

# Brief projet fictif – Jalon 1

B3 toutes filières



## LE CONTEXTE

Vous êtes Chef.fe de projet (salarié.e) dans une petite agence digitale.

Le cœur de métier de votre entreprise est le développement de produits web et mobiles.

En plus du directeur d'agence et de votre poste, l'équipe est composée de :

- **2 développeurs mobiles** confirmés, utilisant notamment la technologie Xamarin.
- **2 développeurs web** confirmés, dont un spécialiste dans l'infrastructure réseau et l'hébergement.
- **1 alternante UX/UI** (aussi bien web que mobile), dont le rythme de présence est de 1 semaine école / 2 semaines en entreprise.

Votre supérieur vous transmet un **appel à projet** diffusé sur internet : il s'agit d'une belle opportunité pour l'agence puisque ce projet aurait une dimension pluridisciplinaire et transversale.

Le directeur vous charge de **créer le dossier de réponse** à cet appel à projet.  
Notez qu'il est donc, in fine, **destiné au client potentiel**.

*Pour des questions d'appropriation du sujet, cette agence digitale est basée dans la ville de votre école MyDigitalSchool.*



*Bien qu'un appel à projet similaire ait été diffusé de façon réelle, les noms et certains éléments ont été modifiés. Il s'agit ici d'un cas purement fictif.*

## L'APPEL A PROJET

### SITE INTERNET & APPLICATION MOBILE : Cahier des charges

Passionfoot.fr a été lancé en janvier 2018. La naissance de ce site est survenue d'un constat simple et évident : un manque certain de couverture médiatique sur le championnat de France de football de Ligue 2, avec l'absence de site dédié sur Internet. En six ans, Passion Foot est devenu le média référence traitant au quotidien de l'actualité du championnat de France de football de Ligue 2.

Passionfoot.fr enregistre actuellement plus d'un million de visiteurs par mois et plus d'1 500 000 pages vues mensuelles. Depuis la mise en ligne, ces chiffres sont en progression permanente et constante de 40% minimum par année. Le site est exclusivement disponible en français. L'équipe de rédaction se trouve à Paris.

### WordPress

Passion Foot a été créé sur la plateforme WordPress. Depuis plusieurs mois, de nombreux ralentissements en back office ont été subis par notre équipe de rédaction. L'ajout régulier de plugins ou widgets ont progressivement provoqué des ralentissements et bugs en front puis back office.

Depuis 2022, nous faisons appel à un conseiller en hébergement/infra qui nous a permis de réduire les ralentissements en front office. Néanmoins, l'utilisation du back office reste ponctuellement difficile et nous

nous interrogeons sur les limites techniques de WordPress pour nos besoins futurs en termes de développement d'audience.

## Le site internet

Le site internet a connu un rafraîchissement en 2023. Cela nous a permis d'accroître notre audience, notre panel de propositions auprès de notre lectorat et nos recettes publicitaires. Cette refonte a également permis de développer notre audience mobile, avec un site parfaitement responsive, permettant aux utilisateurs de trouver en quelques clics l'information recherchée sur leur smartphone.

Ces utilisateurs représentent à ce jour 75% de notre lectorat et sont donc un enjeu majeur pour notre évolution. A noter : un des points faibles de notre site actuellement reste le nombre de pages vues par visiteur qui ne dépasse pas les 2.

## L'accompagnement web

Passion Foot est composé de trois salariés : journalistes de métier, ils se consacrent quasi exclusivement aux tâches de rédaction/communication/animation... Ils doivent bénéficier d'un accès le plus rapide et le plus efficace possible au back office du site internet pour leur offrir la meilleure réactivité possible lors de la publication de leurs articles.

En parallèle, le front office doit être parfaitement accessible notamment en cas d'afflux importants lors d'événements ou d'informations très suivies (pics réguliers à 2 000 connexions simultanées pouvant aller jusqu'à 5 000 sur des très grosses infos).

