

NOTE DE CADRAGE :

CRÉATION DU SITE WEB DÉDIÉ AU SALON DU CHOCOLAT 2020 À PARIS



Vincent DRAGHI, chef de projet

SOMMAIRE

I. ENJEUX ET OBJECTIFS	2
A. Contexte	2
B. Besoins du client	2
II. ANALYSE CONCURRENTIELLE	4
III. ANALYSE STRATEGIQUE	4
A. Analyse SWOT de cet appel d'offre	4
B. Analyse SWOT de notre agence digitale	4
C. Analyse SWOT du salon du chocolat	5
IV. NOTRE PROPOSITION	6
A. Définition des cibles visées	6
B. Préconisations fonctionnelles	9
C. Préconisations architecturales	11
D. Organisation pour ce projet	12
E. Planning	13
F. Budget	13

I. ENJEUX ET OBJECTIFS

A. Contexte

Le client organise le salon du chocolat dans 6 mois à Paris. L'évènement possède chaque année une grande renommée sur la scène internationale, faisant intervenir des artisans du monde entier. Le salon du chocolat est très attendu, aussi bien pour les professionnels que pour les particuliers. Il se déroulera pour la première fois à Paris, haut lieu de la gastronomie française, et devrait rassembler, sur quatre jours, plusieurs milliers de personnes.

Le client souhaite développer pour l'occasion un site web entièrement consacré à cet évènement. La création du site sera la première étape de son plan de communication. Le site doit être à la hauteur de l'évènement et permettre de toucher un large public afin d'attirer le plus grand nombre de personnes.

Le client souhaite obtenir un site web fonctionnel, à destination d'un large public, qu'il puisse enrichir lui-même en contenu. Il possède déjà des visuels préparés en interne.

B. Besoins du client

- Besoins explicites

Le client a exprimé les demandes précises suivantes :

- Pouvoir gérer les contenus des pages
- Avoir des rubriques contenant des informations concernant le salon : renseigner le grand public sur les activités et les intervenants du salon : liste des exposants, intervenants aux conférences, ateliers, etc.
- Créer une carte des exposants, qui sera en accord avec la charte graphique du site web. Elle devra pouvoir s'imprimer afin d'être distribuée sur le salon.
- Créer une rubrique « actualités » contenant les communiqués de presse.
- Créer une rubrique « Informations pratiques » : comment se rendre au salon, horaires d'ouverture, etc.
- Créer un système de billetterie en ligne.

- Besoins implicites

Nous proposons d'autres pistes permettant d'enrichir le site et exprimons les besoins implicites du client :

- Donner de la visibilité aux activités proposées sur le salon.
- Attirer le plus grand nombre de personnes au salon.
- Proposer une page d'accueil avec éventuellement une musique d'accueil.
- Inclure une barre de partage vers les réseaux sociaux.
- Proposer une section photos/vidéos des précédentes éditions du salon.
- Inclure une page contact : possibilité pour le grand public de poser des questions spécifiques aux organisateurs.
- Proposer un site bilingue français/anglais (car le salon a une visée internationale).
- Proposer un site responsive (adapté aux smartphones, tablettes, etc.).

II. ANALYSE CONCURRENTIELLE

Benchmark de quatre sites événementiels : voir pièce jointe en PDF.

III. ANALYSE STRATEGIQUE

A. Analyse SWOT de cet appel d'offre

	Forces	Faiblesses
Facteurs internes	<ul style="list-style-type: none"> - Equipe jeune, curieuse, et innovante - A jour des nouvelles technologies - L'équipe a déjà créée un site pour des événements (congrès professionnels) 	<ul style="list-style-type: none"> - L'équipe n'a jamais réalisé un site web pour un salon ouvert au grand public - Petite équipe donc temps de réalisation pouvant être plus important
	Opportunités	Risques
Facteurs externes	<ul style="list-style-type: none"> - Vitrine importante car salon international - Possibilité d'accroître son réseau professionnel 	<ul style="list-style-type: none"> - Chronophage - Risque financier (client hésitant/exigeant)

B. Analyse SWOT de notre agence digitale

	Forces	Faiblesses
Facteurs internes	<ul style="list-style-type: none"> - Qualité : l'équipe privilégie la qualité en travaillant que sur un seul projet à la fois - Communication : équipe très à l'écoute et disponible - Large choix technologiques : sites classiques et CMS 	<ul style="list-style-type: none"> - Petite structure donc toute demande de création prend du temps à réaliser

	Opportunités	Risques
Facteurs externes	<ul style="list-style-type: none"> - Entreprise en croissance - Partenariat possible avec des entreprises innovantes technologiquement 	<ul style="list-style-type: none"> - Concurrence des Free-lance


