

Sommaire

A. Descriptifs.....	3
a. Présentation du client.....	3
dénomination sociale.....	4
siège social.....	4
statut juridique.....	4
capital social.....	4
numéros RCS.....	4
SIRÈNE.....	4
SIRET.....	4
APE/NAF.....	4
Numéro de TVA.....	4
b. Présentation du projet.....	4
c. Présentation de votre agence.....	4
dénomination sociale.....	5
siège social.....	5
statut juridique.....	5
capital social.....	5
numéros RCS.....	5
SIRÈNE.....	5
SIRET.....	5
APE/NAF.....	5
Numéro de TVA.....	5
d. Comité de pilotage.....	6
e. Descriptif rédactionnel fonctionnel.....	7
Les clients.....	7
Les administrateurs.....	7
Les employés.....	7
Contraintes fonctionnelles.....	7
f. Descriptif rédactionnel fonctionnel.....	8
B. Benchmark.....	8
a. Étude de marché et chiffres clés.....	8
b. Analyses concurrentielles.....	8
i. CONCURRENT DIRECT.....	8

Analyse avec chiffres clés :	8
Avantages :	15
Inconvénients :	16
Analyse du site web :	16
Avantages :	23
Inconvénients :	23
Analyse du site web :	24
ii. CONCURRENT INDIRECT	24
Avantages :	29
Inconvénients :	29
Analyse du site web :	30
c. Analyse de stratégie.....	30
i. Cible et cœur de cible.....	30
1. Cible principale.....	30
2. Cœur de cible.....	30
3. Cible secondaire.....	31
ii. Zone de chalandise.....	31
iii. Personas.....	32
C. Modèle économique du client.....	33
a. Fiche de poste.....	33
Annex Fiche de Poste.....	33
D. Stratégie de communication online.....	34
a. SEO.....	34
b. SEA.....	36
c. SMO.....	37
d. Emailing.....	39
e. Analyse de performance.....	40
E. Cahier des charges fonctionnel.....	41
a. Use Case.....	41
Description textuelle.....	41
b. Tris de cartes et arborescence.....	44
c. Diagrammes d'activité.....	45
d. Diagrammes de séquence.....	46
e. MCD ou MLD.....	48
F. Cahier des clauses techniques détaillées.....	50
a. Technologies et compatibilité.....	50
i. Front-END.....	50
ii. Back-END.....	51

iii. Workflow Ci/Cd.....	51
b. Software.....	53
c. Tests applicatifs.....	53
d. Hébergement et nom de domaine.....	53
G. Identité visuelle et charte graphique.....	53
a. Recherches de logo.....	53
b. Logo.....	53
c. Zoning.....	53
d. Wireframes.....	53
e. Maquettes.....	53
f. Charte graphique.....	53
H. Cahier de légalité.....	53
I. Gantt.....	53
J. Devis.....	53

A. Descriptifs

a. Présentation du client

Thé Tiptop est une entreprise spécialisée dans la production et la vente de thés haut de gamme. Fondée en 2010 par Marie, une passionnée de thés, l'entreprise est aujourd'hui reconnue pour la qualité exceptionnelle de ses produits et son engagement en faveur du développement durable.

Marie, la fondatrice de Thé Tiptop, a commencé sa carrière en travaillant dans une boutique de thé en Chine. C'est là-bas qu'elle a développé sa passion pour le thé et appris tout ce qu'il y avait à savoir sur la culture et la production de cette boisson millénaire. De retour en France, Marie a décidé de créer sa propre entreprise pour partager sa passion avec les amateurs de thé du monde entier.

Les valeurs de l'entreprise sont axées sur la qualité, l'authenticité et la durabilité. Thé Tiptop s'approvisionne en matières premières de qualité auprès de producteurs locaux et internationaux soigneusement sélectionnés pour leur savoir-faire et leur respect de l'environnement. Les thés et infusions sont élaborés selon des méthodes traditionnelles pour garantir une saveur et une qualité incomparables.

Chez Thé Tiptop, nous croyons que le thé doit être plus qu'une simple boisson. C'est pourquoi nous travaillons en étroite collaboration avec des producteurs locaux pour garantir des produits de qualité supérieure, tout en respectant l'environnement et les communautés locales. Nous sommes également engagés dans la lutte contre le gaspillage alimentaire en utilisant des emballages recyclables et en réduisant notre impact environnemental autant que possible.

Nous sommes fiers de notre entreprise et de notre engagement en faveur du développement durable. Chez Thé Tip Top, nous sommes convaincus que le thé peut être une force pour le bien dans le monde, en créant des liens entre les communautés et en promouvant des pratiques durables dans toute l'industrie.

Nous espérons que vous partagez notre passion pour le thé et que vous apprécierez les produits de qualité supérieure que nous avons à offrir.

Titre	valeur
dénomination sociale	Thé Tip Top SAS
siège social	22 Rue des Thés, 75001 Paris
statut juridique	Société par action simplifiée (SAS)
capital social	100 000 €
numéros RCS	<i>au greffe de Paris</i>
SIRÈNE	123 456 789
SIRET	123 456 789 00012
APE/NAF	1089Z
Numéro de TVA	FR33123456789

b. Présentation du projet

ThéTipTop est une entreprise qui promeut des thés de très haute qualité à partir des mélanges signature de l'entreprise, pour fêter l'ouverture de son 10 ème magasin à Nice, et surtout attirer l'attention de nouveaux clients sur ses produits, ThéTipTop souhaite organiser une tombola. A cet effet, le responsable de ThéTipTop souhaite créer un site internet dédié au concours, visant à mettre en avant l'attractivité de son domaine d'activité et à promouvoir l'identité de l'entreprise.

c. Présentation de votre agence

FuriousDucks est une agence web à taille humaine spécialisée dans la création de sites internet. Elle apporte une expertise sur des projets informatiques, en particulier les technologies open source.

Guido Brasletti est un passionné d'informatique et fasciné par les technologies open source. Lorsqu'il était étudiant, il a commencé à apporter sa contribution sur des projets open source, ce qui lui a permis d'avoir une vision claire sur un commentaire pour aider les entreprises à améliorer leur rentabilité. C'est ainsi qu'en 2007 il a décidé de fonder sa propre WebAgency spécialisée dans les technologies open source avec un capital de départ de 10 000 €.

Guido et son équipe ont commencé petit, mais ils étaient déterminés à faire la différence. Ils se distinguent rapidement de leurs concurrents en offrant une gamme complète de services, allant

de la conception et du développement de site Web à la mise en production. Aujourd'hui, FuriousDucks compte 45 employés et associés, dont le directeur est Mr Guido Brasletti.

En résumé, l'histoire de FuriousDocks est celle d'un passionné qui a créé une WebAgency dynamique, guidée par une vision claire et soutenue par une équipe de professionnels qualifiés et proposés.

SAVOIR FAIRE :

- Métier : relation client, conception, design, développement, mise en production et maintenance
- Technologique : veille constante sur les évolutions et les innovations afin de proposer les réponses les plus adaptées

Titre	valeur
dénomination sociale	FuriousDocks
siège social	23 Rue des Alouettes, 75019 Paris
statut juridique	SARL
capital social	25 000 €
numéros RCS	<i>au greffe de Paris</i>
SIRÈNE	202220231
SIRET	20222023100023
APE/NAF	6312Z
Numéro de TVA	FR33202220231

d. Comité de pilotage

MOE

Nom Prénom : Alice Tremblay Poste : Chef de Projet Marketing Adresse : 89 Rue Saint-Paul, 93800 Epinay Téléphone : 04-85-36-32-78 Portable : 06-78-12-45 Courriel : a.tremblay@email.com Plage horaire : 9h/12h - 14h/17h Jours d'absence : Lundi / Jeudi Contact en cas d'absence : Clerc Lefebvre	Nom Prénom : Moussa DIALLO Poste : Directeur associé Adresse : 54 Av Patton, 49100 Angers Téléphone : 01-55-54-32-19 Portable : 07-78-12-45 Courriel : m.diallo@yahoo.fr Plage horaire : 10h/14h - 15h/19h Jours d'absence : Mercredi / Vendredi Contact en cas d'absence : Maria García
Nom Prénom : Anne-Sophie RUAU Poste : RH Adresse : 55 Rue D'Or, 75018 Paris Téléphone : 01-34-54-32-45 Portable : 07-33-12-62 Courriel : e.smith@email.com Plage horaire : 9am/12pm - 1pm/5pm Jours d'absence : Tuesday / Thursday Contact en cas d'absence : Emma Coulon	Nom Prénom : Ibrahim SOW Poste : Directeur associé Adresse : 54 Rue des Carrières, 92000 Massy Téléphone : 02-25-46-32-19 Portable : 06-78-12-24 Courriel : i.sowa@gemail.com Plage horaire : 10h/14h - 15h/19h Jours d'absence : Mercredi / Vendredi Contact en cas d'absence : Maria García

MOA

Nom Prénom : Fresnel TEBOUKEU TSAFACK Poste : Chef de projet Adresse postale : 120 Rue André Pommery, 60840 Breuil-le-Sec Téléphone : 09 45 35 23 50 Portable : 07 58 85 50 39 Télécopie : 02 34 94 33 02 Courriel : ft.tsafack@cidr.fr Plage horaire : 9h/12h - 13h/18h Jours d'absence : Samedi / Dimanche / fériés Contact en cas d'absence : Issa BARRY	Nom Prénom : Nell David MOUKOKO Poste : Graphiste, Webdesigner, consultant SEO Adresse postale : 42 Rue des Alouettes, 75019 Paris Téléphone : 09 45 35 23 50 Portable : 07 58 85 50 39 Télécopie : 02 34 94 33 02 Courriel : nd.moukoko@cidr.fr Plage horaire : 9h/12h - 13h/18h Jours d'absence : Samedi / Dimanche / fériés Contact en cas d'absence : Zakariae SRIJA	Nom Prénom : Issa BARRY Poste : Développeur-Full-Stack Adresse postale : 55 Rue De La Goutte D'or, 75018 Paris Téléphone : 09 45 35 23 50 Portable : 07 58 85 50 39 Télécopie : 02 34 94 33 02 Courriel : ft.tsafack@cidr.fr Plage horaire : 9h/12h - 13h/18h Jours d'absence : Samedi / Dimanche / fériés Contact en cas d'absence : Fresnel TEBOUKEU
--	---	---

e. Descriptif rédactionnel fonctionnel

Afin d'attirer de nouveau client et faire la propagande de leur nouvelle succursale à Nice la société ThéTipTop veut organiser un jeu concours de type tirage au sort. Pour ce faire, il a besoin d'une plateforme en ligne qui permettra à leurs clients d'y participer. Nous avons déterminé les fonctionnalités attendues en fonction des acteurs qui interagiront avec la plateforme :

Les clients

- S'inscrire via un formulaire où ils devront renseigner leurs informations personnelles ou via un compte Google/Facebook pour être compté parmi les participants du jeu
- Se connecter à leurs comptes afin de participer au jeu
- Ils pourront tester le numéro de leurs tickets et de réclamer les lots gagnés : les numéros à tester proviendront du ticket de caisse remis en caisse de la boutique
- Visualiser l'historiques de leurs gains

Les administrateurs

- Ils pourront paramétrier le jeu car il se déroule durant une période bien précise
- Ils pourront lancer les différents tirages au sort
- Visualiser les statistiques du jeu concours
- Gestion des utilisateurs

Les employés

- Ils pourront visualiser les gains d'un client afin de lui fournir son gain et de noter le gain comme reçu

Contraintes fonctionnelles

- La complexité des répartitions des gains
- L'accessibilité du site sur tous les types d'écran (téléphone, tablette, ordinateur etc.)
- L'architecture imposé par le projet (API + WebApp)

B. Benchmark

a. Étude de marché du thé et chiffres clés

Le thé est une boisson chaude ou froide préparée en trempant les feuilles séchées du théier, Camellia sinensis, dans de l'eau.. Il existe de nombreux types de thé, chacun ayant ses propres caractéristiques en termes de goût, d'arôme et de bienfaits pour la santé.

Les bienfaits du thé pour la santé comprennent ses propriétés antioxydantes, sa teneur en catéchine, sa capacité à améliorer la santé cardiaque et à augmenter la concentration. Le choix du thé dépend des préférences gustatives de chacun et de la volonté d'apporter des bienfaits pour la santé.

The TipTop a pour objectif de proposer des thés de très haute qualité basés sur les mélanges signature de l'entreprise afin d'attirer l'attention de nouveaux clients sur ces différents thés.

i. Pourquoi ?

Il existe de nombreuses raisons d'acheter du thé, que ce soit pour son goût, ses bienfaits pour la santé ou simplement pour le plaisir. Voici quelques raisons courantes d'acheter du thé :

- Plaisir et saveur : Le thé offre une variété de saveurs et d'arômes, ce qui en fait une boisson prisée pour sa saveur. Des thés sucrés et floraux aux thés audacieux et épices, il y en a pour tous les goûts.
- Paix et détente : On dit souvent que le thé a un effet calmant et relaxant. Boire une tasse de thé peut apporter un moment de calme et de détente, contribuant ainsi à réduire le stress.
- Antioxydants et bienfaits pour la santé : Le thé est riche en antioxydants, tels que les catéchines, qui aident à combattre les radicaux libres et à prévenir les dommages cellulaires. Les avantages pour la santé comprennent une réduction du risque de maladie cardiaque, de certains cancers et d'autres problèmes de santé.
- Énergie et concentration : La caféine contenue dans le thé peut aider à stimuler l'énergie et à améliorer la concentration. Le thé vert contient également de la L-théanine, un acide aminé qui peut aider à se concentrer sans les effets indésirables de la caféine.
- Gestion du poids : Certains thés, notamment le thé vert, sont associés à un meilleur contrôle du poids et à une perte de graisse corporelle, ce qui peut être un facteur de motivation pour certains acheteurs.

ii. Pour qui ?

Le thé est une boisson populaire qui peut être appréciée par de nombreuses personnes, quel que soit leur âge, leur sexe ou leur mode de vie.. Voici l'objet à thé correspondant :

- **Tout le monde** : Toute personne de tous âges peuvent consommer du thé, des enfants aux personnes âgées
- Personnes soucieuses de leur santé : Le thé est riche en antioxydants, qui peuvent contribuer à la santé globale.. Il est souvent choisi par les personnes qui recherchent une boisson saine.

- **Amateurs de saveurs :** Les amateurs de thé se régalent d'une variété de thés qui offrent une large gamme de saveurs allant du sucré et floral au riche et épice.
- **Personnes en quête de détente :** Le thé est souvent considéré comme ayant des effets calmants et relaxants, ce qui en fait une boisson populaire pour la relaxation.
- **Personnes actives et sportives :** Les thés contenant de la caféine peuvent fournir un regain d'énergie naturel, ce qui en fait une option pour les personnes actives et sportives.
- Ceux qui recherchent une alternative à la caféine : Pour ceux qui souhaitent éviter la caféine, il existe de nombreux thés décaféinés ou à faible teneur en caféine.

iii. La saisonnalité

Le marché du thé est affecté par divers facteurs, notamment la saisonnalité, bien que l'impact puisse varier en fonction du type de thé, de la région de production et du marché régional. Voici quelques considérations liées à la saisonnalité sur le marché du thé :

- **Récolte du thé :** La saisonnalité est particulièrement importante dans la récolte du thé.. La plupart des régions productrices de thé ont des périodes de récolte spécifiques, qui peuvent varier en fonction des conditions climatiques locales.. Par exemple, les thés de printemps (première récolte) sont souvent considérés comme les thés les plus populaires en raison de leurs saveurs délicates, tandis que les thés d'été et d'automne peuvent avoir des saveurs différentes..
- **Thé frais :** La saisonnalité affecte la disponibilité du thé frais.. Par exemple, le thé de printemps est souvent récolté en premier et possède un arôme floral et une saveur plus douce.. Les thés d'été et d'automne peuvent avoir des profils de saveur distincts en raison de la croissance changeante des feuilles de thé au fil des saisons..
- **Prix du thé :** Le prix du thé peut varier selon la saison.. Le thé de printemps, en raison de la demande plus élevée et de la saveur recherchée, peut être plus cher que le thé des autres saisons.

La saisonnalité du marché du thé est une considération importante pour les amateurs de thé à la recherche de saveurs spécifiques et de caractéristiques de récolte. Compte tenu de la récolte et du taux de demande, la saison appropriée sera le printemps.

iv. Contraintes

Lors de l'achat, de la vente ou de la commercialisation de thé, il est essentiel de prendre en compte les contraintes légales et réglementaires qui peuvent varier d'un pays à l'autre.. Voici quelques restrictions légales courantes à connaître concernant le thé :

- **Sécurité alimentaire :** Le thé doit répondre aux normes de sécurité alimentaire, ce qui signifie qu'il ne doit pas contenir de contaminants nocifs, de niveaux excessifs de

pesticides, de moisissures ou de contaminants microbiens.. Des tests de sécurité alimentaire sont souvent nécessaires pour garantir la conformité..

- **Étiquetage :** Les étiquettes des produits à base de thé doivent fournir des informations précises sur le contenu, l'origine, la date de péremption et les instructions de préparation.. Des informations sur les allergènes potentiels doivent également être incluses..
- **Mention d'origine :** Certains pays exigent que le thé soit étiqueté avec le pays d'origine, ce qui peut être important pour la commercialisation et la traçabilité..
- Certification biologique : Si vous vendez du thé biologique, il doit être certifié biologique par un organisme reconnu afin de garantir que le thé est cultivé selon les normes biologiques, sans utilisation de pesticides ni d'engrais chimiques.
- **Import et export :** Si vous importez ou exportez du thé, il peut y avoir des réglementations douanières et fiscales à suivre.. Il est important de respecter les lois sur l'importation et l'exportation des pays d'origine et de destination.
- **Démographie :** Nice est une ville située dans le sud-est de la France, sur la Côte d'Azur.. Voici quelques données démographiques de Nice :
- **Population :** La population de Nice est d'environ 340 000 habitants en 2021, ce qui en fait la cinquième plus grande ville de France.
- Diversité ethnique : Nice est une ville cosmopolite avec une population diversifiée.. Il existe de nombreuses origines ethniques et culturelles différentes..
- **Âge moyen :** L'âge moyen de la population niçoise est d'environ 42 ans.

v. Type de transport

Aéroport International Nice Côte d'Azur : L'aéroport de Nice est l'un des principaux aéroports de France, point d'entrée important pour les marchandises importées, dont le thé.. Il dispose de connexions internationales pour le transport de marchandises..

- **Port de Nice :** Le port de Nice est un port de commerce traitant une grande variété de marchandises, y compris des produits importés.. Il est relié à d'autres ports méditerranéens et européens..
- **Réseau routier et autoroutier :** Nice est bien desservie par un réseau routier et autoroutier qui facilite le transport de marchandises vers le reste de la France et l'Europe. L'autoroute A8 relie Nice aux autres grandes villes de la région.
- **Réseau ferroviaire :** La gare Nice-Ville est la principale gare ferroviaire de la ville avec des liaisons nationales et internationales.. Le transport ferroviaire peut être une option pour le transport de marchandises..

Il est important de noter que l'importation et l'exportation de produits alimentaires tels que le thé peuvent être soumises à des réglementations douanières et de sécurité alimentaire.. Il est

recommandé de travailler en étroite collaboration avec des experts en logistique et des sociétés de transport pour s'assurer que toutes les exigences légales et réglementaires sont respectées lors de l'importation et de l'exportation de thé à Nice.

vi. Chiffre d'affaires et évolution sur le marché

Le thé est la deuxième boisson la plus enivrante au monde, après l'eau. En France, constat similaire : le thé est la deuxième boisson préférée des Français. Plus de 1,5 milliard de tasses de thé sont bues chaque jour dans le monde : 4 444 chiffres qui donnent le vertige. Année après année, le thé devient de plus en plus apprécié des consommateurs.

Comme le café ou le chocolat chaud, le thé est partout. Sa facilité de préparation en fait une boisson qui peut être facilement consommée à la maison comme à l'extérieur. 20% La consommation et la préparation du thé se font en dehors du domicile, dans des cafés ou encore des établissements spécialisés comme les « salons de thé ».

Ce type d'établissement a explosé ces dernières années, ce qui est logique quand on sait que le thé est la boisson préférée des Français, juste derrière l'eau. En 2022, la consommation moyenne de thé en France est de 250 g/personne/an. Certes, on est encore loin du niveau des 3 kg en Irlande et au Royaume-Uni, mais l'augmentation est significative dans le temps. Le thé est désormais consommé par 2 Français sur 3, contre 1 sur 2 il y a 10 ans. Cela montre la popularité croissante de cette boisson auprès des Français.



Comme évoqué précédemment, le thé est très largement consommé en France. On différencie cependant différents comportements de consommation selon différents critères : fréquence, type de thé, forme... Par format, Thé emballé est le plus populaire en France.

b. Étude de marché du jeu concours et chiffres clés

Le jeu de hasard est une activité pratiquée dans un but de divertissement, de divertissement ou de détente. Il s'agit d'une activité bénévole qui suit généralement des règles et peut impliquer un ou plusieurs participants.

Le jeu concours est une compétition ou un tirage au sort dans lequel les participants ont une chance de gagner des prix. Pour organiser un jeu concours, vous devez prendre en compte un certain nombre de facteurs, tels que le règlement, les prix, la durée du jeu concours et la manière dont les participants peuvent s'inscrire et jouer.

Le jeu concours est une excellente stratégie marketing pour attirer l'attention des clients, mais il doit être organisé de manière éthique et conforme à la réglementation en vigueur.

Pourquoi ?

Les concours, en tant que stratégie marketing ou promotionnelle, peuvent être utilisés pour diverses raisons, en fonction des objectifs spécifiques de l'entreprise ou de l'organisation. Voici quelques raisons courantes pour lesquelles les entreprises organisent des concours :

Augmenter la notoriété de votre marque : Le concours peut aider à accroître la notoriété de votre marque ou de votre produit en attirant l'attention du public. Les participants au concours partagent souvent des informations avec leurs réseaux, ce qui peut augmenter la visibilité de votre marque..

Engagez le public : Les concours sont un excellent moyen d'impliquer le public. Ils encouragent les gens à interagir avec votre marque, que ce soit en remplissant des formulaires d'inscription, en participant à des défis ou en partageant du contenu sur les réseaux sociaux.

