PROJET FIL ROUGE

Titre professionnel : Développeur web et web mobile

AJNA THERAPIE RELATION D’AIDE



SOMMAIRE

**Introduction**

Contexte du projet et présentation

**Partie 1 : Cahier des charges**

* 1. Présentation de la société
  2. Etude du projet (cible&concurrence)
  3. Etat des lieux de l’existant
  4. Définition des besoins
  5. Contraintes
  6. Technologie et outils
  7. Design & charte graphique
  8. Arborescence du site
  9. Maquettage (description fonctionnelle des pages)

**Partie 2 : Conception**

* 1. Schéma fonctionnel
  2. MCD/MLD
  3. Création de la base de données

**Partie 3 : Développement**

* 1. Réalisation de l’interface utilisateur dynamique
  2. Réalisation de la partie back-end
  3. Sécurisation de l’application

**Partie 4 : Bilan**

* 1. Problèmes rencontrés & solutions apportées
  2. Bilan du projet

4.3 Axes d’amélioration

**Partie 5 : Conclusion**

* 1. Apprentissages
  2. Perspectives pour le projet professionnel

**Introduction**

Contexte du projet et présentation

Ce projet vise à répondre au référentiel emploi activités compétences du titre professionnel Développeur Web et Web mobile de niveau III. Il est convenu qu’il doit soutenir les activités types : Développer la partie front-end et la partie back-end d’une application web ou web mobile en intégrant les recommandations de sécurité basé sur les compétences professionnelles associées.

Afin de mettre en application les connaissances théoriques abordées tout au long de la formation, un projet fil rouge personnel a été mis en place.

Ce projet vous est détaillé dans ce rapport car il comporte une grande partie des compétences requise pour le passage du titre de développeur web. Le sujet découle du besoin réel d’un entrepreneur qui souhaite améliorer sa communication visuel et la qualité de sa présence en ligne.

**Partie 1 : Cahier des charges**

* 1. **Présentation de la société**

|  |  |
| --- | --- |
| Enseigne | AJNA THERAPIE RELATION D’AIDE |
| Identité | DEBORAH CRIADO, Entrepreneur individuel, en activité depuis le 02/01/2020 |
| SIRET N° | 88028245400029 |
| Adresse | 20 chemin d’Encourse- 31140 LAUNAGUET |
| Contact | [ajnatherapie-relationaide@outlook.fr](mailto:ajnatherapie-relationaide@outlook.fr)   - Tél : 06.49.88.99.25 |

**Contexte :** AJNA THERAPIE RELATION D’AIDE médium, coaching en développement personnel et professionnel propose des accompagnements, soins holistiques et des séances de médiumnité en présentiel, en visio et par téléphone ou lors de séminaire de groupe. Elle présente également une gamme de bijoux adaptée aux soins.

**Son histoire :** Suite à des problèmes de santé, Mme Criado a décidé de créer sa propre société. D’abord en fondant un collectif « Les opérés d’arthrodèses » dans le but de proposer aux patients un espace leur permettant de libérer la parole, les maux physiques et émotionnels.

A la suite de cela, elle créa sa propre structure afin de s’adresser à un public plus large. Elle prodigue des accompagnements dans la vie personnelle ou professionnelle lors de séances individuelles ou de groupe.

**Le projet :** Refonte d’un site internet permettant une présentation de la thérapeute et de ses services avec la possibilité de réserver des séances en ligne et de commander ses produits.

* 1. **Etude du projet (cible&concurrence)**

La cible :

Les cibles visées sont les particuliers ainsi que les professionnels.

Le particuliers => cible prioritaire: Personnes de tout âge, à la découverte ou déjà convertie aux médecines alternatives. Qui sont en recherche d’aide pour solutionner des problèmes d’ordre personnel/professionnel ou effectuer des changements dans leur vie.

Le professionnel => cible à développer : Entreprises ou collectivités souhaitant améliorer le bien être de leurs équipes au sein de la structure, ou leur performance...

* Entreprises privées PME, grande entreprise, Groupe (tout secteur)…
* Collectivité local : école, Ehpad, association, club…

Afin de pouvoir se faire une idée des profils type de la clientèle cible, j’ai réalisé 3 personas consultable en annexe. [conf. Annexe 1]

La concurrence :

Le secteur de la thérapie et du développement personnel est en plein essor depuis quelques années. De plus, depuis la crise sanitaire, la prise de conscience de l’importance du bien-être spirituel et de l’équilibre entre la vie personnelle et la vie professionnelle a pris de l’ampleur. De ce fait, nous pouvons observer une importante concurrence en ligne de thérapeutes offrant divers soins.

