Cahier des charges

<https://docs.google.com/document/d/1wrbmDZVBT3TxaOpDlUXvFx5FJZ25XnskHY5GDIPKkIM/edit>

<https://www.seomix.fr/cahier-des-charges-web/>

**Auteurs de ce cahier des charges / groupe d’expression du besoin**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nom / mél** | **Qualité / rôle** |
| Martin GUYOT / [m.guyot@iia-laval.fr](mailto:m.guyot@iia-laval.fr)  Mathéo Épié / [m.epie@iia-laval.fr](mailto:m.epie@iia-laval.fr) | Chef de Projet / Responsable du cahier des charges |
| Jean PETIT / [jean.petit@megaprod.com](mailto:jean.petit@megaprod.com) | Client / Chef de département de communication |
|  | Client / Chef de département de marketing |

**Historique des modifications et révisions de ce document**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **n° de version** | **Date** | **Description et circonstances de la modification** |
| V 0.1 | 01/10/19 | Brouillon : première version suite à la réunion initiale du groupe d’expression générale du besoin. |
| V 0.2 | 06/10/19 | Brouillon : suite de la rédaction du cahier des charges suite à la réunion initiale, spécification des résultats et changements attendus, mise en place table des matières, historique des modifications. |
| V 0.3 | 14/10/19 | Rédaction globale du cahier des charges afin de posséder les grandes lignes du projet. |
| V 0.4 | 20/10/19 | Mr. PETIT renvoi le cahier des charges après l’avoir lu et corrigé les éléments ne lui convenant pas ou n’étant pas complets. |
| V 0.5 | 28/10/19 | Correction finalisée, renvoi du cahier des charges au client. |
| V 1.1 |  | Cahier des charges validé par le commanditaire pour lancement du projet |
|  |  | Clôture du groupe d’expression du besoin : version proposée au commanditaire pour approbation |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

**Validations**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **n° de version** | **Nom / qualité** | **Date / signature** | **Commentaires et réserves éventuelles** |
| V 1.1 | Commanditaire |  | OK pour valider. Reste à détailler la phase “recyclage” |
|  |  |  |  |

# Table des Matières

Table des matières

[Table des Matières 2](#_Toc23433632)

[Contexte et objectifs 3](#_Toc23433633)

[Contexte 3](#_Toc23433634)

[Enjeux et objectifs 3](#_Toc23433635)

[Présentation de l’entreprise 3](#_Toc23433636)

[Environnement du produit 4](#_Toc23433637)

[Expression fonctionnelle du besoin 4](#_Toc23433638)

[Fonctions de service et de contrainte 4](#_Toc23433639)

[Critères d’appréciation // Indicateurs clés de performance 5](#_Toc23433640)

[//Niveaux des critères d’appréciation et ce qui les caractérise (s ou pas s ?) 5](#_Toc23433641)

[Navigation et Ergonomie 5](#_Toc23433642)

[Structure, contenus et arborescence 5](#_Toc23433643)

[Informations techniques et pratique pour le site 5](#_Toc23433644)

[Promotion du site 6](#_Toc23433645)

[Plannings livrables et budget 6](#_Toc23433646)

[Cadre de réponse 6](#_Toc23433647)

[Pour chaque fonction 6](#_Toc23433648)

[Pour l’ensemble du produit 6](#_Toc23433649)

# Objectifs

## Enjeux et objectifs

MegaProduction souhaite mettre en place un site internet au service des professionnels. Ce site « MegaCastings » se devra d’être digne de confiance, facile d’utilisation et adapter aux besoins de ses utilisateurs pour le 16 décembre 2019.

Le site devra être gérable et maintenable sur le long terme par la société MegaProduction.

L’objectif premier de ce site est de permettre aux professionnels de mettre des annonces de castings en ligne et que n’importe qui puisse les consulter, même si le site serait plus orienté à un public d’artistes à la recherche de travail. MegaCastings sera donc une plateforme permettant aux professionnels à la recherche de jeunes talents et artistes aux portes du marché de se rencontrer et de faciliter le recrutement dans le domaine de l’audiovisuel et du spectacle.

Cette plateforme a un coût c’est pourquoi MegaProduction pense financer son projet grâce à la facturation des diffusions des offres de castings. Ce système comprend plusieurs packs de castings possibles avec des prix variables. L’accès au site lui sera totalement gratuit à tout le monde.

# Expression fonctionnelle du besoin

## Fonctions de service et de contrainte

Publication annonce  :

UML UML UML UML UML UML UML UML UML UML UML UML

Fonction de moteur de recherche :

UML UML UML UML UML UML UML UML UML UML UML UML

## Critères d’appréciation // Indicateurs clés de performance

Le client désire à la clôture du projet posséder un site internet, un client lourd et une base de données fonctionnels et liés. Ces trois entités devront elles aussi répondre à certains critères spécifiques afin d’être le plus performante possible dans leur rôle. Le client lourd devra être le plus simple d’utilisation possible et permettre de gérer aisément les offres de castings. Le site internet doit être dynamique, adapté à tout support et au trafic. L’affichage des offres de castings doit se faire selon la norme demandée par le client (informations apparentes sur la fiche de castings). De plus une fonctionnalité de moteur de recherche est obligatoire sur le site afin que le « public » puisse trouver les offres leurs correspondant le mieux en gagnant du temps.

## //Niveaux des critères d’appréciation et ce qui les caractérise (s ou pas s ?)

## Navigation et Ergonomie

Chemin de navigation

MAQUETTE

Page plan du site + formulaire de contact + carte google maps sur Plan d’accès

MAQUETTE

Moteur de recherche interne

MAQUETTE

## Structure, contenus et arborescence

Il faudra aussi penser en amont a votre structure de site, et les contenus qui vont avec. Faire attention, est ce que l’ont doit créer les contenus (qui ?) ou sont ils déjà créer et sont ils adaptés au web ?

??AUDIT SEMENTIQUE COMPLET ?? 🡪 Permet de lister contenus réellement pertinents à conserver, créer ou améliorer. Aide au référencement naturel

## Informations techniques et pratique pour le site

L’hébergement

Nom de domaine

Gestion droits d’auteurs création contenus

Mise en place compléte d’une solution de Web Analytics

Inscription dans la Search Console de Google, avec soumission de votre fichier sitemap et de votre flux RSS principal pour meilleur indexation

## Promotion du site

## Plannings livrables et budget

# Cadre de réponse

## Pour chaque fonction

## Pour l’ensemble du produit