Collecte de données : Les concours vous permettent de collecter des données précieuses sur les participants, telles que leurs adresses e-mail, leurs intérêts ou leurs informations démographiques.. Cela peut être utile pour un futur marketing.

Promotion de produits ou services : Les concours peuvent être utilisés pour promouvoir de nouveaux produits ou services.. Les participants peuvent être invités à en savoir plus sur le produit en répondant à des questions ou en prenant des mesures spécifiques.

Fidélisation des clients : Les concours peuvent récompenser la fidélité des clients existants en les encourageant à participer.. Cela peut renforcer les relations avec les clients et encourager la fidélité à la marque.

Pour qui ?

Les jeux concours peuvent être organisés pour différents publics en fonction des objectifs marketing ou promotionnels de l'entreprise. Voici un public cible général pour les concours:

Nouveaux clients potentiels : Les concours peuvent être utilisés pour attirer de nouveaux clients. En offrant des prix attractifs, vous pouvez encourager les personnes qui découvrent votre marque ou vos produits à participer.

Clients actuels : Les concours peuvent également avoir pour objectif de fidéliser vos clients actuels. Cela peut renforcer leur engagement envers votre marque et récompenser leur fidélité.

Audience en ligne : Si votre concours est basé sur une plateforme en ligne, il peut cibler un public plus large sur Internet. Cela inclut les utilisateurs des réseaux sociaux, les visiteurs de votre site Web, les abonnés à votre newsletter, etc.

Public local : Si vous disposez d'un point de vente physique, vous pouvez organiser des concours pour attirer un public local dans votre magasin ou votre événement.

La saisonnalité :

La saisonnalité peut affecter la pertinence et le succès d'un concours. Certaines saisons ou périodes de l'année sont plus propices que d'autres à l'organisation de compétitions en fonction de divers facteurs. Voici quelques considérations saisonnières importantes pour les compétitions :

Période des fêtes : Les fêtes comme Noël, le Nouvel An, la Saint-Valentin, Pâques, Halloween et autres sont souvent des moments idéaux pour les concours. Les gens sont plus susceptibles de participer à des jeux et de recevoir des cadeaux pendant ces périodes de fêtes.

Événements spécifiques : Des événements saisonniers spécifiques, tels que les Jeux Olympiques, la Coupe du Monde de la FIFA, les élections ou d'autres événements sportifs et

culturels, peuvent offrir des opportunités d'association pour des compétitions liées à ces événements.

Offres saisonnières : Les concours peuvent également être combinés avec des offres saisonnières ou des promotions spéciales. Par exemple, un concours d'été peut impliquer des réductions sur des produits d'été.

Il est important de tenir compte de la saisonnalité dans la planification de notre jeu concours, en adaptant le thème, les prix et la stratégie de promotion en fonction des saisons ou des événements spécifiques. Cela peut contribuer à maximiser l'impact de notre jeu concours et à attirer un public plus engagé.

Contraintes :

Lors de l'organisation d'un jeu concours, il est essentiel de respecter les réglementations légales en vigueur, car les jeux concours sont soumis à certaines contraintes légales. Les exigences légales varient d'un pays à l'autre, mais voici quelques-unes des restrictions les plus courantes à surveiller :

Règlements officiels : Vous devez définir des règles officielles claires de la compétition et indiquer exactement à quoi les participants peuvent se référer. Ces règles devraient couvrir des aspects tels que les dates du concours, les conditions de participation, les prix, les méthodes de sélection des gagnants, les limites d'âge, etc.

Exigences de déclaration : Dans certains pays, vous devez signaler le concours à l'autorité compétente ou demander l'autorisation d'organiser le concours, surtout si le concours comporte un prix de grande valeur.

Éligibilité : Le règlement du concours doit clairement énoncer les critères d'éligibilité, y compris les limites d'âge, de résidence et autres critères d'éligibilité.

Transparence : Les communications entourant le concours doivent être transparentes. Les participants doivent être informés du fonctionnement du jeu, des chances de gagner, des règles et des prix.

Collecte de données personnelles : Si vous collectez des données personnelles des participants, telles que leurs noms, adresses e-mail ou numéros de téléphone, vous devez vous conformer aux lois sur la protection des données. Assurez-vous d'obtenir le consentement des participants pour collecter leurs données et fournissez des informations sur la manière dont ces données seront utilisées.

Conditions d'utilisation des réseaux sociaux : Si vous utilisez les réseaux sociaux pour promouvoir vos concurrents, veillez à respecter les conditions d'utilisation de la plateforme en question. Par exemple, Facebook a des règles spécifiques pour les concours et les promotions.

Tirage au sort équitable : Si votre concours est basé sur un tirage au sort, il doit être équitable et transparent. Le règlement doit indiquer clairement comment se déroulera le tirage au sort.

Taxes et obligations financières : Les prix attribués peuvent être soumis à des obligations fiscales. Il est important de comprendre les implications fiscales des concurrents et d'informer les gagnants de leur éventuelle obligation fiscale. Droits d'auteur et propriété intellectuelle : S'assurer que le contenu créatif utilisé dans le concours (tel que les images, vidéos, logos, etc.) respecte les droits d'auteur et les droits de propriété intellectuelle.

Prix et récompenses : Les prix et récompenses attribués sont soumis aux lois locales. Certains types de prix, comme les armes à feu, l'alcool ou les produits du tabac, peuvent être légalement restreints.

c. Analyses concurrentielles

i. CONCURRENT DIRECT

Nous parlerons de deux sociétés proposant la même gamme de thés bio que ThéTipTop, à savoir :

1. Mariage Frères



Mariage Frères est une maison de thé de luxe fondée à Paris en 1854. Aujourd'hui, l'entreprise s'appuie sur un large réseau de distributeurs à travers le monde et possède sept maisons de thé à Paris, cinq au Japon et une en Angleterre. Sa carte des thés regroupe plus de 650 mélanges de 36 pays producteurs, englobant toutes les familles de thés.

Analyse avec chiffres clés :

TECHNOLOGIES	PLUS D'INFORMATION	Export
Outil de statistiques	Logiciel de marketing	
 Google Analytics	 MailChimp	
 Hotjar	Gestionnaire de balises	
 Facebook Pixel 2.9.100	 Google Tag Manager	
Framework JavaScript	Librairies JavaScript	
 Mustache 2.2.0	 Dojo 1	
Sécurité	 core-js 3.0.0	
 HSTS	 jQuery UI 1.12.1	
Éditeur	 jQuery 3.1.1	
 WEBDEV 23.0.127.0	Email	
	 MailChimp	



Mariage frères
13 r Grands Augustins – 75006 Paris
www.mariagefreres.com

Synthèse globale

Présence sur internet ⓘ	Présence à améliorer
	
Site internet ⓘ	Site à optimiser
	
Contenus ⓘ	Contenus à optimiser
	
Concurrence ⓘ	Beaucoup de concurrence
	

Votre score est de **65 / 100**, votre visibilité sur internet peut être optimisée. Il y a beaucoup d'opportunités pour améliorer votre visibilité.



Note globale
65 / 100



DENSITÉ DES MOTS CLÉS

Total de mots : 689 Expressions de 2 mots : 90 Expressions de 3 mots: 49 Expressions de 4 mots: 22

[Télécharger sous CSV](#) || [Configurer la liste de mots clés](#)

Tous les mots

Mot clé	Nombre de résultats	Recherches	Répétition	Densité	Préférence
thé	106	TK	06	12.46%	40.01%
thés	12			1.74%	77.65%
bûche	11			1.60%	46.27%
les	10			1.45%	78.10%
théâtre	9	E	9	1.31%	35.48%
* théâtre	9			1.31%	81.49%
les	9			1.10%	53.34%
darjeeling	8	D	8	1.10%	46.17%
coffret	8			1.15%	52.23%
cas	6			0.87%	71.95%
ateliers	5			0.87%	88.75%
échouer	5			0.73%	81.25%
menthe	5			0.73%	82.05%

Sujets

- [Tableau de mots clés 1 mot](#)
- [Tableau de mots clés 2 mot](#)
- [Tableau de mots clés 3 mot](#)
- [Tableau de mots clés 4 mot](#)
- [Texte original](#)

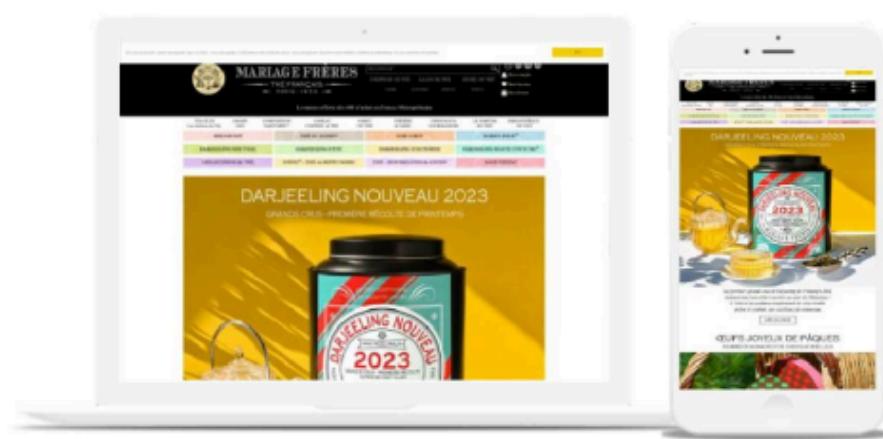
Infos de page

Titre : MARIAGE FRÈRES - Thé Français depuis 1854
Mots clés thé, thécaïs, thé vert, sans théâtre, salon
Méta : de thé, Paris, marco polo, earl grey, thé blanc, thé noir, théâtre, restaurant
Description : Maison de Thé Restaurant, à Paris depuis 1854 La plus large carte de thé au monde Darjeeling de première, thé blanc d'Ecossse, Grand Crus de thé vert japonais, thé bleu oolong de Nouvelle Zélande, thé noir de Ceylan, thé jaune de Chine, roo bos sans théâtre, infusions de fruit en Mandé

Filtre

Votre site internet

Etat :



Référencement naturel

✓ L'indexation de votre site n'est pas bloquée

✓ Le site contient une balise "Titre"

✓ Le site contient une "meta-description"

✓ Les éléments d'image possèdent des attributs "alt"

✓ Chaque page a sa propre url

✓ Le fichier robot.txt est valide

✓ Votre site évite les plug-ins

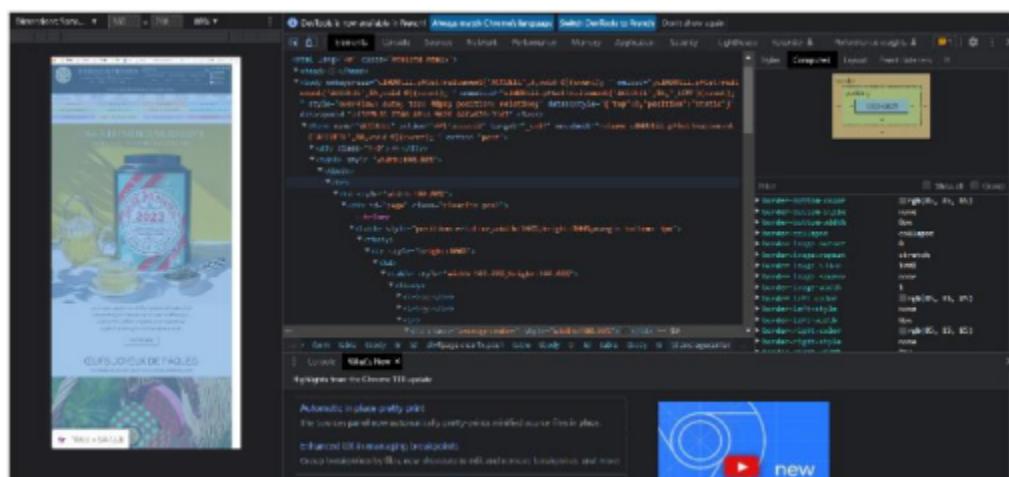
Sécurité

✓ Présence d'un fichier robots.txt

✓ Le trafic HTTP est bien redirigé vers HTTPS

✓ API obsolètes utilisées : 0 avertissement détecté

✓ Les bibliothèques JavaScript frontales ne présentent aucune faille de sécurité connue



Position sur Google

- X Lors d'une recherche "salons de thé à Paris" : votre site ne remonte pas dans les 100 premiers résultats de Google.
- X Lors d'une recherche "Mariage frères à Paris" : votre site ne remonte pas dans les 100 premiers résultats de Google

Performance

- ! Vitesse de chargement sur desktop : **4,4 s**
- X Vitesse de chargement sur mobile : **9,4 s**
- ✓ Le format de vos images permet un affichage rapide des éléments

Mobile

- ✓ Votre site est adapté pour les supports mobiles
- X 0% des éléments tactiles sont correctement dimensionnés

Ergonomie

- ! Les pages utilisent des tailles de police peu lisibles : % du texte lisible
- ✓ Les images sont affichées au bon format



← → C mariagefreres.com/FR/accueil.html

Gmail YouTube Maps Angular - CLI Over...

WAVE

web accessibility evaluation tool

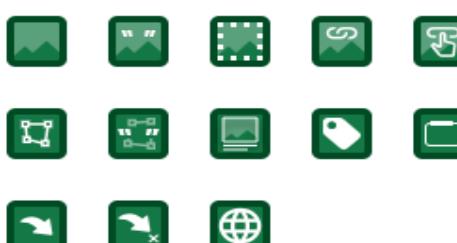
powered by [WebAIM](#)

Styles: OFF ON

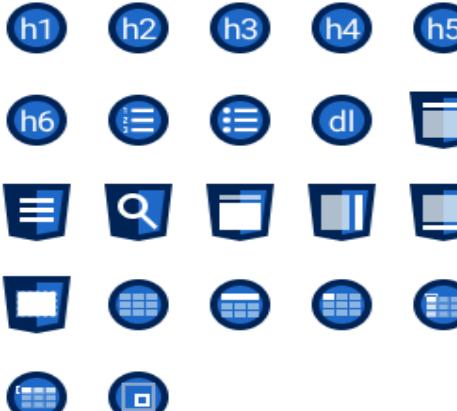
Reference

Summary Details Reference Order Structure Contrast

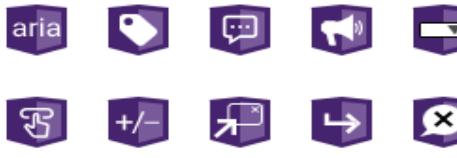
Features

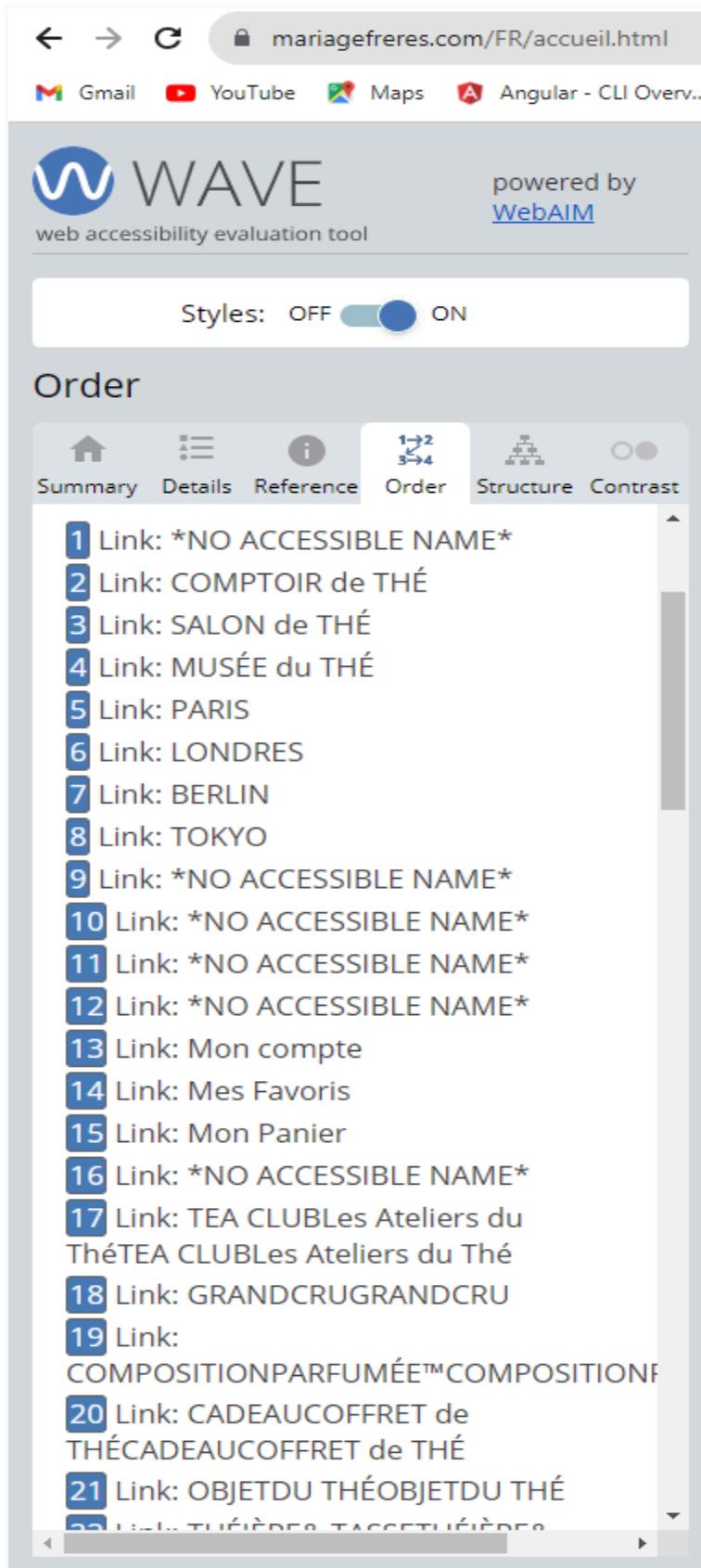


Structural Elements



ARIA



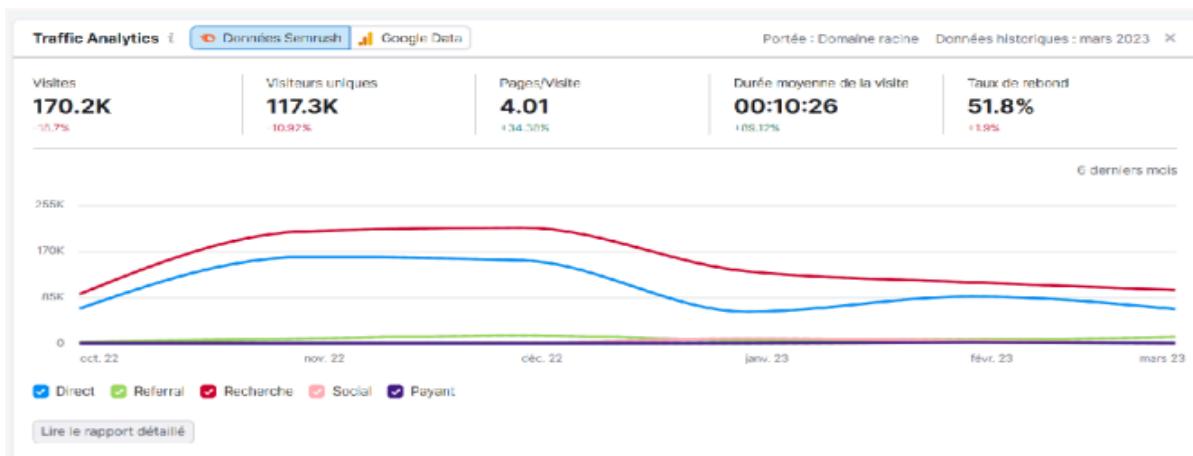
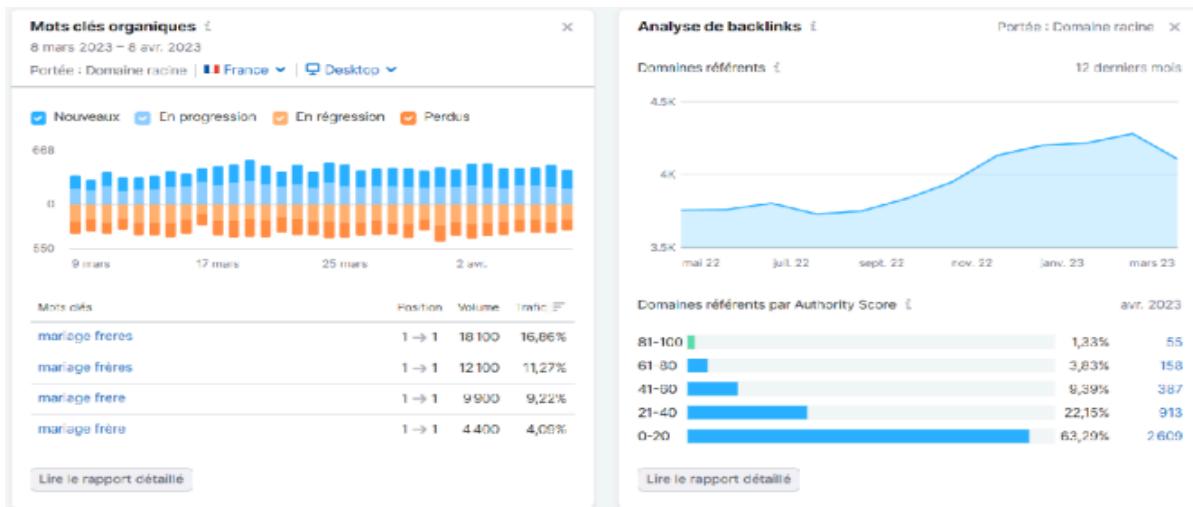


The screenshot shows the WAVE web accessibility evaluation tool interface. The URL in the browser bar is mariagefreres.com/FR/accueil.html. The main content area displays the results of the 'Order' audit. A 'Styles' toggle switch is set to 'ON'. Below it, the 'Order' tab is selected in the navigation bar, which also includes 'Summary', 'Details', 'Reference', 'Structure', and 'Contrast' tabs. The results list contains 22 items, each numbered 1 through 22 and describing a link with an accessible name:

- 1 Link: *NO ACCESSIBLE NAME*
- 2 Link: COMPTOIR de THÉ
- 3 Link: SALON de THÉ
- 4 Link: MUSÉE du THÉ
- 5 Link: PARIS
- 6 Link: LONDRES
- 7 Link: BERLIN
- 8 Link: TOKYO
- 9 Link: *NO ACCESSIBLE NAME*
- 10 Link: *NO ACCESSIBLE NAME*
- 11 Link: *NO ACCESSIBLE NAME*
- 12 Link: *NO ACCESSIBLE NAME*
- 13 Link: Mon compte
- 14 Link: Mes Favoris
- 15 Link: Mon Panier
- 16 Link: *NO ACCESSIBLE NAME*
- 17 Link: TEA CLUBLes Ateliers du ThéTEA CLUBLes Ateliers du Thé
- 18 Link: GRANDCRUGRANCRU
- 19 Link:
COMPOSITIONPARFUMÉE™COMPOSITION
- 20 Link: CADEAUCOFFRET de
THÉCADEAUCOFFRET de THÉ
- 21 Link: OBJETDU THÉOBJETDU THÉ
- 22 Link: TUÉPÈES TACSETUÉPÈES



The screenshot shows the WAVE web accessibility evaluation tool interface. At the top, there's a browser-like header with back/forward buttons, a refresh button, a lock icon, and the URL "mariagefreres.com/FR/accueil.html". Below the header, there are links to Gmail, YouTube, Maps, and Angular - CLI Overv... A large blue circular icon with a white 'W' is followed by the word "WAVE". To its right, it says "powered by [WebAIM](#)". Below this, it says "web accessibility evaluation tool". A toggle switch labeled "Styles: OFF" is set to "ON". The main area is titled "Structure". Below the title are several icons: a house (Summary), three horizontal lines (Details), an info circle (Reference), two arrows (Order), a triangle (Structure, which is selected and highlighted in purple), and two circles (Contrast). The "Structure" tab displays a hierarchical tree. At the top level, there's an "h2" node labeled "热门推荐". Below it, there's an "h3" node labeled "AI助手 - 国内免费ChatGPT工具". Both nodes are enclosed in dashed boxes, indicating they are being analyzed or highlighted by the tool.



