
Cahier des Charges (V0) Supermarché virtuel à base de QR Code

Superette.tn Le commerce en ligne de demain

Prestataire/Consultant : SSH Engineering

Rédacteur : Mme BOUARGOUB Imen

Validation :

Date : 03/2016

Version : 0

Résumé Exécutif

Le présent document a pour objet de spécifier les besoins et les fonctionnalités pour la mise en place d'une nouvelle formule de vente sous forme d'une plateforme complète présentant une place de marché virtuel à base d'un code à barre à deux dimensions le Quik Response Code ou QR Code.

Le document mettra l'accent sur le concept Superette.tn comme solution séduisante pour les consommateurs adoptant les nouvelles technologies de communication et comme outil idéal de marketing pour les sociétés de distribution et des annonceurs qui relie astucieusement la réalité au monde digital.

Le document décrira aussi les exigences auxquels la solution à mettre en place devra répondre, en termes de contraintes techniques et de caractéristiques fonctionnelles attendues.

Abstract

This document is intended to specify the needs and functionalities for the establishment of a new sales formula as a complete platform with a virtual marketplace based on a two-dimensional bar code The Quik Response Code or QR Code.

This paper will focus on the concept Superette.tn as attractive solution for consumers adopting new technologies of communication and as an ideal marketing tool for distribution companies and advertisers that cleverly connects the reality to the digital world.

The paper will also describe the requirements that the solution to be introduced must meet in terms of technical constraints and expected functional characteristics.

Mots clés: E-commerce, superette de proximité, QR Code, distribution et marketing,

Table des matières

Résumé Exécutif.....	3
1. Objet de la demande.....	4
2. Contexte de travail et définition du problème.....	4
3. Les besoins à satisfaire.....	5
3.1. Le constat.....	5
3.2. Les besoins principaux à couvrir par le consultant :.....	6
4. Objectif.....	6
4.1. Présentation générale.....	7
4.2. Périmètre.....	8
4.3. Avantages.....	8
5. Fonctionnalités attendues.....	8
5.1. F1 : Fonctionnalité de gestion des profils, Inscription et validation.....	8
5.2. F2 : Fonctionnalité de gestion des adresses.....	9
5.3. F3 : Fonctionnalité de gestion des paniers.....	9
5.4. F4 : Fonctionnalité de gestion des commandes/suivi.....	10
5.5. F5 : Fonctionnalité de gestion des historiques.....	11
5.6. F6 : Fonctionnalité de création d'un code QR.....	11
5.7. F7 : Fonctionnalité de Notification.....	12
5.8. F8 : Fonctionnalité de Consultations des produits disponibles et des promotions.....	12
5.9. F9 : Fonctionnalité de paiement.....	13
6. Méthodologie et Planification.....	14
6.1. Stratégie Générale.....	14
6.2. Livrables associés au projet.....	15
6.3. Spécificités de réalisation	15
7. Contraintes.....	15
8. Enveloppe budgétaire.....	16
9. Délai.....	16
Annexes.....	17

1. Objet de la demande

Le concept de supermarché virtuel imaginé par les consommateurs modernes se transforme en opération permanente et révolutionne la distribution. Les géants de la distribution tunisienne souhaitent dépasser le stade de l'implantation réelle sur le marché et accéder à un moyen permettant de dépasser les concurrents et gagner en termes de coût sur la multiplication des points de ventes.

Les différentes sociétés de commerce et de distribution commencent à réfléchir à une campagne pour devenir leader national ce qui retient l'attention des équipes marketing à offrir un moyen adéquat répondant aux nouveaux besoins des consommateurs tunisiens et aux objectifs des sociétés.

L'innovation et l'utilisation des nouvelles technologies favorisent à SSH Engineering de présenter une plateforme virtuelle complète qui permette de séduire les annonceurs et satisfaire les consommateurs: le concept Superette.tn à base de QR Code.

2. Contexte de travail et définition du problème

Aujourd'hui en Tunisie, la population évolue avec Internet et l'utilisation des nouvelles technologies. Les consommateurs utilisent de plus en plus les Smartphones et le taux d'équipements en téléphones mobiles et tablettes augmente.

Les pratiques courantes du E-commerce s'innovent pour combler les nouveaux besoins et cet engouement est facilité par les pratiques de livraison à domicile exigeant rapidité et coût réduit.