La cliente souhaitant également s’orienter vers un public professionnel, j’étudie donc aussi les concurrents orientés en coaching auprès des entreprises.

Voici quelques sites concurrents pour pouvoir visualiser le style de leur communication [conf. Annexe 2]:

**Exemple n°1 :** Site d’une thérapeute qui propose des séances de soins guidés (magnétisme, énergétique), des ateliers en individuel ou collectif et des formations/initiations.

www.[laetitiapelissou.fr](http://www.laetitiapelissou.fr)



Se présente comme thérapeute-guérisseuse. Utilise un vocabulaire très orienté sur l’holistique. Site en one page (menu relié à des points d’ancrage) avec un graphisme très féminin (logo « petite fée », couleur rose, thème fleur…), police d’écriture calligraphiée qui ne rend pas la lecture confortable. Peu de détail sur son mode de fonctionnement ou ses qualifications.

**Exemple n°2 :** Site qui propose des programmes de formation adressés aux entreprises pour développer et renforcer leur activité. Site proposé par la cliente (réseau personnel) à titre de comparaison car il peine à obtenir un trafic rentable.

[www.uskale.ch](http://www.uskale.ch)



Galerie d’image peu adaptée, uniquement basée sur les animaux. Il faut connaitre l’activité de l’entreprise pour comprendre la métaphore. Le vocabulaire utilisé est difficile à comprendre pour les personnes non spécialisé (relais de croissance, sparing partner, scalling up,premiumisation…). Barre de menu compliquée avec beaucoup de sous-menu qui ne semble pas forcément en rapport.

**Exemple 3 :** Site d’un entrepreneur, business coach, passionné de marketing et de développement personnel. Communication qui a fait ses preuves, l’entreprise a une belle croissance économique.

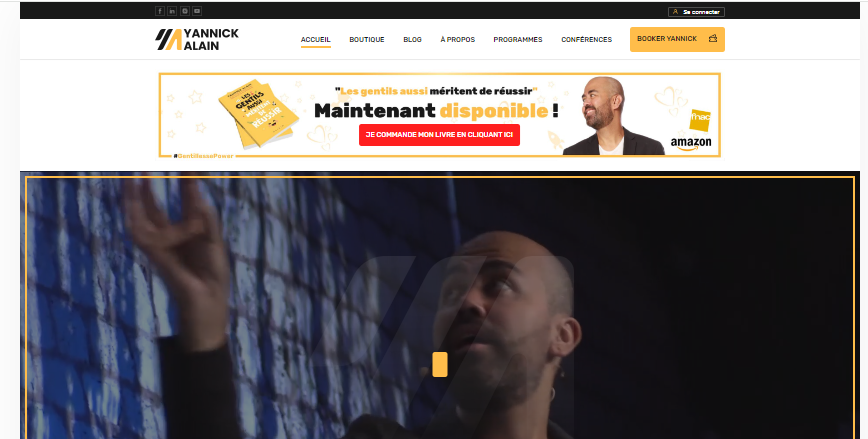
[www.maxdorville.com](http://www.maxdorville.com)



Activité clairement définie, dès la page d’accueil on comprend à qui il s’adresse. Il utilise un vocabulaire accessible et percutant (propulser le chiffre d’affaire, prendre une longueur d’avance sur la concurrence…) compréhensible aussi bien par le gérant d’une PME que par le PDG d’un grand groupe. Contenu vidéo qui reprend ses conférences et intervention (trafic augmenté vers sa chaine Youtube). Barre de menu simple avec des redirections vers un site secondaire en fonction de l’activité.

Exemple 4 : Autre exemple de site d’un conférencier qui fonctionne bien.

[www.yannick-alain.com](http://www.yannick-alain.com)



Ici on peut observer une barre de navigation claire qui oriente vers l’essentiel de son activité : les programmes, les conférences et la réservation de ses services (*booker Yannick*). La boutique est un lien direct vers une boutique Shopify, certainement pour faciliter la gestion de son site principale. Dès la page d’accueil, il met en avant ses offres par le biais un bandeau et d’un bouton rouge très distinguable. On y retrouve également à un montage vidéo de ses interventions en présentation.