C. Analyse SWOT du salon du chocolat

	Forces	Faiblesses
Facteurs internes	<ul style="list-style-type: none"> - Rassemble un public varié (professionnel et amateur) - Grand succès chaque année du salon - Événement social avec impact culturel (gastronomie française) 	<ul style="list-style-type: none"> - Lieu fixe (nécessite une mobilité des intervenants et du public) - Demande une organisation importante (sécurité, personnel, matériel, etc.). - Durée courte de l'évènement (disponibilité de l'ensemble des participants)
	Opportunités	Risques
Facteurs externes	<ul style="list-style-type: none"> - Salon annuel : favorise les nouveautés, la recherche de produits innovants et artisans différents. - Marché en hausse (en 2016 en France : estimé à 3.5 milliards d'euros) - Favorise des achats directs : offres promotionnelles, absence de frais de livraison (pour des spécialités régionales). - Date située un à deux mois avant Noël : favorise la consommation de chocolat 	<ul style="list-style-type: none"> - Affluence importante (risque sécuritaire, plan Vigipirate) - Évènement payant (peut dissuader certains publics) - Durée courte de l'évènement (risque d'annulation en fonction des événements extérieurs : mouvements sociaux, attentats, etc.). - Concurrence au même moment (autres médias : internet, télévision, etc.) - Image désuète au fil du temps


IV. NOTRE PROPOSITION

A. Définition des cibles visées

Nous avons identifié trois personas ci-dessous, comme étant trois cibles représentatives des utilisateurs du site web dédié au salon du chocolat.

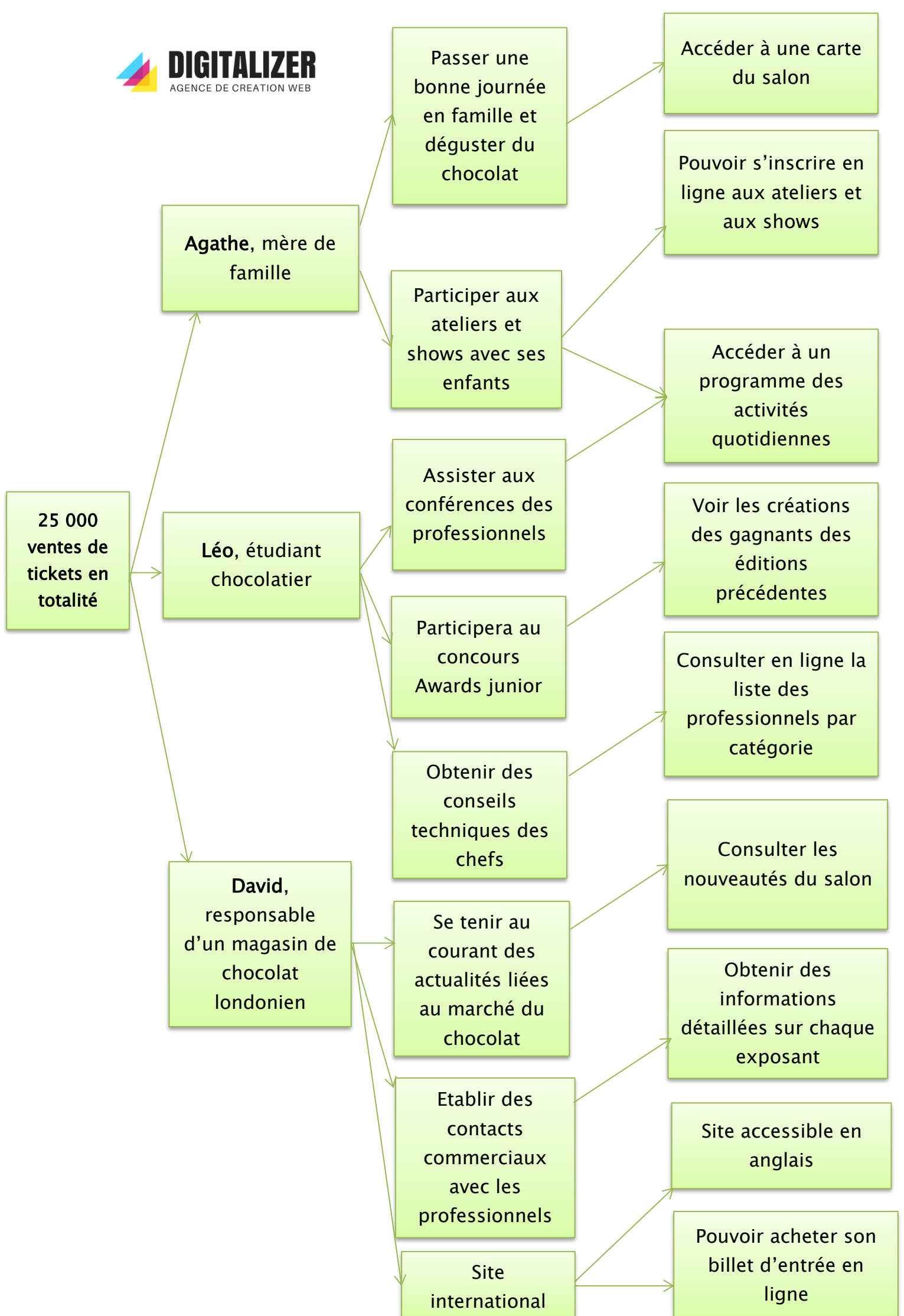
Qui ?	AGATHE, MERE DE FAMILLE 
Pourquoi ce site ?	<p>Agathe aime faire des gâteaux au chocolat pour faire plaisir à ses deux filles qui réclament des desserts chocolatés à toutes les occasions. Agathe a 50 ans, habite en région parisienne, et va se rendre au salon du chocolat avec ses deux filles et son mari. C'est la première fois que la famille s'y rend.</p>
Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> - Participer à des ateliers avec ses enfants - Assister au défilé des robes en chocolat - Découvrir et déguster des variétés de chocolat - Ramener des souvenirs du salon
Comportement	<p>Technique : 15% Curiosité : 95 % Implication : 50 % Dépenser : 80 %</p>

