

Qualité

Contexte :

A une période où internet est à portée de main grâce à l'expansion des tablettes, et surtout des smartphones, le QR-code devient un enjeu de plus en plus important pour les entreprises. Le consommateur étant de plus en plus pressé, on remarque qu'il agit de plus en plus sous forme de pulsion d'achat. En effet, il accepte d'acheter à condition que l'achat soit rapide et pratique. Le QR-code devient donc de plus en plus indispensable pour les entreprises dans leur campagne marketing. Il suffit à l'utilisateur de flasher le qr code avec son smartphone pour avoir accès rapidement à l'information souhaitée.

Objectif :

L'entreprise doit mettre en place un QR code. Quand un utilisateur flashe le Qr code avec son Smartphone, il doit avoir accès au site mobile de l'entreprise. Il devra donc pouvoir contacter l'entreprise, établir un itinéraire jusqu'à l'entreprise.

De plus, l'accès à ces informations devra être rapide.

Ceci permettra à l'entreprise de répondre au besoin du client, en satisfaisant sa demande.

Enjeux :

Dans le monde du marketing interactif, de la communication web et de la publicité, les initiatives sont très intéressantes car le QR Code permet de relier le côté physique et le côté virtuel d'un produit. La marque est au plus proche du client, et elle peut ainsi coller à ses désirs: un client qui scanne un produit ne le fait jamais au hasard, et est donc ciblé directement. Les Agences de pub ne se sont pas trompées et sont de plus en plus nombreuses à utiliser le QR Code.

On peut donc proposer au client un contenu exclusif, interactif, incitatif.

Compréhension du besoin :

L'acheteur de notre produit souhaitera alors en premier lieu élargir son nombre de client.

L'utilisation des QR code s'adresse principalement à un public jeune qui connaît la technologie du QR code.

Un Qr code n'a pas souvent un côté attractif. Il est cependant tout à fait possible d'attirer la curiosité d'un utilisateur en personnalisant le QR code avec des couleurs ou des formes. Par exemple de cette manière:

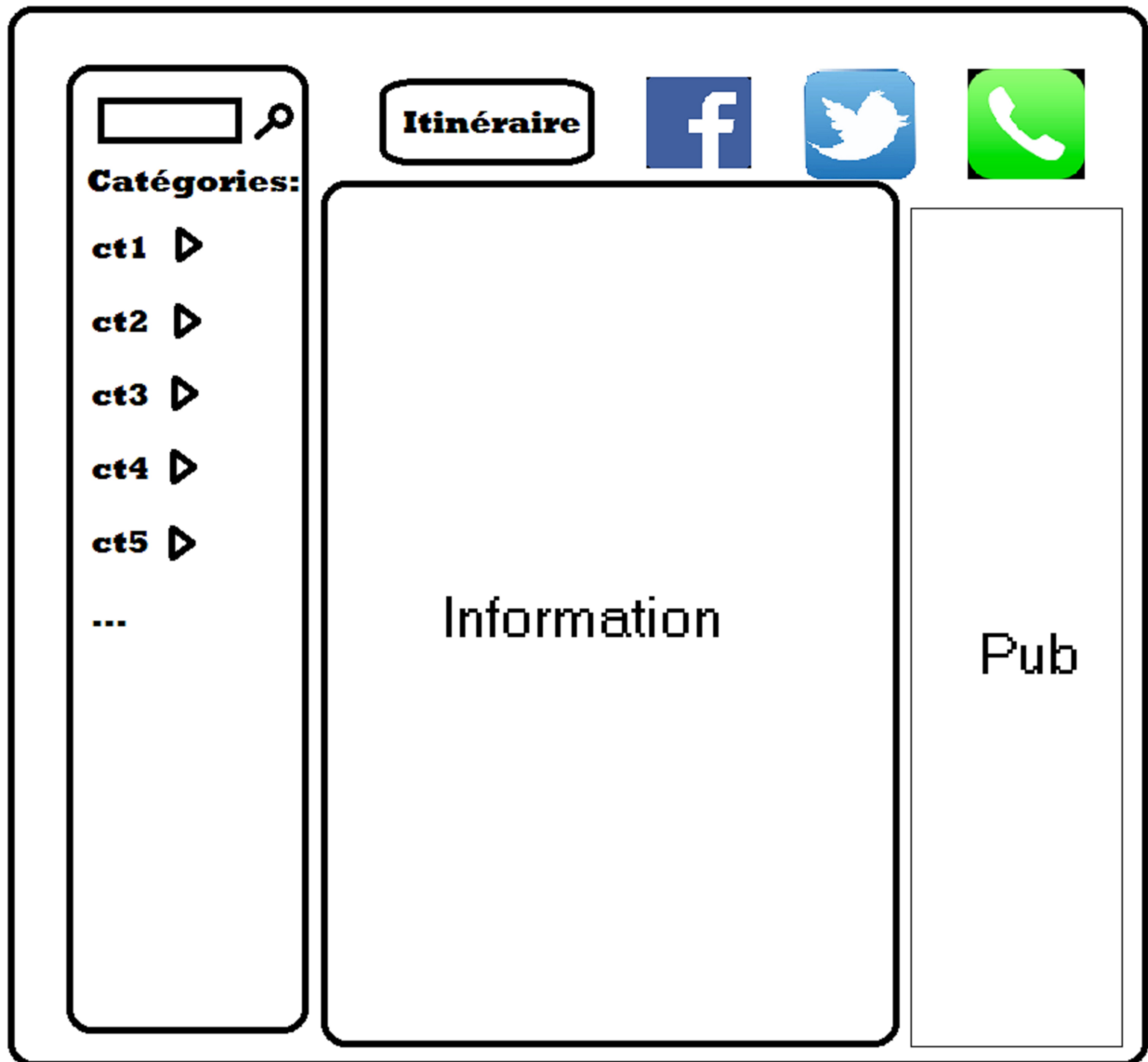


Ainsi, il est donc possible d'améliorer l'image de l'entreprise avec le QR code.

On peut également tout simplement ajouter le logo de l'entreprise sur le QR-code.

Le Qr code devra amener le client vers le site mobile de l'entreprise. Ce site permettra au client de prendre contact avec l'entreprise (bouton appeler) mais aussi de créer un itinéraire (en géolocalisant la personne avec son smartphone)

Agencement de la page mobile :



La page est donc séparée en plusieurs « morceaux ».

-La partie de gauche permet de naviguer sur le site mobile.

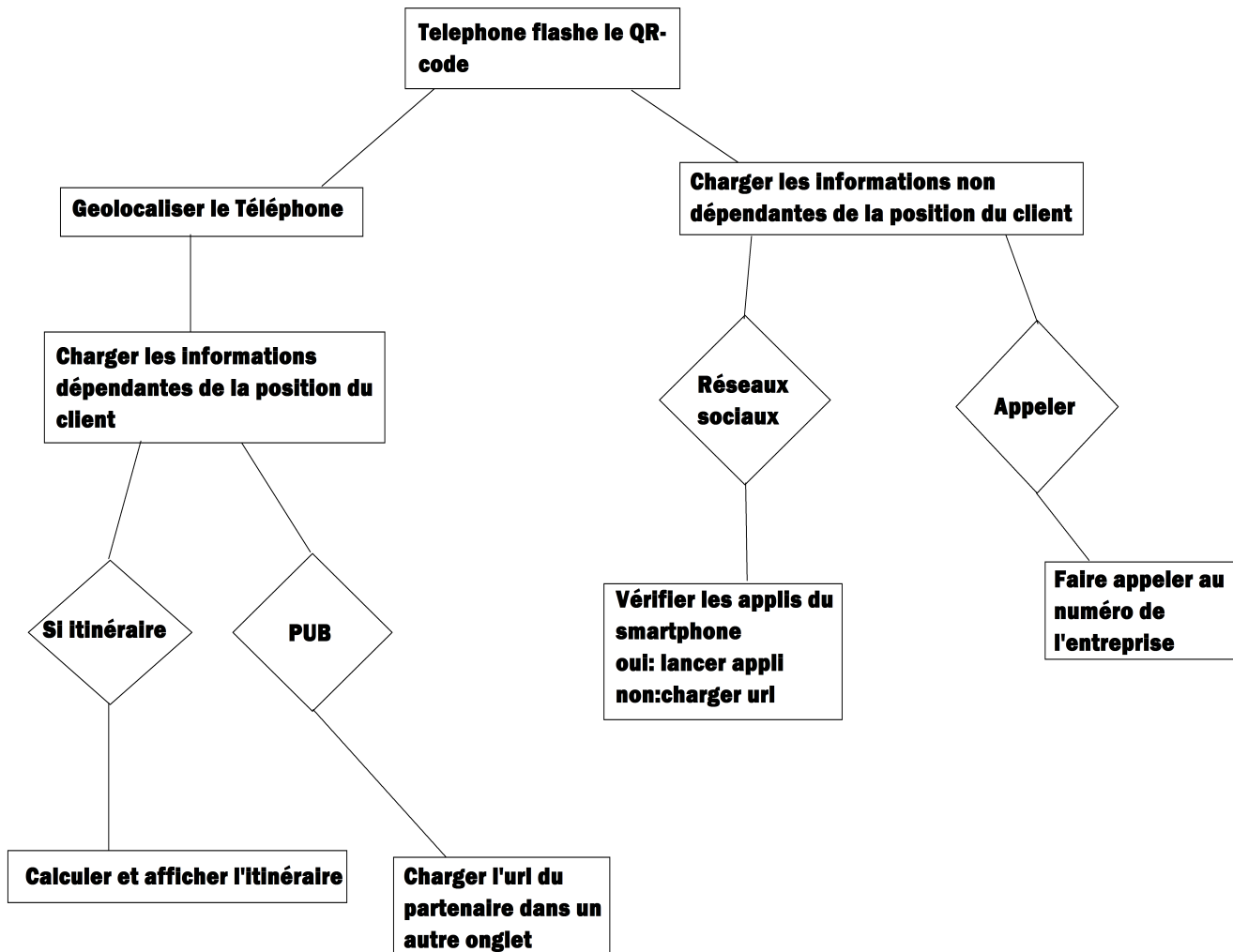
-Tout ce qui permet à l'utilisateur de contacter l'entreprise est en haut du site, pour inciter le client. Ce placement est fait de sorte que le client ne rate pas ces boutons.