Les consommateurs très occupés par le temps de travail, laisse peu de temps pour effectuer leurs courses « physiques » dans les supermarchés implantés généralement un peu loin de leurs domiciles ou même de leurs lieux de travail.

L'enjeu est donc de capter des consommateurs peu disponibles mais habitués à l'usage des Smartphones et du commerce en ligne grâce à un dispositif plus original qu'une plateforme d'e-commerce et moins coûteux que l'ouverture de magasins physiques.

L'idée retenue est alors de proposer un mode de distribution à mi-chemin entre un magasin physique et un magasin en ligne, qui permettrait d'amener l'occasion d'achat directement à l'endroit où se trouvent les consommateurs (parc, station de bus, station de métro, affiche publicitaire, panneau...).

« To fish where the fishes are »

SSH Engineering propose un supermarché virtuel accessible de n'importe quel endroit regroupant une grande variété de produits de grande consommation, chacun identifiés par un QR Code (code à barre à deux dimensions), se côtoyant dans des linéaires très semblables à ceux d'un point de vente classique.

Les consommateurs peuvent donc réaliser tranquillement leurs achats: il leur suffit, une fois l'application dédiée installée sur leurs Smartphones/ tablettes de scanner le flash code des produits qu'ils souhaitent acheter. Une fois la commande passée, les produits seront livrés à domicile le jour même.

3. Les besoins à satisfaire

3.1. Le constat

Le développement de la vente en ligne induit un certain nombre de mutations au sein du canal de distribution. Les chaînes économiques reliant les producteurs au consommateur final se transforment. Certains réseaux de distribution peuvent ainsi se trouver court-circuités, les ventes ne se faisant plus systématiquement en magasin, d'où une désintermédiation.

Mais le consultant constate également l'apparition d'intermédiaires nouveaux, dont l'existence se justifie à travers la création de services à valeur ajoutée et qui doivent faire partie du processus qui gouverne la nouvelle formule de vente.

Le consultant constate aussi que les consommateurs éprouvent le besoin d'effectuer leurs achats n'importe quand et de n'importe où et que les distributeurs souhaitent transmettre toutes les

informations que cherche leur client à un instant précis à propos d'un produit ou de service qu'ils offrent.

Ce qu'il faut donc un nouveau concept gagnant-gagnant puisque une tactique marketing devient une opportunité pour tous les acteurs se basant sur l'innovation digitale.

3.2. Les besoins

Les besoins principaux à couvrir par le consultant :

- Comblent le désir du consommateur de se voir proposer le bon produit ou service au bon moment et dans un contexte adéquat ;
- Satisfaire les envies du consommateur en temps réel et l'inciter à devenir omni canal pour y parvenir ;
- Eviter la corvée des courses et l'attente à la caisse ;
- Imaginer pour les distributeurs de nouveaux usages pour répondre aux attentes des consommateurs ;
- La personnalisation qui est un des critères d'arbitrage au même titre que la géolocalisation ;
- Interagir avec les affiches publicitaires et les autres supports de communication depuis la tablette ou le Smartphone et combiner la vente avec les promotions ;
- Adopter le sésame du marketing digital le QR Code ;
- Avoir un projet de poids et un regard innovant.

4. Objectif

Le consultant doit élaborer et concevoir un plan d'action lui permettant par la suite de développer une application intelligente qui enchante le quotidien des consommateurs et des distributeurs. Se concentrer sur un logiciel qui permettra en quelques clics de générer du trafic en point de vente et faciliter les transactions en temps réel. Désormais équipé de Smartphone et de tablette, le consommateur est devenu omni canal : en quête d'expérience tout au long de son parcours, il ne souhaite pas se décider entre le point de vente physique et digital : il souhaite simplement le meilleur des deux mondes.

4.1. Présentation Générale

La plateforme intelligente **Superette.tn** est un outil simple et performant, capable d'interagir avec les consommateurs connectés.

