Vérification avancée projet

Ce questionnaire a été établi pour que nous puissions vérifier où vous en êtes sur le projet, vérifier que vous avancez de manière cohérente et qu’il n’y a pas de problèmes ou de questions en suspens.

Ce questionnaire est donc découpé en 2 parties à savoir :

1. Avancée du projet *(cahier des charges et cahier des spécifications techniques)*
2. Point sur l’analyse de stratégie du CDC
3. Questions / Problématiques éventuelles

**Nous ne vous demandons pas de copier-coller ce qui se trouve dans votre cahier des charges mais de synthétiser en quelques phrases votre travail pour répondre au mieux aux questions posées.**

# Management de projet

|  |
| --- |
| **Le chef de projet a-t-il changé depuis le début du projet ? Si oui, merci d’indiquer son nom.** |
| Non, le chef de projet n'a pas changé depuis le début du projet.  **Chef De Projet :** El Hadj Oumar TALL  **Chef De Projet Adjoint :** Jules GREGOIRE |
| **Merci de nous donner accès ici à l’outil demandé pour la répartition et le suivi du travail *(Trello, Notion…)*.**  ***(Il nous faut ici bien évidemment l’URL publique ainsi que les identifiants de connexion au cas où)*** |
| URL publique : <https://trello.com/w/espacedetravailuser90660687>  Identifiants de connexion :  Email : [groupe3estdarchi@gmail.com](mailto:groupe3estdarchi@gmail.com)  Mot de passe : ESTDARCHI2025@  NB : Le lien vous redirige sur les différents tableaux de notre projet à savoir (**CDC, CCT, Groupes3 et TOUTES LES TACHES**). Ceci représente la répartition de nos tâches. Pour obtenir plus détails, vous pouvez cliquer sur un tableau. |

# Avancée du cahier des spécifications techniques

|  |
| --- |
| 1. **Depuis que le projet vous a été distribué, quelles sont les parties qui sont terminées à 100% ? *(Noter ici le nom de la partie ou de la sous-partie par rapport au plan du cahier des spécifications techniques qui vous a été fourni)*** |
| Les parties terminées à 100% sont :   * A. État des lieux (Présentation de l'agence, Problématique, Méthodologie actuelle) * B. Méthodologie de projet à venir (Scrum) * C. Introduction au mouvement DevOps et DevSecOps * D. Analyse du workflow CI/CD (Présentation, Choix techniques, Hébergement et backups) * E. Diagramme d'infrastructure complet du workflow * F. Gestion des ressources humaines (Recrutement, Formation) |
| 1. **Depuis que le projet vous a été distribué, quelles sont les parties qui en cours de réalisation ? *(Noter ici le nom de la partie ou de la sous-partie par rapport au plan du cahier des spécifications techniques qui vous a été fourni)*** |
| * G. Procédures (Diagrammes BPMN) - 95% complété (Il reste uniquement le Diagramme d’activité à achever) * H. Diagramme de Gantt - 95% complété (Il reste à affecter les ressources aux différentes tâches) * I. Estimation des coûts et rentabilité - 98% complété (Il reste la validation des coûts. Une séance est prévue le mercredi 09 avril 2025 à 19h00 pour l’arbitrage des couts et procéder à sa validation). |
| 1. **Depuis que le projet vous a été distribué, quelles sont les parties qui n’ont pas du tout été débutées ?**   ***(Noter ici le nom de la partie ou de la sous-partie par rapport au plan du cahier des spécifications techniques qui vous a été fourni)*** |
| Toutes les sections du cahier des spécifications techniques ont été débutées. Il reste principalement des finalisations et ajustements sur les sections G (Procédures), H (Diagramme de Gantt) et I (Estimation des coûts et rentabilité). |

# Avancée du cahier des charges

|  |
| --- |
| 1. **Depuis que le projet vous a été distribué, quelles sont les parties qui sont terminées à 100% ? *(Noter ici le nom de la partie ou de la sous-partie par rapport au plan de CDC qui vous a été fourni)*** |
| Les parties terminées à 100% sont :   1. Descriptifs 2. Plan de veille 3. Benchmark 4. Stratégie de communication digitale 5. Cahier des charges fonctionnel 6. Cahier des clauses techniques détaillées 7. Cahier de légalité 8. Matrices et Gantt |
| 1. **Depuis que le projet vous a été distribué, quelles sont les parties qui en cours de réalisation ? *(Noter ici le nom de la partie ou de la sous-partie par rapport au plan de CDC qui vous a été fourni)*** |
| 1. Identité visuelle et charte graphique - 15% 2. Devis - 90% |
| 1. **Depuis que le projet vous a été distribué, quelles sont les parties qui n’ont pas du tout été débutées ?**   ***(Noter ici le nom de la partie ou de la sous-partie par rapport au plan de CDC qui vous a été fourni)*** |
| Toutes les sections du cahier des spécifications techniques ont été débutées. Il reste principalement continuer sur la partie G (Identité visuelle et charte graphique) et la partie J (Devis). |

# Analyse de stratégie *(Cahier des charges)*

A ce stade du projet, la partie sur l’analyse de stratégie devrait être terminée à 100% pour pouvoir avancer sur les autres parties efficacement.