Qui ?	<p style="text-align: center;">LEO, ETUDIANT EN BREVET TECHNIQUE DES METIERS CHOCOLATIER-CONFISEUR</p> 
Pourquoi ce site ?	<p>Passionné de chocolat depuis son enfance, Léo, 20 ans, a eu son CAP pâtissier option chocolaterie avec la mention très bien en 2016. Il est actuellement en dernière année de brevet technique des métiers chocolatier-confiseur. Il habite à Nice et va venir spécialement à Paris pour le salon du chocolat, un évènement qu'il ne louperait sous aucun prétexte, d'autant plus qu'il est cette année inscrit au concours Awards Junior du chocolat.</p>
Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> - Rencontrer les professionnels du métier pour échanger et obtenir des conseils techniques et pratiques - Assister aux conférences animées par des experts en chocolat. - Avoir des idées pour ses propres créations - Recevoir éventuellement une médaille au concours Awards Junior du chocolat
Comportement	<p>Technique : 85 % Curiosité : 95 % Implication : 90 % Dépenser : 50 %</p>

Qui ?	<p style="text-align: center;">DAVID, RESPONSABLE DU MAGASIN « CHOCOLATE PARADISE » A LONDRES</p> 
Pourquoi ce site ?	<p>David travaille dans le commerce du chocolat depuis plus de 15 ans. Il fait face quotidiennement à des clients amateurs de chocolat (connaisseurs ou non). Il a établi au cours des années un réseau de professionnels du chocolat qui le guident pour ses achats et a décroché plusieurs contrats d'exclusivité pour son commerce. Il a un projet de déploiement de franchises de son magasin à Nantes et à Liège.</p>
Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> - Négocier des contrats commerciaux en France et avec des artisans français. Souhaite établir des contacts en France (produits de qualité de haute réputation) - Voir les créations d'artistes qu'il pourrait commercialiser dans son magasin - Faire connaître son magasin en en parlant autour de lui. - Voir les nouveautés en matière de chocolat - Repérer les tendances du moment - Assister aux conférences pour acquérir davantage de connaissances, afin de pouvoir conseiller au mieux ses clients
Comportement	<p>Technique : 75 % Curiosité : 95 % Implication : 80 % Dépenser : 60 %</p>

B. Préconisation fonctionnelle

L'impact mapping est présenté page suivante.