Avantages :

- Propose différentes gammes de thé bio
- Site responsive sur différentes formes d'appareils
- Optimisation SEO
- Mots clés réussis

Inconvénients :

- Site n'est pas trop attractif
- Ils n'ont pas d'application mobile
- Aucune campagne de publicité sur internet

Analyse du site web :

- Le site utilise le framework Javascript Mustache.
- Développement du marketing : Google Analytics, Facebook Pixel et Hotjar.
- Conception de site adaptive.
- SEO scores ont montré plus de 689 mots clés.
- Les campagnes publicitaires n'ont pas été remarquées

2. Kousmi-Tea



Kusmi Tea est une marque de thé fondée en 1867 à Saint-Pétersbourg et déposée par la société parisienne Orientis Gourmet. Une gamme Bien-être a vu le jour dans les années 2000. Regroupant des thés comme le «BB Detox», best-sellers de la maison, le Detox, le Blue Detox, le Boost. Des infusions sont venues l'enrichir comme l'AquaRosa, une base d'hibiscus avec des fruits rouges, ou le Be Cool, une base de verveine, menthe poivrée et racine de réglisse.

TECHNOLOGIES PLUS D'INFORMATION [!\[\]\(62d96665b034ab625528be99c45fc0dc_img.jpg\) Export](#)

Boutique en ligne	Librairies JavaScript
 Salesforce Commerce Cloud	 Lodash 4.17.15
Outil de statistiques	 LazySizes
 Google Analytics	 jQuery UI 1.13.1
Framework JavaScript	 jQuery 3.6.4
 RequireJS	 core-js 3.27.0
Script de police	Frameworks UI
 Google Font API	 ZURB Foundation 6.2.4
Divers	Conformité des cookies
 Open Graph	 OneTrust
Gestionnaire de balises	A/B testing
	 AB Tasty

Divers	 OneTrust
 Open Graph	A/B testing
Gestionnaire de balises	 AB Tasty
 Google Tag Manager	Personalisation
Chat en direct	 iGoDigital
 iAdvize	Avis
CRM	 Avis Verifies
 Salesforce	Performance
	 LazySizes



Analyse de domaine Portée : Domaine ra... | France | Desktop | 08 avr. 2023

Authority Score 48 Rang de Semrush ↗ 3.9K	Trafic organique 130.6K -11.63%	Mots clés organiques 12.5K +2.27%	Mots clés payants 56 +19.15%	Domaines réf. 5.8K -3.06%
				Backlinks ↳ 66.6K

Suivi de position

Recevez des mises à jour quotidiennes sur les positions dans les 100 premiers résultats de recherche payante et organique de Google.

Configurer

Audit de site Dernière mise à jour : sam. 8 avr. 2023

Santé du site 75% aucune modification	Erreurs 18 0
Avertissements 234 0	

Backlink Audit

Eliminez tous les liens toxiques de votre profil de backlinks et améliorez le classement de votre site Web.

Configurer

Pages explorées 100

Lire le rapport détaillé

On Page SEO Checker

Recueillez des idées sur la stratégie, le contenu, les backlinks et autres.

Configurer

Organic Traffic Insights

Découvrez les mots clés « not provided » fournis en combinant les données de GA, de GSC et de Semrush.

Configurer

Elements Console Sources Network Performance Memory Application Security Lighthouse Recorder

```

<div class="l-header__container navbar-header ns-row layout--small"> ... </div> (line 50)
</div>
<div class="c-sticky-header-container" style="height: 387.875px;">
  <header class="c-sticky-header bg-color--white">
    <nav role="navigation">
      <div class="l-header__container navbar-header ns-row layout--small"> ... </div> (line 50)
        <div class="l-navigation main-menu navbar-toggleable-sm menu-toggleable-left multilevel-dropdown" id="ng-navbar-collapse" data-layer="" aria-hidden="true"> ... </div>
        <div class="l-navigation__header-overlay hide"> ... </div>
        <div class="bubble-menu-wrapper"> ... </div>
    </nav>
  </header>
</div>
<div class="w-homepage"> ... </div>
<div class="wis-hg-footer"> ... </div>
<footer> ... </footer>
<script type="text/javascript"> ... </script>
</div>
<div class="error-messaging"> ... </div>
<!--[if lt IE 10]> ... </script>/common/scripts.lsmk</script>

```

Styles Computed Layout Event Listeners

element.style {

.l-header__container { justify-content: space-between; align-items: center; }

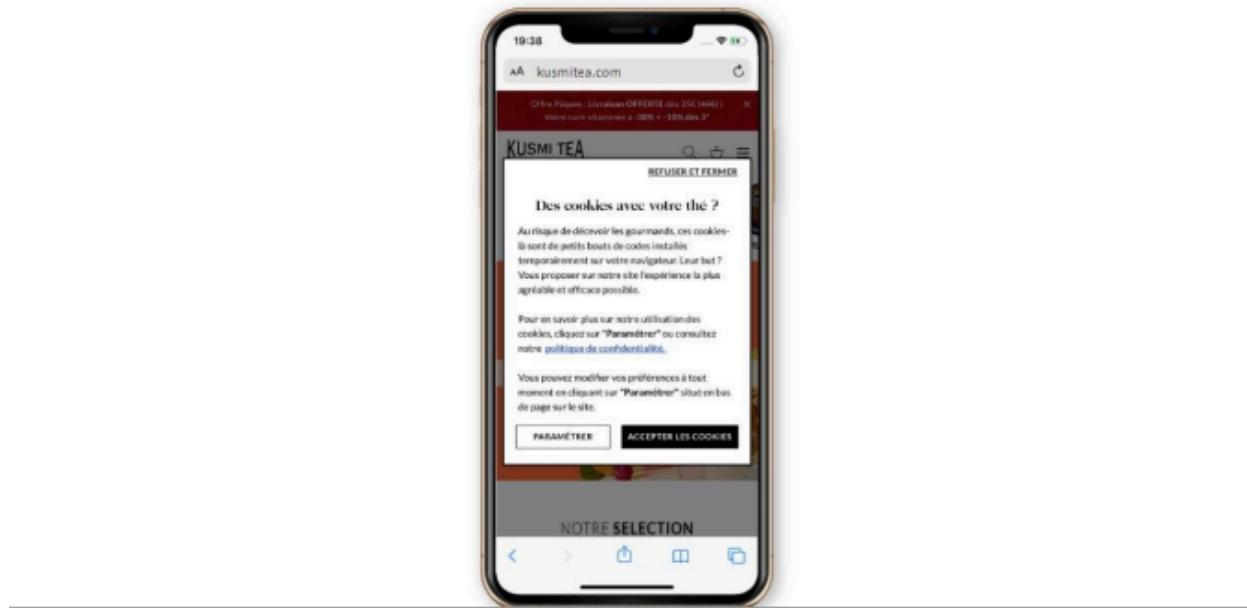
.layout--small { max-width: 75rem; width: 100%; margin: 0 auto; padding: 0 3.5%; }

.ns-row, .ns-row-reversed { -webkit-box-orient: horizontal; }

.ns-row { box-sizing: border-box; display: -webkit-box; display: -ms-flexbox; display: flex; -webkit-box-flex: 0; -ms-flex: 0 1 auto; flex: 0 1 auto; -webkit-box-direction: normal; -ms-flex-direction: row; }

Mots-clés totaux : 751	Volume total : 115 000	Clics SEO totaux : 8,76 k	
Mot-clé	Volume	Rang (changer)	Clics SEO (Modifier)
thé kusmi https://www.kusmitea.com/fr/home/	26,7 000	1	4,4 k
thé https://www.kusmitea.com/fr/home/	10,7 000	1	1,8 000
le https://www.kusmitea.com/fr/home/	13,6 000	2 ↑	1.1 000 320 ↑
thé kusmi paris https://www.kusmitea.com/fr/home/	950	1	155
Kusmi https://www.kusmitea.com/fr/home/	950	1	155

Viewport: 375x812 | Screen size: 5.8" | Monitor size: 15.4"

 Portrait  Landscape 


KUSMI TEA
PARIS

Kusmi Tea ✅

@KusmiTea.Paris · Salon de thé

Voir la boutique

Accueil

À propos

Photos

Vidéos

Plus ▾

...

GÉNÉRAL

409 644 personnes aiment ça

406 127 personnes suivent ceci

199 personnes ont visité ce lieu

Instagram

Rechercher

Se connecter

S'inscrire



kusmitemeaparis ✅

Suivre

Contacter

2 049 publications

182 k followers

491 suivi(e)s

Kusmi Tea Paris

Du thé et des infusions #bio, made in Normandie ! FR

Kusmi Tea, quoi de plus naturel

bit.ly/3ZIWNgh



New



Grand Hôtel



Pink October



Recipes



Our blends



Concours



Ingredients

PUBLICATIONS

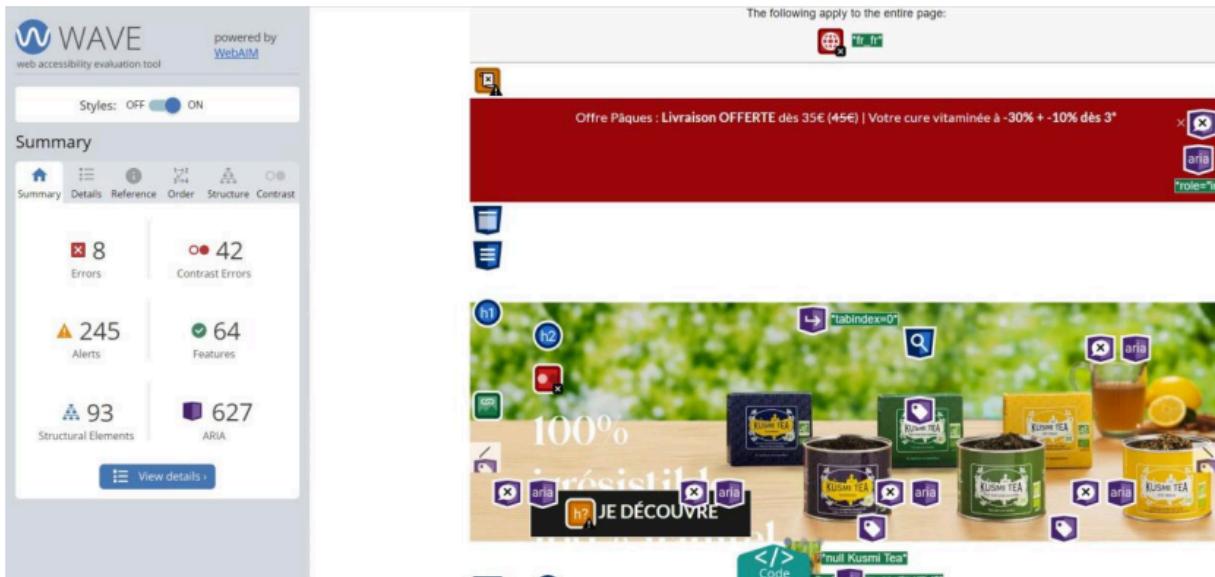
REELS

GUIDES

IDENTIFIÉ(E)



The following apply to the entire page:



Mots clés organiques

6 mars 2023 – 6 avr. 2023
Portée : Domaine racine | United States | Desktop

Nouveaux En progression En régression Perdus



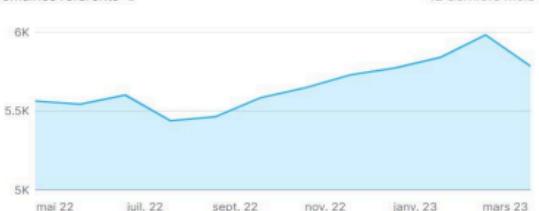
Mots clés	Position	Volume	Traffic
kusmi tea	1 → 1	2 900	21,53%
thyme tea	3 → 3	2 900	2,19%
what does black tea taste like	1 → 1	880	2,02%
kusmitea	1 → 1	260	1,93%

[Lire le rapport détaillé](#)

Analyse de backlinks

Portée : Domaine racine

Domaines référents 12 derniers mois



Domaines référents par Authority Score avr. 2023

Authority Score Range	Pourcentage	Nombre de domaines
81-100	0,95%	55
61-80	3,03%	176
41-60	7,47%	433
21-40	22,6%	1 311
0-20	65,95%	3 825

[Lire le rapport détaillé](#)



← → ⌛ kusmitea.com/fr/home/

Gmail YouTube Maps Angular - CLI Overv...

WAVE

web accessibility evaluation tool

powered by [WebAIM](#)

Styles: OFF ON

Reference

Summary Details Reference Order Structure Contrast

Features

Structural Elements

ARIA

← → ⌂ kusmitemea.com/fr/home/

Gmail YouTube Maps Angular - CLI Over...

WAVE

web accessibility evaluation tool

powered by [WebAIM](#)

Styles: OFF ON

Order

Summary Details Reference Order Structure Contrast

- 1 Link: TENTEZ VOTRE CHANCE: 1 calendrier offert par jour !
- 2 Link: Kusmi Tea Logo
- 3 Search input: Que recherchez-vous ?
- 4 Button: Search
- 5 Link: Help Aide
- 6 Link: Location Boutiques
- 7 Link: Connexion
- 8 Link: Afficher le panier
- 9 Button: Editions Spéciales
- 10 Button: Offres du moment
- 11 Button: Nos thés & Infusions
- 12 Button: Boites & Sachets
- 13 Button: Coffrets & Cadeaux
- 14 Button: Accessoires
- 15 Button: La marque
- 16 Button: Previous
- 17 Link: Je découvre
- 18 Button: Next
- 19 Link: thés et infusions bio
- 20 Link: thés bien-être
- 21 Link: thés natures
- 22 Link: aromatisés
- 23 Link: Aller à Calendrier de l'Avent

Kusmi Tea Bio

<https://www.kusmitemea.com/fr/tsarevna-bio-21081A1070.html>

← → ⌛  kusmitemea.com/fr/home/

Gmail YouTube Maps Angular - CLI Overv...

WAVE

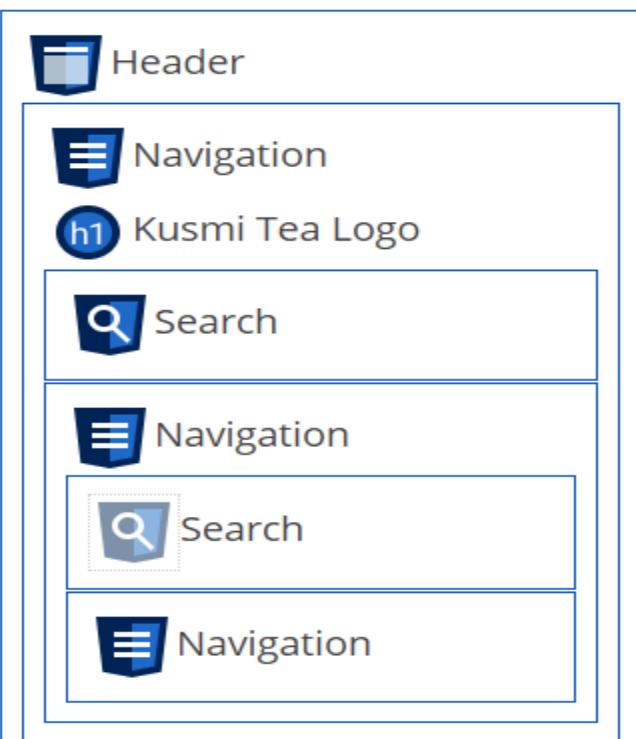
web accessibility evaluation tool

powered by [WebAIM](#)

Styles: OFF ON

Structure

Summary Details Reference Order Structure Contrast



- Header
 - Navigation
 - h1 Kusmi Tea Logo
- Search
- Navigation
 - Search
- Navigation
 - Search
- Navigation
- h2 Glögg :L'infusion de Noël
- h3 Fondez pour notre infusion aux saveurs épicées et acidulées
- h2 Calendrier de l'Avent
- h3 24 surprises pour vivre la féerie de Noël

<https://www.kusmitemea.com/fr/boites-sachets>

← → ⌛ 🔒 kusmitea.com/fr/home/

Gmail YouTube Maps Angular - CLI Over...

WAVE

web accessibility evaluation tool

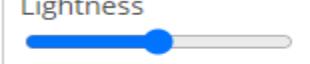
powered by [WebAIM](#)

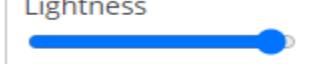
Styles: OFF ON

Contrast

Summary Details Reference Order Structure Contrast

Click a Contrast icon below or within the web page to view details.

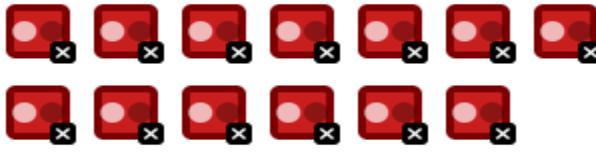
Foreground Color: #0000FF
Lightness: 

Background Color: #FFFFFF
Lightness: 

Contrast Ratio: 8.59:1

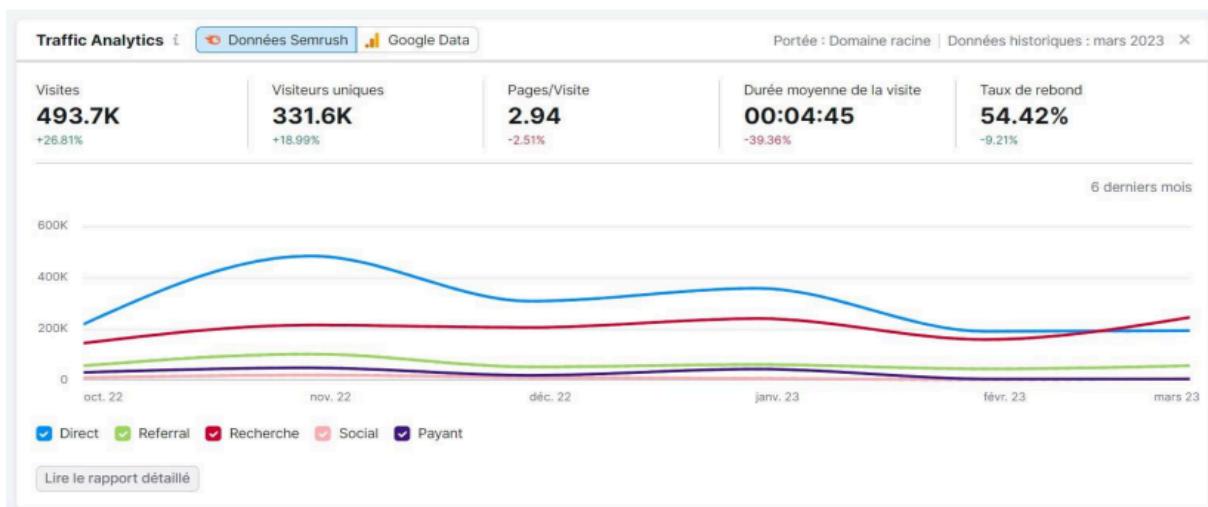
Text Size:
[Sample](#)

WCAG AA: **Pass**
WCAG AAA: **Pass**



[Desaturate page](#)

WAVE does not detect contrast of background gradients, transparency, etc. For background images, WCAG requires a fallback background color in case the image does not display.



Avantages :

- Site attractif
- Propose différentes gammes thés bio
- Site responsive sur différentes formes d'appareils.
- Optimisation SEO. Mots clés réussis

Inconvénients :

- Il n'y a pas d'application mobile.
- Aucune campagne de publicité sur Internet

Analyse du site web :

- Le site utilise le framework Javascript RequireJS.
- Développement du marketing : Google Analytics.
- Conception de site adaptive.
- SEO scores ont montré plus de 751 mots clés.
- Les campagnes publicitaires n'ont pas été remarquées.

ii. CONCURRENT INDIRECT



La société Les Torréfacteurs Français est une entreprise familiale de torréfaction artisanale de cafés basée à Rouen en Seine Maritime. Cette marque a été fondée par Monsieur Grégoire MEURICE en 2016 qui souhaitait devenir distributeur pour les professionnels et les particuliers. Pour un café fort en caractère (à ne pas confondre avec fort en bouche), il faut bénéficier du savoir-faire de torréfacteurs ridés à la cuisson des précieux grains bio.