Superette.tn est un point de vente virtuel à but pratique: il signe la fin de toutes les contraintes pesant sur la distribution physique (horaires, ruptures de stock, vols, casse, produits périmés...) tout en offrant des possibilités de merchandising égales à celle du monde réel (et donc bien supérieures au e-commerce). Son panier rempli, le client peut se faire livrer à domicile. L'expérience montre que la frontière entre shopping on line et off line tend à s'estomper au profit d'une expérience centrée sur les besoins à un instant T du consommateur. En utilisant le QR Code qui reste sous exploité en magasin, **superette.tn** optimisera l'expérience consommateur qui contribue à généraliser le concept marketing digital dans les transports en commun et à rendre encore plus invasive une publicité qui a déjà investi la plupart des espaces urbains.

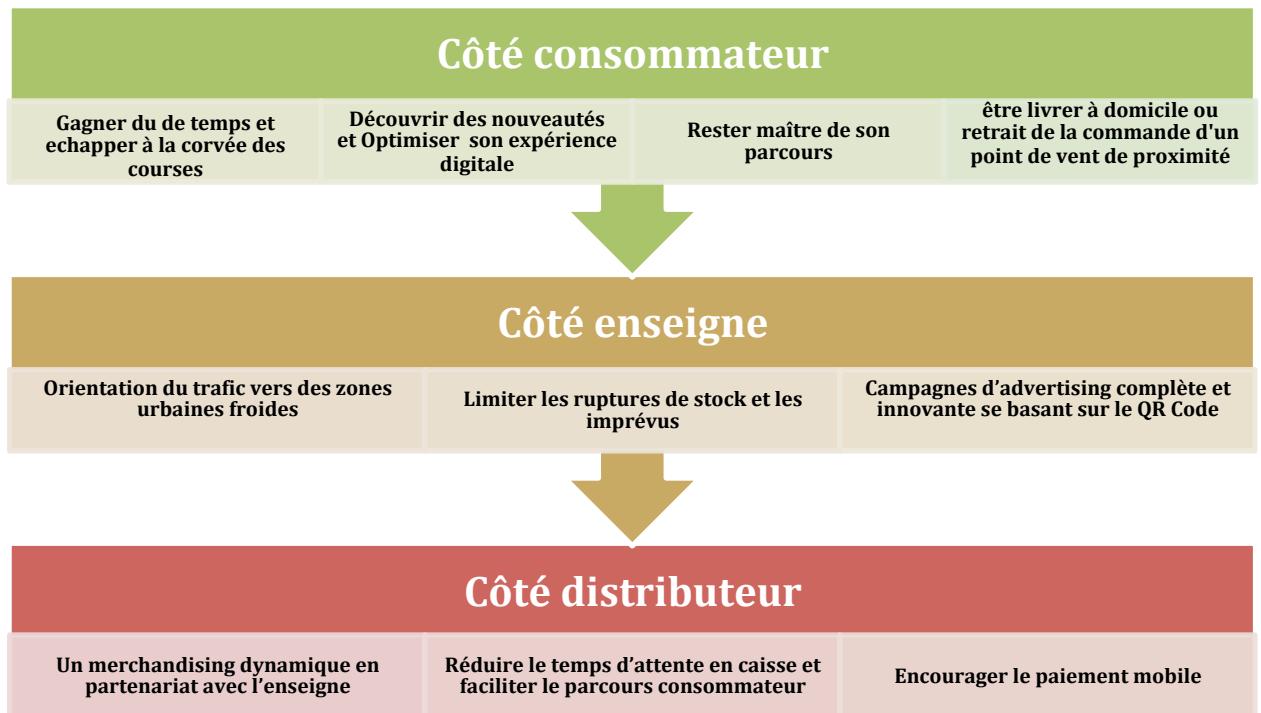


4.2.Périmètre

La plateforme ciblera tous les consommateurs, les distributeurs et les annonceurs.

4.3.Les avantages

L'ensemble des avantages apportés par la plateforme, sont organisés dans le SmartArt suivant :



5. Fonctionnalités attendues

La plateforme souhaitée regroupera un ensemble de fonctionnalités concernant :

5.1. F1 : Fonctionnalité de gestion des profils, Inscription et validation

Cette fonctionnalité permet de créer différents utilisateurs afin de se connecter à l'application.

Les consommateurs doivent s'inscrire sur la plateforme afin d'accéder à leurs service et effectuer leurs achats.

Les distributeurs doivent s'inscrire aussi afin d'ajouter des produits/services, leurs quantités (stock disponible) et leurs prix.

