

2019

-

2020

Cahier des charge

SOLUTION DIGITALE POUR LA FASHION WEEK



ÉCOLE
D'INGÉNIEURS
PARIS-LA DÉFENSE



JOHN PAUL

Table des matières

I.1. Contexte	2
John Paul	2
Organisation de la Fashion Week.....	2
Spécification du besoin.....	3
Présentation de l'équipe technique.....	3
I.2. Étude de faisabilité	4
Aspects de la faisabilité	4
Focus technique sur les solutions digitales existantes	4
I.3. Analyse fonctionnelle	5
Résultat attendu.....	5
Contrainte de la maison de mode spécifiquement	6
 I.1. Contexte	 2
John Paul	2
Activité clef	2
Organisation de la Fashion Week.....	2
Planification factuelle.....	2
Rôle de John Paul.....	2
Processus actuel.....	2
Contrainte de la clientèle.....	2
Spécification du besoin.....	3
Présentation de l'équipe technique.....	3
Réfèrent de l'équipe.....	4
Mode de communication.....	4
I.2. Étude de faisabilité	4
Aspects de la faisabilité	4
Organisationnel.....	4
Économique.....	4
Technique.....	4
Focus technique sur les solutions digitales existantes	4
I.3. Analyse fonctionnelle	5
Résultat attendu.....	5
Besoins.....	5
Contrainte de la maison de mode spécifiquement	6

I.1. Contexte

John Paul	John Paul, numéro 1 mondial des services de conciergerie, révolutionne la fidélisation en reconnectant les marques avec leurs clients et les entreprises avec leurs collaborateurs.
Activité clef	Parmi les nombreuses activités de John Paul, l'une concerne la gestion de la clientèle des Fashion Weeks des grandes maisons de mode. Elle lui propose les offres suivantes : <ul style="list-style-type: none">• Restauration• Course (pour les déplacements)• Hôtellerie• Activités (liées au tourisme)• Accompagnement le jour de la Fashion Week (FW) et du One-to-One
Organisation de la Fashion Week	À l'occasion d'une Fashion Week, une maison de mode invite un certain nombre de sa clientèle VIP à venir assister à l'évènement en personne. En général, les clients arrivent sur place quelques jours avant le jour de la Fashion Week, pour profiter de la ville en question (visites, restaurants, hôtels, etc.), avant de profiter de l'évènement. Tous les frais sont pris en charge par la maison de mode. En échange, la maison de mode organise avec chaque client VIP un « One-to-One » dans une boutique dédiée le lendemain de la Fashion Week avec le client. En général, le client y dépense un important panier moyen (plus de 30 K€).
Planification factuelle	John Paul réalise le suivi du client suivant un planning bien précis, tel que l'illustre le tableau suivant. J représente le jour J de l'évènement clef (la Fashion Week).

Deadline dans le temps	Action
J-30	Réception du dossier du client
J-15	Planification du voyage avec avis de la maison de luxe
	Établissement et communication d'un budget prévisionnel
J-X (X∈[1,7] jours)	Arrivée du client (le client peut arriver au plus une semaine avant l'évènement)
J	Accompagnement lors de la Fashion Week
	Préparation du « One-to-One »
J+3	Rapport de présentation du circuit du client (préférences, incident, budget réel,...)
	Facturation

Rôle de John Paul	Les grandes maisons de mode ne s'occupent pas directement de la partie opérationnelle du séjour de leurs clients VIP (planification, réservation, paiement, etc.) qui demande une grande expertise. Elles mandatent donc des sociétés de Conciergerie comme John Paul pour le faire. John Paul, de son côté, puise dans son expertise, son expérience et son carnet d'adresse afin de réaliser les souhaits de sa clientèle durant son séjour, en contactant les bons prestataires.
Processus actuel	Par le passé, toute la gestion et la relation entre les grandes maisons de mode et John Paul se faisaient par téléphone ou par mail (avec les technologies SMS, WhatsApp, Word, Excel, Outlook). Cependant, les grandes maisons de mode souhaitent de plus en plus se tourner vers une solution digitale pour superviser les travaux de John Paul.
Contrainte de la clientèle	Il est à noter que la clientèle étant une clientèle VIP, les grandes maisons sont très exigeantes quant à la qualité des services reçues par leur client (un retard de taxi, une annulation d'activité peut être perçu comme très grave par la maison de mode). De plus le

Spécification du besoin

planning proposé par John Paul est soumis à vérification par les grandes maisons qui souhaitent que les lieux proposés soient en accord avec leurs valeurs.

