

NOTE DE CADRAGE :

REFONTE DU SITE WEB DÉDIÉ AU CLUB DE BILLARD DU VAL D'AMBOISE (37400)



SOMMAIRE

I. ENJEUX ET OBJECTIFS	p.2
A. Contexte	p.2
B. Besoins du client	p.3
II. ANALYSE CONCURRENTIELLE (Benchmark)	p.4
III. ANALYSE STRATEGIQUE	p.7
IV. MA PROPOSITION	p.9
A. Cibles visées	p.9
B. Préconisations fonctionnelles	p.10
C. Préconisations architecturales	p.12
D. Organisation pour ce projet	p.13

I. ENJEUX ET OBJECTIFS

A. Contexte : le Billard Club du Val d'Amboise

Le Billard Club du Val d'Amboise est une association régie par la loi de 1901, qui permet de découvrir et de s'entraîner au billard français.

Ce club a été créé en 1955 et ouvert aux amateurs dans les années 1980.

Depuis 20 ans, le club était localisé à Nazelles-Négron (37530). Depuis février 2020, il se situe à Lussault-sur-Loire (37400).

Il est composé actuellement d'environ 40 adhérents, tous des habitués et des locaux.

- Localisation

Lussault-sur-Loire est une commune du département d'Indre-et-Loire, en région Centre-Val de Loire. Amboise se situe à 5 kilomètres et Tours à 18 kilomètres. En 2017, la commune comptait 789 habitants, en augmentation de 9,28 % par rapport à 2012.



- **Le site actuel** : <http://billard-club-amboise-nazelles.e-monsite.com>



Le site n'est plus actif depuis 2015. Dans une ère du numérique, la visibilité de toute association est primordiale afin de se faire connaître.

Le président du club souhaite obtenir un site web fonctionnel, ergonomique et agréable à destination d'un large public, et qu'il pourra lui-même enrichir facilement en contenu.

B. Besoins du client

- **Besoins explicites**

Le client a exprimé les demandes précises suivantes :

- **Mise à jour des informations concernant le club** : nouvelle localisation, membres du bureau, horaires d'ouverture, etc.
- Créer une rubrique « **Informations pratiques** » : comment se rendre au club, horaires d'ouverture, téléphone, etc.
- Pouvoir **gérer facilement les contenus** des pages.

- **Besoins implicites**

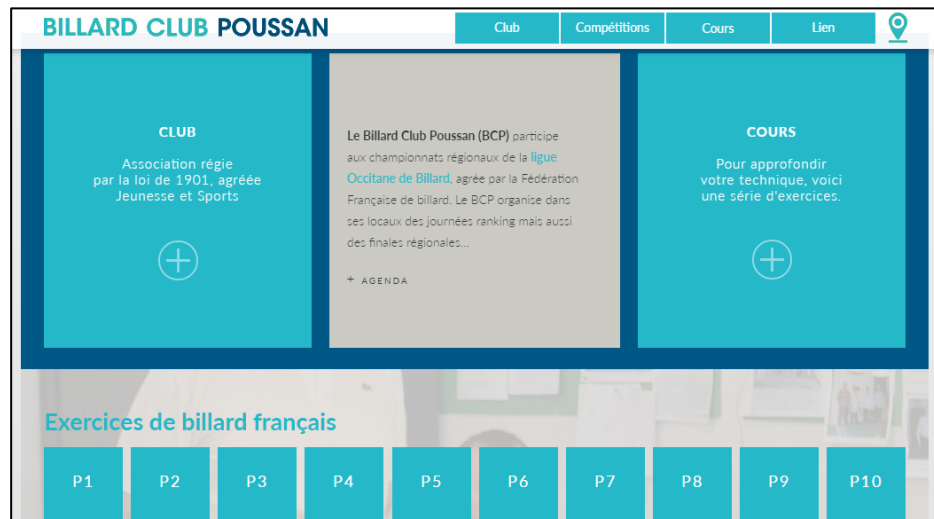
Nous proposons d'autres pistes permettant d'enrichir le site et exprimons les besoins implicites du client :

- Donner de la **visibilité** aux activités proposées par le club.
- Mettre en valeur les **événements** organisés par le club.
- Proposer un nouveau logo pour plus de **modernité**.
- Inclure une barre de partage vers les **réseaux sociaux** (le club possède une page Facebook active)
- Proposer un **site responsive** (adapté aux smartphones, tablettes, etc.).