TECHNOLOGIES	PLUS D'INFORMATION	 Export	Sécurité	Librairies JavaScript
CMS	Langage de programmation		 reCAPTCHA	 core-js 3.19.1
 WordPress 6.1.1	 PHP		 HSTS	 Underscore.js 1.13.4
Outil de statistiques	Base de données		Script de police	 Lightbox
 Google Analytics UA			 Google Font API	 jQuery Migrate 3.3.2
Blog	SEO		Divers	 jQuery 3.6.1
 WordPress 6.1.1	 Yoast SEO 19.14		 RSS	Plugins WordPress
Sécurité	Librairies JavaScript		 Open Graph	 Yoast SEO 19.14
 reCAPTCHA	 core-js 3.19.1			
 HSTS	 Underscore.js 1.13.4			
Script de police	Librairies JavaScript		Serveur web	Avis
 Google Font API	 Lightbox		 Apache HTTP Server	 Judge.me
	 jQuery Migrate 3.3.2			
	 jQuery 3.6.1			



Les torrefacteurs normands
21 pl St Marc – 76000 Rouen
<https://lestorrefacteurs.cafe/categorie-produit/cafe/cafe-bio/>

Synthèse globale

Présence sur internet ⓘ

Présence à améliorer

Site internet ⓘ

Site à optimiser

Contenus ⓘ

Contenus à optimiser

Concurrence ⓘ

Faible concurrence



Votre score est de **65 / 100**, votre visibilité sur internet peut être optimisée. Il y a beaucoup d'opportunités pour améliorer votre visibilité.

Présence sur internet

État :

Informations visibles par les internautes sur les réseaux :
PagesJaunes, Facebook, Google.

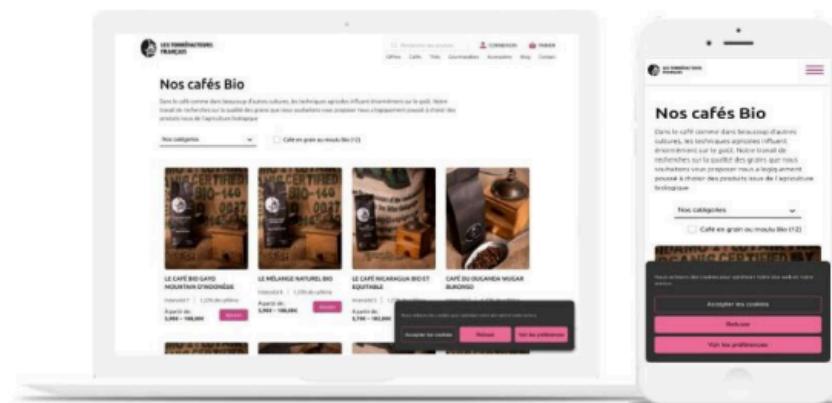
		Les Torrefacteurs Nor...	06 50 89 95 57	Voir la page
		Nous n'avons pas retrouvé votre établissement		Créez votre page si vous ne l'avez pas déjà fait
		Vérifiez l'exactitude des informations	Les torréfacteurs no... 21 Pl. Saint-Marc, 76000 Rouen	Voir la page



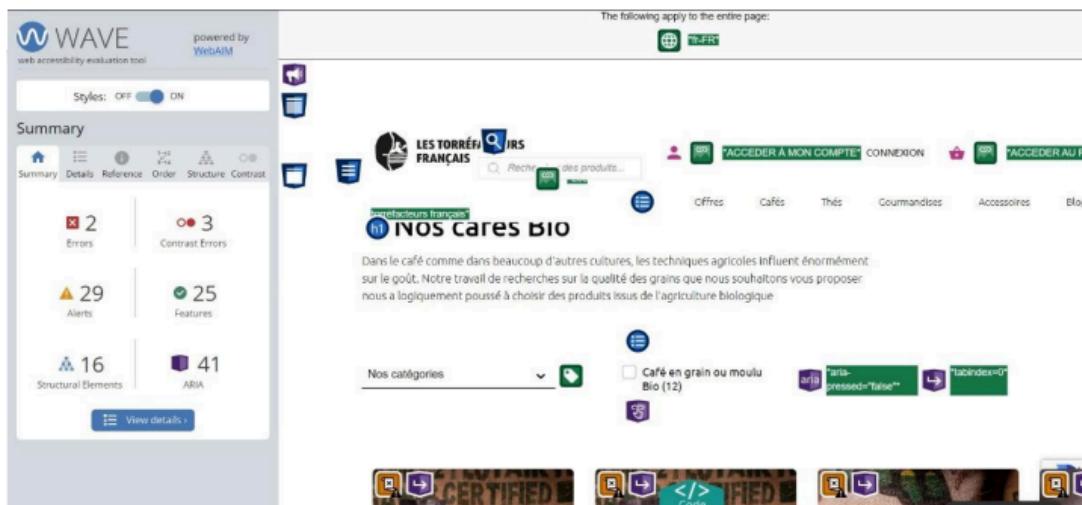
Votre site internet

État :

Résultat d'analyse de votre site internet :

<https://lestorrefacteurs.cafe/categorie-produit/cafe/cafe-bio/>

The following apply to the entire page:



Ergonomie

- ✓ Les pages utilisent des tailles de police lisibles : 99,97 % du texte lisible
- ✓ Les images sont affichées au bon format

Référencement naturel

- ✓ L'indexation de votre site n'est pas bloquée
- ✓ Le site contient une balise "Titre"
- ✓ Le site contient une "meta-description"
- ✓ Les éléments d'image possèdent des attributs "alt"
- ✓ Chaque page a sa propre url
- ✓ Le fichier robot.txt est valide

Sécurité

- ✓ Présence d'un fichier robots.txt
- ✓ Le trafic HTTP est bien redirigé vers HTTPS
- ✓ API obsolètes utilisées : 0 avertissement détecté
- ✓ Les bibliothèques JavaScript frontales ne présentent aucune faille de sécurité connue



← → ⌂ 🔒 lestorrefacteurs.cafe

Gmail YouTube Maps Angular - CLI Overv...

WAVE

web accessibility evaluation tool

powered by [WebAIM](#)

Styles: OFF ON

Contrast

Summary Details Reference Order Structure Contrast

Click a Contrast icon below or within the web page to view details.

Foreground Color: #0000FF
Background Color: #FFFFFF

Lightness (blue slider)

Contrast Ratio: **8.59:1**

Text Size:
[Sample](#)

WCAG AA: **Pass**
WCAG AAA: **Pass**

[Desaturate page](#)

WAVE does not detect contrast of background gradients, transparency, etc. For background images, WCAG requires a fallback background color in case the image does not display.



← → ⌂ lestorrefacteurs.cafe

Gmail YouTube Maps Angular - CLI Overv...

WAVE

web accessibility evaluation tool

powered by [WebAIM](#)

Styles: OFF ON

Reference

Summary Details Reference Order Structure Contrast

Features

Structural Elements

ARIA

← → ⌂ lestorrefacteurs.cafe

Gmail YouTube Maps Angular - CLI Over...

WAVE

web accessibility evaluation tool

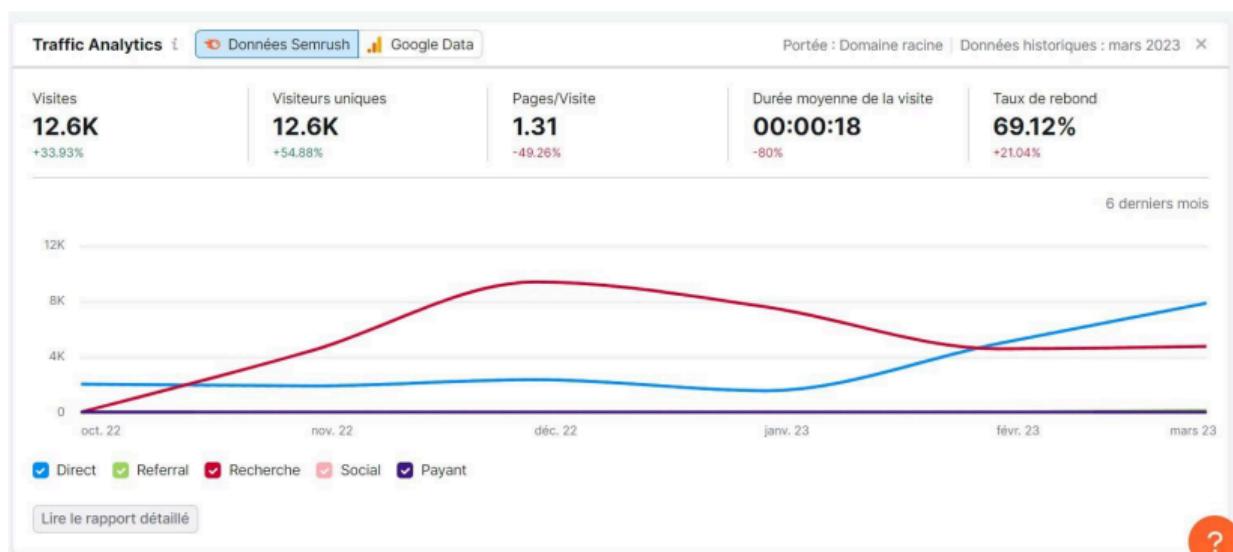
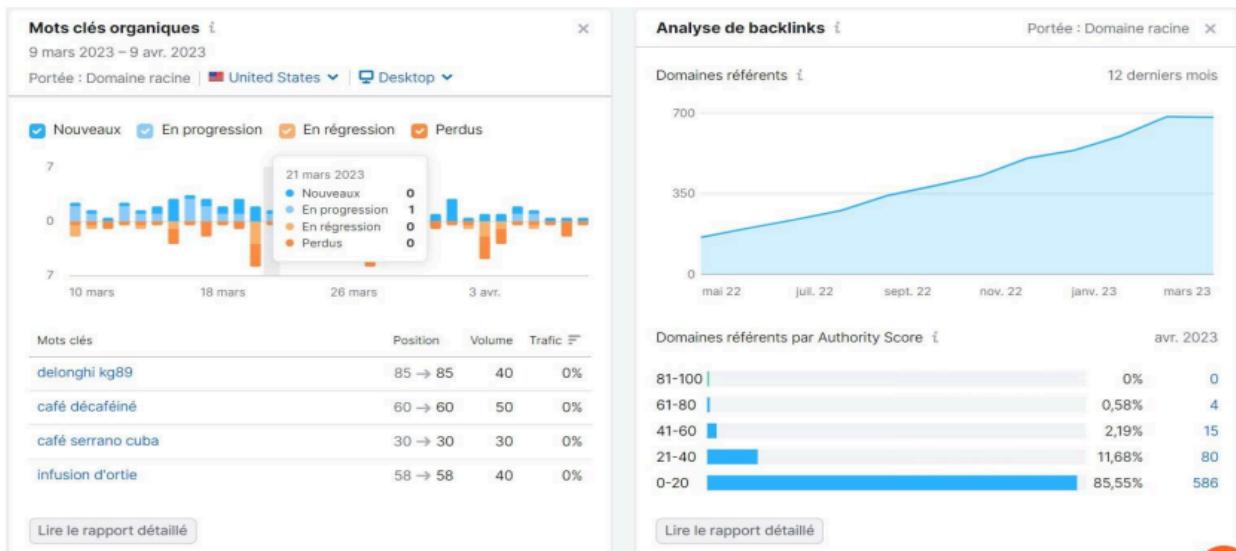
powered by [WebAIM](#)

Styles: OFF ON

Order

Summary Details Reference Order Structure Contrast

- 1 Button: Accepter les cookies
- 2 Button: Refuser
- 3 Button: Voir les préférences
- 4 Link: Les torréfacteurs français
- 5 Search input: Recherche de produits
- 6 Link: Accéder à mon compte
- 7 Link: Accéder au panier
- 8 Link: Offres
- 9 Link: Cafés
- 10 Link: Thés
- 11 Link: Gourmandises
- 12 Link: Accessoires
- 13 Link: Blog
- 14 Link: Contact
- 15 Button input: Suivant
- 16 Link: des crus pure origine
- 17 Link: les épicerie fines
- 18 Link: Les épicerie de producteurs locaux
- 19 Link: *NO ACCESSIBLE NAME*
- 20 Link: DELONGHI
- 21 Link: Facebook
- 22 Link: Instagram
- 23 Text input: Nom - Prénom*



Avantages :

- Site attractif
- Propose différentes gammes de café bio
- Site responsive sur différentes formes d'appareils.
- Optimisation SEO. Mots clés réussis

Inconvénients :

- Il n'y a pas d'application mobile.
- Aucune campagne de publicité sur Internet

Analyse du site web :

- Le site utilise le CMS Wordpress avec du PHP.
- Développement du marketing : Google Analytics
- Conception de site adaptive.
- Les campagnes publicitaires n'ont pas été remarquée

d. Analyse de stratégie

i. Cible et cœur de cible

1. Cible principale

Encore appelé cible primaire, représente pour ThéTipTop l'ensemble des clients à qui il peut vendre ses gammes de thé. Alors, nous avons identifié comme cible principale les consommateurs de thé. En quelques mots, voici à quoi pourrait ressembler la cible principale :

- Sexe : féminin et masculin
- Âge : entre 18 à 55 ans et plus.
- Pouvoir d'achat : moyen, élevé, CSP+
- Habitudes d'achat : préfère dépenser plus pour avoir la certitude d'acheter des produits de qualité

2. Cœur de cible

Dans le cas de figure de notre client, le cœur de cible est l'ensemble des consommateurs passionnés de thé qui :

- Apprécient les thés de qualité supérieure
- Cherchent à découvrir de nouveaux mélanges et saveurs
- Sont soucieux de leur santé et de l'environnement
- Privilégiennent les produits bio, sans OGM et sans pesticides

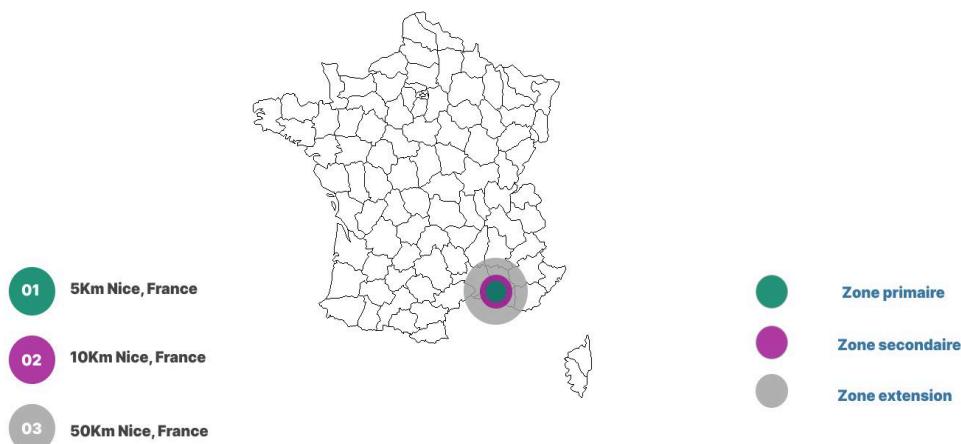
- Sont aisés et disposés à payer un prix plus élevé pour des produits de qualité supérieure et qui recherchent des expériences gustatives exceptionnelles
- Quelques caractéristiques sociodémographiques de notre cœur cible :
- Sexe : féminin et masculin
- Âge : entre 25 à 55 ans • Pouvoir d'achat : moyen, élevé, CSP+
- Habitudes d'achat : préfère dépenser plus pour avoir la certitude d'acheter des produits de qualité

3. *Cible secondaire*

Encore appelé cible relais. Ils ne sont pas considérés comme des potentiels clients, mais des relais qui peuvent nous permettre d'atteindre de nouveaux consommateurs par leur influence. En quelques mots, voici à quoi pourrait ressembler nos cibles secondaires :

- Sexe : féminin et masculin
- Âge : entre 18 à 30 ans
- Métier : sportif ayant une visibilité sur le
- Habitudes d'achat : préfère dépenser plus pour avoir la certitude d'acheter des produits de qualité

ii. Zone de chalandise



iii. Personas

Clement Thibaut - Consultant SAP IS-U/FICA

Âge : 25 ans
 Métier : Consultant SAP
 Famille : Célibataire
 Lieu : Paris (75)
 Personnage : Extraverti

Bio

Clément Thibaut est un informaticien talentueux et passionné qui a trouvé sa vocation dans le domaine de la technologie. Clément a obtenu un diplôme d'ingénieur en informatique de Central-SUPELEC de Metz. En dehors de son travail, Clément accorde une grande importance à son bien-être et à sa santé. Il aime boire du thé bio et manger sainement, pratique régulièrement des activités physiques pour maintenir une bonne forme physique et mentale.

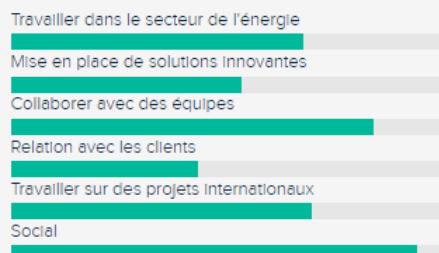
Objectif

- Réduire les erreurs de réPLICATIONS du SI d'Enedis
- Aide à la facturation des clients
- Créer des programmes dans l'ERP SAP
- Devenir expert technico-fonctionnel SAP

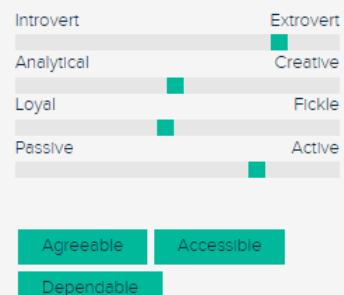
Frustration

- Erreur sur l'intégration des flux d'énergies dans SAP, entraînant une facturation sur mauvais prix
- Enregistrement manuel des appels
- Impossibilité de faire répliquer les données du webservice entre les différents environnements du SI

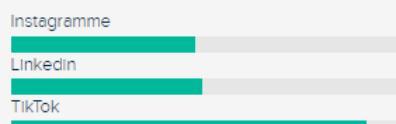
Motivation



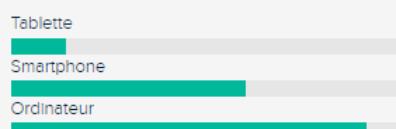
Personality



Réseaux

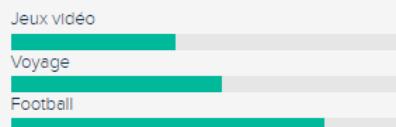


Devices



"Je souhaite optimiser le fonctionnement du système de réPLICATION des données entre CRM (FrontOffice) et SAP IS-U (BackOffice) afin de mieux facturer les clients."

Centres d'intérêt



C.Modèle économique du client

a. Fiche de poste

Intitulé du poste	Développeur Full Stack
Profil requis	Placé sous l'autorité du gérant Mr Eric Bourdon
Compétences techniques requises	<ul style="list-style-type: none"> • Bac +3 minimum ayant des connaissances théoriques et pratiques dans le développement des APIs. • 2 expériences requis en développement d'application • Parler Français et Anglais
Aptitude / capacités liées au poste	Curiosité , proactivité, réactivité et polyvalence face aux imprévus, autonomie et sens de l'organisation
Particularités du poste	Le candidat devra être prêt à monter en compétence sur certaines technologies en fonction des besoins de nos clients. Il lui sera demandé de participer à des sessions formations afin de monter rapidement en compétence
Lieux du poste	Nice
Risques professionnels	Pas de risques particuliers
Relations professionnelles	Le candidat sera en relation avec son manager
Temps de travail	35h/semaine
Outils utilisés	Microsoft Teams & Jira

Annex Fiche de Poste

Missions	Au sein de ThéTipTop, vous serez invité à intervenir sur une plateforme de jeu concours afin de la maintenir et de l'améliorer en fonction des besoins du gérant.
Fonction : Développeur Full Stack	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Développer des nouvelles fonctionnalités ➔ Administrer la plateforme de jeu

	<p>concours</p> <ul style="list-style-type: none">→ Corriger des anomalies→ Monter en compétence sur certaines si nécessaire
--	---

D.Stratégie de communication online

Dans le cadre de votre stratégie web, la visibilité est essentielle pour attirer des visiteurs sur votre site web. Il y a des chaînes qui sont les plus connues et naturellement référencées sur le long terme. Par définition, le référencement naturel désigne les techniques utilisées par les moteurs de recherche pour catégoriser les résultats qu'ils fournissent aux internautes lorsqu'ils saisissent une requête de recherche.

Le but des références est de diriger les visiteurs vers votre site. L'intention de ce dernier peut être apprise à travers les requêtes saisies dans le moteur de recherche, optimisant ainsi la visibilité sur les cibles éligibles et guidant l'analyse des mots clés. Il est donc très nécessaire, pour mener à bien ce projet, de pouvoir effectuer une analyse scrupuleuse et approfondie des mots clés liés à votre projet en Europe. Pour cela, nous utiliserons Google Trends, un outil qui nous donne une image claire du type de recherche que les internautes font dans la zone de chalandise qui intéresse ce projet à savoir : Nice et les alentours de Nice.

Vu l'importance de la zone de chalandise, nous avons décidé de faire une recherche sur des mots-clés en anglais liés à votre activité. Après cette recherche, nous vous présenterons différentes techniques de référencement abordées ci-dessous qui sont trois à savoir : le SEO, le SEA et le SMO.

a. SEO

En anglais Search-Engin-Optimisation pour optimisation pour les moteurs de recherche en français, le SEO est l'ensemble des techniques utilisées pour améliorer le référencement de votre site internet, gratuitement.

Ci-dessous les préconisations SEO à mettre en place :



Il existe des exigences techniques minimales qu'un site Web doit mettre en œuvre pour faciliter l'indexation correcte du site Web par les robots des moteurs de recherche. Vous trouverez ci-dessous une liste de ces "dits" exigences.

- ❖ Des liens entrants de qualité : c'est l'une des techniques de référencement les plus efficaces. L'objectif est d'encourager les sites liés à ce sujet à établir un lien vers votre site. C'est un facteur très important dans l'optimisation de votre site Web dans les résultats de recherche.
- ❖ Un contenu de qualité : cet élément est requis pour envoyer des suggestions de liens connexes à la page de résultats de recherche. La qualité de la page est vérifiée par rapport à certains critères, notamment les fautes d'orthographe et de grammaire. Les robots des moteurs de recherche se nourrissent principalement de contenu (contenu textuel, contenu graphique, contenu dynamique, etc.). Par conséquent, nous créons du contenu sur des sujets spécifiques à votre activité et aux services que vous vendez.
- ❖ Mots-clés : l'analyse des mots-clés est essentielle pour le référencement. Toutes les possibilités de visibilité dépendent de cette partie, car c'est une condition constante qu'un mot-clé corresponde à la recherche d'un internaute.

