



Association Lilavie  
Services Info Fax / Vite Lu  
15-17, Quai Gambetta  
53000 LAVAL  
Tel : 02.43.53.18.34  
Fax : 02.43.53.42.32  
Mail : [info.fax@wanadoo.fr](mailto:info.fax@wanadoo.fr)  
Mail : [vite.lu@wanadoo.fr](mailto:vite.lu@wanadoo.fr)  
Site : [www.lilavie.fr](http://www.lilavie.fr)

## **Cahier des charges « Gestion des abonnés LILAVIE »**

### **PRESENTATION LILAVIE**

#### **ASSOCIATION LOI 1901 –**

**Objet :** « Favoriser le lien social, l'appartenance à la société et la reconnaissance humaine de publics en difficultés avec la lecture »

Salariés : 3

Bénévoles : 20

**ACTIVITE PRINCIPALE :** rédaction et diffusion de 4 publications sur l'ensemble du territoire français.

<b>NOM DES PUBLICATIONS</b>	<b>PRESENTATION</b>	<b>DIFFUSION</b>	<b>PERIODICITE</b>	<b>POPULATION CONCERNEE</b>
<b>INFO FAX</b>	1 PAGE recto/verso	INTERNET/FAX	2 FOIS PAR SEMAINE / MARDI ET JEUDI	SOURDS DE NAISSANCE
<b>VITE LU PA</b>	1 PAGE recto/verso	INTERNET/FAX	2 FOIS PAR SEMAINE / MARDI ET JEUDI	ADULTES AGES
<b>VITE LU LILA</b>	1 PAGE recto/verso ou 2 PAGES recto/verso	INTERNET	2 FOIS PAR SEMAINE / MARDI ET JEUDI	PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP
<b>VITE LU NYMPHEA</b>	1 PAGE recto/verso	INTERNET	2 FOIS PAR SEMAINE / MARDI ET JEUDI	DIFFICULTE LECTURE ILLETTRISME

## **ACTIVITES AUTRES :**

Formation pour animateurs à l'utilisation des publications Vite Lu PA

Projet Ouest France : simplification d'articles pour être traduits en langue des signes (LSF)

Prestations diverses

## **DEVELOPPEMENT COMMERCIAL**

Actions visant à promouvoir nos publications et à développer le nombre d'abonnés :

1. **Salons, congrès des professionnels** des secteurs concernés ex : CNAG- FNADEPA
2. **Recherche de partenariats :**
  - a. Existant : AVENANCE santé
  - b. A l'étude : l'ANLCI (Ministère de la Justice et administrations pénitentiaires)...
3. **Contacts auprès de « Têtes de réseaux »** ex : les CCAS des villes de plus de 5000 habitants
4. **Démarchages téléphoniques :** bénévoles, une salariée

## **OBJECTIFS**

**Promouvoir nos publications et développer le nombre d'abonnements sur tout le territoire français vers les secteurs de population concernée.**

**Améliorer la gestion des abonnés confiée à une salariée pour dégager du temps nécessaire à la promotion et au développement de nos publications :**

1. La gestion des prospects
2. La gestion des abonnés : suivi des abonnements en particulier les relances pour les réabonnements, la facturation avec lien direct avec la comptabilité.
3. La procédure des envois des publications.
4. Les statistiques de gestion de fonctionnement

\*\*\*\*\*

## SITUATION ACTUELLE

### 1. **La gestion des prospects** est faite actuellement manuellement, *aucune procédure informatique* –

L'envoi des essais de 3 semaines soit 6 publications se fait par mail avec « OUTLOOK » -

Un dossier de présentation de l'association est joint avec un bulletin d'abonnement.

Les relances au terme des essais se font par téléphone avec un suivi manuscrit

### 2. **La gestion des abonnés**

Le logiciel de la gestion des abonnements est essentiellement une base de données qui est hébergée avec notre site internet sur une plate-forme louée par EDIT OUEST (*location annuelle échéance le 01/11/2011*):

- 700 établissements abonnés
- de 1 à 10 groupes d'établissements abonnés : type AVENANCE regroupant 270/300 abonnés, et d'autres groupes moins importants regroupant 5/30 abonnés –
- 3 Sociétés d'abonnements : intermédiaires entre les institutions abonnées et LILAVIE (LAVOISIER, EBSCO ...) regroupe 5/10 abonnés

L'établissement abonné peut avoir deux- trois adresses – (cas particulier AVENANCE : 270/300)

- une ou deux adresses de livraison
- une adresse de centre de paiement

➤ un module abonnés : visualisation de l'identification des abonnés

A réception du bulletin d'abonnement la fiche ci-dessous est saisie.