A chaque utilisateur est associé un profil qui détermine les droits d'accès et un mot de passe (facultatif). Les droits d'accès permettront : aux consommateurs de valider et payer leurs paniers en toute sécurité et aux distributeurs de gérer leurs stocks.

Le processus d'inscription doit être simple : login et mot de passe pour entrer dans l'espace sécurisé. Une fois l'inscription (nom, e-mail par exemple) est faite les utilisateurs recevront un SMS de validation et pourront accéder de suite à l'application.

5.2. F2 : Fonctionnalité de gestion des adresses

La fonctionnalité doit permettre la création d'une base de données d'adresses et de localités et le groupement d'adresses des utilisateurs de l'application pour un traitement ciblé.

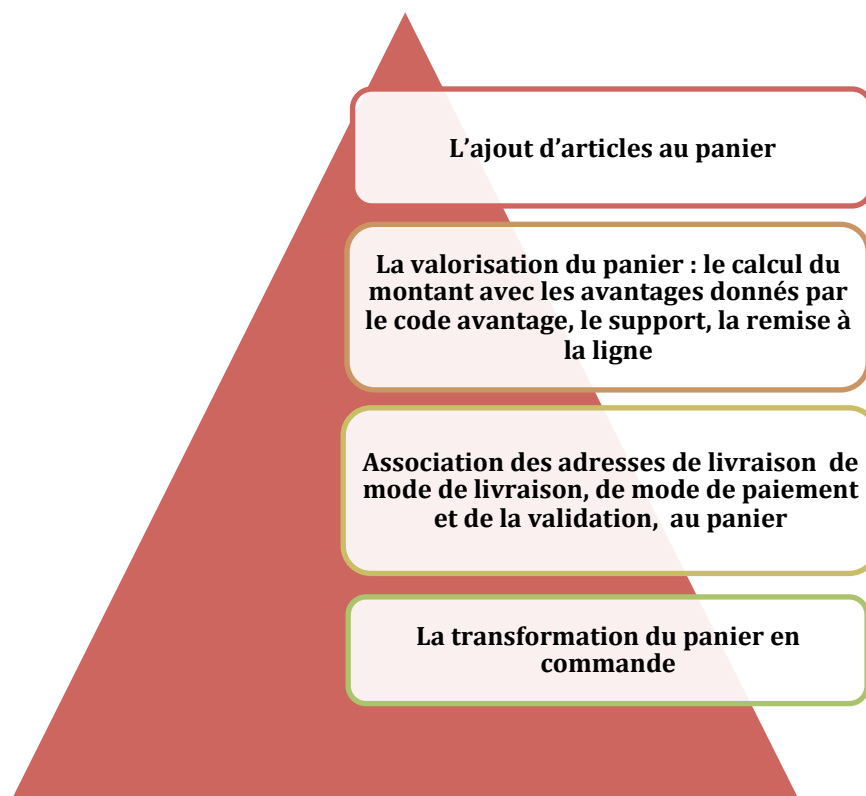
Chaque adresse peut-être enregistrée avec des détails spécifiques incluant la localisation géographique, ce qui optimisera le trajet pour le service de livraison (il s'agit d'interfacer avec Google Maps par exemple) et maintiendra le lien avec les clients.

Une adresse peut être éditée, modifiée ou supprimée par les utilisateurs selon leurs parcours, localisation et disponibilité à recevoir leurs commandes.

5.3. F3 : Fonctionnalité de gestion des paniers

Généralement l'achat en ligne repose sur un panier virtuel représenté par un symbole celui d'un caddy. Le consommateur à un instant T et dans un endroit X doté d'une affiche publicitaire interactive, éprouve le besoin de faire ses courses. De ce fait, en se connectant avec son Smartphone à l'application, il pourra procéder à scanner le QR Code du produit affiché, un lien le ramènera directement à son magasin virtuel ou il pourra ajouter tous ses achats dans un panier.

Le consommateur devra avoir la possibilité de voir l'intégrité du panier, le vérifier et le valider. Il doit avoir la possibilité de supprimer un produit non désiré et le remplacer par un autre (ajout). Une fois ses courses terminées, les achats effectués seront totalisés avec les frais de livraison dans un récapitulatif de commande et la procédure de paiement sera lancée.