-La publicité s'affiche sur la droite, comme sur beaucoup d'autres site. C'est plus intuitif pour l'utilisateur.

-L'information principale que l'entreprise souhaite mettre en avant à l'utilisateur est au centre de la page.

Hypothèse retenue : Le QR-code ne contient que l'url du site mobile. Il semble difficile que le QR-code contienne en plus de ça d'autre éléments, comme des images.

Algorithme Lorsque le QR-code est flashé :



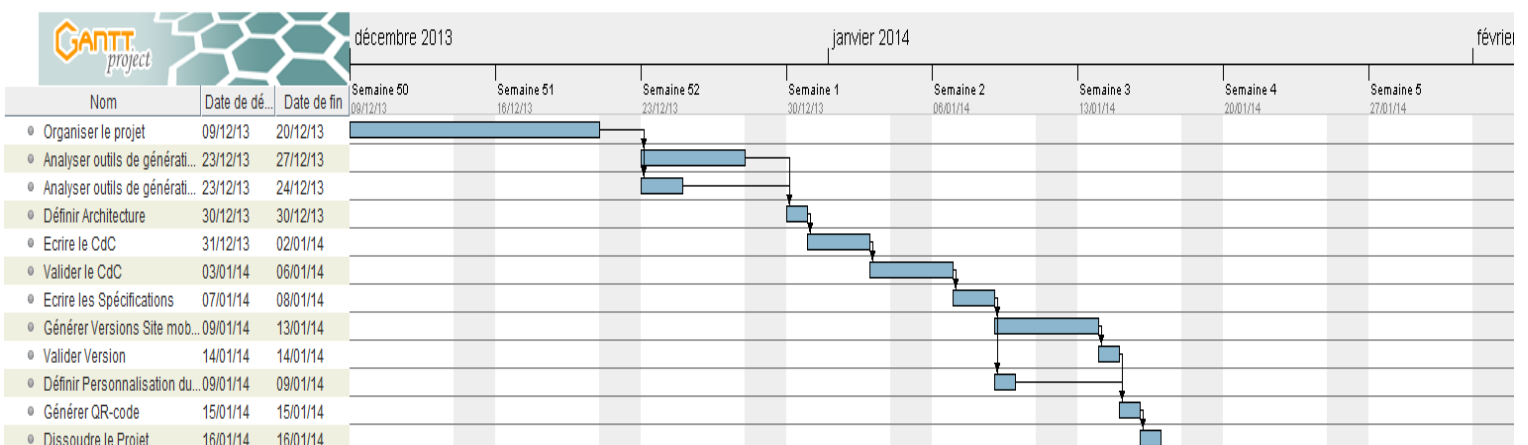
Certaines information peuvent être déjà calculée par le téléphone avant que le QR-code ne soit flashé. Par exemple, la géolocalisation peut être déjà faite par le smartphone , ce qui diminue les temps de chargement.