C. Préconisation architecturale

Niveau 0

Page d'accueil : le salon

Niveau 1

LE SALON

Plan du
salon
(plugin
maplic)

Découvrez le salon

Exposants

Infos
pratiques

Actualités
/ Presse

Billetterie
(Tunnel d'achat,
API stripe)

Contact

Listes des
exposants

Dates et
horaires

Communiqués
de presse

Accéder
au salon

Niveau 2

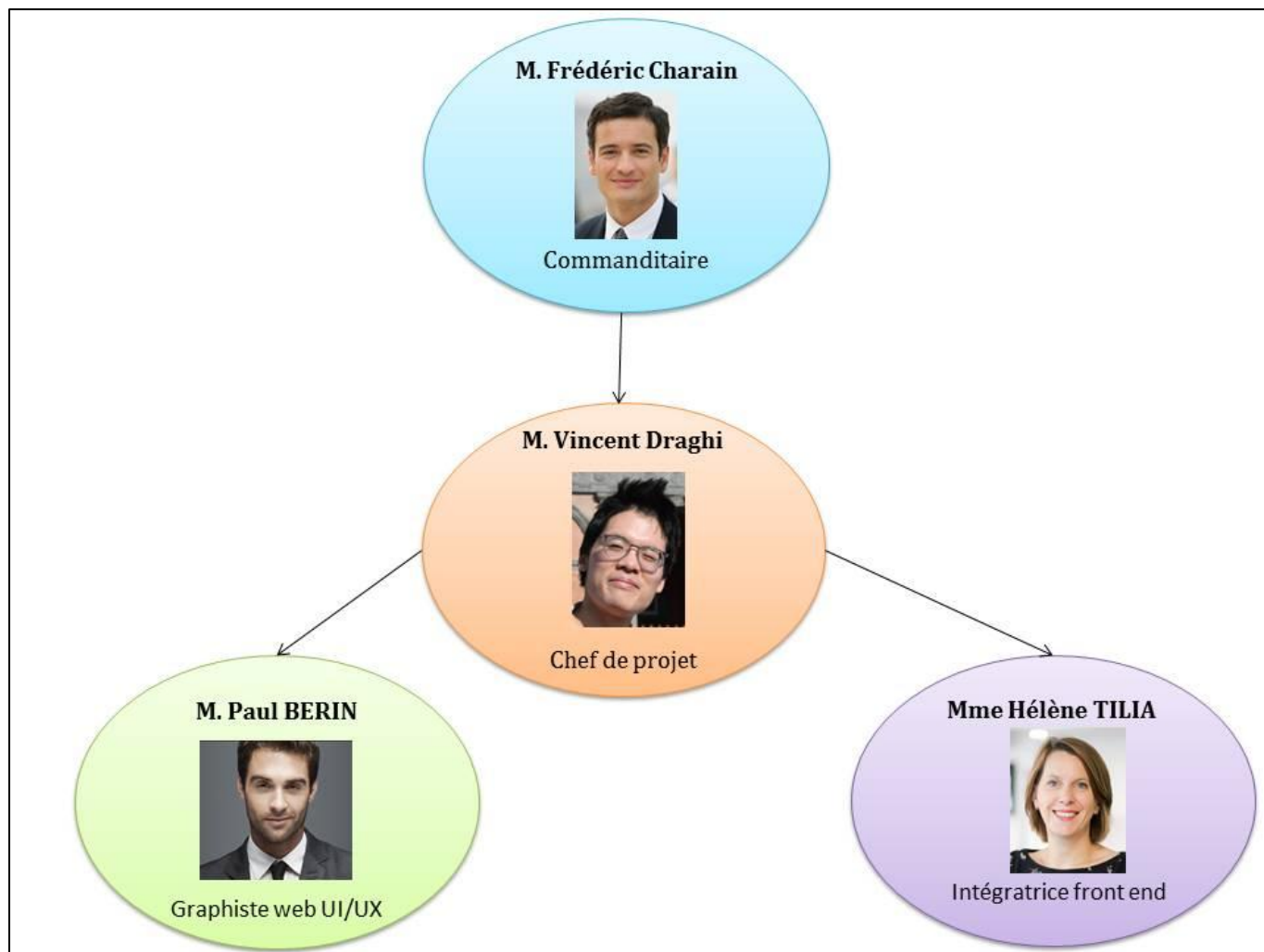
Programme des
animations (table
ronde /ateliers)

Devenir
exposant

Demande
d'accréditation

D. Organisation pour ce projet

Les différents intervenants pour la mise en place du projet sont décrits dans l'organigramme suivant :



E. Planning

Plan de charge : voir document associé.

F. Budget

Budget= 11900 euros (coût de production interne) + *30% marge pour tous nos projets*

⇒ **15470 euros**

S'y ajoute des frais supplémentaires à savoir :

- L'achat du nom de domaine et l'hébergement du site : 175 euros.
- Traduction : 500 euros (250 euros pour 2 jours)
- Contrat de maintenance pendant 6 mois : 420 euros (70 euros par mois)

⇒ **1095 euros**

Un geste commercial a été accordé sur le devis :

Formation offerte

Achat plugin maplic offert

Achat CMS theme offert

Soit au total 16565 euros (avec frais) + 20% TVA soit 19878 euros TTC
--