5.4. F4 : Fonctionnalité de gestion des commandes/Suivi

Il s'agit essentiellement de la fonctionnalité des suivis des commandes encours.

La gestion des commandes nécessite l'avertissement par SMS ou par mail du client et sa confirmation de la commande. L'application doit permettre l'enregistrement et la sauvegarde de la commande ainsi que l'édition des factures et des bons de livraison (format PDF par exemple). Et s'assurer de transmettre le n° de dossier au site marchand.

Cette fonctionnalité doit permettre aussi le suivi des parrainages avec gain d'argent : les gains sous forme de points transformable en bon d'achat seront proportionnels selon la quantité d'utilisateurs

qu'un consommateur peut recruter ou inciter à utiliser l'application pour effectuer ses achats et d'avoir un aperçu par distributeurs sur les points de fidélité offert à ses clients.

5.5. F5 : Fonctionnalité de gestion des historiques

L'historique est la succession ordonnée (liste) de tous les achats d'un consommateur à travers l'application. Il s'agit alors de pouvoir archiver électroniquement les dossiers par client ce qui permettra d'afficher l'historique des produits scannés ainsi que les commandes passées. Le consommateur doit pouvoir afficher ou télécharger son historique disponible sous divers formats de fichiers, afin d'effectuer le suivi de ses règlements financiers et le traitement de ses commandes.

5.6. F6 : Fonctionnalité de création d'un code QR

Le code QR se compose de points carrés dans un modèle carré placé sur un arrière-plan noir ou en couleur. Les commerces et les organisations utilisant les codes QR les placent en évidence dans des journaux ou des magazines (papier), sur des affiches dans la rue, dans les transports en commun ou dans des dizaines d'autres emplacements où le client potentiel risque fortement de se rendre.

Ce code à barre à deux dimensions stocke beaucoup plus d'octets que le code-barres originel. Il peut être édité, imprimé ou diffusé sur une multitude de supports physiques voire même des bâtiments.

Grâce au flash code, il est possible de rendre interactif tout support physique. Et donc de donner rapidement accès, via un téléphone mobile, à un contenu multimédia adapté. Un des grands avantages de la technologie est la simplicité d'emploi. Les applications qui la décodent, les lecteurs de code QR, sont gratuites et faciles à installer sur les Smartphones et les tablettes.

Autre atout, le QR code lui-même ne coûte rien. Il exige néanmoins un investissement financier lié à la création de pages ou d'applications mobiles dédiées.

Les consommateurs en quête de transparence sont capables, grâce un simple scan, d'obtenir plus d'informations sur les produits qu'ils convoitent en magasin: d'où viennent-ils? Que contiennent-ils présence d'allergènes ou non dans certains aliments? Comment s'en sert-on? ...

Le consultant se chargera de la génération des codes QR pour les distributeurs et les annonceurs et les liens qui conduisent directement à leurs produits ou services avec la possibilité de leurs créer les affiches publicitaires interactives destinées.

5.7. F7 : Fonctionnalité de Notification

Il s'agit de Créer un système d'alerte pour le consommateur et paramétrer l'envoi d' SMS ou e-mail automatique pour l'informer que sa commande est prête à être livrer à domicile ou à être récupérer d'un point de vente de proximité.

Une notification doit informer également les consommateurs sur les promotions de vente proposées par les distributeurs.

5.8. F8 : Fonctionnalité de Consultations des produits disponibles et des promotions

Le consommateur doit être capable de consulter les produits qu'il souhaite acheter et voir un aperçu ou présentation de ces derniers.

Essentiellement, le client cherche à voir une image ou plusieurs images par produit, de pouvoir faire un zoom sur les photos pour capter une description courte avant de passer à lire la description complète.

Le consommateur trouve intéressant d'afficher les commentaires d'autres clients sur les produits et de consulter leurs avis. Il cherchera sans doute l'affichage des prix et des quantités disponibles et de pouvoir télécharger une documentation produit (mode d'emploi).

A l'aide de cette fonctionnalité, l'affichage des autres produits de la même catégorie et l'affichage des catégories de produits sera possible ainsi que la consultation des promotions de vente proposé par le distributeur (exemple création d'une zone d'affichage des promotions, des remises, solde...).

