

## ETUDE DE CAS – MAISON D'ÉDITION

Une maison d'édition travaillant actuellement uniquement avec des librairies, a décidé de proposer un site web d'achat de livres (version papier ou numérique) en ligne auprès du grand public.

Le système actuel n'est pas accessible depuis le monde extérieur :

- Les libraires reçoivent hebdomadairement une newsletter (par mail) leur indiquant les sorties à venir
- Un catalogue papier leur est également envoyé 2 fois par an.
- Les commandes sont prises par téléphone ou via des e-mails.
- Les paiements sont effectués par virement.

La direction a donc décidé de développer son CA en s'ouvrant aux particuliers (comme bien d'autres maisons d'édition aujourd'hui).

2 personnes sont dédiées au service client (aide à la recherche d'un ouvrage pour les libraires et prise de commande). Elles sont également en charge de la gestion des bases de données clients et ouvrages.

Le système informatique est géré par 2 informaticiens qui ont développé une application en mode « client lourd » sur PC et qui permet aux chargés de clientèle de consulter et mettre à jour les bases de données, ainsi que de passer les commandes, éditer des bons de commande à destination du service logistique et gérer les stocks.

L'impression, la numérisation et la livraison sont effectuées par des partenaires externes. La distribution (préparation des commandes) est assurée en interne par le service logistique.

L'objectif principal du futur site est de permettre aux internautes de rechercher des ouvrages par thème, auteur, mot-clé, etc., de se constituer un panier virtuel, puis de pouvoir les commander et les payer directement sur le Web.

Des réunions préalables ont permis de mettre en évidence les besoins fonctionnels suivants :

La première étape pour l'internaute consiste à trouver le plus rapidement possible un ouvrage recherché dans l'ensemble du catalogue géré par le webmaster.

Les références des ouvrages pouvant être plus ou moins précises, il faut lui fournir plusieurs méthodes de recherche différentes. L'internaute pourra ainsi saisir un critère (titre, auteur, ISBN, etc.) ou même plusieurs critères à la fois. Mais une recherche arborescente devra lui être proposée. Cette dernière s'appuiera sur la structure du catalogue, à ce jour par thème, sous-thème (éventuel), récurrence de la parution.

Les résultats de la recherche devront pouvoir être facilement parcourus et reclassés (par prix, par année ...).

L'internaute sera en mesure de consulter les détails suivants pour un livre sélectionné :

- une image (pour la majorité des ouvrages) que l'internaute pourra agrandir,
- son prix et sa disponibilité (**attention !** afin de ne pas léser les clients libraires la date de disponibilité pour les particuliers peut être différente de celles des libraires),
- la langue de l'ouvrage
- des commentaires de lecteurs déjà clients,
- la table des matières détaillée, des extraits de chapitres, etc.

Si l'internaute est intéressé par un ouvrage il doit pouvoir l'insérer dans son panier immédiatement. De même il doit pouvoir le sortir du panier le cas échéant ou modifier sa quantité d'achat.

**Attention !** Quand un article est mis dans le panier, il n'est plus considéré « dans le rayon ». Il faut donc vérifier que l'article est bien disponible et si c'est le cas, décrémenter (temporairement) le stock, jusqu'à validation de la commande ou abandon.

À tout moment, le client doit pouvoir accéder au formulaire du bon de commande, dans lequel il entre ses coordonnées et les informations nécessaires au paiement et à la livraison.

**Attention !** S'il n'est pas déjà client il doit s'inscrire, sinon il s'authentifie, s'il ne l'est pas déjà.

D'une manière générale, le client devra pouvoir gérer son compte, c'est à-dire modifier ses coordonnées, ses préférences, ajouter des adresses de livraison, des moyens de paiement, etc.

Paiement d'une commande :

Le système devra être en mesure d'évoluer vers de nouveaux moyens de paiement. Au démarrage le paiement s'effectuera par CB ou via PayPal.

Dès que le paiement est passé, le service logistique doit être informé pour préparation de la commande du client.

Le client reçoit un mail récapitulatif de confirmation.

L'annulation de la commande est possible tant qu'elle n'a pas été envoyée (pour le moment dans le cas de l'annulation, le remboursement n'a pas été abordé, il sera discuté ultérieurement).