

## **Historique des révisions**

<b>Date</b>	<b>Version</b>	<b>Description</b>	<b>Auteur</b>
05.03.2019	1.0.0	Initial document vision	Les canards laqués

# 1. Introduction

## 1.1 Objectifs du document

Permettre à travers ce document d'obtenir une vision claire du travail à effectuer en tenant compte des demandes du demandant.

## 1.2 Portée

Création d'un site web permettant la vente et l'achat d'objet d'occasion entre membres de l'université de Genève.

## 1.3 Définitions, Acronymes et Abréviations

UNIGE : Université de Genève

MU : Membre de l'université

## 1.4 Références

Aucun

## 1.5 Vue générale du document

1.	Introduction	2
1.1	Objectifs du document	2
1.2	Portée	2
1.3	Définitions, Acronymes et Abréviations	2
1.4	Références	2
1.5	Vue générale du document	2
2.	Positionnement	3
2.1	Opportunité commerciale	3
2.2	Position du problème	3
2.3	Position du produit	3
3.	Description des intervenants et des utilisateurs	4
3.1	Taille du marché	4
3.2	Les intervenants	4
3.3	Les utilisateurs	4
3.4	Environnement utilisateur	4
3.5	Profils des intervenants	5
	3.5.1 Responsable de l'université	5
	3.5.2 ISIS	5
	3.5.3 Steve Hostettler	5
3.6	Profils des utilisateurs	6
	3.6.1 Vendeur	6
	3.6.2 Acheteur	6
	3.6.3 Sysadmin	6
	3.6.4 Guest	6
3.7	Besoins clés des intervenants et utilisateurs	7
3.8	Alternatives et concurrence	7
	3.8.1 Autres site web	7
	3.8.2 Braderies organisées par des associations	7
4.	Vue d'ensemble du produit	8

4.1	Perspective du produit	8
4.2	Résumé des caractéristiques	8
4.3	Hypothèses	8
4.4	Cout et politique de prix	8
4.5	Licences et installation	8
5.	Caractéristiques essentielles du produit	9
6.	Contraintes sur le produit	9
7.	Tolérances de qualité non fonctionnelles	9
8.	Exigence de documentation	9
8.1	Manuel utilisateur	9
8.2	Aide en ligne	9
8.3	Packaging, labelling, copyright	9

## 2. Positionnement

### 2.1 Opportunité commerciale

Permettre aux membres de l'UNIGE d'économiser de l'argent en leur permettant d'acheter des objets de secondes mains et également de vendre leur objet rapidement avec des taxes réduites.

### 2.2 Position du problème

<b>Le problème</b>	<i>Difficulté de vendre ou se procurer des objets spécifiques à l'université de Genève. Manque de confiance entre les vendeurs et les acheteurs.</i>
<b>Affecte</b>	<i>Les membres de l'université de Genève</i>
<b>L'impact du problème est</b>	<i>Ecologie de matériel et économie d'argent</i>
<b>Une solution satisfaisante serait</b>	<i>Site internet permettant d'acquérir et de vendre des objets liés à l'université. Eviter du gaspillage. Créer une confiance entre les utilisateurs</i>

### 2.3 Position du produit

<b>Pour</b>	<i>les membres de l'UNIGE</i>
<b>Qui</b>	<i>veulent vendre ou acheter à prix réduit en évitant du gaspillage.</i>
<b>L'UNIBay</b>	<i>est un site web</i>
<b>Qui</b>	<i>Permet de vendre et acheter facilement</i>
<b>A la différence de</b>	<i>D'autres site de vente non spécifique à l'UNIGE</i>
<b>Notre produit</b>	<i>Est exclusif à l'UNIGE</i>

### 3. Description des intervenants et des utilisateurs

#### 3.1 Taille du marché

Le taille du marché correspond aux nombres de membres à l'université de Genève. Le projet commence de toutes pièces, ainsi la réputation de l'entreprise est inexistante. On cherche à se démarquer des autres sites concurrents par notre exclusivité aux MU et notre confiance établit entre les utilisateurs. On peut imaginer que la taille du marché s'agrandisse aux écoles supérieures. Les utilisateurs devront se loguer a travers le portail de l'université.

