- Passer un appel ;
- Prendre un RDV ;
- Exporter / Imprimer le contact ;
- Gestion de mes contacts via un répertoire personnalisé ;
- Gestion des autorisations de consultation / téléchargement de mon catalogue pour chaque acheteur. **Option Premium**

**19**

- **Accès aux datas pour les vendeurs : qui a consulté quel produit ? Accéder à la bdd des utilisateurs pour demander une mise en relation (et gérer les mises en relation). Option premium**

#### **D. La communication / marketing**

- Mises en avant des produits et des sélections réalisées par des experts, par l'équipe mode et/ou l'équipe Com/Marketing
- Possibilité de gérer une animation éditoriale tout au long de l'année afin de faire vivre la Marketplace de manière autonome et non uniquement en parallèle des salons
- Gestion des contenus (parcours de visite, landing page...) via un BackOffice
- Gestion des emplacements publicitaires à disposition des exposants
- Gestion autonome par le fournisseur de l'animation de sa boutique en proposant un parcours propre à son entreprise (ex. Création de sélection par thématique, par saison...)
- **L'exposant doit pouvoir gérer sa boutique comme si c'était son site internet avec la possibilité de l'adapter et le customiser à l'image de sa marque tout en retransmettant l'entreprise** **Option Premium**

#### **E. Evolution identifiée à date**

Demain, nous aimerions que la Marketplace puisse avoir une dimension transactionnelle entre visiteurs et exposants :

- Échantillons (gratuit)
- À l'unité (ex. dessin ; accessoires)
- Par unité de mesure (ex. mètre pour les tissus, peau pour le cuir...) • Stocks dormants (quantité restante/unité de mesure)

	<b>Request for Proposal Replatforming MKTP</b>	Date : juin 23 Page 24 sur 28 Rev : 1
--	--	---

20

## 9. Le Contenu de la proposition attendue

Afin de permettre à l'entreprise d'évaluer au mieux les propositions, ces dernières devront intégrer une documentation qui soit la plus complète et la plus exhaustive possible.

L'ensemble des annexes attachées au présent appel d'offres sont obligatoires à l'exception de la liste des déviation (annexe F) et de la partie questions réponses (annexe G).

D'autres éléments ne figurent pas sous forme d'annexe et sont laissés à la libre implication des soumissionnaires. Ci-dessous quelques éléments à titre d'exemple :

**Présentation de l'entreprise :** En référence à l'annexe A

Description détaillée de la société (expérience, expertise, positionnement...etc)

**Compréhension des besoins :** Document libre au besoin :

Compréhension des besoins et des attentes de PREMIERE VISION (analyse, spécifications fonctionnelles, bonne compréhension des contraintes techniques et des objectifs stratégiques)

**Approche et méthodologie :** Document libre (voir également Conduite de projet et les engagements) Approche globale projet, détails des différentes étapes, méthodologies utilisées, outils et techniques de gestion de projet.

**Proposition commerciale :** En référence à l'annexe C + document libre au besoin :

Proposition commerciale, coûts estimés, délais de livraison, les conditions de paiement, les garanties, les termes contractuels, engagement (au forfait, au résultat, au réel) etc..

**Références et témoignages :** En référence à l'annexe B

Références de projets similaires réalisés précédemment, références clients.

**Planning prévisionnel :** Document libre et **obligatoire**.

Planning prévisionnel, principales étapes du projet, délais de réalisation, date de mise en ligne prévisionnelle, jalons importants et livrables attendus.

De manière générale le contenu de la proposition devra mettre en évidence les phases suivantes :

- Conception & ateliers
- Développement (avec prise en compte des interfaces avec [l'éco système SI](#))
- Reprise des données existantes (Mirakl/Magento)
- Hébergement
- Formation



	<b>Request for Proposal Replatforming MKTP</b>	Date : juin 23 Page 25 sur 28 Rev : 1
--	--	---

- Maintenance
- Date de mise en ligne prévue

□ Les tâches inhérentes à ces phases devront également être précisées.

La proposition remise par le prestataire devra également intégrer les volets ci-dessous :

- Les prérequis attendus
- La répartition des phases/tâches entre le PRESTATAIRE et l'entreprise

**21**

- Les responsabilités respectives du PRESTATAIRE et de l'entreprise
- La durée de chaque phase/tâche en jour/homme
- Les ressources du PRESTATAIRE : mobilisation par profil, par période et par domaine
- Les ressources l'entreprise: mobilisation par profil, par période et par domaine - Le profil détaillé des ressources à mobiliser
- Les contraintes/inputs amont/aval de chaque phase/tâche
- Les livrables de chaque phase/tâche

## **10. Conduite de projet et les engagements**

L'entreprise attache une grande importance à la capacité à piloter et à exécuter le projet avec efficacité, en respectant les délais, les normes de qualité et les attentes des métiers. Les soumissionnaires devront fournir des détails précis quant à leur approche et à leurs engagements dans ces domaines pour évaluer leur aptitude à mener à bien ce projet de manière efficace et transparente.

Cette partie pourra faire l'objet d'un PAQ si le soumissionnaire le juge nécessaire.

De manière synthétique, la proposition devra détailler :

- La méthode projet, le phasage recommandé et les coûts associés par phase en tenant compte des particularités du projet décrit dans le dossier de consultation et ses annexes,
- Les équipes projet pressenties et leurs expériences dans des domaines similaires, ➤ Les références du prestataire sur des projets similaires, ➤ Les variantes de projet proposées.

Le chiffrage est à réaliser dans « l'annexe C - Budget ».

## **11. Synthèse du Chiffrage des prestations**

La proposition chiffrée détaillée doit être réalisée par le prestataire sur la trame du format Excel jointe à ce dossier de consultation (annexe C - Budget). Aucun autre support de réponse ne sera accepté.

	<b>Request for Proposal Replatforming MKTP</b>	Date : juin 23 Page 26 sur 28 Rev : 1
--	--	---

l'entreprise souhaite disposer d'un chiffrage global de son projet.

Tous les tableaux (tous les onglets) à renseigner se trouvent dans l'« annexe C - Budget ».

<p style="text-align: center;"><b>IMPORTANT</b></p> <p><b>Le formalisme des réponses apportées doit impérativement respecter la structure de ce document.</b></p> <p><b>Toute latitude est laissée aux soumissionnaires pour décrire leur offre en annexe de façon détaillée.</b></p>
---

<b>BORDEREAU D'ENGAGEMENT</b>
-------------------------------



	<b>Request for Proposal Replatforming MKTP</b>	Date : juin 23 Page 28 sur 28 Rev : 1
--	--	---

23