- ❖ Longue traîne: Le SEO longue traîne représente un gain de temps dans une stratégie SEO. L'objectif est de se concentrer sur des mots-clés peu compétitifs qui nécessitent moins de temps et d'efforts pour atteindre la première position sur la page de résultats Google.
- ❖ Les liens internes et externes : la notion de liens est fondamentale pour l'optimisation des moteurs de recherche, et sa maîtrise contribuera grandement au succès de votre stratégie. Les mots clés sont utilisés pour les hyperliens. Le maillage interne est la façon dont les pages de votre site Web sont liées les unes aux autres. Les articles renvoient naturellement vers des pages de produits ou de services pour améliorer votre score SEO.
- ❖ Analyse des statistiques : utilisez des statistiques d'analyse pour savoir quels sites Web et pages génèrent du trafic et déterminer quelles pages de votre site Web sont les plus performantes et les plus populaires.

Utilisez Google Analytics et utilisez éventuellement Google-Search-Console pour effectuer une surveillance SEO. En tirant parti de ces outils marketing, vous pouvez identifier ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas et essayer d'améliorer continuellement votre site. (Sources : Technique SEO : Top 10 du Référencement Web.)

b. SEA

Le SEA (Search Engine Advertising) concerne la publicité payante sur les canaux numériques. Ce levier fait partie de votre stratégie de visibilité car vous pouvez obtenir un trafic de qualité grâce au ciblage précis que proposent des canaux comme Google et Facebook.

Ci-dessous les préconisations SEO à mettre en place :

- ❖ Définir clairement ses objectifs et son budget : Toute bonne stratégie commence avec la définition claire et précise des objectifs à atteindre.
- ❖ Déterminer des KPI pour améliorer le suivi : Pour vous assurer un suivi de campagne optimal, vos objectifs se doivent d'être chiffrés, précis et mesurables.
- ❖ Choisir des mots clés pertinents et ne pas négliger la longue traîne : Afin de déterminer les mots clés les plus pertinents, il est indispensable de passer une analyse de la concurrence et du marché.
- ❖ Rédiger une annonce importante : Vous avez défini vos mots clés et établi un ensemble de KPI pertinents. Vient le moment de rédiger une annonce importante.

- ❖ Optimiser vos pages d'atterrissement pour plus de conversion : Après avoir paramétré votre compte Google Ads, il est maintenant temps de s'attaquer à la landing page, la page sur laquelle va y arriver l'internaute après avoir cliqué sur votre annonce
- ❖ Suivre vos annonces SEA: Le suivi de vos campagnes SEA. C'est indispensable pour évaluer les performances de vos annonces et mettre en place des actions correctrices si besoin. Le référencement payant est une technique de promotion d'un site internet visant à faire en sorte que celui-ci apparaisse en tête des résultats de recherches. Notre stratégie de référencement est basée sur Google. Le ciblage géographique dans Google Ads vous permet de cibler exactement où vous souhaitez atteindre. Avec la comptabilisation des clics et des impressions, Google Ads vous offre une plus grande flexibilité budgétaire.

c. SMO

SMO signifie Social Media Optimization et fait référence à diverses méthodes utilisées pour augmenter le nombre de visiteurs sur un site Web. Autrement dit, le référencement qui revient des réseaux sociaux. Le principe du SMO est de recruter ces nouveaux visiteurs sur les réseaux sociaux. En 2020, on estime que les Européens passent au moins 2h chaque jour en ligne. Ces données varient considérablement selon les pays et les régions. Par exemple, en France, les Français passent au moins 5h par jour à surfer sur Internet.

Gardez à l'esprit que les réseaux sociaux sont une préoccupation majeure des internautes lorsqu'ils surfent sur le web. Ainsi, il devient de plus en plus important d'inclure les réseaux sociaux dans votre stratégie digitale. Veuillez noter que l'existence de ces réseaux sociaux vise principalement à établir et à maintenir des relations saines et durables avec votre public cible.

CALENDRIER DE PUBLICATION

Key Dates		1	2	3	4	5	6	6	8	9	9	10				
Day	Time	9:00	8:00	18:00	9:00	12:00	9:00	9:00	20:00	8:00	12:00	21:00	10:00	8:00	18:00	9:00
Facebook				1 post		1 post			1 post		1 post				1 post	
Tik tok		1 post		1 post		1 post										
Youtube		1 post		1 post		1 post			1 post		1 post		1 post	1 post	1 post	
Instagram			1 post		1 post	1 post			1 post		1 post		1 post	1 post		

TYPE DE CONTENU

LIEU DE PUBLICATION

ARTICLES

PROFIL PERSONNEL

COURT TEXTE

PAGE ENTREPRISE

IMAGES

GROUPES

VIDÉOS

MESSAGES / EMAIL

LIENS

EMAIL

- Facebook : Nous procéderons à la création d'une page Facebook présentant les services de ThéTipTop. En plus de tirer parti de sa base d'utilisateurs massive, le géant américain est le réseau social le plus utilisé au monde, avec 2,91 milliards d'utilisateurs actifs

mensuels, soit 1,93 milliard d'utilisateurs actifs quotidiens, mais aussi pour cibler un échantillon de clients ThéTipTop qui sont des clients jeunes et aventureux.

- Instagram : Le but principal de notre compte Instagram est de promouvoir visuellement vos activités. Cette stratégie passe notamment par la mise en avant du jeu concours et des témoignages de vos clients satisfaits.
- Youtube : C'est l'un des réseaux sociaux de streaming vidéo en ligne qui inclut des fonctionnalités de partage et de commentaire de contenu. C'est l'une des plateformes Web les plus visitées au monde. Il convient ici de créer une chaîne YouTube pour ThéTipTop et de publier des contenus faisant référence aux services et activités de ThéTipTop.
- Tik tok : Le réseau Tik Tok nous permet de toucher une cible relativement jeune grâce à des contenus dynamiques, fun et ludiques.

Hormis les réseaux sociaux, nous pouvons passer par les influenceurs(es) / Blogueurs(es). De nos jours, un(e) influenceur(e) est avant tout une formidable caisse de résonance pour mettre en avant une marque, une activité etc. Il leur permet de toucher une audience plus large, et surtout plus segmentée. Le travail que va réaliser le créateur de contenu pour capter l'attention de ses abonnés et les engager au quotidien représente une formidable opportunité pour les entreprises de gagner en visibilité et en notoriété.

Un blogueur ou une blogueuse est une personne qui, comme son nom l'indique, tient un blog et vit de cette activité. Les sujets varient, d'où l'importance est que la personne qui gère le blog soit passionnée et puisse attirer les masses grâce à plusieurs facteurs. Cela peut dépendre du style d'écriture utilisé, du graphisme du blog, de la beauté des photos publiées, de l'expertise dans le domaine, mais de la personnalité de la blogueuse et de son aura, ce qui inspire son public.

d. Emailing

L'emailing reste une valeur sûre et est souvent utilisé par les marques dans le cadre de leur stratégie de fidélisation.

La fidélisation client est utilisée en marketing pour définir une approche visant à construire des relations durables et de confiance. Pour une entreprise, cela signifie une fidélisation client attentive à la communication de la marque et à l'innovation de l'entreprise (produits/services, etc.).

Offrir des promotions aux clients et aux nouveaux clients est un excellent moyen de les inciter à participer au jeu concours. Un cadeau surprise peut être un produit complémentaire à un achat

ou simplement un échantillon gratuit adapté au goût du client. Tant que le client ne s'y attend pas et que la surprise en vaut la peine, il risque d'être ravi est valorisé.

La newsletter est un système de compte premium avec certains priviléges.

Offrir un service personnalisé signifie en savoir plus sur vos clients et collecter des données personnelles, notamment des données confidentielles.

Pour ce fait, nous avons choisi Sarbacane, qui est le logiciel très performant pour créer des campagnes d'emailing. Pour cela, faut prévoir environ 0,25€ par mail, pour un envoi de 5000 exemplaires, incluant la location de fichiers et le transfert par email de haute qualité.

La plupart des destinataires semblent convenir que l'envoi de plusieurs e-mails par semaine est ennuyeux. En fait, c'est l'une des principales raisons de se désabonner d'où nous préconisons l'envoie d'un mail maximum chaque semaine.

Lors de chaque envoie, nous proposons différents types de remises, telles que :

- Des réductions sur certains produits,
- Si vous êtes intéressé, inscrivez-vous à la liste de précommande pour bénéficier d'une remise spéciale...

Ces types d'offres sont un moyen efficace de fidéliser la clientèle tout en augmentant les ventes, notamment en fin d'année.

e. Analyse de performance

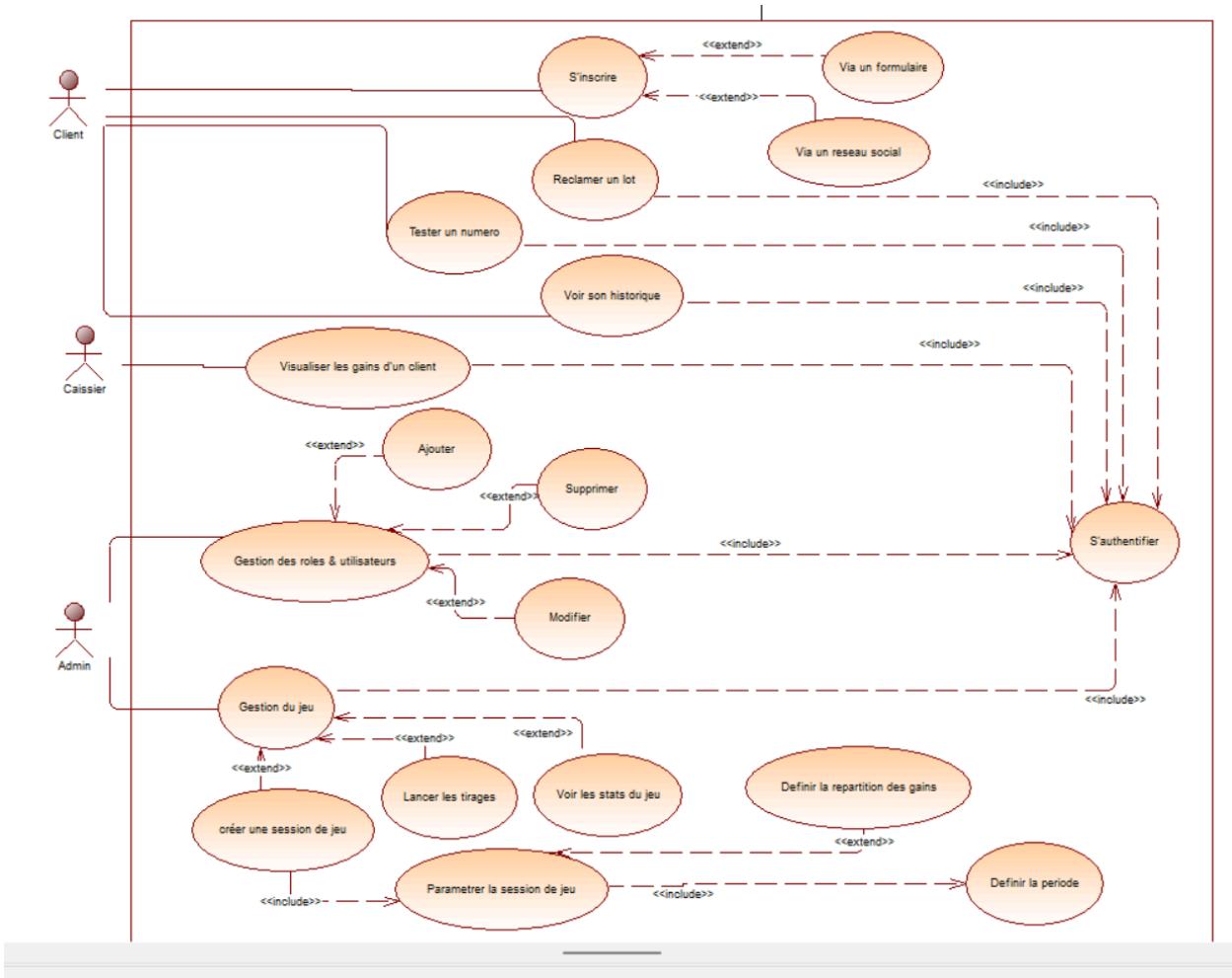
L'analyse des performances fait référence aux mécanismes de collecte, d'analyse et de mesure des informations relatives aux performances du site Web. Les canaux sont l'élément central. Ceux-ci représentent toutes les sources de trafic pour votre site Web:

- Canaux directs : liés à des sources de trafic telles que les barres de favoris et les recherches de noms de domaine. Ce sont des canaux qui amènent du trafic vers votre site Web sans intermédiaire.
- Résultats de recherche naturels : Les visiteurs peuvent utiliser ce canal pour accéder à votre site Web après une recherche, par exemple, sur Google, Bing ou Yahoo. La contribution de ce canal à votre capacité à générer du trafic témoigne de l'efficacité de votre stratégie SEO.
- Réseaux sociaux : Il s'agit des visiteurs qui accèdent à votre site Web via l'une de vos publications sur les réseaux sociaux.

- Publicité en ligne : C'est ce canal qui vous permet de mesurer le trafic via des publicités, telles que Google AdWords et Facebook Ads. Les outils utilisés pour analyser les performances sont Google Analytics, Hootsuite pour les comptes de réseaux sociaux et certains outils de cartographie tels que Hotjar. Les indicateurs de performance sélectionnés dans Google Analytics et Search Console sont : Le volume de circulation
- Taux de change
- Nombre de séances
- Taux de rebond
- Pages les plus visitées
- Temps de session
- Meilleure page de destination
- Meilleurs mots-clés (apportant du trafic)
- Part de trafic par appareil
- Distribution géographique

E. Cahier des charges fonctionnel

a. Use Case



Description textuelle

Identification du cas d'utilisation

Nom	Tester un numéro
Objectif	Ce cas consiste pour un client à tester le numéro inscrit sur son ticket afin de savoir si le numéro est rattaché à un lot gagnant

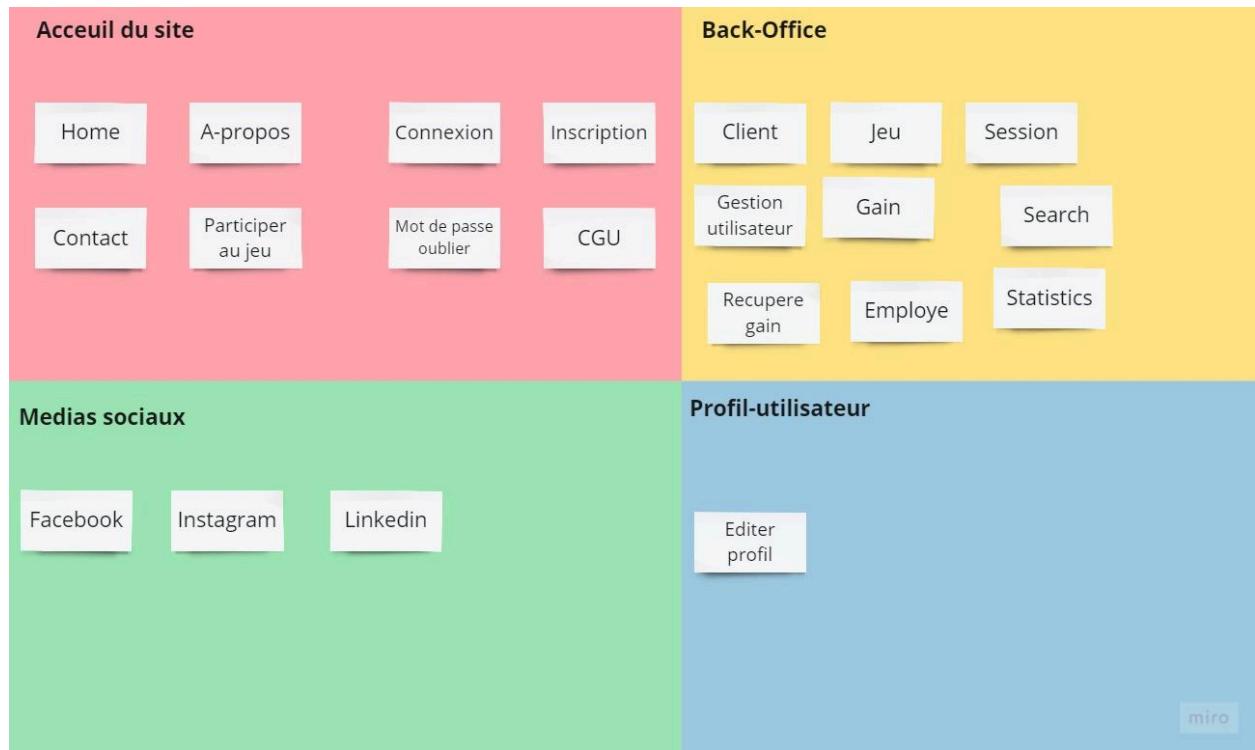
Acteurs principaux	Clients
Acteurs secondaires	
Version	0
Responsable	Fresnel Teboukeu
Description du fonctionnement du cas d'utilisation	
Préconditions	Il faut que le client se soit authentifié
Scénario Nominal	<ul style="list-style-type: none"> · Il clique sur « jeu concours » · La page du jeu concours s'affiche · Il renseigne le numéro à tester et soumet le formulaire · Le numéro à tester est envoyé au server d'application et testé par ce dernier puis retourne un résultat · Selon la réponse du serveur d'application, un message est affiché au client
Scénario alternatif	
Postconditions	

Identification du cas d'utilisation	
Nom	Visualiser les gains d'un client
Objectif	Ce cas consiste pour un Caissier de savoir quels sont gains d'un client à partir de son ticket de caisse
Acteurs principaux	Caissier

Acteurs secondaires	
Version	0
Responsable	Fresnel Teboukeu
Description du fonctionnement du cas d'utilisation	
Préconditions	Il faut que le Caissier se soit authentifié
Scénario Nominal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saisi le numéro du jeu inscrit sur le ticket 2. Le numéro est envoyé au serveur d'application 3. Le serveur d'application (SA) vérifie que le numéro a été activé par un client 4. Le SA retourne le client (nom et téléphone) ayant activé le numéro ainsi que le gain rattaché à ce numéro 5. Le résultat retourné est affiché au caissier
Scénario alternatif	<p>A1. Le numéro est non activé :</p> <p>3.1. Le SA retourne une valeur booléenne à faux ; scénario nominal reprend au point 5</p>
Postconditions	