#### 3.2 Les intervenants

Nom	Description	Rôle
Responsable de l'université	Acceptation du projet	S'assure si cela suit les règles éthiques de l'université. Acceptation finale du projet
ISIS	Admin des login	Permet aux membres de se rediriger sur le site internet
Steve Hostettler	Suivi du projet	Acceptation finale du projet Contrôle de l'avancement du projet

#### 3.3 Les utilisateurs

Nom	Description	Rôle	Représentant
Vendeur	Utilisateur finale du site web	Utilise l'application pour mettre en vente des objets. Fournit le prix, une description, des images	Lui-même
Acheteur	Utilisateur principale et finale de l'application	Utilise l'application pour acheter des objets mis en vente par les vendeurs.	Lui-même
Sysadmin	Maintenance du site	Gère les problèmes et les questions des utilisateurs finaux	Lui-même
Guest	Utilisateur secondaire et final du site web	Utilise l'application pour voir les offres sans se loguer avec un identifiant	Lui-même

#### 3.4 Environnement utilisateur

Il y a un vendeur et un acheteur pour une transaction.

La durée d'une mise vente est d'un semestre. La durée de l'achat est instantanée.

La plateforme sera un site internet (browser). Il suffit d'avoir une connexion internet pour accéder au site. L'application intégrera la plateforme ISIS pour se connecter à travers son compte d'université.

#### 3.5 Profils des intervenants

##### 3.5.1 Responsable de l'université

Représentant	Responsable de l'université
--------------	-----------------------------

<b>Description</b>	<i>Décide des intégrations des applications pour l'Université</i>
<b>Type</b>	<i>Expert</i>
<b>Responsabilités</b>	<i>Approuve le déploiement du projet</i>
<b>Critère de succès</b>	<i>Respect des règles de l'université</i>
<b>Implication</b>	<i>Deployment manager</i>
<b>Livrables</b>	<i>Le site web</i>
<b>Comments / Issues</b>	<i>Ne veut pas participer au projet. Non-respect des règles de l'université.</i>

### 3.5.2 ISIS

<b>Représentant</b>	<i>ISIS</i>
<b>Description</b>	<i>Portail de connexion</i>
<b>Responsabilités</b>	<i>Fournir un accès aux membres de l'université</i>
<b>Critère de succès</b>	<i>Les étudiants arrivent à se connecter</i>
<b>Comments / Issues</b>	<i>Le portail ne fonctionne pas ou il refuse de participer au projet</i>

### 3.5.3 Steve Hostettler

<b>Représentant</b>	<i>Steve Hostettler</i>
<b>Description</b>	<i>Acceptation finale du projet Contrôle de l'avancement du projet</i>
<b>Type</b>	<i>Professeur de l'université et expert en développement de logiciel</i>
<b>Responsabilités</b>	<i>Acceptation finale du projet et contrôle de l'avancement du projet</i>
<b>Critère de succès</b>	<i>Réussit à rendre dans les temps. Répond aux spécifications. Le code coverage est de 75%</i>
<b>Implication</b>	<i>Deployment manager</i>
<b>Livrables</b>	<i>Le site web, document de vision, Use Case</i>

## 3.6 Profils des utilisateurs

### 3.6.1 Vendeur

<b>Représentant</b>	<i>Vendeur</i>
<b>Description</b>	<i>Met en vente des objets</i>
<b>Responsabilités</b>	<i>Fournir des offres sur le site web. Fournir le prix, la description et des images du produit mis en vente.</i>

### 3.6.2 Acheteur

<b>Représentant</b>	<i>Acheteur</i>
<b>Description</b>	<i>Fait des offres d'achat pour les produits mis en vente.</i>
<b>Responsabilités</b>	<i>Mis en relation avec le vendeur lors d'un achat</i>

### 3.6.3 Sysadmin

<b>Représentant</b>	<i>Représentant du bon fonctionnement du site web durant son utilisation</i>
<b>Description</b>	<i>Maintient le site web à jour et répond aux questions des utilisateurs</i>
<b>Type</b>	<i>Qualifier dans la maintenance web et capable de répondre à des questions des utilisateurs tels que les vendeurs et les acheteurs</i>
<b>Responsabilités</b>	<i>Réponse aux questions et maintient le site internet</i>
<b>Critère de succès</b>	<i>Bon fonctionnement du site internet</i>