II. Analyse concurrentielle (Benchmark)

Nous analysons trois sites de club de billard français.

- **Billard Club Poussan** (34560, Hérault, Occitanie)



	Points forts	Points faibles
Visuel	<ul style="list-style-type: none"> - Site moderne - Charte graphique agréable - Présence d'une page d'accueil 	<ul style="list-style-type: none"> - Quelques superpositions de textes pendant le chargement de la page
Fonctionnalités	<ul style="list-style-type: none"> - Site responsive - Nombreuses informations - Lien vers Facebook - Exercices ludiques de billard proposés - Liens vers des vidéos de billard - Footer avec contact et lieu 	<ul style="list-style-type: none"> - Infos anciennes (compétitions de 2017)

→ **Conclusion** : site moderne, ergonomique, contenant de nombreuses informations utiles pour les amateurs de billard, mais qui doit être actualisé pour certaines rubriques.

- **Association Sportive Laxovienne de Billard** (54520 Laxou, Meurthe-et-Moselle, Grand Est)



	Points forts	Points faibles
Visuel	- Menu clair	- Manque de modernité - Couleurs peu attrayantes - Logo non mis en valeur
Fonctionnalités	- Site responsive - Footer contenant les infos pratiques - Compte utilisateur : inscription en ligne pour les compétitions - Lien vers Facebook - Traduction du site proposée en plusieurs langues (via Google)	- Traduction imparfaite (faite par Google)

→ **Conclusion** : site contenant de bonnes fonctionnalités mais qui manque de modernité et d'attrait visuel.

- **Billard Club Gardéen** (83130 La Garde, Var, Provence-Alpes-Côte d'Azur)



	Points forts	Points faibles
Visuel	- Menu clair	<ul style="list-style-type: none"> - Absence de logo - Mauvaise répartition des contenus sur une même page - Manque d'illustrations pour certaines rubriques (« Le Club »)
Fonctionnalités	<ul style="list-style-type: none"> - Site responsive - Formulaire de contact 	<ul style="list-style-type: none"> - Page sans contenu (rubrique « divers ») - Manque de mises à jour (vie du club, résultats sportifs) - Absence de réseaux sociaux - Rubrique peu claires (« Formations » pour les cours), absence d'onglets pratiques tels que « horaires des cours »

→ **Conclusion** : site qui manque d'attrait, tant sur le plan visuel que fonctionnel.

Conclusion du Benchmark

Nécessité d'aboutir à un **site** :

- **Responsive et ergonomique**
- Ayant une **charte graphique moderne**
- Ayant un lien vers les **réseaux sociaux**
- Qui met **bien en évidence les infos pratiques** (horaires des cours, lieu, contact, etc.)
- **Référencement naturel basique suffisant** (seul club de la commune)

III. ANALYSE STRATEGIQUE

- **Analyse SWOT de la mission** (la refonte du site)

	Forces	Faiblesses
Facteurs internes	<ul style="list-style-type: none"> - Créativité, modernité - A jour des nouvelles technologies - Expérience dans la création de site web - Connaissances sur le Billard 	<ul style="list-style-type: none"> - Différences inter-générationnelles
	Opportunités	Risques
Facteurs externes	<ul style="list-style-type: none"> - Vitrine pour d'autres associations 	<ul style="list-style-type: none"> - Chronophage - Concurrence importante (nombreux Free-Lance)

- **Analyse SWOT du site actuel** (Billard Club du Val d'Amboise)

	Forces	Faiblesses
Facteurs internes	<ul style="list-style-type: none"> - Contenu intéressant - Nombreuses photographies de la vie du club - Association locale 	<ul style="list-style-type: none"> - Pas mis à jour depuis 2015 - Manque de connaissances informatiques des membres qui s'occuperont par la suite du site
	Opportunités	Risques
Facteurs externes	<ul style="list-style-type: none"> - Motivation de changer le site en le rendant plus pratique et moderne - Augmenter le nombre d'adhérents 	<ul style="list-style-type: none"> - Manque de visibilité pour les locaux

- **Marketing Mix du club**

Marketing mix du club de billard du Val d'Amboise



Produit

Propose une activité de loisir, des cours et des compétitions de billard



Promotion

Facebook, site internet, journées portes ouvertes, participation au forum des associations

