

My Digital Project - TEAM 3



Cahier des charges

Cliant : Shérif MAMDOUH - CEO de Swiss Padel Stars

Projet : Création d'un site web et d'une stratégie digitale pour promouvoir les services de Swiss Padel Stars, avec un accent sur le sponsoring, l'événementiel, l'infrastructure et la vente de table de padel ping pong.

Contexte et objectifs du projet

Swiss Padel Stars souhaite créer une plateforme digitale qui vise à attirer des sponsors de haut niveau (banques, assurances, horlogerie, etc.), à organiser des événements de prestige autour de ce sport.

Objectifs principaux

Les objectifs principaux de cette plateforme digitale sont multiples. Tout d'abord, il s'agit de créer une vitrine de services attrayante pour attirer des sponsors de haut niveau, qui pourront s'associer à l'image dynamique et premium de Swiss Padel Stars. Ensuite, le site doit servir de support de vente pour les tables de padel-ping-pong et autres produits, avec des fonctionnalités permettant de consulter les descriptions et caractéristiques des produits ainsi que de faire des demandes de devis. Enfin, Swiss Padel Stars souhaite développer des infrastructures de padel en Suisse, et cette plateforme servira de point d'entrée pour les communes, écoles et entreprises intéressées à investir dans la construction de terrains.

Objectifs secondaires

En plus des objectifs principaux, le site vise à fidéliser les partenaires existants en leur offrant un espace sécurisé où ils pourront suivre l'évolution de leurs projets et accéder aux documents importants. Le site sera optimisé pour le SEO afin de maximiser sa visibilité sur les moteurs de recherche et atteindre une audience internationale intéressée par le sponsoring sportif, les infrastructures de padel, et les produits spécialisés. Swiss Padel Stars souhaite également renforcer son engagement communautaire à travers un blog et une newsletter, qui permettront de tenir les utilisateurs informés des événements, produits, et actualités liés au padel.

Détail du projet

1. Audience cible

Segments cibles

La plateforme cible plusieurs segments d'audience, avec une approche B2B et B2C bien définie. **Du côté B2B**, le site s'adresse aux entreprises et marques prestigieuses des secteurs financiers, horlogers, de l'automobile, et de l'assurance, qui cherchent à obtenir un retour sur investissement en s'associant à des événements sportifs de prestige. Ces partenaires potentiels privilégient une association avec des marques qui véhiculent des valeurs d'excellence et de performance. **Du côté B2C**, Swiss Padel Stars s'adresse aux amateurs de padel, passionnés de ce sport, et consommateurs potentiels des tables de padel-ping-pong, qui cherchent à obtenir des produits de qualité et à participer à des événements.

Caractéristiques de l'audience

L'audience cible est composée de décideurs et dirigeants pour le segment B2B, souvent attentifs à la notoriété et à l'image de marque de leurs partenaires. Ils recherchent une interface professionnelle, claire, et concise pour accéder aux informations sur les services de sponsoring et d'infrastructure. Pour le segment B2C, l'audience est plus variée et inclut des personnes intéressées par l'achat d'équipements ou la participation à des événements organisés par Swiss Padel Stars. Les amateurs de padel recherchent un site sur lequel il est facile de naviguer et de se renseigner sur les produits et services proposés.

Besoins et interactions attendues

Les besoins de l'audience incluent un accès rapide et intuitif aux informations sur les services de Swiss Padel Stars, la possibilité de demander des devis en ligne, et une expérience utilisateur fluide permettant d'interagir facilement avec le site. Il est prévu que les visiteurs fréquentent le site pour consulter les descriptions de produits, explorer les options de sponsoring, suivre les événements à venir et découvrir les rétrospectives d'événements passés. Une navigation bien pensée et des formulaires de contact clairs faciliteront leur interaction avec le site, tout en favorisant la conversion.

