## **Cahier des Charges : Département Marketing**

### **1. Introduction**

Le Département Marketing souhaite moderniser son infrastructure numérique pour maximiser son efficacité dans les campagnes, améliorer l'expérience client et centraliser les données essentielles pour la prise de décisions stratégiques.

### **2. Description des Projets**

* **Renforcement du Site Web** : Création d'un site web moderne et optimisé pour le SEO.
* **Funnel de Conversion pour ORA Scholar** : Mise en place d'un outil automatisé pour créer des funnels marketing dynamiques.
* **Système de Référencement Client** : Gestion centralisée des références clients pour une analyse approfondie des origines.
* **Visibilité des Activités Planifiées** : Interface administrative pour planifier et notifier les campagnes.
* **Diversification des E-mails** : Mise en place d'adresses e-mails dédiées par département.

### **3. Exigences Fonctionnelles**

#### **Renforcement du Site Web**

* Analyse et audit de l'ancien site web.
* Création d’une maquette fonctionnelle validée par l’équipe marketing.
* Implémentation d'un design moderne, ergonomique et responsive.
* Optimisation pour le SEO (métadonnées, sitemap, vitesse de chargement, etc.).
* Intégration des outils suivants :
  + **Formulaires dynamiques** pour les leads.
  + **Google Analytics** pour le suivi des performances.
  + **SEO Toolkits** pour les ajustements techniques.
  + Funnel de conversion pour intégrer les prospects dans le système global.

**Livrables attendus** :

* Nouveau site web fonctionnel.
* Documentation sur les fonctionnalités et l’administration.

#### **Funnel de Conversion pour ORA Scholar**

* Configuration dynamique des étapes du funnel (pages, liens, et contenus personnalisés).
* Collecte automatisée des données des prospects via des formulaires interactifs.
* Génération automatique de liens uniques et dynamiques pour les campagnes.
* Interface utilisateur pour visualiser, suivre et ajuster les campagnes en temps réel.

**Livrables attendus** :

* Un système backend robuste pour la gestion des funnels.
* Une interface utilisateur (dashboard) intuitive pour gérer et analyser les performances.

#### **Système de Référencement Client**

* Authentification simplifiée via services tiers (Google, Facebook, etc.).
* Formulaire de souscription avec :
  + Champs configurables pour collecter les informations pertinentes.
  + Possibilité d’upload de documents (formats : PDF, images).
* Tableau de bord analytique avec :
  + Graphiques de performance par canal de marketing.
  + Analyse des références client (source, succès des campagnes, etc.).

**Livrables attendus** :

* Formulaires intégrés au site web et fonctionnels.
* Tableau de bord pour la gestion et l'analyse des données client.

#### **Visibilité des Activités Planifiées**

* Interface centralisée pour les campagnes marketing :
  + Liste des activités avec statut (à faire, en cours, terminé).
  + Notifications automatiques par e-mail ou application (rappels de tâches, deadlines).
  + Tri et filtrage par priorité ou par département.
* Possibilité d’exporter les plans sous format Excel/PDF.

**Livrables attendus** :

* Tableau de bord des activités marketing.
* Système de notification automatisé fonctionnel.

#### **Diversification des E-mails**

* Création et configuration des adresses e-mails pour chaque département (ex. : marketing@, support@).
* Liaison avec des outils de communication standard (Gmail, Outlook).
* Système de suivi et d’archivage des échanges e-mails par département.

**Livrables attendus** :

* Système d’e-mails dédié.
* Documentation sur la gestion des e-mails et l’archivage.

### **4. Exigences Techniques**

* **Technologies Frontend** : React.js, Tailwind CSS.
* **Technologies Backend** : FastAPI, MYSQL/PostgreSQL pour la base de données.
* **SEO et Analytique** : Intégration d’outils comme Google Analytics, SEMrush.
* **Infrastructure** : Hébergement web performant (Cloudflare pour la sécurité et la rapidité).

### **5. Dépendances et Interactions**

1. **Avec le département Training** : Intégration du système de funnels avec les formations proposées.
2. **Avec le département Finance** : Synchronisation des paiements générés via les funnels avec le système de facturation.
3. **Avec le département Scholar** : Collecte des données nécessaires pour les statistiques.

### **6. Planning Indicatif**

| **Phase** | **Tâche** | **Durée estimée** | **Dépendances** |
| --- | --- | --- | --- |
| **Janvier - Février** | Audit et maquette du site web | 6 semaines | Aucune |
| **Mars - Avril** | Développement et lancement du site web | 8 semaines | Terminer la maquette |
| **Mai - Juin** | Funnel de conversion pour ORA Scholar | 8 semaines | Site web opérationnel |
| **Juillet** | Système de référencement client | 4 semaines | Funnel opérationnel |
| **Août - Septembre** | Tableau de bord des activités marketing | 8 semaines | Aucune |
| **Octobre** | Configuration des e-mails par département | 4 semaines | Aucune |

### **7. Livrables**

* Un site web moderne et fonctionnel.
* Systèmes de funnels et de référencement client opérationnels.
* Tableau de bord pour les activités marketing.
* Système d’e-mails dédié.

### **8. Critères de Validation**

* **Tests techniques** : Performance du site (vitesse, SEO, responsive).
* **Tests fonctionnels** : Exactitude des données collectées via funnels et formulaires.
* **Satisfaction utilisateur** : Validation par le département Marketing.

**suggestions:**

* *à compléter…*