Les grandes maisons de mode demandent donc que les éléments suivants soient digitalisés :

- Traçage de tous les déplacements de leurs clients VIP constamment mis à jour (de l'hôtel à une activité, d'une activité à un restaurant, etc.) pour prévenir les problèmes dans le respect des RGPD
- Planification détaillée des séjours disponible et à jour (hôtel où il loge, activités du jour au jour, restaurant)
- Avancement budgétaire détaillé de John Paul vis-à-vis de la clientèle VIP en temps réel (accès aux factures dématérialisées)
- Rapport de circuit du client recensant
 - des informations clefs (avis sur les restaurants, les activités, etc)
 - la gestion opérationnelle (fichier des annulations des activités, fichier des extras, etc)
 - budget estimé et budget final avancé par John Paul

La maison de mode se réserve un droit de réponse pour chaque activité.

Ci-dessous, un schéma présentant les attentes et offres de chacun des acteurs compris dans le business B2B2C de John Paul. L'application devra être conçue en respectant les attentes de chacun tout en apportant une solution plus satisfaisante correspondant aux propositions déjà existantes.

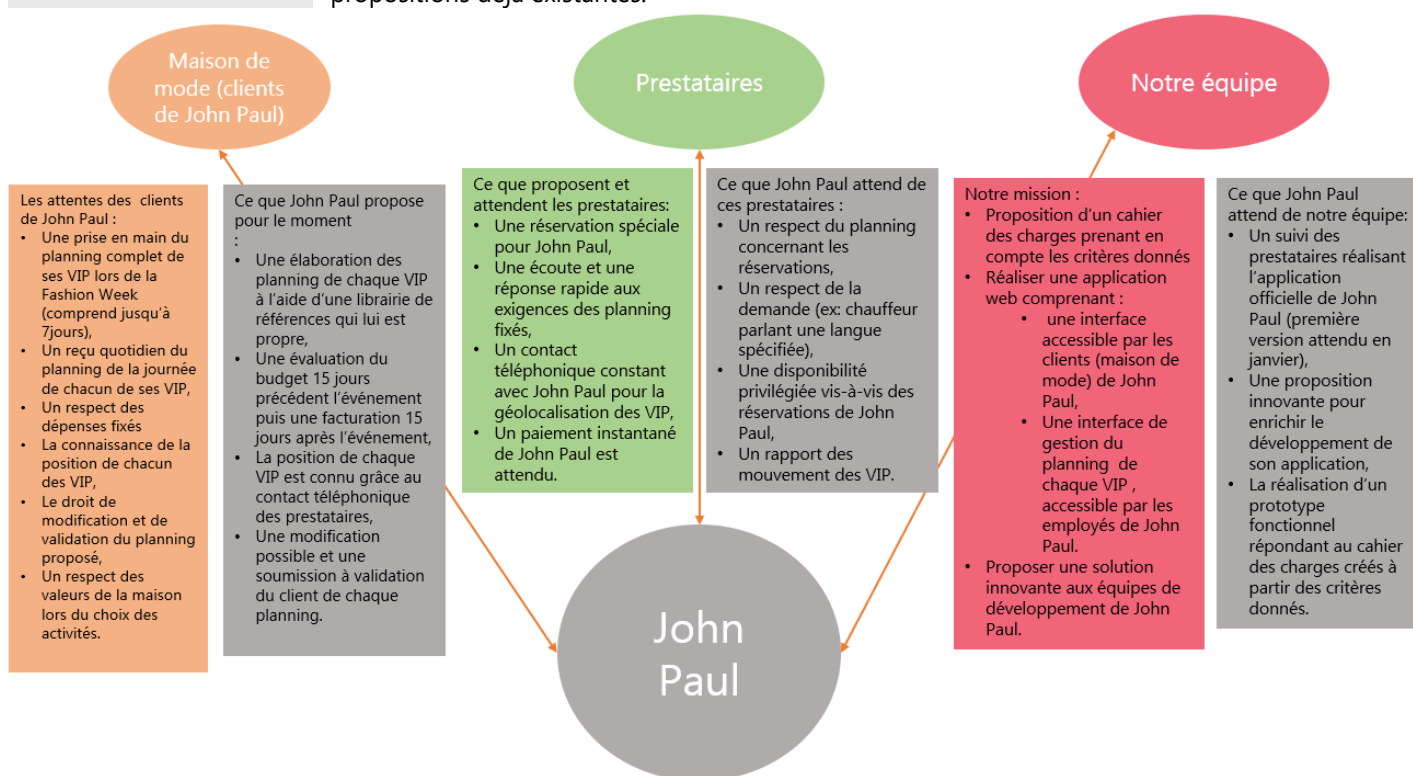


Schéma des relations entre les différents acteurs du projet

Présentation de l'équipe technique

Pour la réalisation de la solution technique recherchée par John Paul, une équipe de 8 élèves-ingénieurs issus de l'ESILV-La Défense (école d'ingénieurs) est affectée au projet:

- Yann KERVILLA
- Diane DU PELOUX
- Branavan SUBRAMANIAM

Référent de l'équipe	<ul style="list-style-type: none"> • Jérémie BENCINI • Nicolas GUÉGUEN • Lindsay GRONDIN • Louis VAN HECKE • Hiba BELDI <p>La référente de l'équipe est Hiba BELDI. Ci-dessous les coordonnées mises à disposition:</p> <ul style="list-style-type: none"> • hiba.beldi@edu.devinci.fr • 06 01 32 63 19