2. Structure et fonctionnalités du site

La page d'accueil

La page d'accueil sera la vitrine de Swiss Padel Stars, offrant un aperçu rapide des services et de l'expertise de l'entreprise. Elle doit être visuellement attrayante et guider intuitivement l'utilisateur vers les différentes sections. Elle inclura une **bande de bienvenue** avec un texte d'introduction sur l'entreprise, des liens vers les pages clés (sponsoring, infrastructures,

produits), et un appel à l'action clair pour inciter à explorer plus en profondeur. La page d'accueil intégrera également des éléments visuels, tels que des images et vidéos, pour capter l'attention dès le premier regard. **Tous les éléments textuels devront nous être fournis par Monsieur MAMDOUH.**

- **Objectif** : Fournir une présentation complète des services et orienter les visiteurs vers les sections d'intérêt.
- **Contenus** : Texte de présentation, sections de services, liens vers des pages spécifiques, bandeau avec des promotions ou événements à venir.
- **Technologies** : Technologie permettant une gestion facile pour qu'un autre développeur puisse reprendre la main. Gestion simple des articles de blog pour que le client puisse l'alimenter.

3. Multilinguisme et design responsive

- **Multilinguisme** : Site en français et en anglais pour toucher une audience internationale.
- **Responsive Design** : Adaptabilité complète pour tous les types d'écrans (ordinateurs, tablettes, smartphones).

4. Délais de lancement

- Lancement au plus tard en **mars 2025**

Sections principales du site internet

- Cette section détaille les pages principales du site internet de Swiss Padel Stars, en mettant en avant la structure de chaque page, les contenus spécifiques et les éléments de design nécessaires pour refléter l'image premium de la marque. Ces pages serviront de piliers pour le site, offrant des informations claires et engageantes pour attirer et convertir les visiteurs en partenaires ou clients.

Page : "Qui sommes-nous ?"

Cette page doit présenter la mission, les valeurs, et la vision de Swiss Padel Stars de manière concise et inspirante, en soulignant leur expertise et passion pour le padel et le sponsoring sportif.

Objectif de la page : Créer une connexion de confiance avec les visiteurs en leur fournissant des informations sur les engagements de Swiss Padel Stars. La page doit montrer la crédibilité de l'entreprise et renforcer son image de marque haut de gamme.

Contenus nécessaires :

- **Texte introductif :** Décrivant l'histoire de l'entreprise, son engagement pour le développement du padel en Suisse, et les valeurs qui la distinguent (excellence, partenariat de confiance, engagement pour le sport).
- **Visuels :** Photos de l'équipe, illustrations des moments forts de l'histoire de Swiss Padel Stars, et images symbolisant le dynamisme et la passion pour le padel.
- **Témoignages et citations :** Témoignages de partenaires ou d'influenceurs pour asseoir l'autorité de Swiss Padel Stars dans le domaine du padel.

Fonctionnalités techniques :

- **Carrousel d'images :** Présentant des photos emblématiques de l'entreprise et des événements organisés.
- **Bouton d'appel à l'action (CTA) :** Un bouton "Contactez-nous" pour les visiteurs souhaitant en savoir plus ou initier un partenariat redirigeant l'utilisateur vers la page contact.

Page pour les partenariats et sponsoring

Cette page est cruciale pour attirer des sponsors et doit offrir une présentation soignée et convaincante des services de Swiss Padel Stars en matière de sponsoring et d'organisation d'événements.

Objectif de la page : Convaincre les entreprises et marques de s'associer à Swiss Padel Stars pour gagner en visibilité et renforcer leur image grâce à des événements de prestige.

Contenus nécessaires :

- **Description des services :** Explications détaillées des différentes offres de sponsoring. Comme des sponsorings d'événements, visibilité de marque, partenariats à long terme.
- **Exemples de projets réussis :** Présentation des événements précédents et des résultats obtenus pour les sponsors (ex. augmentation de la notoriété, retours de visibilité).
- **Témoignages clients :** Avis et retours d'expérience de partenaires existants pour établir la crédibilité et renforcer la confiance des visiteurs.
- **Galleries photos et vidéos :** Sélection de photos et vidéos d'événements passés pour donner un aperçu visuel de la qualité des événements organisés.

Fonctionnalités techniques :

- **Galerie multimédia** : Un système de galerie qui permet d'afficher des photos et vidéos d'événements passés.
- **Section témoignages** : Zone dédiée avec avis clients, affichés sous forme de citations ou de témoignages visuels.