## La version 2024 : priorité mobile et push

Comme vu précédemment, Passion Foot accueille aujourd'hui plus de  $\frac{3}{4}$  des internautes via leurs téléphones mobiles. Améliorer leur expérience visiteur et l'offre Passion Foot est notre priorité.

Cela passe par le développement :

- D'une application mobile
- De notifications pushes
- D'un site web optimisé mobile

## L'application mobile

Notre application mobile doit être simple et facile d'utilisation. L'utilisateur doit pouvoir trouver dès sa première visite sur la page d'accueil l'information ou la rubrique de son choix. En naviguant, il doit pouvoir rebondir facilement sur des contenus liés.

Plusieurs médias sport/foot ou sites internet de clubs professionnels proposent des applications mobiles très intéressantes qui peuvent être inspirantes.

Pour notre part, voici les informations/thématiques qui nous paraissent essentielles pour notre lectorat :

- Les informations majeures sur l'actualité de la Ligue 2 à hiérarchiser, de haut en bas, par leur importance (taille de l'image, de la police), que l'on pourra facilement sélectionner en back-office
- Les informations du club que je supporte
- Les lives/scores en direct/classement en direct, avec possiblement l'ajout d'un « bouton » DIRECT, centré, les soirs/jours de match.
- Les dernières vidéos sur la Ligue 2 / les podcasts Passion Foot
- L'accès membre / L'abonnement Premium (consultation sans publicité)

La publicité, qui constitue une part importante de notre modèle économique, ne doit pas être oubliée. Des solutions séduisantes doivent être proposées à nos annonceurs sans entraver la bonne navigation de nos

lecteurs. En parallèle, notre offre d'abonnement Premium, qui permet à l'internaute de naviguer sans publicité issue des régies, doit être régulièrement valorisée à ses yeux.

## Les push

C'est l'un des enjeux majeurs de ce nouveau site et de l'application. Actuellement une grosse frustration collective survient du fait du peu d'impact sur certaines informations exclusives pushées par nos soins et qui n'atteignent pas ou peu notre lectorat pour des problèmes techniques...

Nous souhaitons pusher à plusieurs reprises dans une journée les informations majeures de la Ligue 2 pour informer notre lectorat, ou du moins celui qui aura fait le choix de s'abonner à nos informations ou à celles de son club.

L'idéal serait d'atteindre ce lectorat quel que soit le support et la technologie utilisée (Android, Apple, Desktop...), mais aussi que l'internaute puisse limiter les push à ceux concernant son propre club.

## Le site internet et sa version mobile

En parallèle de l'application, le site internet sera travaillé pour améliorer son ergonomie et l'expérience utilisateur. Les thématiques majeures à valoriser pour notre lectorat sont les mêmes que citées précédemment.

La publicité doit également trouver sa place sur la page d'accueil et à travers la navigation sur Desktop et mobile, avec des emplacements définis au préalable.

Passion Foot possède ses propres photographies et une base de visuels de qualités permettant de valoriser de belles images/clichés de la Ligue 2 à travers la visite de son site.

## Les besoins techniques

Pour notre rédaction, nous avons besoin de modules spécifiques au championnat de France de Ligue 2. A savoir :

- Un outil permettant d'assurer des lives de matchs, avec les pictos/champs de texte correspondant pour un ou plusieurs matchs à la fois, mais aussi pour une dernière journée de mercato par exemple ou une journée de Coupe de France
- Un calendrier, un classement, un classement des buteurs et un classement des passeurs: soit en utilisant le flux d'une API spécifique (que nous ne possédons pas à ce jour) soit via un module développé rempli par notre équipe de rédaction (comme actuellement)
- Un outil type tableur permettant de présenter le bilan du mercato par club, les blessés ou suspendus par club etc... facilement intégrable dans un contenu
- Un fil d'actualités présentant toutes les actus de la Ligue 2 par ordre chronologique et de valoriser les plus importantes en rouge

Nos articles présentent aussi différents niveaux d'importance, il serait intéressant de pouvoir les valoriser en fonction :

- Home page ou pas
- Couleur spécifique dans le fil d'actualités
- Avec photo ou pas
- Avec vidéo ou pas
- Avec push, si oui sur quel support ?
- Etc...