### 3.6.4 Guest

<b>Représentant</b>	<i>Guest</i>
<b>Description</b>	<i>Possible acheteur qui visualise les offres sans être identifié</i>

### 3.7 Besoins clés des intervenants et utilisateurs

Besoin (métier)	Priorité	Concerne	Solution actuelle	Solutions proposées
Facilité d'utilisation	Haute	Facilité d'utilisation pour novices d'internet		Mettre des catégories intuitives et un site web agréable d'utilisation
Sécurisé	Haute	Traçabilité des acheteurs et vendeurs		Connexion par portail ISIS. Exclusion des non-membres de l'université
Disponibilité	Haute	Site web toujours accessible		
Notation des utilisateurs	Bas	Qualité du service		Système de notation des vendeurs et acheteurs

### 3.8 Alternatives et concurrence

#### 3.8.1 Autres site web

Utilisation d'autres site web de vente d'objet mais non spécifique à l'université. Forces : Touche un plus large public. Faiblesse : Peu de confiance entre les utilisateurs et plus forte taxe.

#### 3.8.2 Braderies organisées par des associations

Braderies organisées par des associations de l'université. Force : Interaction directe entre vendeurs et acheteurs. Faiblesse : Durée éphémère, mise en place de stand, visibilité des offres réduites.

## 4. Vue d'ensemble du produit

### 4.1 Perspective du produit

Notre site web est un stand alone. Une connexion via ISIS est demandé, puis on rediriger sur notre site web avec un écran d'accueil montrant le catalogue.

### 4.2 Résumé des caractéristiques

Avantage pour l'utilisateur	Caractéristiques correspondantes
Objet vendu spécifique à l'Université	Connexion limitée aux membres de l'université
Simplicité du site web	4 onglets (profils, catalogue, vente, avis de recherche)
Confiance entre les utilisateurs	Appartenance à l'université, système de notation, dialogue entre les deux parties
Faibles taxes pour l'utilisateur	Aucun coût de mise en vente et de taxe sur les produits
L'utilisateur peut poster un produit qui l'intéresse	Section du site permettant aux utilisateurs d'afficher leur besoin.

### 4.3 Hypothèses

ISIS n'accepte pas de fournir une connexion par leur portail.  
Accessibilité en fonction des différents moteurs de recherche.

### 4.4 Cout et politique de prix

Aucun coût pour les utilisateurs.

### 4.5 Licences et installation

Connexion via ISIS.



## 5. Caractéristiques essentielles du produit

Quoi	Pourquoi	Priorité
Connexion à travers ISIS	Limité la connexion aux membres de l'université	2
Barre de recherche	Trouver un objet particulier rapidement	3
Avis de recherche	Affichage des besoins utilisateurs	9
Notation des membres	Etablir le niveau des utilisateurs	7
Profil utilisateur	Permet d'identifier utilisateur	6
Messagerie	Communication entre acheteur-vendeur	4
Catalogue	Répertoire les articles selon des catégories	1
Historiques de recherche	Permet de revenir à d'ancienne recherche	10
Filtre de recherche (prix, type, année d'acquisition)	Faciliter la recherche pour les utilisateurs	5
Paramètre de recherche (nombre d'article affiché)	Voir plus ou moins d'objet par page	11
Trier la recherche (Ordre alphabétique, prix, année)	Faciliter la recherche	8
Favoris	Garder en mémoire les articles préférés d'un acheteur	12
Signaler	Permet de signaler un vendeur malveillant ou mensongers	13

## 6. Contraintes sur le produit

Aucune

## 7. Tolérances de qualité non fonctionnelles

Accessibilité	Haute
Utilisabilité	Haute
Disponibilité	Haute
Performance	Bas-moyen
Modificabilité	Moyen-haut
Portabilité	Bas
Testabilité	Haute
Sécurité	Haute

## 8. Exigence de documentation

### 8.1 Manuel utilisateur

Insérer un manuel d'utilisation accessible depuis le site web. Implémentation d'un bouton aide « ? ».

### 8.2 Aide en ligne

Voir ci-dessus (8.1)

### 8.3 Packaging, labelling, copyright

*[Inclure les exigences par rapport à la présentation du conditionnement du produit, des écrans de démarrage, des notices de copyright, des logos à utiliser, des chartes graphiques,...]*