Page pour les infrastructures

Cette page doit détailler les services offerts par Swiss Padel Stars en matière d'infrastructure, notamment la construction et l'installation de terrains de padel.

Objectif de la page : Fournir des informations détaillées sur les services d'infrastructure, en mettant en avant les compétences de Swiss Padel Stars pour accompagner les projets d'installation de terrains de padel de haute qualité.

Contenus nécessaires :

- **Présentation des services d'accompagnement** : Description du processus d'installation et de gestion de projet, y compris les étapes de consultation, de planification et de réalisation.
- **Exemples de projets réalisés** : Études de cas ou exemples de projets réalisés, avec photos et descriptions des installations.
- **Visuels** : Photos de terrains de padel installés, exemples d'infrastructures sportives.

Fonctionnalités techniques :

- **Carrousel de projets** : Un carrousel interactif pour présenter les photos de projets passés.

Page pour les tables de Padel Ping-Pong

Cette page doit présenter les produits de Swiss Padel Stars, notamment les tables de padel et de ping-pong, en incluant toutes les informations nécessaires pour inciter les visiteurs à demander un devis.

Objectif de la page : Vendre les produits en donnant aux utilisateurs des informations complètes sur les tables de padel et ping-pong proposées, et en leur permettant de faire une demande de devis en ligne. Swiss Padel Stars proposera également la vente de produits complémentaires (balles et raquettes).

Contenus nécessaires :

- **Description des produits** : Texte descriptif pour chaque type de table, incluant les caractéristiques techniques, les matériaux utilisés, et les avantages pour les

utilisateurs. Les produits complémentaires à mettre sur le site sont des balles et des raquettes de Padel.

- **Visuels** : Photos de haute qualité des tables, montrant différents angles et environnements.
- **Section FAQ** : Une liste des questions fréquemment posées pour répondre aux préoccupations des visiteurs (entretien des tables, conditions de livraison, garanties).

Fonctionnalités techniques :

- **Section FAQ dynamique** : Affichage interactif des questions réponses les plus courantes.

Page pour les événements et les blogs

Cette section, divisée en deux parties, sert à partager les actualités et rétrospectives d'événements passés, ainsi qu'à publier des articles pour engager la communauté autour des activités de Swiss Padel Stars.

Objectif de la page : Attirer l'attention de nouveaux partenaires grâce aux rétrospectives d'événements et informer les visiteurs via des articles de blog sur le padel et les activités de l'entreprise.

Contenus nécessaires :

- **Rétrospectives d'événements passés** : Description, photos, et vidéos d'événements organisés, pour donner aux visiteurs un aperçu de l'engagement de Swiss Padel Stars.
- **Articles de blog** : Textes informatifs et éducatifs, comme des conseils, des actualités sur le padel, et des témoignages de partenaires ou de joueurs. Cette page d'article de blog doit être accessible facilement pour pouvoir l'alimenter.

Fonctionnalités techniques :

- **Galerie photo et vidéo pour les événements** : Un espace dédié pour afficher les médias associés aux événements.
- **Système de blog** : Permet de publier et partager des articles directement sur le site.
- **Partage sur les réseaux sociaux** : Boutons de partage pour diffuser les articles et photos d'événements sur les plateformes sociales.

Page formulaire de contact

- Formulaire de contact commun pour les trois services, avec un menu déroulant qui permettra de déterminer quels services choisir.
- **Formulaire de contact** :
 - Pour les services d'infrastructure (comme les communes ou les centres sportifs ou encore les écoles).

- Formulaire spécifique pour les entreprises intéressées par le sponsoring, avec des champs dédiés (nom, secteur d'activité, type de sponsoring souhaité, message).
- Formulaire de demande de devis pour les produits (tables de padel ping-pong).
- **Automatisation de la publication des articles de blog** sur les réseaux sociaux Instagram et LinkedIn (fonctionnalité souhaitée, mais optionnelle).

Page FAQ

Cette section vise à clarifier les points essentiels et à faciliter la compréhension de l'utilisateur, afin d'assurer une collaboration efficace et transparente. Elle comporte une seule section de contenu.