Prix

Association culturelle non lucrative, frais d'adhésion limités



Place


Site Internet, Google Business, Facebook, Annuaire des associations de la ville d'Amboise, site de la Fédération Française de Billard



Conclusion: travailler à la refonte du site web du Billard Club du Val d'Amboise est une opportunité intéressante pour moi ; je peux exprimer à travers ce site ma créativité et mon expertise en me rendant utile pour une association locale. Cela me permet aussi de me rendre visible auprès d'autres associations (culturelles ou sportives), qui correspondent à mes valeurs (solidarité, soutien social, etc.).


IV. MA PROPOSITION

A. Cibles visées

Qui ?	René, retraité 
Ce qu'il cherche	René, 65 ans, habitant d'Amboise, est retraité de la fonction publique depuis 5 ans. Très actif au travail, il cherche des activités stimulantes pour son corps et son esprit. Joueur d'échec, il aimerait trouver une activité complémentaire à réaliser en équipe car il est très sociable.
Objectifs	- Découvrir un sport convivial adapté à son âge - Cherche un club à taille humaine, près de son habitation
Comportement	Technique : 10% Curiosité : 95 % Implication : 80 % Dépenser : 80 %
Ses médias	- Presse locale - A un ordinateur

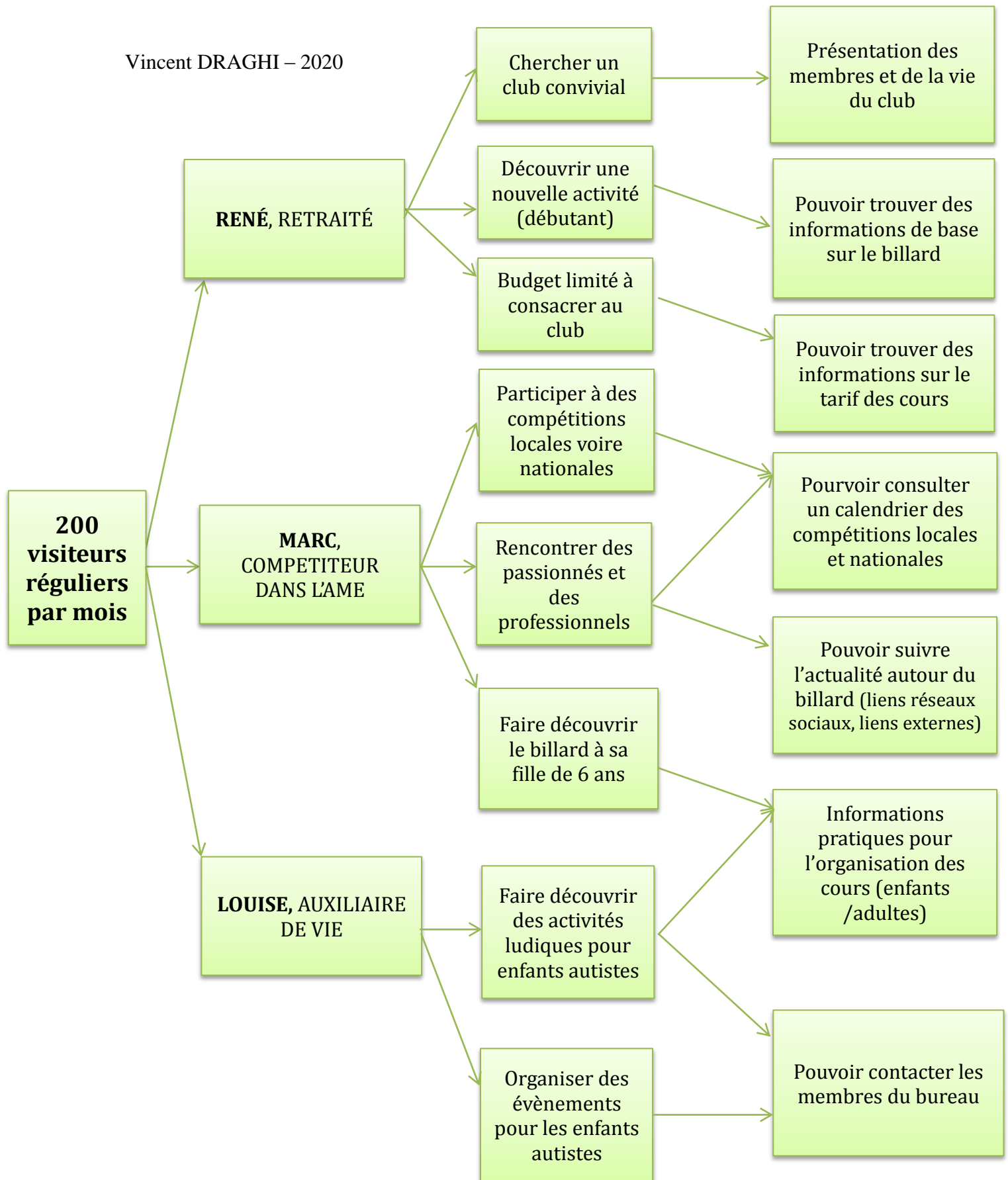
Qui ?	Marc, compétiteur dans l'âme 
Ce qu'il cherche	Marc, 35 ans, est passionné de billard français depuis que son oncle lui a fait découvrir l'activité dès l'âge de 7 ans. Il a déjà participé à de nombreuses compétitions locales en tant que Junior. Après un arrêt de l'activité lors de ses études en histoire et civilisation, il souhaite se remettre au billard et transmettre sa passion à sa fille Mia, âgée de 6 ans. Habitant à Tours, il travaille au château d'Amboise comme guide touristique.

Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> - Rencontrer des passionnés de billard français - Participer à des compétitions locales et nationales. - Chercher un club pour pouvoir s'entraîner, qui soit compatible avec ses horaires de travail. - Chercher un club ouvert aux enfants et pourquoi pas donner lui-même des cours à des enfants
Comportement	Technique : 80 % Curiosité : 80 % Implication : 70 % Dépenser : 50 %
Ses médias	<ul style="list-style-type: none"> - Réseaux sociaux - Smartphone - Ordinateur

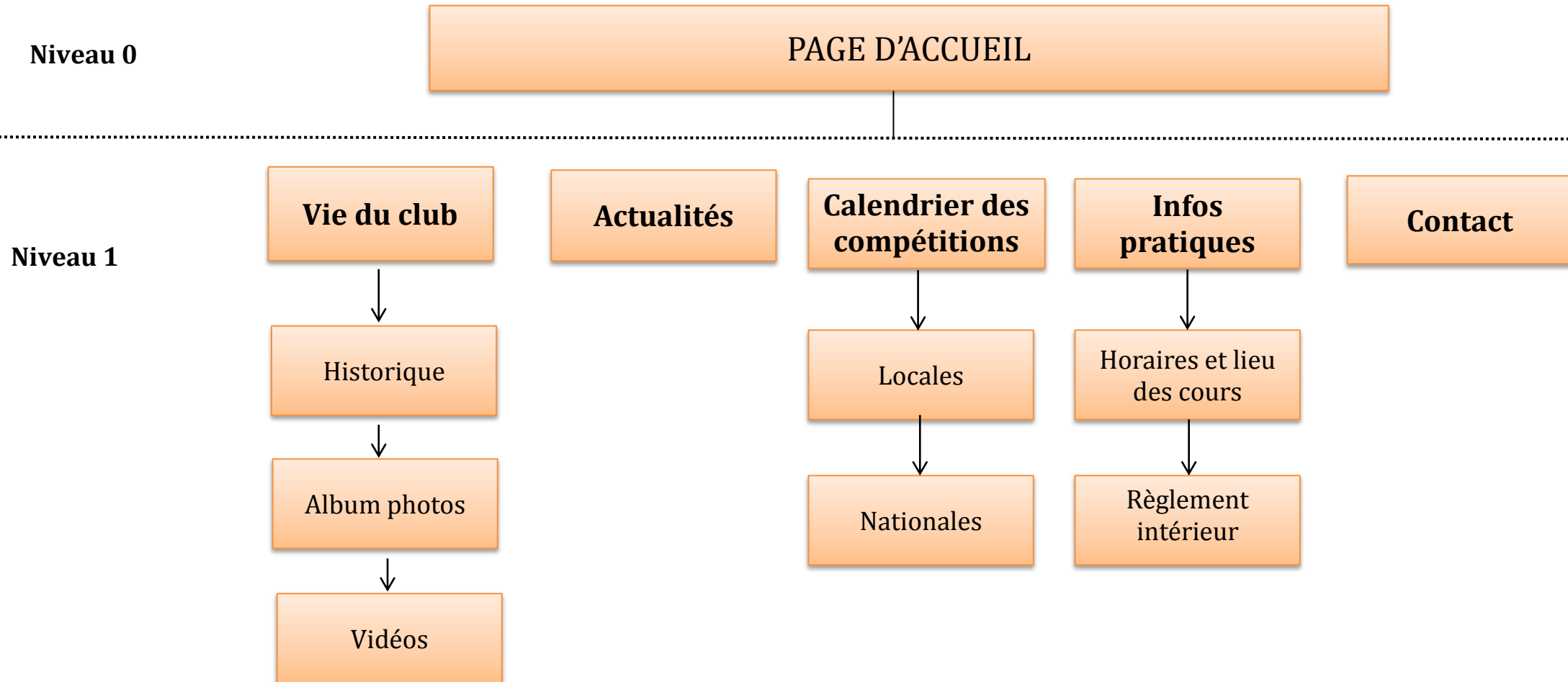
Qui ?	<p>Louise, auxiliaire de vie</p> 
Ce qu'elle cherche	<p>Louise, 48 ans, travaille aux côtés d'enfants autistes depuis plus de 15 ans à MontLouis-sur-Loire (37270). Elle organise des événements pour leur faire découvrir des activités dont des sports, des travaux manuels, etc. Patiente et bienveillante, elle a à cœur d'aider au maximum ces enfants.</p>
Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> - Trouver des associations qui accueillent, ponctuellement ou durablement, des enfants autistes pour leur faire découvrir une activité. - Organiser des événements culturels et sportifs pour des enfants autistes.
Comportement	Technique : 5 % Curiosité : 95 % Implication : 90 % Dépenser : 40 %
Ses médias	<ul style="list-style-type: none"> - Réseaux sociaux - Smartphone - Presse locale et nationale - A un ordinateur