Id abonné	Prospect (non utilisé pour les prospects)	1 <sup>er</sup> contact	Secteur (pour Info-Fax ...)	
Etablissement livré	Groupe 1	Groupe 2	Groupe 3	Groupe 4
Code (Avenance)				
Etablissement payeur		Etablissement livré		
Nom		Nom		
Adresse		Adresse		
Ville		Ville		
Code Postal		Code Postal		
Téléphone		Téléphone		
Mail		Mail		
Fax		Fax		

➤ un module abonnés : identification des abonnements

Type de publication

Actif

Etat abonnement

N° de début d'abonnement

N° de fin d'abonnement

Année d'abonnement : AAAA/MM/JJ

Groupe

Date de facture – N° de facture

Tarif

Commentaire

Les abonnements se font « au fil de l'eau » c'est-à-dire au numéro de la publication à la date d'enregistrement de l'abonnement ; en conséquence deux fois par semaine mardi et jeudi.

A réception du bulletin de réabonnement une saisie doit être faite pour la mise à jour des numéros de publications.

➤ Un module abonnés : facturation

Ce module n'est pas utilisé – décision prise en raison de l'impossibilité d'exporter les factures vers le logiciel comptabilité

➤ Un module abonnés : relances – jamais exploité -

Date

Echéance

Publication

Type d'envoi : mail

Effectuée

➤ Un autre module (scan- relance) permet l'envoi par mail des relances pour les réabonnements en direct à partir de l'hébergement internet dont la capacité semble insuffisante.

Ecran de saisie du numéro de publication du jour de la relance

Info Fax Indiv Réabonnement	1089	<input type="button" value="visualiser"/>	<input type="button" value="modifier"/>	<input type="button" value="supprimer"/>
Vite Lu Symphonie Réabonnement	799	<input type="button" value="visualiser"/>	<input type="button" value="modifier"/>	<input type="button" value="supprimer"/>
Vite Lu AA Réabonnement	799	<input type="button" value="visualiser"/>	<input type="button" value="modifier"/>	<input type="button" value="supprimer"/>
Vite Lu Lila Abonnement	799	<input type="button" value="visualiser"/>	<input type="button" value="modifier"/>	<input type="button" value="supprimer"/>
Vite Lu Ecole Réabonnement	799	<input type="button" value="visualiser"/>	<input type="button" value="modifier"/>	<input type="button" value="supprimer"/>
Info Fax Indiv Abonnement	1089	<input type="button" value="visualiser"/>	<input type="button" value="modifier"/>	<input type="button" value="supprimer"/>

Ecran de relance obtenu après la saisie du numéro de publication

Relances à faire suite au scan de la base de données
Les relances pour Info Fax Indiv Réabonnement
Relance N-10
Relance N-5
■ Jean-Claude BIANCO => Les Arcades Bat 2 Bégonias - ALBI - jc.bianco@orange.fr -
Relance N+4
Relance N+5 !!Passer en inactif !!

Deux fois par semaine les relances doivent être faites et la saisie du dernier numéro correspondant à :

N -10          N - 5          N +4          N+5 (l'abonné ne reçoit plus les publications)

Comme il n'y a pas de traçabilité, la procédure manque de fiabilité et nécessite la tenue de cahiers pour suivre l'historique des relances qui sont fait à N-10, N-5, N+4

### 3. Envoi des publications

- Envoi par mail

Les envois des publications se font par Outlook – toutes les adresses mail doivent être saisies et mises à jour au fur et à mesure des nouveaux abonnements et des non réabonnements – aucun lien n'est possible avec le logiciel des abonnés - aucun contrôle ne peut être effectué –

- Envoi par fax

Les envois par fax se font par l'intermédiaire d'un prestataire – le nombre d'envois par fax diminue.

\*\*\*\*\*

# **PROJET**

## **OBJECTIFS**

**Promouvoir nos publications et développer le nombre d'abonnements sur tout le territoire français vers les secteurs de population concernée.**

**Améliorer la gestion des abonnés confiée à une salariée pour dégager du temps nécessaire à la promotion et au développement de nos publications :**

- 1. La gestion des prospects**
- 2. La gestion des abonnés : suivi des abonnements en particulier les relances pour les réabonnements, la facturation avec lien direct avec la comptabilité.**
- 3. La procédure des envois des publications.**
- 4. Les statistiques de gestion de fonctionnement**

### **1. Gestion des prospects**

Une procédure informatique doit être élaborée pour permettre un suivi plus rapide et plus fiable.

Actions de promotion et de développement :

- a) Salons, congrès des professionnels**
- b) Recherche de partenariats :**
- c) Contacts auprès de « Têtes de réseaux »**
- d) Démarchages téléphoniques : bénévoles, une salariée**

**Fiche prospect :**

**Ces éléments de la fiche prospect doivent être modifiables et évolutifs et permettre des statistiques par secteurs géographiques, professionnels...**

<b>Eléments nécessaires à la fiche prospect</b>	
Type de promotion : salon, congrès, réseaux...	
Etablissement contacté	Etablissement livré
Nom Adresse Ville Code Postal Téléphone	Nom Adresse Ville Code Postal Téléphone
Mail Fax	Mail Fax
Nom du correspondant	Type d'établissement : Nombre de résidents
Fonction du correspondant	Nom du correspondant Fonction du correspondant
Type de publication choisie :	
Mode d'envoi :	

### Type de publication :

- Les types de publications peuvent évoluer
- Un essai de 3 semaines peut concerné plusieurs publications pour un même prospect :