Objectif de la page : Clarifier les demandes d'informations, réduire les demandes de support, améliorer l'expérience utilisateur et renforcer la crédibilité de la marque.

Contenus nécessaires :

- **Titre et sous-titre :** Le titre principal doit capter l'attention et résumer l'objectif de la page ou de la section.
Exemple : *"FAQ : Toutes les réponses à vos interrogations."*
- **Champs de recherche :** Intégrez un champ de recherche intuitif en haut de la page pour faciliter la navigation. Exemple : *"Recherchez une question spécifique dans notre FAQ en tapant des mots-clés dans le champ ci-dessous."*
- **Questions déclinées sous forme d'accordéon :** Présentez les questions fréquemment posées sous forme d'un accordéon interactif, permettant de révéler la réponse en cliquant sur la question.
Exemple :
 - *"Quels sont vos délais de livraison ? (Cliquez pour dérouler)"*
 - *"Proposez-vous des options de paiement sécurisé ? (Cliquez pour afficher la réponse)"*
- **Lien vers le formulaire de contact :** Conclure la page par une invitation à contacter votre équipe en cas de question non résolue.
Exemple :
 - Texte d'appel à l'action : *"Vous n'avez pas trouvé la réponse à votre question ? Nous sommes là pour vous aider !"*
 - Ajoutez un bouton ou un lien : *"Contactez-nous via notre formulaire."*

Structure commune aux pages

Header :

- Intégrez une barre de navigation contenant des liens vers les principales sections du site (Accueil, Qui sommes-nous, Partenariat Sponsoring, Infrastructure, Produits, Événements Blog). Sur mobile et tablette : intégration de la navigation avec un bouton d'ouverture d'un menu déroulant en haut à gauche.
- Un logo en position centrale qui si cliqué, redirige vers la page d'accueil.
- Un CTA "Contact" en haut à droite.
- En partie centrale : une image de fond et un titre centré. Le titre est dynamique et change en fonction du nom de la page.

Footer :

- Coordonnées : Adresse e-mail, numéro de téléphone à gauche.
- Une sitemap de navigation du site avec en plus des pages importantes (voir header), un lien vers la page de mentions légales en partie centrale.
- Icônes vers les réseaux sociaux et champ d'inscription newsletter à droite.
- Une phrase de copyright en bas centrée : "© 2025 VotreEntreprise. Tous droits réservés."

Design et ergonomie

L'aspect design et ergonomie du site Swiss Padel Stars est un élément crucial pour véhiculer l'image de marque premium et pour offrir aux utilisateurs une expérience de navigation fluide et intuitive. Le design doit combiner élégance et modernité, tout en restant accessible, fonctionnel et conforme aux normes d'accessibilité. Cette section est divisée en plusieurs aspects clés : le style visuel, l'expérience utilisateur (UX), l'accessibilité, et le storytelling visuel.

1. Style Visuel

Objectif : Créer un style visuel élégant, audacieux et premium qui reflète l'image haut de gamme de Swiss Padel Stars. Le design doit également rester accessible et moderne, en utilisant une palette de couleurs, des typographies et des éléments graphiques qui expriment l'excellence et la sophistication associées au padel.

Palette de couleurs : Nous vous proposerons plusieurs palettes de couleur afin que vous puissiez choisir.

Outils : Utilisation d'outils de sélection de palettes, comme Adobe Color, pour créer une harmonie visuelle. Tester également la visibilité des couleurs pour une expérience accessible à tous.

Typographie : Nous vous proposerons différentes typographies qui reflètent le sérieux et le dynamisme de la marque.

Outils : Outils de gestion des polices, comme Google Fonts ou Adobe Fonts, pour sélectionner et intégrer des typographies premium.

Éléments graphiques et animations : L'utilisation d'animations subtiles, telles que des transitions douces sur les boutons, des effets de survol et des transitions entre les sections, rendra le site interactif sans être distrayant. Les éléments graphiques comme les icônes et les boutons doivent être modernes et minimalistes, en cohérence avec l'image haut de gamme.

Outils : CSS3 pour les animations légères ; utilisation de SVG pour les icônes haute définition ; Figma ou Adobe XD pour concevoir les éléments graphiques interactifs.

