

Nicolas Tran Boris Eng Maroin Kassas Pauline Poirot	IUT de Montreuil TDC - Méthodologie	Régie publicitaire Version : 06.00
--	--	---------------------------------------

Projet : Projet 4
Type de document : Cahier des charges
Titre du projet : Projet 4 : Régie publicitaire
Référence : MPA_POIROT_KASSAS_TRAN_ENG_CAHIER_DES_CHARGES_V_06.odt
Date de création : 21/09/2015

Historique des versions

Version	Résumé des changements	Auteur	Relecteur	Date de validation
1.00	Création du document	Eng	Tous	22/09/2015
2.00	Reformulation des bases du projet	Eng	Tous	23/09/2015
3.00	Révision	Eng	Tous	6/10/2015
4.00	Détails des tâches	Eng	Tous	14/10/2015
5.00	Détails sur le système de rémunération	Eng	Tous	18/12/2015
6.00	Relecture finale	Eng	Tous	18/01/2016

Diffusion

Société / Organisme / Entité	Nom des destinataires

Nicolas Tran Boris Eng Maroin Kassas Pauline Poirot	IUT de Montreuil TDC - Méthodologie	Régie publicitaire Version : 06.00
--	--	---------------------------------------

Sommaire

1. Présentation du projet

- 1.1. Contexte
- 1.2. Définitions et acronymes

2. Description générale

- 2.1. Client
- 2.2. Fonctions
- 2.3. Caractéristiques des utilisateurs
- 2.4. Système de rémunération

3. Contraintes

- 3.1. Contraintes temporelles
- 3.2. Contraintes techniques
- 3.3. Dépendances

4. Exigences

- 4.1. Exigences fonctionnelles
- 4.2. Exigences techniques
- 4.3. Exigences de compatibilité

5. Annexes

Nicolas Tran Boris Eng Maroin Kassas Pauline Poirot	IUT de Montreuil TDC - Méthodologie	Régie publicitaire Version : 06.00
--	--	---------------------------------------

1. Présentation du projet

Ce document décrit le projet et en particulier le contexte, les fonctions à réaliser, les contraintes, les besoins et permet la compréhension de ses subtilités.

Les documents d'analyse comme le modèle conceptuel de communication (MCC, MCT, MCD) sont présentés dans l'annexe.

1.1. Contexte

L'objectif de ce projet est de réaliser un site de « régie publicitaire ». Des entreprises tierces proposent d'acheter des emplacement publicitaires à des sites diffuseurs qui fera promotion de leurs produits par publicité principalement visuelle. Les diffuseurs sont rémunérés en contrepartie selon plusieurs systèmes (CPA, CPC, CPDC, CPL, CPM).

Les principaux acteurs sont la régie publicitaire qui représente un intermédiaire entre les annonceurs et les diffuseurs.

1.2. Définitions et acronymes

Rédige publicitaire : La Régie est un intermédiaire entre les annonceurs et les affiliés, elle propose donc des campagnes variées d'annonceurs dans différentes thématiques aux affiliés (webmasters éditeurs). La régie va se rémunérer en prenant une commission sur ce que versera l'annonceur pour rémunérer les affiliés. Elle est un gain en temps et en efficacité à la fois pour les annonceurs et pour les éditeurs. Chaque régie propose des outils de promotion et de statistique poussés à ses affiliés.

CPA : Cost per action. Correspond à une somme versée au diffuseur pour chaque vente d'un produit de l'annonceur.

CPC : Cost per click. Correspond à une somme versée au diffuseur pour un certain nombre de clic sur une publicité visuelle.

CPDC : Cost per double click. Correspond à une somme versée pour un certain nombre de clics sur une publicité visuelle. Les clics sont comptabilisés après un clic sur la publicité et un clic sur le site de l'annonceur (double-click).

Nicolas Tran Boris Eng Maroin Kassas Pauline Poirot	IUT de Montreuil TDC - Méthodologie	Régie publicitaire Version : 06.00
--	--	---------------------------------------

CPL : Cost per lead. Correspond à une somme versée au diffuseur pour chaque formulaire rempli par un utilisateur. Cela peut-être une inscription ou le remplissage d'un questionnaire.

CPM : Cost per mil. Correspond à une somme versée au diffuseur pour chaque affichage visuel d'une publicité de l'annonceur. Elle n'est intéressante que pour les

(Source : <http://www.webfrance.com/glossaire-c>, <http://www.webfrance.com/glossaire-r>)

2. Description générale

2.1. Client

Le client est une entreprise de régie publicitaire. Le site permet de faire fonctionner leurs activités.