INFO FAX
VITE LU PA
VITE LU LILA
VITE LU NYMPHEA

**Essai de 3 semaines** de la ou des publication(s) choisie(s) : **6 numéros**

Numéro de début d'essai : N

Numéro de fin d'essai : N+5

<p><b>les éléments de l'essai doivent être modifiables et évolutifs selon le prospect selon la politique commerciale</b></p>
--

### Procédure :

- **envoi par mail des publications**, du dossier de présentation de l'association, du bulletin d'abonnement
- **envoi par fax des publications**, du dossier de présentation de l'association, du bulletin d'abonnement
- **suivi** au terme de la période d'essai, une « **alerte** » doit comporter l'ensemble des renseignements nécessaires permettant la relance par mail, fax ou téléphone.
  - abonnement : oui - réception du bulletin d'abonnement
  - abonnement : non : motif :
- si abonnement : **transfert vers la gestion des abonnés**

## 2. **Gestion des abonnés**

- 700 établissements abonnés
- de 1 à 10 groupes d'établissements abonnés : type AVENANCE regroupant 270/300 établissements livrés, et d'autres groupes moins importants regroupant 5/30 établissements livrés

## Fiche d'identification

Ces éléments de la fiche d'identification des abonnés (établissements payeurs et établissements livrés) doivent être modifiables et évolutifs et permettre des statistiques par secteurs géographiques, professionnels...

**NB : La situation actuelle : l'abonné nouvellement créé ou radié a un lien direct avec notre site et permet la mise à jour de notre présence répartie sur les départements de la France (voir carte de France sur notre site)**

N° abonné	Prospect (origine)	1 <sup>er</sup> contact	Secteur géographique	
Etablissement	Groupe			
Code				
Etablissement payeur		Etablissement livré		
Nom Adresse Ville Code Postal Téléphone  Mail Fax  Nom du correspondant Fonction du correspondant  Type de publication  Mode paiement		Nom Adresse Ville Code Postal Téléphone  Mail Fax Type d'établissement : Nombre de résidents Nom du correspondant : Fonction du correspondant Type de publication Mode d'envoi		

## Procédure de gestion des abonnés

### A. Abonnements

**Type de parution :**

**Date de début d'abonnement :**

**date de fin d'abonnement :**

**Numéro de parution de début : N**

**Numéro de parution de fin : N+94**

**Adhésion :** taux unique par établissement abonné

Exception : les groupes : une adhésion par groupe



## Tarif publication :

Publications	Tarif	Tarif particulier FAX	Tarif particulier GAG
INFO FAX	<b>40 €</b>		
VITE LU PA	<b>40 €</b> établissement de 0 à 50 résidents <b>60 €</b> établissement de 51 à 150 résidents <b>80 €</b> établissement de plus 150 résidents	<b>60€</b> établissement de 0 à 50 résidents <b>80€</b> établissement de 51 à 150 résidents <b>100€</b> établissement de plus 150 résidents	<b>36€</b> établissement de 0 à 50 résidents <b>54€</b> établissement de 51 à 150 résidents <b>72€</b> établissement de plus 150 résidents
VITE LU LILA	<b>60 €</b>		
VITE LU NYMPHEA	<b>60 €</b> <b>50 €</b> secteur enseignement 9 mois d'abonnement		

**les éléments d'abonnement, de tarif doivent être modifiables et évolutifs selon les décisions de gestions administrative et financière de l'association : possibilité de nouvelles publications, le nombre de numéros de publications ... nouveaux tarifs...**

### B. Factures

Adresse centre payeur  
Adresse abonné  
N° facture  
Mode paiement  
Type d'abonnement – période d'abonnement  
Adhésion  
Tarif abonnement  
Nombre d'abonnements  
(pas de TVA)  
Montant à payer

Mode paiement :  
Commentaires : texte libre

**Lien avec le logiciel compta : comptes de produits, comptes clients...**

### C. Relances abonnements

Première relance à N – 10 (numéro de publication moins 10)  
Deuxième relance à N – 5 si au terme des 5 publications : non réabonnement l'envoi des publications est suspendu  
Troisième relance à N : information de la suspension de l'envoi des publications – sans réabonnement : radiation de l'abonné.

**les éléments de relance doivent être modifiables et évolutifs selon les décisions de gestions administrative et financière de l'association : possibilité des périodes de relance et du mode de relance : mail, fax ou courrier (texte libre et paramétrable)**

### **3. Procédure d'envoi des publications**

#### **A. gestion des adresses mail –**

En lien direct avec la mise à jour des abonnés – adresses mail

#### **B. gestion des adresses fAX**

En lien direct avec la mise à jour des abonnés

#### **C. envoi automatique mardi et jeudi**

### **4. Statistiques**

Possibilité de réaliser des statistiques sur l'ensemble des données collectées par le logiciel :

Type de publications,  
Type de publics concernés,  
Secteurs géographiques...  
Analyse financière ...

**L'Association LILAVIE, reconnue d'utilité publique, a pour projet de se doter de moyens informatiques simples d'utilisation dans le but d'améliorer sa gestion et développer son activité sur l'ensemble du territoire français.**

\*\*\*\*\*