2. Expérience utilisateur (UX)

Objectif : Concevoir une navigation intuitive et des parcours utilisateurs clairs, adaptés aux besoins des décideurs et dirigeants qui constituent la cible principale de Swiss Padel Stars. Chaque interaction doit guider l'utilisateur vers des informations clés sans surcharge cognitive, en créant une structure logique et en minimisant les clics nécessaires pour atteindre les informations.

Structure de navigation : La navigation doit être simple et logique. Un menu principal fixe, comprenant les sections « Accueil », « Qui sommes-nous ? », « Partenariats et Sponsoring », « Infrastructure », « Produits » et « Événements et Blog », permet de guider les utilisateurs vers les informations recherchées sans effort.

Parcours utilisateur : Les parcours utilisateurs devront être clairs et définis pour chaque type d'utilisateur (partenaires potentiels, acheteurs de produits, organisateurs d'événements). Par exemple, un décideur intéressé par le sponsoring doit pouvoir accéder rapidement aux études de cas, aux témoignages, et à un formulaire de contact pour établir un partenariat.

Outils : Création de wireframes et prototypes interactifs avec Figma ou Adobe XD pour illustrer les parcours utilisateurs ; tests de navigation pour optimiser le nombre de clics et la fluidité du parcours.

Appels à l'action (CTA) : Des boutons et sections bien visibles doivent inviter les utilisateurs à agir, tels que « Demander un devis », « Contactez-nous pour un partenariat », ou « En savoir plus sur nos infrastructures ». Les CTA doivent être positionnées de manière stratégique dans les sections, avec un contraste de couleur pour se démarquer.

3. Accessibilité

Objectif : Garantir que le site respecte les normes d'accessibilité (WCAG 2.1), afin d'offrir une expérience optimale à tous les utilisateurs, y compris ceux ayant des besoins spécifiques. Le site devra être conforme aux niveaux AA des WCAG, ce qui implique des ajustements en matière de contrastes, de structure et de navigation.

Contraste des couleurs : Les éléments de texte et les boutons doivent présenter un contraste suffisant par rapport à l'arrière-plan pour garantir la lisibilité pour les personnes ayant des troubles visuels. Les tests de contraste doivent être effectués pour s'assurer que le texte est toujours visible, même dans des conditions de faible luminosité.

Outils : Outils de vérification du contraste comme WebAIM Contrast Checker ou Color Safe.

Structure de l'information : Utilisation de titres structurés (H1, H2, H3) pour que le contenu soit facilement lisible par les lecteurs d'écran, et balises ARIA pour permettre une navigation efficace pour les personnes utilisant des technologies d'assistance.

Outils : Google Lighthouse et Axe Accessibility Tool pour tester la conformité aux normes d'accessibilité.

Navigation au clavier : Le site doit être intégralement navigable au clavier, permettant aux utilisateurs de tabuler entre les sections et d'interagir avec tous les éléments sans utiliser la souris.

Outils : Tests de navigation clavier pour vérifier l'accessibilité de chaque section.

4. Storytelling

Objectif : Utiliser le storytelling pour mettre en avant l'expertise et la passion de Swiss Padel Stars dans le domaine du padel. Le storytelling doit être intégré dans le design pour transmettre l'histoire de l'entreprise et inspirer confiance, en montrant aux utilisateurs que Swiss Padel Stars est un partenaire de choix pour le sponsoring, l'événementiel et les infrastructures sportives.

Éléments narratifs : Chaque section du site doit raconter une partie de l'histoire de Swiss Padel Stars. Par exemple, la section « Qui sommes-nous ? » pourrait retracer l'origine de l'entreprise et ses motivations, tandis que la page « Partenariats et Sponsoring » pourrait partager des histoires de succès de partenariats passés.

Outils : Création de contenus visuels et textuels à l'aide de Figma pour organiser les sections narratives et de StoryChief pour centraliser les éléments de storytelling.

Images et vidéos immersives : Les visuels doivent soutenir le storytelling, notamment avec des vidéos d'événements passés, des images d'infrastructures, et des photos de l'équipe. L'objectif est de montrer l'impact de Swiss Padel Stars dans le domaine du padel, en humanisant l'entreprise et en illustrant ses succès.