2.2. Fonctions

Liste des fonctionnalités attendues :

- Inscription des annonceurs et diffuseurs
- Proposition de campagne par des annonceurs
- Sélection de campagne par les diffuseurs
- Consultation des diffusions passées pour le diffuseur
- Consultation des gains réalisés pour le diffuseur
- Développement d'un front-office (interface utilisateur)
- Développement d'un back-office (interface d'administration)
- Interface (API) qui permet aux diffuseurs de récupérer une bannière publicitaire

2.3. Caractéristiques des utilisateurs

Il existe 2 principaux utilisateurs qui ont accès au front-office :

Nicolas Tran Boris Eng Maroin Kassas Pauline Poirot	IUT de Montreuil TDC - Méthodologie	Régie publicitaire Version : 06.00
--	--	---------------------------------------

Les annonceurs : Ils doivent pouvoir accéder à une interface qui leur permet de faire une proposition d'affiliation avec un site web pour permettre de placer des publicités en achetant un «espace publicitaire».

Les diffuseurs : Ils participent à la promotion d'un produit d'un annonceur en récupérant des bannières de publicité (par exemple) par une API et en les plaçant sur les pages de leur site web. Ils peuvent consulter les gains réalisés et les diffusions passées.

Il existe aussi une catégorie importante d'utilisateur qui ne sont pas des acteurs du système des régies publicitaires. Ils ont accès au back-office :

Les administrateurs : Ils peuvent bannir des utilisateurs et valider des campagnes.

2.4. Système de rémunération

Le système de rémunération sera réalisé en collaboration avec le projet du système de paiement en ligne. Il a été décidé (et approuvé par Pauline Poirot, Maroin Kassas et Boris Eng) que le diffuseur disposera d'un bouton d'encaissement d'une somme d'argent qui est due par rapport au compteur de la diffusion concernée (correspondant par exemple au nombre de clics).

Un clic sur ce bouton redirigera l'utilisateur vers le site de paiement en ligne avec des données permettant d'identification de la régie publicitaire, la nature de la transaction (débit/crédit) et le montant. L'utilisateur fera face à un formulaire où il entrera ses coordonnées bancaires. Le site de paiement en ligne se chargera des détails de la transaction.

Un encaissement entraîne une remise à zéro du compteur. Un historique des gains réalisés sera constitué.

3. Contraintes

3.1. Contraintes temporelles

Le projet doit se conclure le 25 Janvier 2016. Les contraintes temporelles pour chaque tâches sont précisées sur le planning (Diagramme de Gantt).

Nicolas Tran Boris Eng Maroin Kassas Pauline Poirot	IUT de Montreuil TDC - Méthodologie	Régie publicitaire Version : 06.00
--	--	---------------------------------------

3.2. Contraintes techniques

- Sauvegarde des données par une base de donnée
- Application web côté serveur
- Cohérence avec le projet des autres groupes

3.3. Dépendances

Ce projet de régie publicitaire est associé à 3 autres projets :

- Boutique en ligne
- Paiement en ligne
- Logistique en ligne

Il doit donc s'adapter et être cohérent avec les autres projets afin de former un ensemble homogène.

Chaque projet joue le rôle d'annonceur ou de diffuseur. Le projet de régie publicitaire est particulièrement lié au projet de Paiement en ligne qui sert à effectuer des transactions de rémunération entre les annonceurs et les diffuseurs.

4. Exigences

4.1. Exigences fonctionnelles

Le système de régie publicitaire doit permettre :

- L'insertion des campagnes d'annonceurs et leur affichage selon plusieurs critères
- L'insertion et l'affichage de données concernant les diffuseurs
- L'insertion de membres (inscription en tant que diffuseur ou annonceur)

Nicolas Tran Boris Eng Maroin Kassas Pauline Poirot	IUT de Montreuil TDC - Méthodologie	Régie publicitaire Version : 06.00
--	--	---------------------------------------

- Les diffuseurs peuvent choisir des campagnes selon plusieurs critères (rémunération, durée de campagne...)
- Le bannissement d'utilisateurs si infraction
- L'insertion de gains pour effectuer un suivi des rémunérations

4.2. Exigences techniques

- L'application doit être réalisée essentiellement en PHP 5
- La base de donnée doit suivre un modèle relationnel
- La base de donnée est manipulée avec MySQL
- Un serveur web compatible avec PHP 5 doit être à disposition

4.3. Exigences de compatibilité

L'application web doit être compatible avec la majorité des systèmes d'exploitation : Chrome, Firefox, Internet Explorer, Opera, Safari etc.

5. Annexes