Définition des actions :

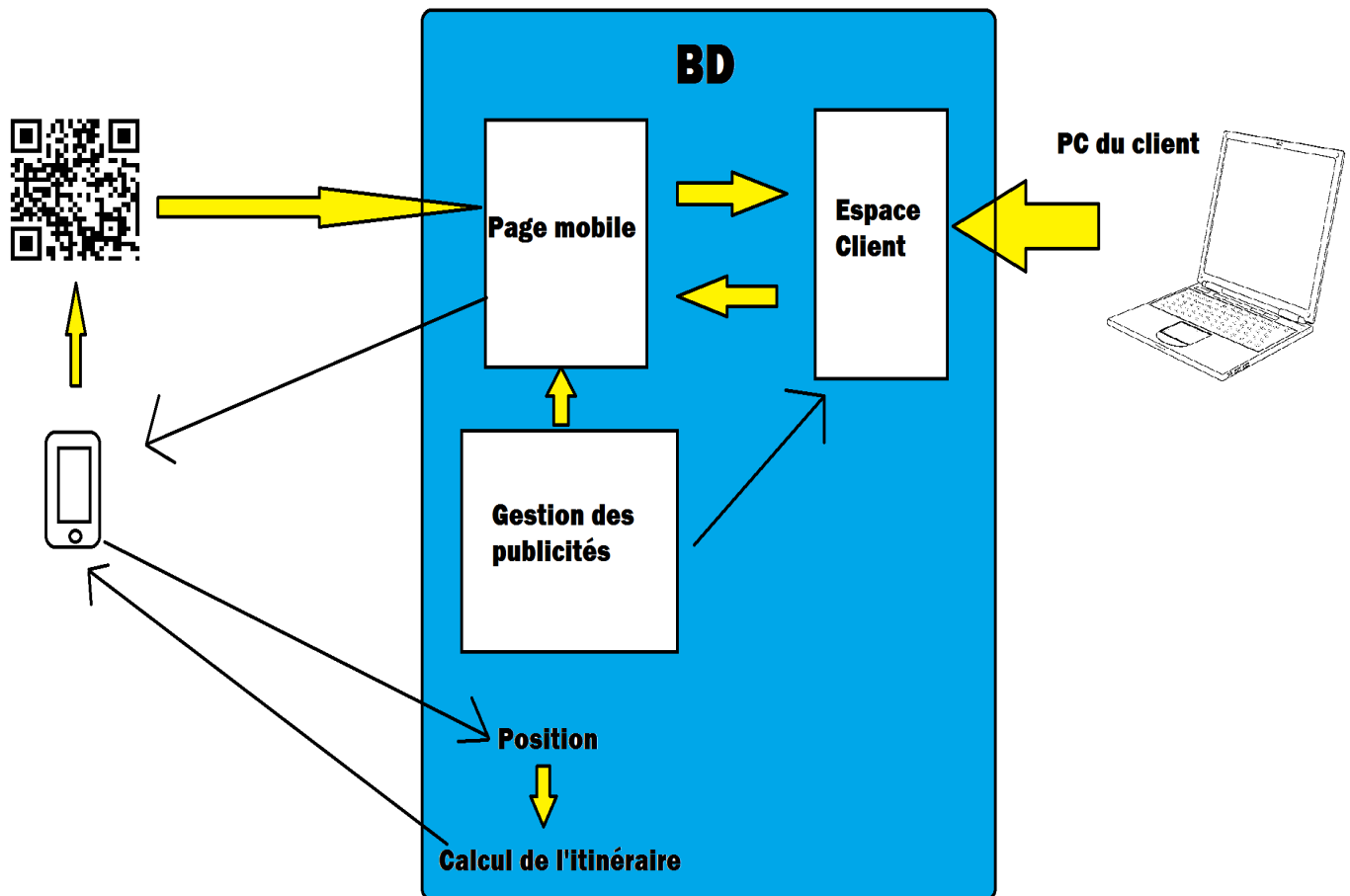
- 1) Organiser le projet
- 2) Analyser les outils de génération de page mobile
- 3) Analyser les outils de génération de Qr-code
- 4) Définir l'architecture
- 5) Écrire le Cahier des Charges
- 6) Valider le CdC
- 7) Écrire les Spécifications
- 8) Générer les versions du site mobile
- 9) Valider une version
- 10) Définir la personnalisation du QR-code
- 11) Générer le QR-code
- 12) Dissoudre le projet

Délais estimés :

- Action 1 : 10 jours
- Action 2 : 5 jours
- Action 3 : 2 jours
- Action 4 : 1 jours
- Action 5 : 3 jours
- Action 6 : 2 jours
- Action 7 : 2 jours
- Action 8 : 3 jours
- Action 9 : 1 jour
- Action 10 : 2 jour
- Action 11 : 1 jour
- Action 12 : 1 jour



Architecture



Avec cette Architecture :

- Le client peut personnaliser sa page mobile depuis son PC
- La publicité est affichée en fonction du client (pour qu'il n'y ai pas de concurrents)
- Le QR-code contient L'URL de la page Mobile