Outils : Utilisation de banques d'images haute résolution pour les photos ; montage vidéo avec Adobe Premiere Pro pour des séquences immersives. Ces banques de photos ou vidéos peuvent être payantes.

Micro-interactions : Des animations subtiles (ex. : des transitions douces, des effets de survol) renforcent le storytelling en ajoutant de la fluidité et de l'interactivité, ce qui capte l'attention sans surcharger visuellement le site.

Outils : CSS3, JavaScript et bibliothèque d'icônes comme Lucide pour développer les animations.

SEO et optimisation

L'optimisation pour les moteurs de recherche (SEO) et la performance du site sont des éléments centraux pour garantir que Swiss Padel Stars atteigne une audience plus large et améliore sa visibilité en ligne. Une bonne optimisation SEO permet au site d'apparaître en haut des résultats de recherche pour des mots-clés stratégiques, tandis que l'optimisation des performances assure une expérience utilisateur fluide, essentielle pour maintenir l'engagement des visiteurs et améliorer le taux de conversion.

SEO : Optimisation pour les mots-clés spécifiques au padel et au sponsoring

Objectif : Atteindre un bon positionnement sur les moteurs de recherche (principalement Google) pour des mots-clés stratégiques liés aux activités de Swiss Padel Stars, comme le sponsoring, l'événementiel et les infrastructures de padel. Cette optimisation permettra d'augmenter la visibilité du site auprès des partenaires potentiels, des sponsors et des acheteurs intéressés par le padel.

1. Recherche de mots-clés (Keyword Research)

Analyse des mots-clés spécifiques : Une analyse approfondie des mots-clés doit être effectuée pour identifier les termes les plus recherchés dans le domaine du padel et du sponsoring sportif, tels que "sponsoring padel", "événements padel", "installation de terrain de padel", et "achat de tables de padel". Cette recherche doit également identifier les mots-clés à longue traîne (long-tail keywords) et les expressions spécifiques aux infrastructures sportives.

Outils : Utilisation de Google Keyword Planner pour identifier les mots-clés principaux, ainsi que des outils de recherche plus avancés comme Ahrefs ou Ubersuggest pour explorer les mots-clés secondaires, leurs volumes de recherche, et leur niveau de concurrence. Answer the Public peut également être utilisé pour trouver des questions fréquemment posées par les utilisateurs, qui peuvent être intégrées dans les contenus.

2. Optimisation On-Page (SEO On-Page)

Balises Titre (Title Tags) : Chaque page doit avoir une balise titre unique et optimisée, incluant le mot-clé principal. Par exemple, pour la page de sponsoring, un titre optimisé pourrait être « Sponsoring Padel - Partenariats et Événements avec Swiss Padel Stars ».

Balises Meta Description : La meta description de chaque page doit être claire et engageante, contenant les mots-clés principaux et incitant les utilisateurs à cliquer. Cette balise est cruciale pour le CTR (Click Through Rate).

Balises H1, H2, et Structure des Titres : Les titres de chaque page doivent être structurés pour inclure les mots-clés ciblés. La balise H1 doit contenir le mot-clé principal, et les sous-titres H2 et H3 doivent être utilisés pour segmenter le contenu en sections logiques et lisibles.

Texte Alt pour les images : Chaque image doit inclure un texte alternatif (alt text) optimisé avec des mots-clés pour améliorer le SEO des images et assurer une accessibilité maximale.

Optimisation des URLs : Les URLs des pages doivent être courtes, lisibles et contenir des mots-clés pertinents, comme « /sponsoring-padel » ou « /evenements-padel ».

Outils : Google Search Console, Lighthouse et PageSpeed pour analyser les performances SEO de chaque page.

3. Contenu optimisé et stratégie de blogging

Création de contenu riche : Chaque page principale doit contenir un contenu original et informatif, d'au moins 500-700 mots, optimisé pour les mots-clés spécifiques. La section blog devra publier régulièrement des articles sur des sujets tels que l'organisation d'événements de padel, les bienfaits du sponsoring sportif, et les innovations dans les infrastructures de padel.