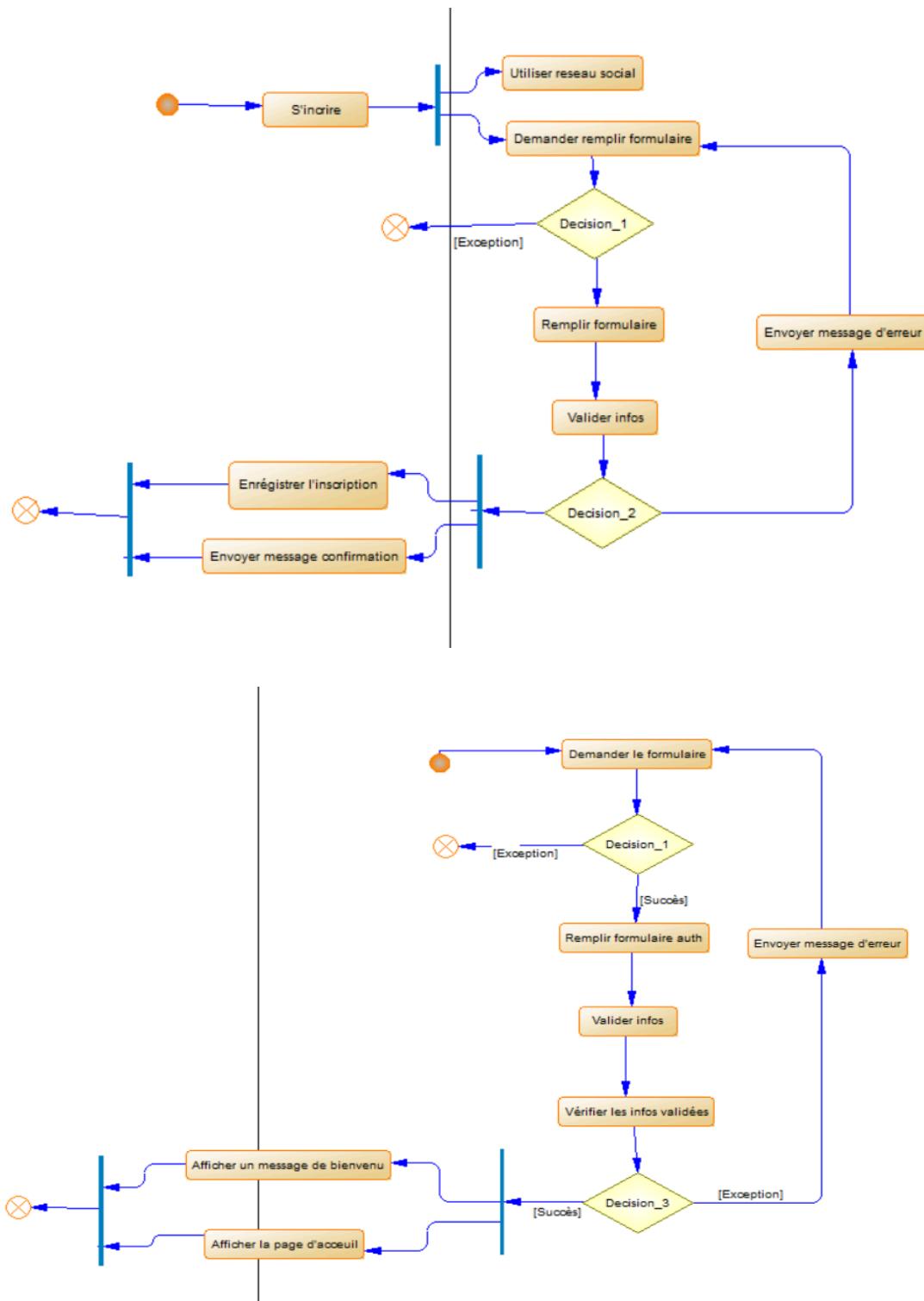
b. Tris de cartes et arborescence

i. Carte

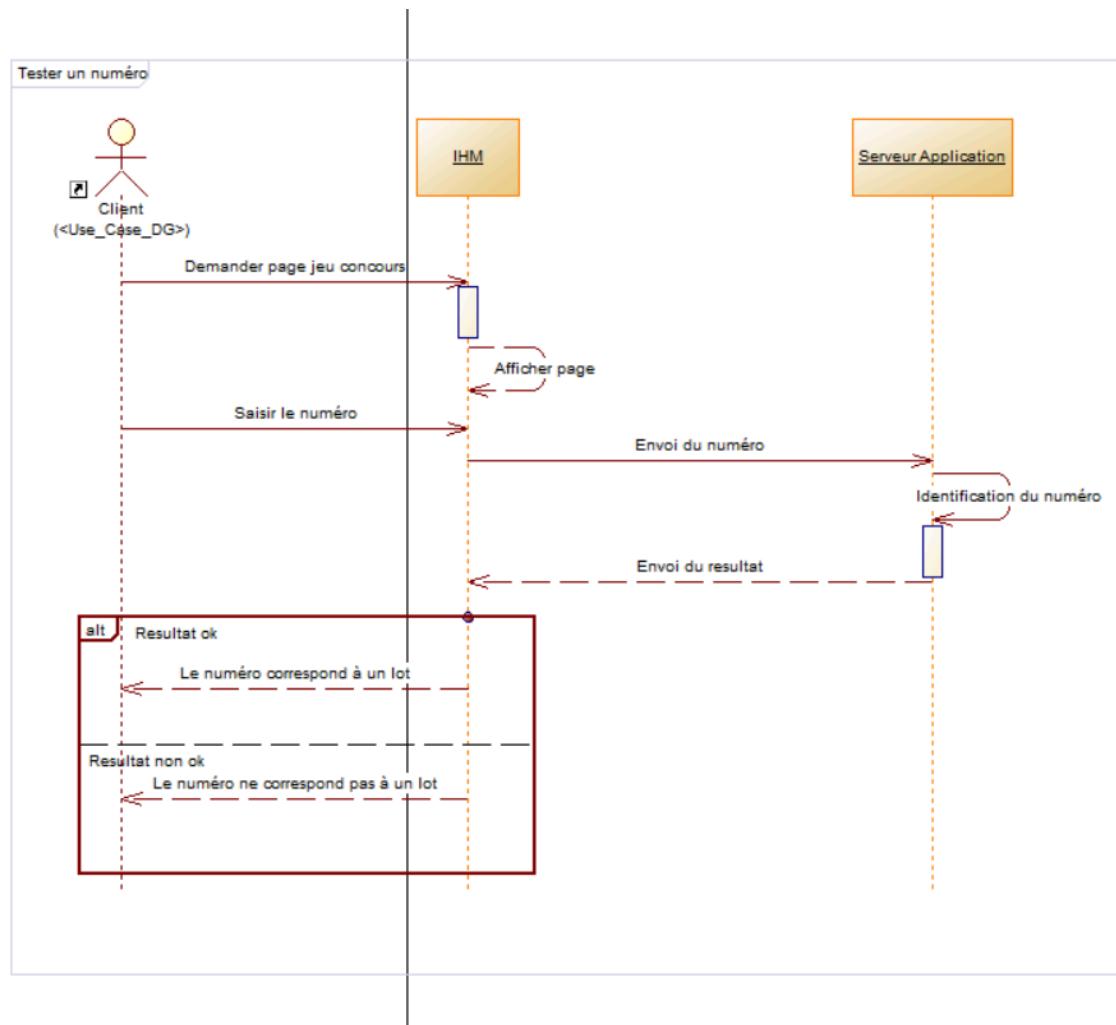


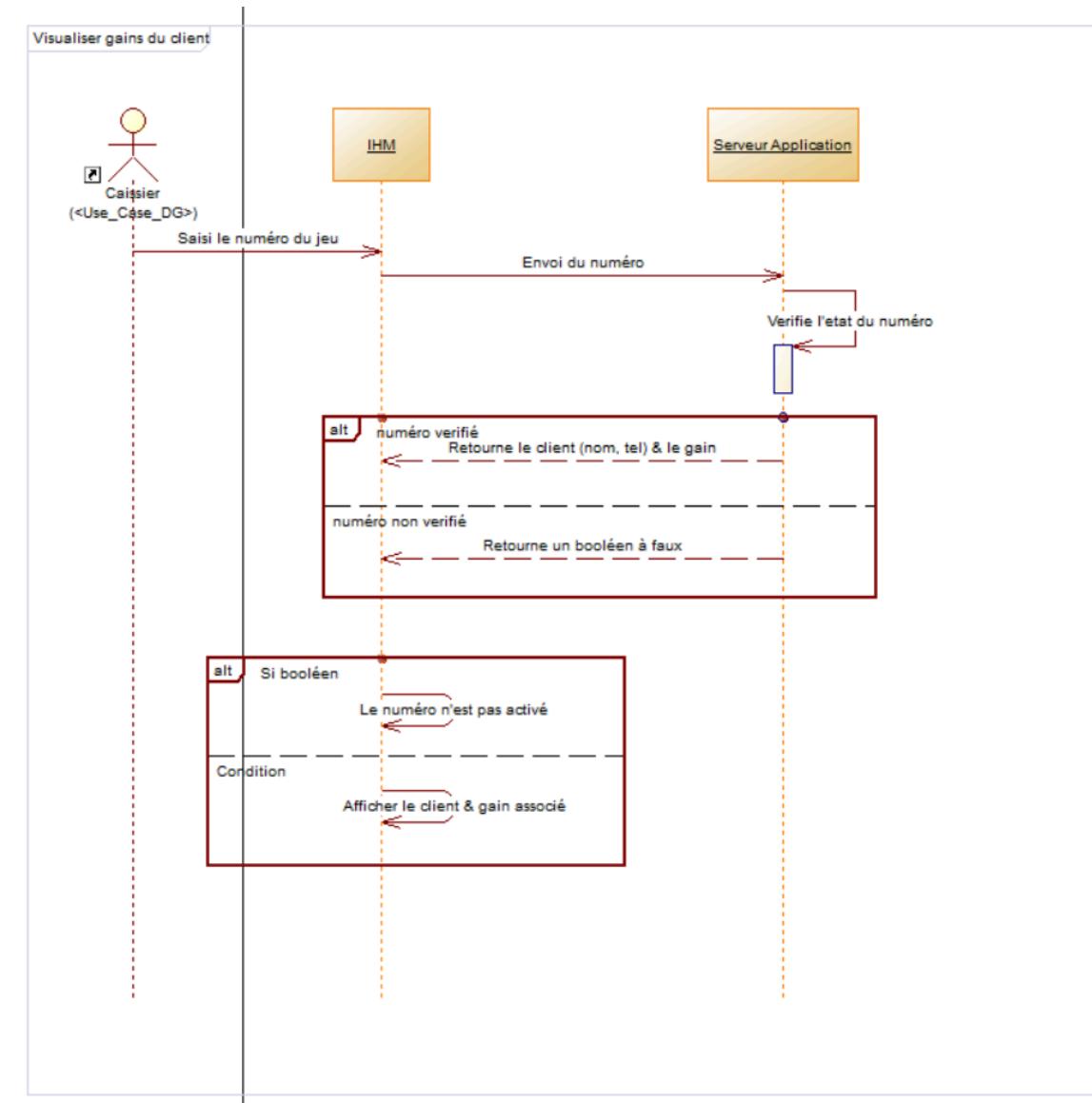
ii. Arboressance

c. Diagrammes d'activité



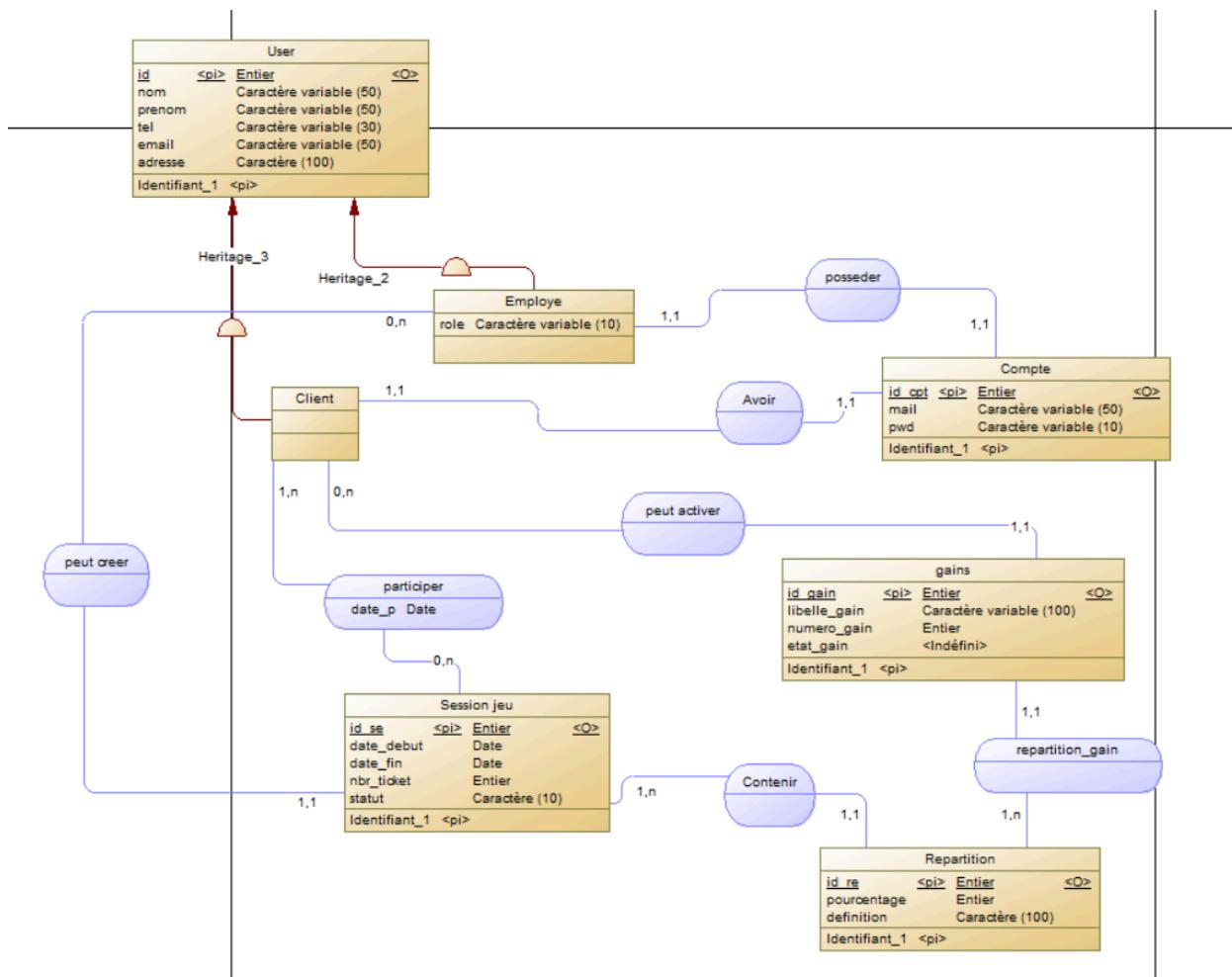
d. Diagrammes de séquence



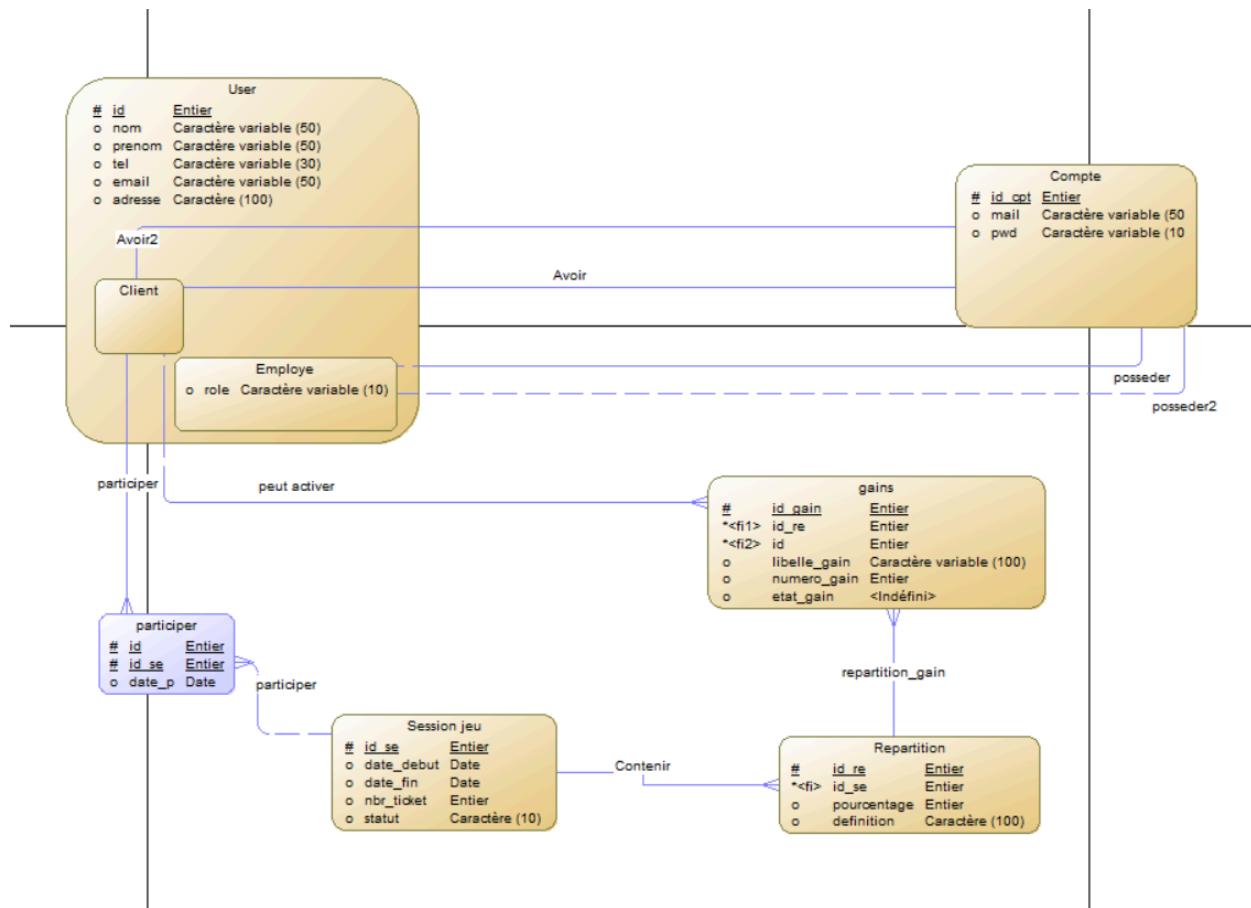


e. MCD ou MLD

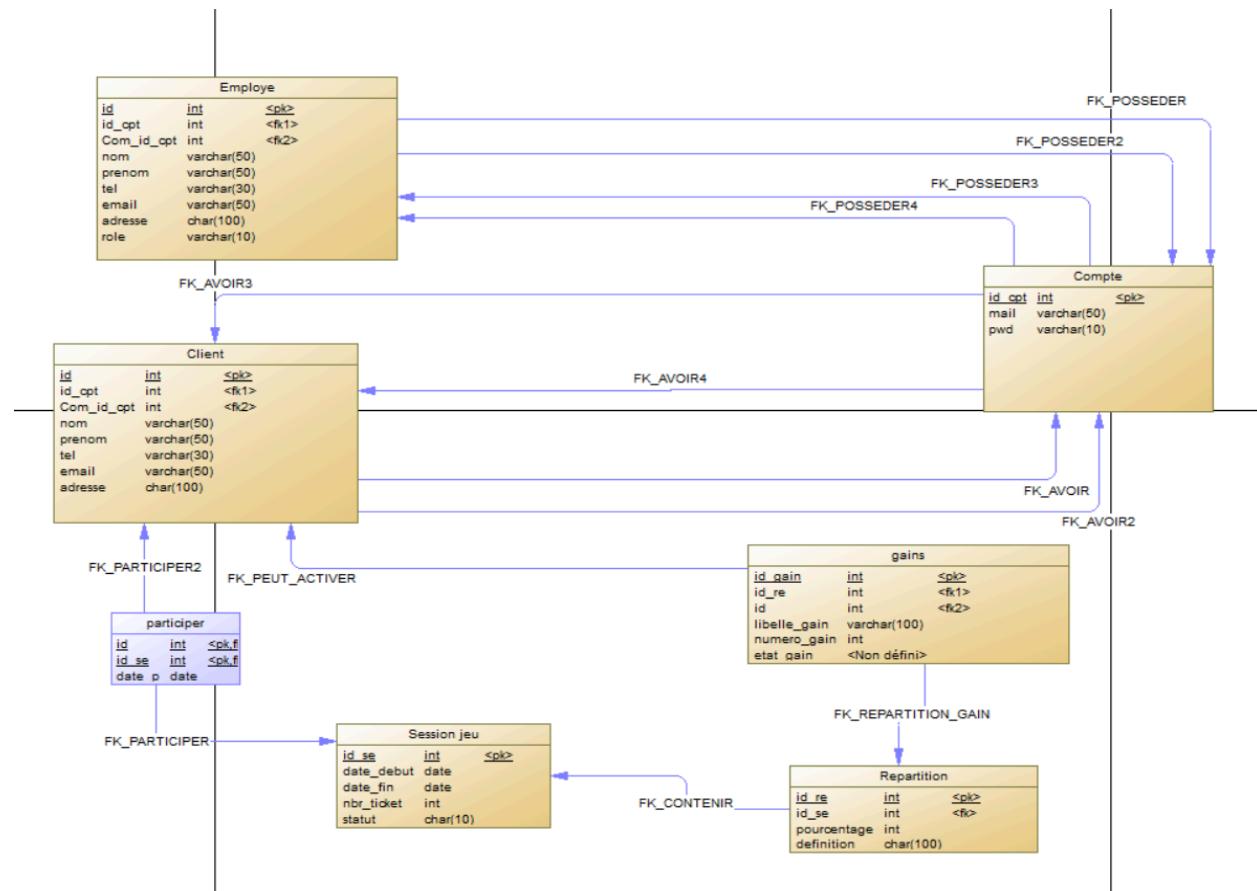
i. MCD



ii. MLD



iii. MDP



F. Cahier des clauses techniques détaillées

a. Technologies et compatibilité

i. Front-END

1. Bootstrap

Bootstrap est un framework CSS open source développé par Twitter. Il s'agit d'un ensemble d'outils et de ressources permettant de faciliter le développement web. Bootstrap est principalement utilisé pour la création de sites web et d'applications mobiles réactives.

2. Angular

Angular est un framework open source côté client basé sur TypeScript, dirigé par l'équipe de projet Angular de Google et une communauté d'individus et d'entreprises.

3. HTML :

HTML (Hypertext Markup Language) est un langage de balisage utilisé pour créer des pages web structurées avec des éléments et des liens hypertexte.

4. CSS :

CSS est l'acronyme de « Cascading Style Sheets » ce qui signifie « feuille de style en cascade ». Le CSS correspond à un langage informatique permettant de mettre en forme des pages web (HTML ou XML).

ii. Back-END



LoopBack.js est un framework open source pour le développement d'applications web et mobiles côté serveur. Il est basé sur Node.js et permet de créer rapidement des API (interfaces de programmation d'applications) RESTful (Representational State Transfer) et des applications back-end.

Principales caractéristiques de LoopBack.js :

Création d'API RESTful : LoopBack simplifie la création d'API RESTful en fournissant des outils et des modèles prédéfinis pour les objets persistants.

Connecteurs de données : Il propose des connecteurs de données pour diverses bases de données, facilitant l'intégration avec des systèmes de stockage de données tels que MongoDB, MySQL, Oracle, etc.

Génération automatique de modèles : LoopBack peut générer automatiquement des modèles de données à partir de sources de données existantes, accélérant ainsi le processus de développement.

Gestion des utilisateurs et des autorisations : Il offre des fonctionnalités intégrées de gestion des utilisateurs, de gestion des rôles et de contrôle d'accès.

Extension et personnalisation : LoopBack est extensible et permet aux développeurs d'ajouter des fonctionnalités personnalisées grâce à des extensions.

Prise en charge des services tiers : Il facilite l'intégration avec des services tiers tels que des services cloud, des services de géolocalisation, etc.

LoopBack est particulièrement adapté au développement d'applications basées sur des API, et il offre un ensemble d'outils puissants pour simplifier la création rapide de services web robustes et évolutifs. Il est maintenu par StrongLoop, une entreprise acquise par IBM, et fait partie des projets open source soutenus par la Fondation Node.js.

iii. Workflow Ci/Cd



Jenkins est un outil de serveur d'automatisation open source. Il aide à automatiser les parties du développement logiciel liées aux builds, aux tests et aux déploiements, et facilite l'intégration continue et la livraison continue.

iv. Docker



Docker est une plateforme open source qui automatise le déploiement d'applications dans des conteneurs légers. Les conteneurs permettent d'encapsuler une application avec ses dépendances, garantissant une exécution cohérente indépendamment de l'environnement. Docker simplifie le déploiement, la gestion et la mise à l'échelle des applications.

b. Software

i. Git



Git est un système de gestion de version décentralisé, créé par Linus Torvalds. Il permet de suivre les modifications de code, gère les branches pour le développement parallèle, facilite les fusions, et favorise la collaboration. Essentiel pour le contrôle des versions et la gestion efficace des projets logiciels.

ii. Jira



Jira est une plateforme logicielle de gestion de projets développée par Atlassian. Principalement utilisé pour le suivi des problèmes et la gestion de projets, Jira offre des fonctionnalités telles que la création de tâches, la planification, la collaboration d'équipe, et l'intégration avec d'autres outils de développement.

iii. VS CODE (Visual Studio Code)



VSCode, ou Visual Studio Code, est un éditeur de code source gratuit et open source développé par Microsoft. Léger, extensible, multiplateforme, il offre une interface utilisateur moderne, des fonctionnalités avancées, des extensions pour de nombreux langages, facilitant le développement logiciel et la productivité des développeurs.

iv. FIGMA

Figma est un outil de conception collaboratif basé sur le cloud, utilisé pour la création d'interfaces utilisateur, de maquettes et de prototypes. Il permet aux équipes de travailler simultanément sur des projets, de partager des designs en temps réel et de faciliter la collaboration à distance dans le domaine du design d'expérience utilisateur (UX/UI).