5.9. F9 : Fonctionnalité de paiement

Le paiement pour le client doit être intuitif. Après avoir rempli son panier et le confirmé, le montant des achats est fixé en TTC et la liste des remises est appliquées, le client procède à l'opération de paiement et valide les conditions de vente (Case à cocher permettant d'accepter les conditions).

Le nombre d'options d'E-paiement est limité à ce que la plateforme ou le distributeur offre, exemple : paiement par carte bancaire (Visa, MasterCard), paiement par E-dinars ou paiement à la réception (contre-remboursement). Le client choisira le mode de paiement qui lui convient et cochera la case qui le mentionne puis continuera le processus jusqu'à validation.

Les paiements doivent être sécurisés et transparents car ils conditionnent l'acte d'achat et garantissent la confiance des clients (plateforme certifiée, établissement agréé, système anti fraude...).

Le consultant choisit soit de bloquer l'argent du client sur un compte spécial et de le reverser au marchand à la livraison, soit de le payer immédiatement, mais en ne prélevant le compte du client final qu'après vérification de la livraison.

Le consultant choisit d'offrir un mode de paiement par point de fidélité : « E-fidélité » un porte monnaie électronique. A chaque commande, le montant des points de fidélité associé est versé sur un compte. Dès que le compte atteint le seuil de déclenchement (paramétrable), le client peut déduire le montant de sa réserve dans le prochain achat ou choisir de continuer à cumuler les points bonus.

6. Méthodologie et Planification

6.1.Stratégie Générale

La stratégie générale de mise en œuvre du projet permettra au développeur d'offrir une très grande valeur ajoutée aux distributeurs d'où le désir de proposer une solution intégrant leurs spécifications afin de déployer une solution sur mesure répondant à l'ensemble des besoins.

La société SSH Engineering adoptera alors une méthodologie de

Les différentes phases dans la mise en œuvre du projet vont être itératifs et à rythme constant.

.Le projet Superette.tn sera complet. Le consultant s'intéressera à la conception de la plateforme et aux fonctionnalités.

Tableau 1 - Liste des phases

	Titre	Type	Leader	Budget	Début	Fin
Ph1	Conception de la plateforme					

6.2.Livrables associés au projet

Ce projet produira une liste des livrables au fur et à mesure que ses phases seront réalisées. Les livrables seront fréquents. Pour la validation concernant la conception de la plateforme, un cahier des charges V0 sera livré.

Tableau 2 - Liste des livrables

	Titre du livrable	Lot	Nature	Date
D1	Cahier des charges	1	DOC	1S

6.3. Spécificités de réalisation

L'application doit être simple et satisfaire aux conditions suivantes :

- ✓ Facile d'apprentissage et d'utilisation : saisie assistée, aide en ligne, listes, boutons activables, interface graphique conviviale, couleurs, ...
- ✓ Réduire le risque d'erreurs de sa manipulation
- ✓ Faciliter l'accès et la recherche de l'information
- ✓ Favoriser l'indépendance de l'utilisateur pour ce qui concerne le paramétrage d'état
- ✓ Fournir un langage de requête orienté utilisateur
- ✓ Assurer un accès sécurisé à l'information
- ✓ Garantir un temps de réponse acceptable

Le développement du projet du présent cahier des charges sera en français.

7. Contraintes

Il s'agit des situations confuses et des difficultés à appréhender que peuvent nuire à la réussite du projet :

- Le manque d'information sur l'optimisation de l'expérience consommateur, le point de vente doit analyser le parcours des consommateurs, depuis la liste de course jusqu'au paiement en caisse. A chaque étape, le consommateur est susceptible de partager son expérience en bien ou en mal ;
- Le manque d'information lié à la quantité exacte des produits disponibles (stock) ;
- Chaque rupture (indisponibilité d'une offre promotionnelle depuis le Smartphone, code de fidélité non accepté, code promotionnel invalide...) est susceptible de créer une déception.

8. Enveloppe budgétaire

L'offre comprendra une prestation globale incluant :

- La plateforme : conception et développement
- Les prestations associées
- L'installation
- La formation

Le coût total TTC sera clairement indiqué.

Les coordonnées précises des personnes à contacter seront fournies.

9. Délai

La Date de réalisation attendue pour le projet avec livrables intermédiaires sera une date ouverte et déclarée au demandeur par devis.

Annexes