Au fil des ans, nous avons créé de belles communautés Facebook, Twitter et Instagram. Celles-ci sont animées quotidiennement, avec une forte réactivité de notre part. Pour un confort de rédaction, une publication/planification automatique d'un article sur ces réseaux sociaux serait un vrai plus.

## Le référencement

Le référencement web est l'une de nos priorités pour continuer à performer sur les moteurs de recherche. Un outil assurant des bonnes pratiques SEO sur nos articles serait fort appréciable.

## La vente en ligne

La vente en ligne est importante sur notre site internet puisqu'un module permet actuellement à l'internaute de s'abonner et ainsi devenir membre Premium : en se connectant, il navigue ensuite sans publicité provenant de nos régies publicitaires.

Il paye aujourd'hui via la solution Paypal, si on peut lui permettre un paiement direct via CB sur notre site en complément, ce serait aussi un plus.

## Ligne graphique et photothèque

La charte graphique reprend les couleurs actuelles du site internet et de notre logo (bleu marine et or). Les codes couleurs vous seront fournis sur demande.

Passion Foot possède ses propres photographies et une base de visuels de qualités permettant de valoriser de belles images/clichés de la Ligue 2 à travers la visite de son site.

Notre photothèque est conséquente et triée afin d'optimiser le temps de rédaction de nos journalistes. Il est important de conserver voire améliorer son utilisation et permettre un redimensionnement facile et rapide de nos clichés.

Actuellement, toutes les photos sont enregistrées dans le format 1024\*683 px. Il paraît évident que ce ratio doit être conservée pour tous les clichés mis ultérieurement sur le site.

## Logiciel CMS

Nous sommes à l'écoute de vos propositions et suggestions d'utilisation de logiciels CMS. En cas de migration vers un nouveau CMS pour notre site internet, il est impératif de conserver l'historique de nos articles qui favorise fortement notre référencement.

Un changement de CMS doit nous permettre de résoudre notre problématique actuelle de saturation du back office et de ralentissement ponctuel pour nos journalistes. Sinon, il n'est pas opportun. Les données techniques peuvent vous être fournies par notre conseiller en hébergement/infra.

Actuellement, la souplesse et réactivité des outils développés sur WordPress n'est pas négligeable pour notre équipe : mise à jour des données de la Ligue 2, ajout/retrait d'une publicité, création d'un contenu type etc... toutes ces choses sont gérées par nos soins. Nous souhaitons conserver cette souplesse et intuitivité à travers la prochaine version du site pour une autonomie certaine.

## Nos attentes

Nous souhaiterions recevoir une offre globale pour ces réalisations majeures, en prenant bien compte de nos besoins spécifiques et techniques mentionnés précédemment :

- Offre pour la réalisation d'une application mobile
- Offre pour la réalisation d'une solution permettant de pusher nos informations
- Offre pour la réalisation d'un site mobile

Il nous semble opportun de présenter une offre globale pour ces trois demandes, en chiffrant indépendamment chaque demande. Nous prendrons uniquement en compte dans notre analyse concurrentielle les offres complètes pour nos trois réalisations majeures.

En option, une offre pour l'envoi de données et de visuels statistiques réguliers. Celle-ci n'aura aucune incidence quant au choix final du prestataire qui réalisera les trois précédentes demandes.

## Offre complémentaire optionnelle : données statistiques

La Ligue 2 n'y échappe pas, les données statistiques sur ses rencontres suscitent de plus en plus d'intérêt de la part des lecteurs et des acteurs.

En complément de la refonte du site internet, nous sommes à la recherche de données statistiques sur la Ligue 2. Celles-ci pourraient se présenter sous plusieurs formes :

- Données brutes à mettre en texte par notre équipe de rédaction
- Visuels à partager sur nos réseaux sociaux et dans nos articles

Notre volonté est d'obtenir les statistiques clefs sur la journée de championnat écoulée dès le mardi, après le dernier match. Pour les périodes de trêve, sans match, récupérer plusieurs statistiques phares de la période précédente nous permettant de créer un contenu rédactionnel spécifique. Une offre annuelle saison serait appréciée, avec proposition de reconduction.