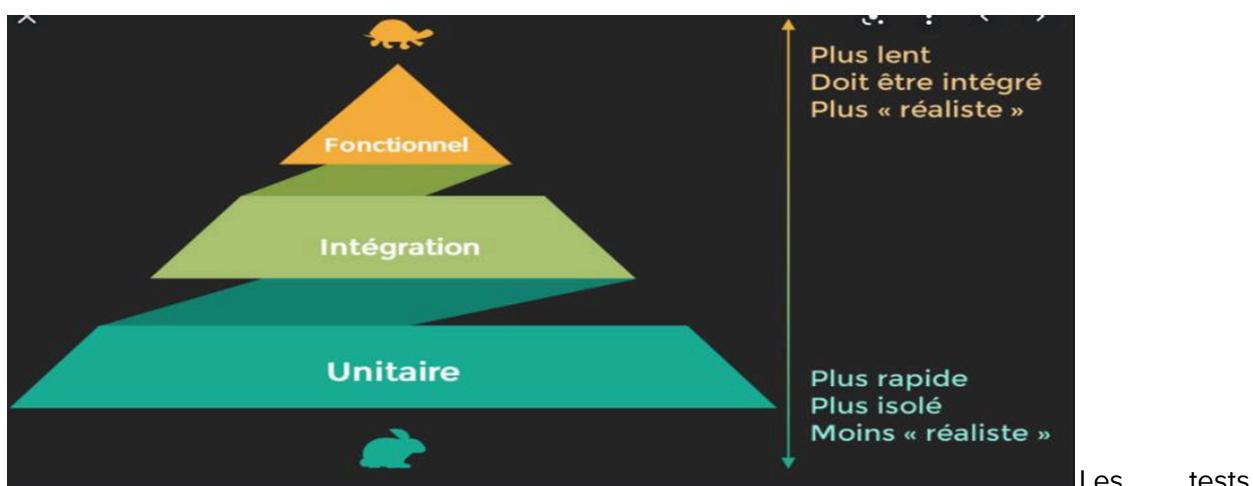
v. PowerAMC

PowerAMC, autrefois connu sous le nom de "Sybase PowerDesigner", est un outil de modélisation des données et de conception de bases de données. Il est utilisé par les professionnels de l'informatique pour créer des modèles visuels représentant la structure et les relations des données dans une entreprise. PowerAMC prend en charge divers types de modèles, y compris les modèles conceptuels, logiques et physiques, et facilite la génération de scripts SQL pour la création de bases de données. Cet outil est souvent utilisé dans le cadre du développement de systèmes d'information et de gestion de bases de données.

c. Tests applicatifs

Les essais font partie intégrante de nos activités, vérifiant la conformité de nos produits aux besoins exprimés par nos clients et nous permettant de répondre à leurs demandes. Les tests ont également pour mission de détecter les principales lacunes du site Web (bugs, erreurs, pannes, défaillances, incompréhensions, risques, etc.), de les corriger et de s'assurer des performances du système développé.

Respectez la pyramide des tests niveau par niveau pour les tests. Cela dirige le test depuis le bas de la pyramide à mesure que la configuration du test s'accélère.



être rapidement automatisés pour valider que le comportement des composants ne régresse pas lors de multiples livraisons de différentes versions du logiciel.

Les tests d'intégration sont ensuite effectués pour s'assurer que les multiples composants du logiciel interagissent selon leurs spécifications et produisent les résultats attendus.

Au niveau des tests fonctionnels, vous interrogez différents comportements du système. Autrement dit, observer le comportement du site Web par rapport aux fonctionnalités que le client veut et attend. Comparez toutes les fonctionnalités de la plate-forme avec les spécifications répertoriées dans les spécifications.

Enfin, exécutez des tests de performance à la fin du projet. En effet, les tests de performances sont basés sur des mesures telles que la consommation du processeur, la progression du codage, l'utilisation de la RAM, la quantité de commandes lancées par seconde et même le mouvement des utilisateurs à l'intérieur, entre autres. En dehors du logiciel. Ce sont ces paramètres qui déterminent la position du logiciel par rapport à ses concurrents.

d. Hébergement et nom de domaine

Proposition d'Hébergement et Nom de Domaine pour ThéTipTop:

i. Nom de Domaine :

1. Nom choisie : **thetiptop.com**

- Court, mémorable et reflète directement le nom de l'entreprise.
- Renforce la marque ThéTipTop sur le web.

ii. Hébergement :

Cette proposition vise à offrir une infrastructure robuste et évolutive, alignée sur les besoins spécifiques de ThéTipTop pour le déploiement de son site web avec un workflow CI/CD.

1. Nom du Prestataire : AWS (Amazon Web Services)

- AWS offre une infrastructure cloud fiable et évolutive.
- Excellente intégration avec les outils de CI/CD tels que Jenkins, Grafana, et Docker.
- Prise en charge native des conteneurs Docker avec Amazon ECS (Elastic Container Service).

2. Type d'Instance : AWS EC2 (Instances virtuelles)

- EC2 offre une flexibilité totale en termes de ressources et de configuration, adaptée aux exigences de Docker.

- Possibilité d'utiliser des instances optimisées pour les conteneurs.

3. Package de l'offre AWS :

- **Sauvegarde (Backups)** : On a l'automatisation des sauvegardes régulières pour assurer la disponibilité des données avec AWS S3 (Simple Storage Service), qui permet le stockage automatique et sécurisé des sauvegardes.
- **Snapshots** : On a du AWS EBS (Elastic Block Store). Les snapshots EBS offrent une solution de sauvegarde point-in-time pour les volumes de stockage. Idéal pour garantir l'intégrité des données en cas de problème.

iii. Coût :

- Le coût mensuel dépendra des ressources EC2 utilisées, du stockage S3 nécessaire, et de l'utilisation d'EBS pour les snapshots. Les instances réservées peuvent réduire les coûts à long terme.
- Les coûts peuvent être optimisés en utilisant des instances réservées et en ajustant la capacité de stockage en fonction des besoins.
- Estimation : pour faire fonctionner thetipstop.com, le coût sera environ **19 €/mois** (hébergement, snapshot et backups compris). Estimation basée sur le type d'instance, la capacité de stockage, et la fréquence des sauvegardes.
- Remarque : AWS offre une tarification basée sur l'utilisation réelle, ce qui permet d'ajuster les coûts en fonction des besoins évolutifs de ThéTipTop.
-

G.Identité visuelle et charte graphique

a. Introduction

Bienvenue dans l'univers de Thé-TipTop, où la passion pour le thé bio rencontre l'excellence gustative.

La création d'une charte graphique pour ThéTipTop est essentielle pour maintenir une identité visuelle cohérente, se différencier sur le marché, offrir une expérience client cohérente et fournir des directives pour la communication future. Cela contribue à renforcer la marque et à établir une connexion durable avec les clients.

Une charte graphique permet de définir les éléments visuels clés qui représentent l'identité de Thé-TipTop. Cela inclut le choix des couleurs, des typographies, des logos et des éléments graphiques spécifiques. En ayant une charte graphique bien définie, chaque élément visuel utilisé sur le site web, les supports de communication et les produits sera cohérent, renforçant ainsi la reconnaissance de la marque et créant une identité visuelle forte. Nous avons également

veillé à choisir une typographie élégante et lisible, qui reflète notre engagement envers l'excellence et l'attention aux détails.

b. Recherches de logo

- i. **1ère proposition :** Ce logo se compose du nom de l'entreprise "ThéTipTop" écrit en majuscule et minuscule sans contour. Les trois "T" sont entrelacés, formant un symbole harmonieux. Ce logo est simple, élégant et mémorable. La plante et les formes créent un lien visuel fort. Le fond vert ajoute une touche de douceur et de convivialité.



.Sans baseline

.Avec baseline



- ii. **2ème proposition :** Ce logo présente une tasse de thé stylisée avec une feuille de thé vert. La police d'écriture utilisée est moderne et élégante. Ce logo transmet l'idée de fraîcheur et de naturel grâce à la feuille de thé vert, tout en conservant un aspect moderne et professionnel avec la tasse stylisée et la police d'écriture. Il évoque également le caractère bio de votre produit.

THÉTIPTOP

thetiptop

Thétiptop

- iii. **3ème proposition :** L'histoire derrière le logo est que chaque branche représente un aspect essentiel de Thé-TipTop : Chaque branche incarne notre quête incessante de produits d'exception et notre engagement envers la préservation de l'environnement. Les deux feuilles symbolisent à la fois la délicatesse de nos thés et l'expertise artisanale qui caractérise chaque étape de leur sélection et de leur préparation.

.Logo tout seul

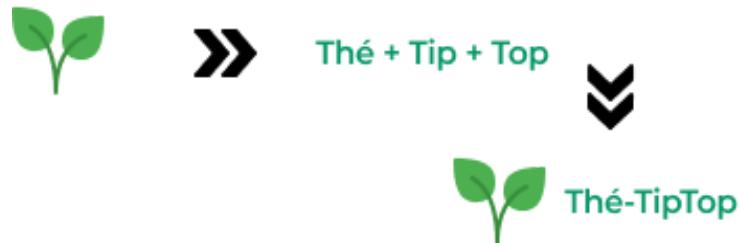
.Sans baseline

.Avec baseline


c. Logo

Notre logo, représentant une plante avec deux branches et deux feuilles, est le symbole de notre engagement envers la croissance responsable et la connexion avec la nature.

i. Composition du logo



ii. Déclinaisons du logo

- Version principale : Le logo complet avec la plante, les branches et les feuilles.
- Version simplifiée : Utilisez une version simplifiée du logo sans le texte, uniquement avec la plante, pour les espaces de petite taille où la lisibilité est réduite.

.Logo tout seul



.Sans baseline



.Avec baseline



iii. Versions de couleurs du logo

- Vert frais : Utilisez une teinte de vert vif et rafraîchissante pour représenter la nature et le caractère bio des produits de Thé-TipTop.
- Logo sur fond coloré : Utilisez une version du logo en utilisant la couleur verte sur un fond coloré approprié pour créer des contrastes visuellement accrocheurs.

Un certain nombre de formats et de versions sont fournis avec la charte graphique, comme les modes colorimétriques, les formats ont un usage spécifique.

- Pour l'impression utilisez du CMJN et les formats sont .pdf, .ai, .eps
- pour l'usage bureautique ce sont les formats .jpg ou .png (en RVB)

iv. Le logo sur fond

Pour utiliser le logo de Thé-TipTop sur deux fonds différents, vous pouvez suivre les directives suivantes :

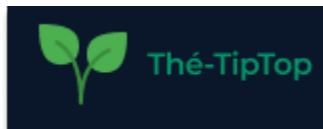
Fond clair : Lorsque vous utilisez le logo sur un fond clair, vous pouvez utiliser la version principale du logo avec la couleur verte. Assurez-vous que le logo est suffisamment contrasté par rapport au fond pour qu'il ressorte clairement. Vous pouvez également ajouter une légère ombre ou un contour autour du logo pour le faire ressortir davantage.



Fond foncé : Sur un fond foncé, vous pouvez utiliser une version inversée du logo. Utilisez une version où la couleur verte ressort clairement. Cela permettra au logo de se démarquer efficacement sur un fond foncé et de maintenir une lisibilité optimale. L'objectif est de garantir que le logo reste clairement identifiable et lisible quel que soit le fond sur lequel il est placé.

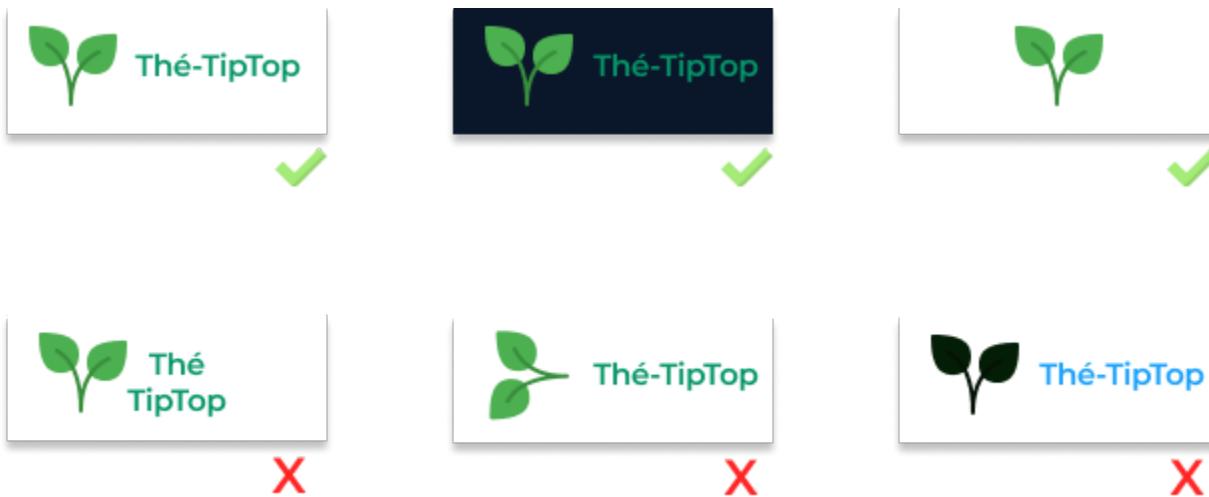
Veillez à ce que le contraste entre le logo et le fond soit suffisamment élevé pour une visibilité maximale.

En respectant ces recommandations, vous pourrez utiliser le logo de Thé-TipTop de manière cohérente et esthétique, que ce soit sur un fond clair ou foncé. Cela renforcera l'identité de la marque et permettra au logo d'être facilement reconnaissable dans différents contextes visuels.



v. RÈGLES DE BASE DU LOGO

- L'utilisation du logo doit être cohérente sur tous les supports, en respectant les proportions et l'intégrité de l'image.
- Veillez à ce que le logo soit toujours clairement lisible, même à des tailles réduites.
- N'apportez aucune modification structurelle au logo, comme la suppression d'éléments ou la rotation des composants.
- Évitez de superposer le logo sur des images ou des arrière-plans complexes qui pourraient compromettre sa lisibilité.
- Tout inclinaison est proscrite



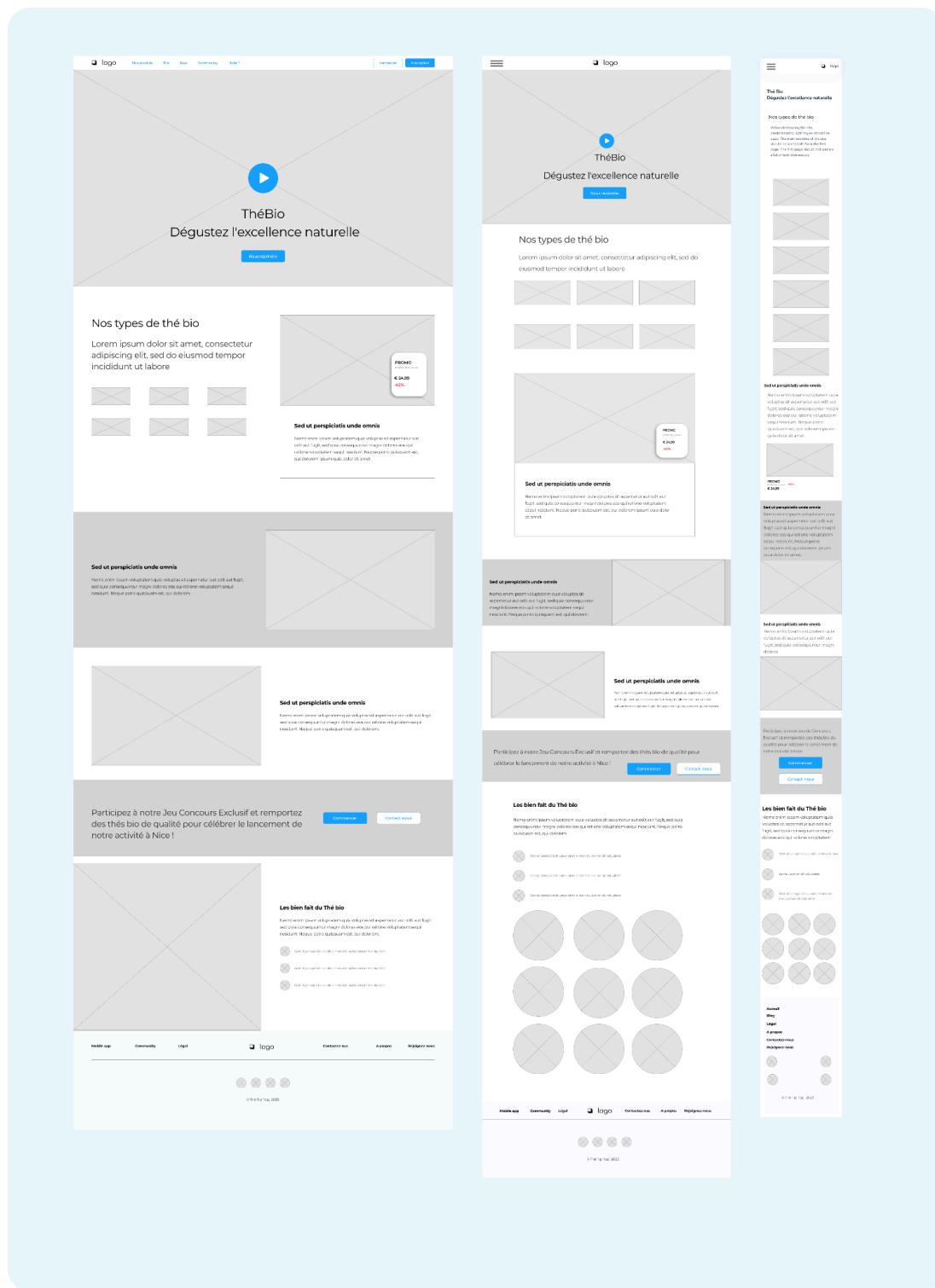
vi. LA TYPOGRAPHIE DU LOGO

Pour la composition du logo, une police de caractère “Inter” a été utilisée avec différents corps, en minuscule et majuscule. Pour une meilleure cohérence des déclinaisons liées au logotype.

d. Zoning

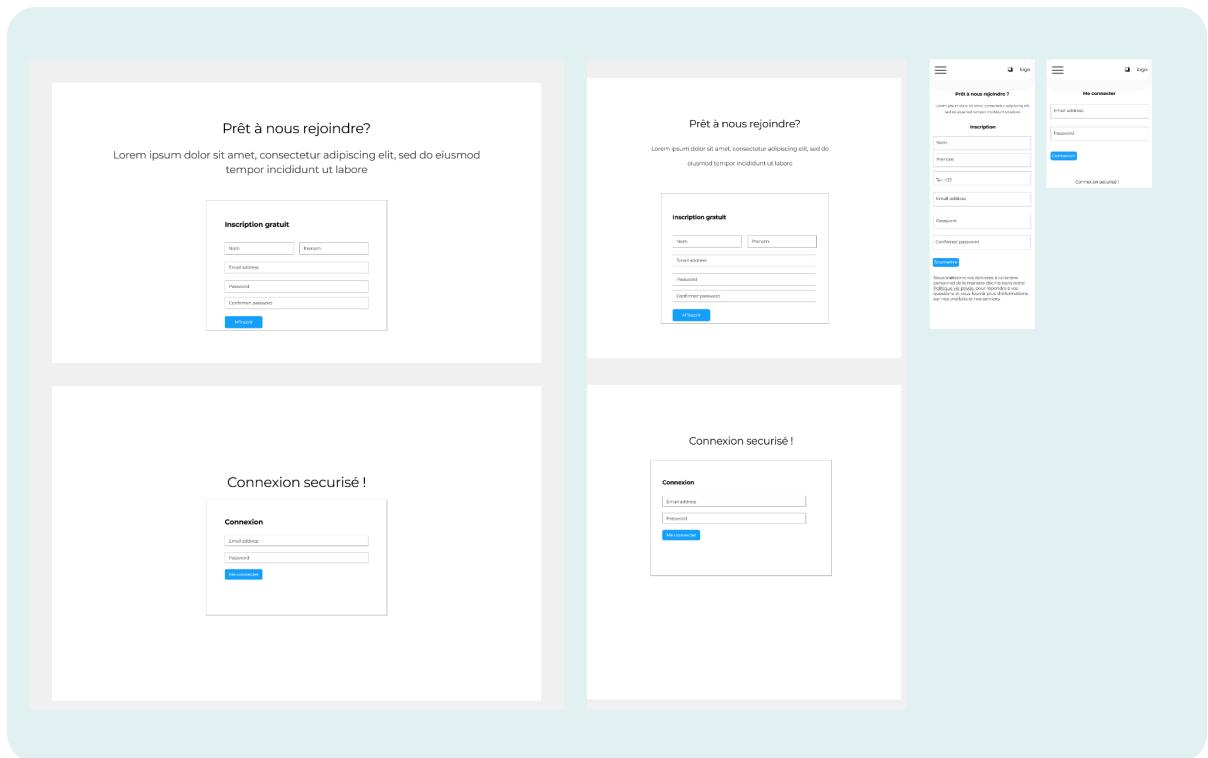


e. Wireframes



The wireframe illustrates the layout of the ThéBio website across different screen sizes. The desktop version features a navigation bar at the top with links for Home, Bio, Biothérapie, A propos, and Contactez-nous. Below the header is a large central image with a play button icon. The main title "ThéBio" and tagline "Dégustez l'excellence naturelle" are centered above a "Rechercher" input field. The "Nos types de thé bio" section contains a grid of six small images, each with a "PROMO" badge and a discount percentage (e.g., -20%, -40%). Below this is a "Sed ut perspiciatis unde omnis" section with a large image and descriptive text. The footer includes social media links and a copyright notice.