Nous remettons donc ici des questions du précédent rendu pour voir les évolutions par rapport à nos retours et recadrer une nouvelle fois si nécessaire.

|  |
| --- |
| 1. **Qui est pour vous la cible principale identifiée grâce à l’étude de marché ?**   ***(Mettez ici en avant les informations socio-démographiques ainsi que les motivations d’achat et/ou de consommation des produits ou services proposés)*** |
| **Cible principale :**  Aussi appelée cible primaire, elle regroupe l’ensemble des clients potentiels de Thé Tip Top. Ce sont des consommateurs réguliers ou occasionnels de thé, soucieux de la qualité des produits qu'ils consomment.  **Caractéristiques de la cible principale :**  ✔**Sexe :** Féminin et masculin ✔ **Âge :** Entre 25 et 60 ans (légèrement plus âgé que la version précédente, car les consommateurs de thé premium sont souvent plus matures) ✔ **Pouvoir d’achat :** Moyen à élever (Catégories Socio-Professionnelles+, cadres, professions libérales, urbains) ✔ **Habitudes de consommation :**   * Préfèrent payer plus cher pour un produit de qualité supérieure * S’intéressent aux produits naturels, bio et responsables * Ont une routine bien-être et apprécient le thé pour ses bienfaits |
| 1. **Qui est pour vous le cœur de cible grâce à l’étude de marché ?**   ***(Mettez ici en avant les informations socio-démographiques ainsi que les motivations d’achat et/ou de consommation des produits ou services proposés)*** |
| **Cœur de cible :**  Le cœur de cible représente la frange de consommateurs les plus engagés et les plus susceptibles d’acheter régulièrement les produits Thé Tip Top.  **Profil du cœur de cible :** ✔ **Amateurs passionnés** de thé qui recherchent authenticité et qualité supérieure ✔ **Explorateurs du goût :** curieux de nouvelles saveurs et mélanges originaux ✔ **Consommateurs engagés :**   * Privilégient les produits bio, sans OGM et sans pesticides * Sensibles aux pratiques écoresponsables et à l'impact environnemental * Favorisent les marques avec une histoire et des valeurs fortes   ✔ Mode de vie :   * Adopte un mode de vie sain et équilibré * Intègre le thé dans une routine bien-être (yoga, méditation, alimentation saine) * Préfère des marques transparentes sur l’origine et la fabrication de leurs produits |
| 1. **Qui est pour vous la cible secondaire grâce à l’étude de marché ?**   ***(Mettez ici en avant les informations socio-démographiques ainsi que les motivations d’achat et/ou de consommation des produits ou services proposés)*** |
| **Cible secondaire :**  Cette cible ne représente pas des clients directs, mais des prescripteurs qui peuvent amplifier la notoriété de la marque auprès de nouveaux consommateurs (Cible relais & Influenceurs).  **Profil de la cible relais :** ✔ **Personnes influentes dans leur communauté** (sportifs, nutritionnistes, influenceurs bien-être). ✔ **Caractéristiques sociodémographiques :**   * **Sexe :** Féminin et masculin * **Âge :** 18 - 30 ans * **Métier & influence :** Sportifs, coachs fitness, blogueurs santé, créateurs de contenu bien-être. * **Habitudes d’achat :** * Investissent dans une alimentation saine et naturelle. * Valorisent les produits bio et éthiques et influencent leur communauté vers ce type de consommation. * Très présents sur les réseaux sociaux, notamment Instagram, TikTok et YouTube. |
| 1. **Quelle est la zone de chalandise proposée ?**   ***(Mettez ici en avant les agglomérations identifiées réparties par zone)*** |
| La zone de chalandise correspond à l’aire géographique d’attraction commerciale de la 10ᵉ boutique de Thé Tip Top. Elle est divisée en trois niveaux en fonction de la proximité des clients potentiels et de leur fréquence d’achat.  **1️. Zone Primaire (Clients réguliers)**  **Localisation :** Nice et son agglomération   * Cette zone représente le cœur de la clientèle, soit les personnes vivant à proximité immédiate de la boutique (rayon de 5 à 10 km). * Elle inclut les habitants, actifs urbains, touristes de passage, et les amateurs de thé fidèles à la marque et aussi clients réguliers.   **2️. Zone Secondaire (Clients occasionnels et semi-réguliers)**  **Localisation :** Villes proches de Nice (Cannes, Antibes, Monaco, Menton, Grasse)   * Cette zone représente des consommateurs qui ne se déplacent pas systématiquement à Nice, mais qui peuvent être attirés par une offre unique ou un événement spécial. * Elle concerne notamment les habitants des villes voisines, les visiteurs fréquents et les personnes venant pour des courses ponctuelles ou du tourisme gastronomique.   **3️. Zone Tertiaire (Clients ponctuels et curieux)**  **Localisation :** Marseille, Toulon, Avignon, Montpellier, Aix-en-Provence   * Cette zone couvre les grandes villes du Sud-Est, où Thé Tip Top pourrait attirer des clients via une présence digitale et des campagnes marketing nationales. * Elle inclut les consommateurs qui ne viendront pas forcément en boutique, mais qui découvriront la marque via des recommandations, publicités ou collaborations locales. |

# Questions / Problématiques éventuelles

|  |
| --- |
| 1. **Avez-vous des questions particulières sur un élément du sujet ou une partie du cahier des charges que vous devez réaliser ?** |
| Nous souhaitons obtenir des précisions sur les attentes concernant l'aspect RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises) du projet pour Thé Tip Top. Le sujet mentionne une "démarche éco-responsable", mais nous aimerions savoir si des actions spécifiques sont attendues, notamment concernant l'hébergement du site web (green hosting) ou d'autres aspects techniques du projet. |
| 1. **Y a-t-il des problématiques particulières à soulever ? *(Organisation, communication…)*** |
| La principale problématique que nous rencontrons concerne la coordination entre la mise en place du workflow DevOps pour l'agence et le développement du site de jeu-concours pour Thé Tip Top. Étant donné que le second projet doit être réalisé en utilisant le workflow mis en place, nous nous interrogeons sur la gestion des délais et la synchronisation des équipes. Nous travaillons actuellement à affiner le planning pour assurer une transition fluide entre les deux phases du projet. |