Mode de communication	<p>La communication avec John Paul s'effectue principalement par mail.</p> <p>Les travaux effectués par l'équipe technique (compte-rendu, avancement en temps réel, accès aux plateformes développées, etc...) sont disponibles sur le groupe Teams.</p>

I.2. Étude de faisabilité

Aspects de la faisabilité	Les aspects de la faisabilité qui sont étudiés sont de l'ordre technique, économique et organisationnel.
Organisationnel	<p>Le POC (Proof of Concept) ou pilote doit être réalisé pour début janvier.</p> <p>Malgré le délai court, le projet reste faisable compte-tenu des ressources humaines à disposition : 10h/semaine x 8 personnes x 12 semaines= 960 heures pour le projet soit 17 jours/homme.</p> <p>La méthodologie souhaitable est un fonctionnement AGILE Scrum, avec des sprints de 2 semaines.</p>
Économique	Le développement de la solution digitale se fera à l'aide de ressources open source et gratuites. Le coût estimé du développement est donc nul.
Technique	<p>Les délais impartis imposent le choix d'un développement rapide d'une solution dont le contenu est accessible sur tout support électronique (tablette, smartphone,...).</p> <p>À l'aide des technologies existantes, la plateforme est réalisable. Reste donc l'étude du mode de communication commun aux prestataires qui est une piste à étudier.</p> <p>La solution doit exister en deux langues minimum : anglais et français.</p> <p>La solution se concentre pour le moment entre les relations MDM/JP/Prestataires, mais dans la conception de la solution doit être envisagée l'incorporation d'un accès client (pour un cas futur).</p>
Focus technique sur les solutions digitales existantes	<p>Après étude des solutions digitales existantes sur le marché, nous sommes arrivés aux conclusions suivantes :</p> <p>La solution digitale peut être incarnée par les possibilités suivantes :</p>