## Calendrier de réalisation

Collecte des candidatures / offres : décembre 2024

Choix du/des prestataire(s) : 3 mars 2025

Phase de réalisation : Mi-mars – Mi-mai 2025

Tests et corrections : Mi-mai – Mi-juin 2025

Migration du site et en ligne du nouveau site internet et de l'application mobile : Fin juin 2025

## LES LIVRABLES

Individuellement, vous rédigerez donc un dossier en réponse à cet appel à projet, au nom de votre société (vous êtes libre de la baptiser !).

Ce support sera remis en format PDF.

Il devra, à minima, contenir :

- Un rappel du cahier des charges / brief avec reformulation
- Une présentation de l'équipe projet mobilisée
- Votre réponse aux besoins, illustrée par quelques zonings ou wireframes
- La méthode et les outils utilisés (avec justification)
- Un planning prévisionnel sous forme de diagramme de Gantt
- Un budget prévisionnel / calcul des coûts du projet (à destination du client potentiel)

**Vous pouvez y ajouter tout élément que vous jugerez utile : présentation de l'entreprise, explication des phases du projet, références... Rappelez-vous que nous sommes sur un projet fictif !**

## LES CONSEILS

Gardez à l'esprit que dans le cadre d'un appel à projet, vous allez être mis en concurrence avec d'autres propositions. Scoop : l'agence sélectionnée n'est pas toujours la moins chère... Il vous appartient donc d'être convaincant.e et surtout pédagogue (votre public n'est pas expert du digital) !

Ce dossier est une première phase de sélection : de manière générale, vous aurez l'opportunité ensuite d'organiser une réunion pour approfondir ou ajuster certains points avec votre client potentiel.

Voici quelques tips :

- Relisez plusieurs fois l'appel à projet : prenez des notes, listez d'éventuelles questions et soulignez les mots clefs
- Renseignez-vous sur les technologies utilisées ou abordées
- Faites preuve d'innovation et de créativité... En d'autres termes : faites la différence !
- Adoptez une posture de conseil. Certains éléments ne sont peut-être pas pertinents, ou d'autres solutions que celles proposées dans l'appel à projet sont certainement plus adaptées. Faites des recherches et positionnez-vous en véritable professionnel.le.
- Personnalisez votre support : un client potentiel appréciera fortement que vous ayez cerné son univers et que vous vous le soyez approprié...
- En fonction de votre ville, une gestion de projet en full remote doit être envisagée...

## LA GRILLE D'EVALUATION

Attendus	Points
Les attentes et besoins du client potentiel ont été correctement reformulés.	/5
L'équipe projet mobilisée est pertinente et cohérente avec les différentes missions.	/2
La réponse aux besoins est en adéquation avec les contraintes du client. L'étudiant adopte une posture professionnelle dans les conseils, fait preuve de créativité et d'innovation dans ses propositions. Aucun élément n'est laissé au hasard : des recherches ont été effectuées et des solutions appropriées sont proposées de manière exhaustive.	/15
Les propositions sont illustrées à travers des zonings ou wireframes, permettant au client de se projeter. Ces designs sont cohérents avec les éléments listés dans le brief.	/4
La méthode et les outils sont clairement expliqués et justifiés. L'ensemble est en adéquation avec le projet.	/4
Un planning prévisionnel du projet est présent à travers un diagramme de Gantt. Ce support respecte les standards de l'outil et prend en compte les tâches, les sous-tâches, les notions de chevauchements / dépendances etc.	/7
Un budget prévisionnel a été calculé (s'apparente davantage à un devis du projet / estimation des coûts). Il est construit en prenant en considération d'éventuelles options...	/7
<b>TOTAL</b>	<b>/44</b>

A cette évaluation viennent s'ajouter la note réflexive (/16 points). A elles 2, ces notes forment l'évaluation sommative individuelle du Jalon 1.