

# CAHIER DES CHARGES DE SITE

## E-COMMERCE

### 1. Présentation d'ensemble du projet

#### a) Présentation de l'entreprise :

“Shopping-Online” est une entreprise de vente de prêt-à-porter unisexe en ligne, actuellement en cours de création. Nous souhaitons concevoir une offre-produit contemporaine, adaptée à une clientèle large ( grossistes et particuliers), ciblant délibérément les jeunes (hommes-femmes) 20 à 40 ans. L’ Indispensables basiques produits d’actualités constituent une réponse complète à tous les moments de vie de la cible (tel que le sport ).

#### b) Les objectifs du site et cible :

En tant que nouveau canal, le site e-commerce devra s’intégrer complètement dans la stratégie marketing produit. Le site de "Shopping-Online" sera la seule plateforme de vente de l'entreprise, et doit être en mesure de proposer une expérience de qualité aux visiteurs du site. Ce site devra «démoder la concurrence» en étant simple, innovant et séduisant, notamment en utilisant les canaux de communication de prédilection de notre cible. Il devra être une référence sur le web, au niveau des plus grands boutiques de prêt-à-porter et fashion victim, l'image de marque qui sera développée ciblera principalement une clientèle relativement jeune (25-45ans) utilisant les supports digitaux de manière intensive.. for B2B and B2C.

De la même manière qu’en magasin, les objectifs du e-commerce sont de:

*« donner envie à notre cible d’entrer ( venir sur le site ), d’acheter en ligne, d’aborder, de revenir et de dire du bien de notre qualité produit et prix à d’autres clients.*

Ce nouveau canal devra être :

- Basé sur une démarche où le client est au cœur des prises de décisions ;
- Réactif grâce à des outils d’analyses pertinentes et efficaces ;
- Travaillant en intelligente complémentarité avec les magasins et fournisseurs ;

Il devra offrir au marché des nouvelles perspectives, au près des clients (pour préparé leurs achats avant d’aller en magasin, pour leur éviter d’aller en magasin lors de périodes de fortes affluences ou pour leur permettre d’acheter le plus souvent des produits de

qualité lorsque le magasin est loin) ou au près de clients potentiels, qui pourraient ainsi découvrir "Shopping-Online".

Dans ce contexte , l'activité e-commerce à pour objectif d'être un canal à forte valeur ajoutée, apportant à la fois chiffre d'affaires, notoriété, image et satisfaction de la clientèle (WIN-WIN).

Le back-office du site doit également permettre une gestion quotidienne des activités e-commerce (suivi des commandes, mise à jour du catalogue produit) sans avoir besoin de l'intervention des fournisseurs.

### c) Organisation du Projet:

Ce projet est mené conjointement par Fatou SYLLA, Tida MANE et Cheikh A. T. FALL qui sont chef de projet e-commerce avec respectivement pour responsabilité dans un futur proche, la gestion du e-marketing, du client et de la communication autour du site e-commerce pour Cheikh A. T. FALL ; la gestion des problématiques, et juridiques pour Ndeye Fatou SYLLA et logistiques et paiements liées au site pour Tida MANE.

A terme, l'équipe e-commerce est constituées de chef de projet s'occupant du support informatique , de la rédaction de l'infographie, du service client, du SAV , du support web-marketing et de l'entrepôt.

Au total pour 2020, le nombre d'utilisateur directs de la plateforme devrait être environ 500 personnes. Ce nombre devrait légèrement augmenter à terme de l'accélération de l'activité pour tourner rapidement autour de 1000 personnes.

### d) Périmètre du projet :

- L'activité vise uniquement le Sénégal.
- Le site sera disponible en français uniquement.
- Le site sera intégralement "one-page and Responsive Design".
- L'ensemble des fonctionnalités détaillées dans ce document seront accessibles depuis un mobile.

## **2. Description graphique et ergonomique**

La charte graphique a été proposée par l'équipe, en respectant les consignes suivantes.

- La charte graphique doit être moderne et épurée.

