

# 2PROJ – A.Sc.2

## Sommaire

1.	Expression fonctionnelle.....	2
1.1.	Commencer avec les questions de recherches d'informations.....	2
	Quels sont vos consommateurs cibles ? .....	2
	De quoi ont-ils besoin ? .....	2
	Qui sont vos concurrents et quelles sont leurs offres ? .....	2
1.2.	Analyse de la situation marketing.....	3
1.3.	Identifier vos cibles.....	4
1.4.	Fixez vos promesses.....	4
1.5.	Gestion, coûts et rentabilité.....	5
	ROI .....	5
1.6.	Trouver un moyen de faire tester votre produit.....	5
1.7.	Créer le slogan parfait pour ton produit.....	5
1.8.	Définir votre politique de distribution .....	6
1.9.	Définissez votre politique de communication.....	6
1.10.	Concevoir une identité visuelle attractive pour le produit.....	6
	Le Logo :.....	6
2.	Méthodologie et conseils .....	7

## 1. Expression fonctionnelle.

### 1.1. Commencer avec les questions de recherches d'informations.

L'idée est de pouvoir répondre aux 3 questions suivantes :

#### Quels sont vos consommateurs cibles ?

- Pour des personnes qui ont besoin d'une enquête de satisfaction spontanée.
- Par exemple pour l'organisation d'événements, une enquête de satisfaction dans des écoles, dans des associations, les entreprises, et les infrastructures.
- Entre 15 à 70 ans
- Ville/Campagne
- Nationalité française

#### De quoi ont-ils besoin ?

Le but est de pouvoir créer des formulaires sobres et modernes qui inspirent confiance et qui peuvent convaincre des personnes réticentes à l'idée de partager leurs informations personnelles en ligne.

#### Qui sont vos concurrents et quelles sont leurs offres ?

##### Wufoo :

Wufoo qui est l'un des meilleurs sur le marché car il offre une vaste gamme d'intégrations et des méthodes de paiement.

Il s'intègre parfaitement à plusieurs autres plates-formes populaires :

Dropbox, Confluence, MailChimp, Salesforce, Twitter, Wix, Google.

JotForm qui est semblable à WuFoo, cependant l'une de ses caractéristiques les plus remarquables et qui la distingue de la concurrence est l'offre de modèles incroyablement modernes et attrayants. En d'autres termes les utilisateurs peuvent modifier l'esthétique et le déroulement du formulaire afin d'inspirer confiance aux personnes qui sont réticentes à l'idée de partager leur information personnelle.

Autres avantages :

- Jusqu'à 100 000 soumissions.
- Jusqu'à un To d'espace de stockage.
- Stockage illimité de formulaires et de soumissions.
- Conformité HIPAA (pour les formulaires en relation avec la santé).

Presque similaire à un constructeur de site Web, Jotform permet une CONSIDÉRABLE quantité d'intégrations via des applications et widgets du type plug-in, y compris PayPal, Google Drive, Dropbox, MailChimp et des dizaines d'autres. Les utilisateurs peuvent également insérer un formulaire Jotform sur pratiquement tous les sites Web ou toutes les plates-formes à l'aide du code d'intégration fourni.

### Google Forms :

Google Forms est un éditeur de formulaire en ligne qui fait partie de G Suite (anciennement Google Apps) et plus spécifiquement de Google Drive. Google Forms vous permet de créer des formulaires en ligne pour des utilisations très diverses : questionnaires, sondages, enquêtes, collecte d'avis, etc.

Parfaitement adapté aux besoins des PME, associations, startups, indépendants et auto-entrepreneurs, Google Forms vous donnera la possibilité de créer des questionnaires plus ou moins complexes (embranchements de questions) et de les envoyer à un groupe de répondants. Chaque formulaire créé est automatiquement enregistré et hébergé sur votre Google Drive.

Une fois votre sondage/enquête envoyé, l'outil en ligne de Google vous donne la possibilité d'analyser les données obtenues sous forme de graphiques clairs et propres. Google Forms vous permet également d'exploiter les réponses de manière simple dans le tableau de bord récapitulatif ou de manière plus avancée dans le tableur.

### Microsoft Forms :

Caractéristiques communes :

Les fonctions de base de Google Forms et de Microsoft sont assez similaires et nous allons les examiner rapidement.

Types de questions et réponses

Les différentes options et caractéristiques sont ce qui sépare le bon service du merveilleux service. Google Forms prend les devants car il propose toute une gamme de types de questions. Des options à choix multiples aux réponses linéaires et textuelles, elles offrent beaucoup.

## 1.2. Analyse de la situation marketing.

<b>FORCES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Large fonctionnalités de créer des sondages.</li> <li>• Compétitif et innovant.</li> <li>• Analyseur d'enquête.</li> <li>• Budget pour le projet enrichissant.</li> <li>• Gratuit.</li> <li>• Pour tous types de clientèles et secteur d'activité.</li> <li>• Simplicité</li> <li>• Rapport en temps réel</li> </ul>
<b>FAIBLESSES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pas de FAQ ou de service client pour les débutants en informatique.</li> <li>• Pas d'application sur les plateformes mobile et tablette.</li> <li>• Pas la fonctionnalité de envoyer des e-mails pour répondre aux sondages.</li> <li>• Budget publicitaire moins important que les concurrents.</li> </ul>
<b>OPPORTUNITES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apparition sur toutes les plateformes.</li> <li>• Avoir une partie du part de marché auprès des concurrents.</li> <li>• Plus de communication</li> <li>• Espace de stockage</li> <li>• A l'international</li> </ul>
<b>MENACES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Une très forte concurrence (Google Forms, SurveyMonkey, Wufoo)</li> <li>• Service d'abonnement compétitif</li> </ul>

### 1.3. Identifier vos cibles.

Les entreprises avec 50 employés ou plus.