	Application mobile	Site web Responsive Design	Site web Adaptative Design	Site web Static Design
Définition	Application mobile accessible uniquement sur smartphone	Site web dont le design graphique est dit répons-dant	Site web dont le design graphique est dit adaptatif	Site web dont le design graphique est dit statique (ne change pas)
Avantages	Simplicité d'accès	Graphisme qui s'adapte à la taille de l'écran	Graphisme qui s'adapte à la taille de l'écran	Un développement unique

	Application mobile	Site web Responsive Design	Site web Adaptative Design	Site web Static Design
		Un développement unique pour deux versions (mobile et web)	Version graphique qui peut être variée qu'elle soit de type web ou mobile	
Inconvénients	Gestion des nombreux supports de compatibilité (Android, iOS, ...) = développements différents pour chaque support	Version graphique uniforme qu'elle soit de type web ou mobile	Deux développements différents minimum (web/mobile) = temps de développement x2	Graphisme qui ne s'adapte pas à la taille des écrans
	Nécessite d'être téléchargée			

I.3. Analyse fonctionnelle

Résultat attendu	Le résultat attendu pour l'entreprise correspond à un gain en productivité, notamment en : <ul style="list-style-type: none"> • En temps de travail par client • En précision • En facilité de prise en charge de l'outil
Besoins	Pour chaque énonciation de besoin, voici le détail des informations à traiter :

N°	Besoin	Contrainte
1.	Traçage de tous les déplacements de leurs clients VIP en temps réel (de l'hôtel à une activité, d'une activité à un restaurant, etc.) pour prévenir les problèmes dans le respect des RGPD	Respect des RGPD
		Informations en temps réel donc nécessite un retour d'information de la part des prestataires ou du client sur l'emplacement. Le client ne devra en aucun cas être importuné par cela donc c'est impossible. Le prestataire, actuellement, notifie par téléphone (appel ou sms). Les prestataires ne sont pas tous dotés de smartphone (donc option de notification par application ou sur site internet avec 4G impossible). Si on digitalise, jusqu'à quelle étape ? Juste la centralisation de données ? (un espace « sms » sur un site pour envoi/réception de sms ?) Si on opte pour une solution mécanique (bouton, sonnette,...) à quel prix, quels avantages,
2.	Planification détaillée des séjours en constamment mis à jour (hôtel où il loge, activités du jour au jour, restaurant)	Code couleur pour un meilleur management visuel des données : <ul style="list-style-type: none"> • du type d'activité • de l'avancement du client vis-à-vis du planning : en retard, dans les temps, en avance, etc) • une signalétique au cas où l'activité est annulée avec justifications à l'appui

N°	Besoin	Contrainte
		Informations détaillées comme : <ul style="list-style-type: none"> • Horaire estimé d'entrée/sortie et situation réelle • Lieu de l'activité • Personne à contacter en cas d'urgence (côté prestataire) • Détail constructif sur le type d'activité • Photos du lieu
3.	Avancement budgétaire de John Paul vis-à-vis de la clientèle VIP détaillé et disponible à tout moment (accès aux factures dématérialisées)	Disponible à tout moment, donc constamment il doit y avoir un budget estimé et un budget temps réel. Les prestataires peuvent communiquer directement sur l'outil le prix final de la prestation
4.	Rapport de circuit du client recensant <ul style="list-style-type: none"> • des informations clefs (avis sur les restaurants, les activités, etc) • la gestion opérationnelle (fichier des annulations des activités, fichier des extras, etc) • budget estimé et budget final avancé par John Paul 	Informations RGPD : <ul style="list-style-type: none"> • Nom, prénom, date de naissance • Allergies, intolérances, préférences alimentaires • Liste des activités effectuées avec accès sur toutes les données recueillies dessus (statistiques ?) • Détail de l'accompagnateur du client • Liste de diffusion de personnes en charge du séjour (chez John Paul, côté prestataires et chez la maison de mode)

Contrainte de la maison de mode spécifiquement

John Paul souhaiterait, en plus des options disponibles citées ci-dessus, avoir du côté de la maison de mode un espace « collections » où elle mettrait des photos :

- de la collection à proposer au One-to-One
- de la ville où a lieu le défilé
- d'activités phares dans la ville où a lieu le défilé