The mobile version follows a similar structure but is optimized for smaller screens. It shows a single row of "Nos types de thé bio" cards, each featuring a large image, a "PROMO" badge, and a discount percentage. The "Sed ut perspiciatis unde omnis" section is also simplified for mobile. The footer includes a "Partager" button and a "Contactez-nous" button.



The wireframe illustrates the user flow for account creation and login:

- Registration Page:** "Prêt à nous rejoindre?" (Ready to join us?). Includes a placeholder text: "Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat." Below is a "Inscription gratuit" (Free registration) form with fields for Name, Prenom, Email address, Password, and Confirm password, followed by a "S'inscrire" (Register) button.
- Registration Confirmation:** "Prêt à nous rejoindre?" (Ready to join us?). Includes a placeholder text: "Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat." Below is a "Inscription gratuit" (Free registration) form with fields for Name, Prenom, Email address, Password, and Confirm password, followed by a "S'inscrire" (Register) button.
- Login Page:** "Prêt à nous rejoindre?" (Ready to join us?). Includes a placeholder text: "Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat." Below is a "Inscription gratuit" (Free registration) form with fields for Name, Prenom, Email address, Password, and Confirm password, followed by a "S'inscrire" (Register) button.
- Secure Connection Page:** "Connexion sécurisé !" (Secure connection). Shows a "Connexion" (Connection) form with fields for Email address and Password, followed by a "Se connecter" (Connect) button.
- Secure Connection Confirmation:** "Connexion sécurisé !" (Secure connection). Shows a "Connexion" (Connection) form with fields for Email address and Password, followed by a "Se connecter" (Connect) button.

f. Maquettes

Nos types de thé bio

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

Sed ut perspiciatis unde omnis

Nam enim ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

Nos types de thé bio

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

Sed ut perspiciatis unde omnis

Nam enim ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

Sed ut perspiciatis unde omnis

Nam enim ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

Sed ut perspiciatis unde omnis

Nam enim ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

Sed ut perspiciatis unde omnis

Nam enim ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

Les bienfaits du Thé bio

Nam enim ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

Sed ut perspiciatis unde omnis est laborum.

Sed ut perspiciatis unde omnis est laborum.

Sed ut perspiciatis unde omnis est laborum.

Les bienfaits du Thé bio

Nam enim ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

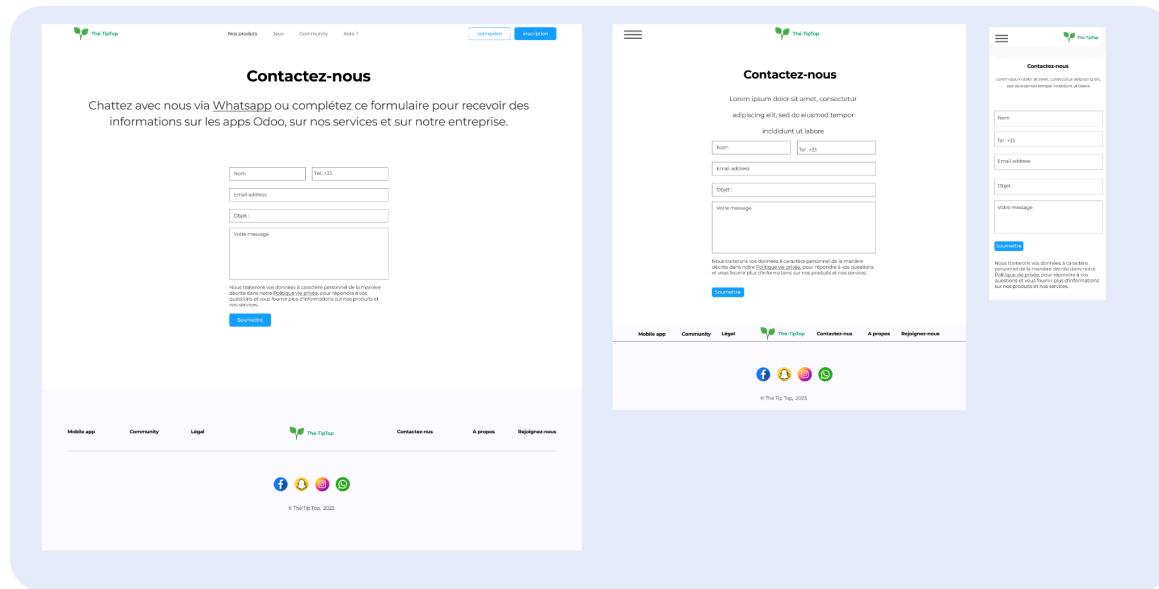
Sed ut perspiciatis unde omnis est laborum.

Sed ut perspiciatis unde omnis est laborum.

Sed ut perspiciatis unde omnis est laborum.

FuriosDuck, agence creation site Web au capital de 25 000 € | siège social : 23 rue Des Alouettes, 75019 PARIS, France
contact : +33 (0) 6 38 04 42 21 - contact@furious-duck.com | Numéro de TVA : FR33202220231

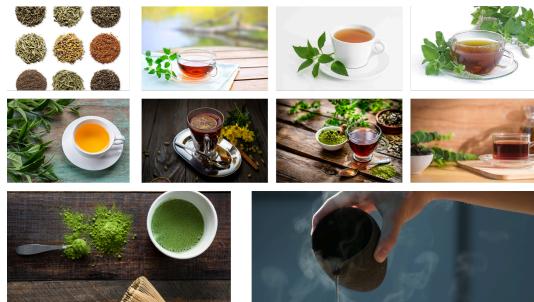
Page 79 / 74



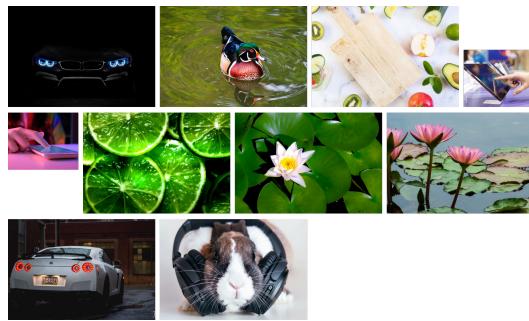
g. Charte graphique

i. Images

1. Autoriser



2. Non autorisé



ii. Couleurs

Définir des couleurs pour une charte graphique est essentiel pour assurer la cohérence visuelle de la marque et créer une identité visuelle reconnaissable.

RGB : rgb(5,150,105)
CMJN : (100, 13, 0, 60)
Hexa : #059669

CMJN(0, 0, 0, 10)
RGB : rgb(229,229,229)
Hexa : #E5E5E5

CMJN(0, 0, 0, 100)
RGB : rgb(0,0,0)
Hexa : #000000

RGB : rgb(102,187,106)
CMJN(45, 0, 43, 27)
Hexa : #66bb6a

RGB : rgb(212,212,212)
CMJN(0, 0, 0, 17)
Hexa : #D4D4D4

RGB : rgb(255,38,38)
CMJN(2, 1, 0, 0)
Hexa : #FAFDFF

RGB : rgb(24,160,251)
CMJN(90, 36, 0, 2)
Hexa : #18A0FB

RGB : rgb(255,255,255)
CMJN(0, 0, 0, 0)
Hexa : #FFFFFF

RGB : rgb(251,150,120)
CMJN(0, 40, 52, 2)
Hexa : #fb9678

iii. Typographies

Font family : Inter

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Aa Aa Aa Aa

Regular

Medium

Semi-Bold

Bold

H1

Almost before...

size: 64 / l-height: 80 / weight: 600

H2

Almost before...

size: 48 / l-height: 64 / weight: 600

H3

Almost before...

size: 32 / l-height: 48 / weight: 600

H4

Almost before...

size: 24 / l-height: 36 / weight: 600

H5

Almost before...

size: 20 / l-height: 30 / weight: 600

H6

Almost before...

size: 18 / l-height: 28 / weight: 600

LABEL

12px / 20px / 700 / Bold

body1

16px / 24px / 400 / Regular

body1

body1

body2

14px / 22px / 400 / Regular

body2

body2

H.Cahier de légalité

a. Mentions légales

En vigueur à partir du 17 janvier 2022

Conformément aux dispositions de l'article 6 article III et de l'article 19 de la loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique, dite L.C.E.N., les utilisateurs des sites https doivent être conscients que :

//thetiptop.com/ Cet avis juridique.

La connexion et la navigation de l'utilisateur sur le site the tip top vaut acceptation pleine et sans condition des présentes mentions légales.

Celles-ci sont disponibles sur le site Internet dans la rubrique Mentions Légales.

b. Présentation de The Tip Top

Le site www.thetiptop.com est la propriété de la société The Tip Top.

Siège social : 18 Rue Léon Frot, 75011 PARIS-FRANCE

SA au Capital Social de 150 000 euros

Gérant: Mr Eric Bourdon

c. Mentions légales de l'hébergeur

Choisir le bon service d'hébergement est important pour minimiser le risque de problèmes pouvant entraîner des pertes importantes sur votre site Web. Vous trouverez ci-dessous différents types d'hébergeurs dédiés, ce sont ceux qui, selon nous, offrent la meilleure qualité de service pour nos principaux critères de sélection.

d. Hostinger, haute qualité à un prix imbattable

Hostinger est le meilleur hébergeur Web de 2021 à notre avis. Depuis lors, l'entreprise, fondée en 2004, a réussi à acquérir une position très importante sur ce marché hautement concurrentiel. Avec plus de 29 millions d'utilisateurs dans le monde aujourd'hui, c'est vraiment une référence et confirmé dans nos tests. Qu'il s'agisse de rapidité, de sécurité, de support client ou de rapport qualité-prix, Hostinger place la barre très haut.

e. Offre complète

Si Hostinger se situe au premier rang de notre comparatif des meilleurs services d'hébergement de sites Web, c'est principalement parce qu'ils disposent d'une gamme de serveurs aussi large pour répondre à tous vos besoins. Même si vous venez de lancer votre premier site Web et que vous avez besoin de peu de ressources à faible coût, recherchez un hébergeur pour votre 1000e site Web avec des exigences élevées en matière de performances (CPU, RAM, I/O, bande passante, etc.), Hostinger peut vous aider à trouver une solution.

En effet, vous trouverez des hébergements web mutualisés ainsi que des solutions VPS et cloud. Par exemple, Hostinger dispose également de serveurs dédiés à l'hébergement Minecraft.

f. La tarification

En matière d'hébergement Web, nous ne nous concentrons pas vraiment sur le prix. En effet, à quoi bon acheter en premier l'offre la moins chère si votre site est si lent et que vous rencontrez des problèmes à longueur de journée ? Le prix est certes un critère important à prendre en compte, mais jamais la performance ne doit primer.

Nous ne pouvons pas nous empêcher de parler des prix très compétitifs de Hostinger ici. Et pour une bonne raison. Nous maintenons nos prix aussi compétitifs que possible malgré nos performances pour être le meilleur service d'hébergement Web en 2022.

g. Hostwinds, une offre simple et très efficace

Hostwinds est une société de création de sites Web qui prétend être une "affaire d'entreprise" à un "coût indépendant de l'entreprise" et un support client personnel et supérieur. Les entrepreneurs doivent prendre de bonnes décisions rapidement, en particulier lors du choix d'un serveur Web.

h. Offre complète

Hostwinds est très simple. Conçu pour vous aider. Dès le premier jour, l'entreprise promeut et met en œuvre "l'installation instantanée" avec une formation dédiée et une prise en main facile du site. Chaque jour, vous bénéficiez d'un panneau de contrôle et d'un accès administrateur faciles à utiliser que vous pouvez personnaliser selon vos besoins spécifiques.

En catégorisant leurs types de serveurs en cinq catégories différentes, Hostwinds garde certaines des fonctionnalités les moins utilisées et les plus invasives de l'hébergement plus avancé à l'écart des débutants afin qu'ils ne confondent pas les utilisateurs. . .

i. Tarification

La tarification de Hostwinds est assez moyenne, offrant non seulement plusieurs niveaux mais aussi plusieurs types d'hébergement. Le plus couramment utilisé par les petites entreprises est l'option d'hébergement web partagé, le plan de base commençant à 3,29 €/mois comme tarif de lancement. Il vous permet d'héberger un seul domaine et vous offre une bande passante et un trafic illimité.

j. Conclusion : quel est le meilleur hébergeur web ?

En matière d'hébergement web, il est difficile de vraiment trouver un gagnant, un fournisseur qui se démarque vraiment des autres. Mais nous préférons Hostwinds. Cette position est notamment due à sa très large offre qui répond à tous les besoins et surtout aux performances de ses hébergements mutualisés.

k. Conditions générales d'utilisation du site « The Tip Top »

ARTICLE 1 : Objet

Les présentes « Conditions Générales d'Utilisation » ont pour objet d'encadrer juridiquement l'utilisation du site www.thetiptop.fr et de ses services.

Ce contrat est conclu entre : L'exploitant de ce site Web (ci-après dénommé "WebAgency")

Toute personne physique ou morale souhaitant accéder au site et à ses services (ci-après dénommée « The Tip Top »). Chaque utilisateur doit accepter les Conditions Générales d'Utilisation et l'accès au site vaut acceptation de ces conditions.

ARTICLE 2 : accès aux services

Le site est accessible par tout endroit, 7j/7, 24h/24 sauf cas de force majeure, interruption programmée ou non et pouvant découlant d'une nécessité de maintenance.

En cas de modification, interruption ou suspension des services le site <https://thetiptop.com/> ne saurait être tenu responsable.

ARTICLE 3 : Responsabilité de l'Utilisateur

Vous êtes responsable de tous les risques liés à l'utilisation de votre intendant de connexion et de votre mot de passe.

Les mots de passe des utilisateurs doivent rester secrets. L'émetteur décline toute responsabilité en cas de fuite du mot de passe.

L'utilisateur assume l'entièr responsabilité de l'utilisation des informations et du contenu du site www.thetiptop.fr.

Tout dommage direct ou indirect causé par l'utilisation du service par l'utilisateur doit être indemnisé en faveur du site.

ARTICLE 4 : Responsabilité de l'Éditeur

L'éditeur n'est pas responsable des interruptions de serveur ou de réseau.

De même, la responsabilité du site ne saurait être engagée en cas de force majeure ou de fait imprévisible et insurmontable de tiers. Le site www.thetiptop.fr s'engage à prendre toutes les mesures nécessaires pour assurer la sécurité et la confidentialité des données. Cependant, cela ne garantit pas une sécurité absolue. Les informations diffusées sur le Site sont réputées fiables, mais l'Éditeur se réserve le droit de ne garantir la fiabilité d'aucune source.

ARTICLE 5 : Propriété intellectuelle

Le contenu du site www.thetiptop.fr (logos, textes, graphismes, vidéos, etc.) est protégé par le droit d'auteur au titre du droit de la propriété intellectuelle. Les utilisateurs doivent obtenir l'autorisation de l'éditeur du site avant de copier, reproduire ou publier l'un de ces types de contenus. Ceux-ci peuvent être utilisés par l'utilisateur à des fins privées. Toute utilisation commerciale est interdite. L'utilisateur s'engage à assumer l'entièr responsabilité de tout contenu mis en ligne et à ne pas causer de dommages à des tiers. L'éditeur du site se réserve le droit de modérer ou de supprimer à tout moment et sans justifications les contenus mis en ligne par les utilisateurs.

ARTICLE 6 : Données personnelles

L'utilisateur doit obligatoirement fournir des informations personnelles pour procéder à son inscription sur le site. L'adresse électronique (e-mail) de l'utilisateur pourra notamment être utilisée par le site www.thetiptop.fr pour la communication d'informations diverses et la gestion du compte.

www.thetiptop.fr garantie le respect de la vie privée de l'utilisateur, conformément à la loi n°78-17 du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés. Le site est déclaré auprès de la CNIL sous le numéro suivant : [numéro]. En vertu des articles 39 et 40 de la loi en date du 6 janvier 1978, l'Utilisateur dispose d'un droit d'accès, de rectification, de suppression et d'opposition de ses données personnelles. L'utilisateur exerce ce droit via :

Son espace personnel sur le site ; Un formulaire de contact ;

Par mail à contact@thetiptop.fr;

Par appel au numéro : 01 05 01 67 01

ARTICLE 7 : Cookies

L'utilisateur est informé que des cookies peuvent s'installer automatiquement dans son logiciel de navigation lors de sa visite sur le Site. En naviguant sur le site, vous les acceptez. Les cookies ne permettent pas de vous identifier, mais sont des éléments permettant d'enregistrer des informations relatives à votre visite sur le site. L'utilisateur peut désactiver ce cookie via les paramètres affichés dans le logiciel de navigation.

ARTICLE 8 : Évolution des conditions générales d'utilisation

Le site www.thetiptop.fr se réserve le droit de modifier les dispositions des présentes Conditions Générales d'Utilisation à tout moment et sans indication de motifs.

ARTICLE 9 : Durée du contrat

Le site www.thetiptop.fr se réserve le droit de modifier les dispositions des présentes Conditions Générales d'Utilisation à tout moment et sans indication de motifs.

ARTICLE 10 : Droit applicable et juridiction compétente

Le présent contrat dépend de la législation française.

En cas de litige non résolu à l'amiable entre l'utilisateur et l'éditeur, les tribunaux de Paris sont compétents pour régler le contentieux.

1. Présentation de la problématique

L'impossibilité d'anticiper les problèmes de productivité a engendré une forte désorganisation. Par conséquent, sans informations fiables, l'entreprise ne peut pas développer son activité car personne n'aurait pu prédire l'impact que cette crise aurait sur l'entreprise.

La pandémie du Covid-19 a frappé de plein fouet, la reprise d'activité s'est opérée par étapes et très progressive.

Les systèmes d'information et l'analyse des données sont devenus des sujets stratégiques et incontournables pour toute entreprise. Savoir comment façonner l'avenir est essentiel pour gérer avec succès votre entreprise, et la gestion de l'information est essentielle à cette fin.

11. Méthodologie de projet actuel

La méthodologie agile est un processus qui permet à une équipe de gérer un projet en le divisant en plusieurs phases. Cela inclut une collaboration continue entre les parties prenantes, une amélioration continue et une itération à chaque étape.

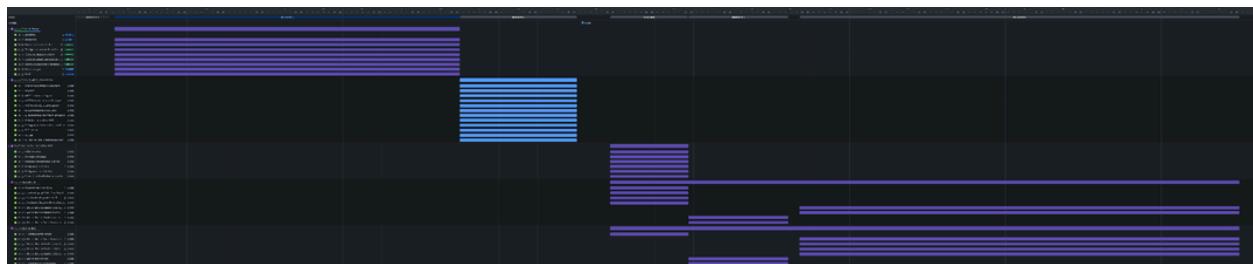
On note une désorganisation au sein de la WebAgency FuriousDucks, par exemple :

Un manque de prévisibilité, de dynamisme des employés

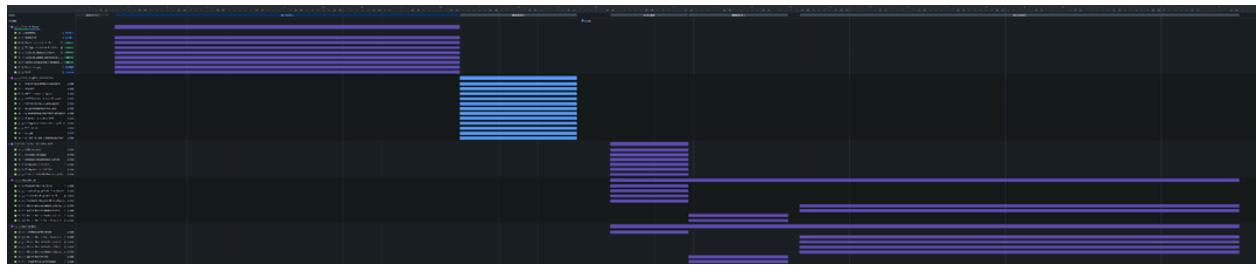
Une gestion complexe des demandes

I. Gantt

a. Vue Hebdomadaire



b. Vue mensuelle



J. Devis



FuriosDucks
 23 Rue des Alouettes
 75019 Paris
 02 41 85 85 85
 furiosducks@contact.com

ThéTipTop
 22 Rue des Thé
 7501 Paris
 01 14 58 58 58
 contact@thetiptop.com

N° Devis :
 # S0001

Date du devis :
 10/05/2023

Echéance :
 08/08/2023

Description	Prix Unitaire HT	QTE	Total TC
Gestion de projet	4000 €	1	4000 €
Identité			
Création logo	300 €	3	900 €
Création maquette	700 €	3	2100 €
Charte graphique	1200 €	1	1200 €
Développement			
Back-End	3850 €	1	3850 €
Front-End	3800 €	1	3800 €
Infrat			
Mise en œuvre CI/CD	3000 €	1	3000 €
Serveur	4.50 €	3	13.5 €
Nom de domaine par an	10 €	2	20 €
Administration du site			
Optimisation SEO	1225 €	1	1225 €
Maintenance pars mois	150 €	1	150 €
Newsletter par mail	0.25 €	1000	250 €

Mode de règlement : Virement bancaire / Carte / Chèque
 Conditions de règlement : 30 % maintenant, soit le montant de 2 091.87 €
 le reste à la livraison

Fait à Le //....
 « Bon pour accord »

Montant Total HT	20 0508.5 €
Total TVA 20%	4 101.7 €
Acompte (30 % du TTC)	2 091.87 €
Montant Total TTC	24 610.2 €

Tél. : 02 45 86 45 86 Mail : furiosducks@contact.com Web: <http://www.furiosducks.com>. Dans votre intérêt et pour vous aider à faire valoir vos droits, conserver ce bulletin sans limitation de durer. FuriousDocks : Siret: 20222023100023,
 RCS NICESAO 74865948, Grant Financier: Société Général