Utilisant les inspirations ci-dessous

- La couleur dominante du site sera le blanc : #ffffff

f-La couleur secondaire, utilisée pour les titres, les boutons, et autres éléments de navigation sera le noir: #9e121

-La troisième couleur, utilisée entre autre pour la rubriques à propos du magasin, sera le rose: #f3f2f3

Inspirations graphiques généralistes : WIX

### **3.Description fonctionnelle du site :**

Boutique en ligne : Le site de "Shopping-online" doit bien évidemment comporter une boutique en ligne, accessible depuis la page d'accueil.

Cette boutique en ligne doit par défaut afficher l'ensemble des produits mis en ligne depuis le back-office, et disponibles en stocks, classés par ordre. Une liste de filtres doit permettre d'affiner et de simplifier la recherche. La liste des filtres à proposer est la suivante :

- Prix (type fourchette)

- Tailles

Depuis la liste de chaque produit, les utilisateurs doivent pouvoir :

- Ajouter le produit au panier -

Consulter la fiche du produit

#### **a) Fiches produits**

Chaque fiche produit est composée des informations structurées suivantes :

- Nom du produit

- Note du produit

- Photo du produit

- Description du produit

L'utilisateur pourra depuis ces pages produits effectuer un ajout panier et poster un commentaire.

#### **b) Espace Client**

Un utilisateur sera dans l'obligation de créer un compte client pour compléter un achat. Afin de créer un compte, l'utilisateur devra seulement fournir son adresse e mail et définir un mot de passe.

La création d'un compte est indispensable afin de pouvoir finaliser une commande.

Il est important de noter que nous envisageons aujourd'hui de :

- **gérer sur notre propre système d'information interne :**
  - le traitement logistique de la commande
- **d'acquérir une plateforme e-commerce pour assurer :**
  - la gestion des commandes ;
  - la gestion des comptes clients ;
  - la gestion du e-marketing ;
  - la gestion du e-catalogue ;

## 4. Description fonctionnelle du Back-office:

Depuis le back-office, l'équipe de "Shopping-online" doit être en mesure d'effectuer en autonomie l'ensemble des tâches quotidiennes nécessaires au bon fonctionnement du site e-commerce. Fonctionnalités standards :

-Publication d'articles : Mise en ligne de nouveaux articles en toute autonomie. Type éditeur WordPress et WIX.

-Création de page : Elle doit être facilement réalisable. Le positionnement d'une page (one-page) du site doit être facilement éditable.

Fonctionnalités E-commerce

Gestion du front

-Gestion du catalogue de produits : Ajout et retrait des produits disponibles.

-Gestion des promotions et codes promos : Création et suppression de codes promo et offres temporaires sur des produits ou groupes de produits

-Mise à jour de la page d'accueil : Possibilité de mettre en avant des produits, promotions et articles

Gestion du Back-office

-Suivi des commandes : Affichage et modification de l'état (en cours de livraison, etc.)

-Suivi et gestion des paiements : Possibilité d'effectuer des remboursements et de suivre le montant des commandes par période.

-Gestion des stocks : Manuelle dans un premier temps. Il doit être possible de suivre depuis le Back-office le niveau des stocks pour chacun des produits.

## **5. Informations relatives aux contenus:**

-Type de contenus : Le site utilisera aussi bien sur le site que le blog des types de contenus différents : images, vidéos, ressources téléchargeables, qu'il doit être possible de télécharger facilement sur le site.

-Optimisation du SEO :Pour chacune des pages ou produits, il doit être possible d'éditer les paramètres relatifs au SEO : Méta-description, Titre, mots clés, etc.

## **6. Contraintes techniques:**

-Le site doit être compatible avec l'ensemble des navigateurs standards : Google Chrome, Android, Mozilla Firefox, Internet Explorer, Safari & Opera. Les versions compatibles doivent être définies explicitement par le prestataire).

-L'hébergeur sera sélectionné et l'hébergement paramétré par le prestataire, mais directement facturé à "Shopping-Online". -Des systèmes tiers seront potentiellement intégrés par la suite de l'activité : réseaux sociaux, comptabilité, facturation, emailing, marketing automation, CRM, web analyse. Le développement du site doit en tenir compte et rendre ces intégrations futures facilement réalisables.