B. Préconisation fonctionnelle

L'impact mapping est présenté page suivante.



C. Préconisation architecturale



D. Organisation pour ce projet

. Planning : voir Gantt, Trello, Rétroplanning

. Budget : voir plan de charge

S'ajoute au budget (3 650 € pour environ 19 jours de TJM) :

- **L'hébergement GreenGeeks.com** : 5,49€/mois pour une offre sur 3 ans, soit **65,88 €** pour la première année. Les deux autres années de l'abonnement seront prises en charge par le client.
- **L'achat du nom de domaine : 17 €/an.**
⇒ Coût du projet (hors marge) $3650 + 82.88 = \underline{\underline{3\,732,88\,€}}$

Features	Ecosite Lite	Ecosite Pro	Ecosite Premium
Disk Space	Unlimited	Unlimited	Unlimited
Bandwidth	Unlimited	Unlimited	Unlimited
E-mail Accounts	Unlimited	Unlimited	Unlimited
Domain(s) Hosted	1	Unlimited	Unlimited
Domain Included (first year only)	1	1	1
Free SSL (Let's Encrypt)	Included	Included	Included
Premium SSL	Addon	Addon	Included
MySQL Databases	Unlimited	Unlimited	Unlimited
CloudFlare CDN	Yes	Yes	Yes
CPU Cores	2	2	3
Physical Memory	768 MB	1024 MB	1500 MB
Disk I/O	4 MB/sec	10 MB/sec	20 MB/sec
Inodes	150,000	300,000	500,000
E-mails Per Hour	100	300	500
Developer Tools **	No	Yes	Yes
Pricing	Ecosite Lite	Ecosite Pro	Ecosite Premium
Regular Monthly Rate	\$9.95	\$14.95	\$24.95
12 Months Term	\$4.95*	\$7.95*	\$13.95*
24 Months Term	\$3.95*	\$6.95*	\$12.95*
36 Months Term	\$2.95*	\$5.95*	\$11.95*

Choix d'un hébergeur écologique (utilise de l'électricité durable) et des serveurs localisés en Europe (Amsterdam) pour la performance et la législation GDPR (données et utilisateurs sur le territoire européen).