**Le niveau du chiffre d'affaires :** 5 millions.

**Secteur d'activité :** pour les infrastructures, les entreprises qui ont besoin de l'avis de leur clientèle

**Situation géographique :** France

Les différentes cibles :

- Âge : Entre 15 ans à 70 ans
- Emplacement (sur internet)
- Genre : masculin, féminin

### 1.4. Fixez vos promesses.

- Un conseiller à disposition pour le remplissage et l'analyse du formulaire
- Options payantes pour améliorer le contenu du formulaire et les possibilités d'analyse.

### 1.5. Gestion, coûts et rentabilité

#### ROI

Investissement sur le projet :

Le projet nécessite d'investir 500 000 euros et générera un profit final estimé à 575.000 euros.

La formule sera présentée sera :

- $ROI = ((\text{gain de l'investissement} - \text{coût de l'investissement}) / \text{coût de l'investissement}) \times 100$
- $ROI = ((575\ 000 - 500\ 000) / 500\ 000) \times 100$
- $ROI = 15\%$

Le retour sur investissement de ce projet sera de 15 %.

Investissement sur la communication :

L'entreprise a investi 1500 pour la campagne publicitaire sur les différents sites et à générer une recette de 3200 euros.

Pour cela on applique la formule suivante :

- $\text{Taux ROI} = (\text{Gains} - \text{investissements}) / \text{investissements}$
- $\text{Taux ROI} = (3200 - 1500) / 1500$
- $\text{Taux ROI} = 1,13\%$

La campagne de communication a rapporté du profit dans lequel il a réalisé un retour sur investissement de 113% pour la campagne

### 1.6. Trouver un moyen de faire tester votre produit.

Le produit a été testé par l'entourage de chaque membre du projet, ce qui nous a apporté différents avis sur ce nouveau produit qui sont les suivants :

- "Très bon site, je recommande."
- "Je partagerais à ma famille, je suis très heureux."
- "Facile à utiliser et met en confiance."
- "Tiens la route, mais options insuffisantes. "

### 1.7. Créer le slogan parfait pour ton produit.

Le slogan parfait pour le site web « Online Survey » est "Create your forms now !".

### 1.8. Définir votre politique de distribution

Le produit sera distribué sur internet via le site web de l'entreprise. Au lancement le formulaire sera totalement gratuit, le but est que les gens puissent le tester afin d'avoir leur propre avis. On aura un système de pub afin d'avoir des revenus pendant cette phase gratuite. Après un an, on mettra en place des options payantes pour améliorer le contenu du formulaire et les possibilités d'analyse.

### 1.9. Définissez votre politique de communication

Pour notre politique de communication nous allons mettre en place plusieurs canaux :

- Site web
- Mail : Nous allons faire connaître notre produit via la newsletter de l'entreprise
- Réseaux (Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, forums) Afin de toucher les différents profils énoncés précédemment, nous nous positionnons sur ses différents réseaux.
- YouTube (tutoriel) afin de faire la promotion du site à l'aide de tutoriels.
- Actualité numérique (01.net, clubic, le journal du numérique)

### 1.10. Concevoir une identité visuelle attractive pour le produit.

#### Le Logo :

Le logo d'Online Survey a pour but premier de présenter notre créateur de formulaire en ligne.

Après une analyse, nous avons essayé de montrer, sous forme graphique, que notre projet permet de répondre à des formulaires et les analyser.



On observe tout d'abord, la « base » du logo, le O de « Online ».

Nous avons inséré à l'intérieur une coche pour rappeler le fait de répondre à un sondage.

Le cercle qui contient la coche sert à rappeler une case à cocher, il va servir, par la même occasion de O pour le logo avec la typographie.

Au niveau des choix de couleurs, nous avons utilisé des couleurs assez douces et claires. Le bleu est la couleur la plus utilisée sur notre site. L'orange est une couleur complémentaire qui s'accordait parfaitement avec la couleur bleue.

Pour finir avec la typographie, nous avons gardé la même grosseur que le O pour le mot « Online ». Une police Sans Sérif permettant d'inclure le logo dans la typographie. Pour le mot Survey, nous avons

fait le choix de diminuer la grosseur et d'espacer le mot afin de créer un contraste avec le mot « Online ».

## 2. Méthodologie et conseils

Quel problème du client mon produit résout-il ?

Online Survey est une excellente solution pour créer rapidement des formulaires afin de récupérer et analyser simplement des données. Il est très simple de créer un formulaire ou une enquête avec Online Survey.

Quels sont les besoins auxquels je vais répondre ?

- Un large choix de créer des sondages
- Un analyseur durant le sondage

La demande ou le marché est-il suffisant ?

De plus en plus d'entreprises ont besoin de feedback à propos de leurs nouveaux produits ou d'avoir l'avis de leurs employés. La demande est donc importante étant donné la popularité des sites comme Google Forms ou Microsoft Forms.

Quelles sont les barrières à l'entrée ?

Les difficultés rencontrées lors du démarrage du site peuvent être liées à la place qu'occupent nos concurrents sur le marché et la qualité des produits qu'ils fournissent.

Quel est mon objectif ?

L'objectif est de fournir des enquêtes et des formulaires de qualité pour satisfaire les besoins de l'utilisateur et pouvoir se développer à l'international.

Comment vais-je pouvoir aider mes prospects ?

Online Survey peut aider ses prospects avec des tutoriels sur YouTube, pour les aider à comprendre le site et résoudre les différents problèmes.

Quelle est mon offre ?

L'offre du site web sera gratuite, ils auront la possibilité d'utiliser toutes les fonctionnalités.

Comment puis-je atteindre ma cible ?

On peut atteindre la cible en utilisant la publicité et les envois de mail.