Optimisation des longues traînes (Long-Tail Keywords) : Chaque article de blog et page de service doit inclure des mots-clés longue traîne pour capturer les recherches spécifiques, comme « comment organiser un événement de padel » ou « avantages du sponsoring dans le sport ».

Intégration de liens internes : Une stratégie de maillage interne doit être mise en place pour relier les pages entre elles et renforcer la navigation et l'autorité SEO du site.

Outils : Google Trends pour suivre les tendances de recherche ; Ahrefs pour les idées de contenu et le suivi des performances des mots-clés ; outil de planification de contenu comme Notion ou Trello pour organiser les articles de blog et assurer leur publication régulière.

4. SEO Technique

Sitemap XML et Fichier Robots.txt : Le site doit disposer d'un sitemap XML bien structuré pour faciliter l'indexation par les moteurs de recherche, et un fichier robots.txt doit être configuré pour bloquer les pages non pertinentes.

Vérification de l'Indexation : Toutes les pages doivent être soumises à Google via Google Search Console pour garantir leur indexation correcte et vérifier les erreurs d'indexation.

Outils : Google Search Console pour soumettre le sitemap et surveiller les erreurs.

Stratégie digitale

La stratégie digitale de Swiss Padel Stars a pour but d'assurer une présence en ligne cohérente, dynamique et engageante, maximisant l'engagement des utilisateurs et renforçant l'image de marque premium de l'entreprise. Cette stratégie inclut des actions clés pour l'intégration des réseaux sociaux, la gestion de newsletters, la mise en place d'un espace client sécurisé (optionnel), la publicité en ligne, et un calendrier éditorial.

1. Intégration des réseaux sociaux

Objectif : Faciliter le partage des contenus du site par les utilisateurs sur les plateformes sociales et augmenter la visibilité et l'engagement autour de la marque Swiss Padel Stars. Les réseaux sociaux sont également un levier important pour attirer de nouveaux visiteurs et générer des interactions avec l'audience.

Boutons de partage sur les réseaux sociaux

Intégration de boutons de partage : Des boutons de partage social doivent être intégrés sur les pages principales, en particulier les articles de blog, les actualités, et les rétrospectives d'événements. Ces boutons doivent permettre un partage direct sur les principales plateformes sociales, LinkedIn et Instagram.

Positionnement des boutons : Les boutons doivent être bien visibles mais non intrusifs, positionnés en bas des articles pour encourager les partages sans gêner la lecture.

2. Gestion des comptes officiels

Création et optimisation des profils : Chaque profil de Swiss Padel Stars doit être optimisé avec des visuels de marque cohérents, une biographie claire, et des liens vers le site officiel. Cela inclut les plateformes Instagram et LinkedIn.

Planification de contenu : Un calendrier de publication sera établi pour partager régulièrement du contenu engageant et pertinent (par exemple, annonces d'événements, témoignages de partenaires, articles de blog, photos d'événements). La publication doit être adaptée aux spécificités de chaque plateforme.

Outils : Plateformes de gestion des réseaux sociaux comme Hootsuite ou Buffer pour planifier et suivre les publications, mesurer l'engagement, et ajuster la stratégie en fonction des performances.

3. Newsletter

Objectif : Créer une newsletter régulière pour informer les utilisateurs des dernières actualités, événements, produits et articles de blog. La newsletter est un canal privilégié pour fidéliser l'audience et encourager les utilisateurs à revenir sur le site.

Système de gestion de la newsletter

Collecte des abonnés : Intégrer des formulaires d'inscription à la newsletter dans les pages principales du site, comme la page d'accueil, le blog, et la section événements. Les formulaires doivent être simples et offrir un bénéfice clair (ex. « Soyez informé de nos événements exclusifs »).

Segmentation des abonnés : Créer des segments (ex. partenaires potentiels, amateurs de padel, clients existants) pour envoyer des newsletters ciblées en fonction des intérêts et comportements des utilisateurs.

Outils : Utilisation de Mailchimp, SendinBlue ou HubSpot pour la gestion des abonnés, la segmentation, et l'automatisation des envois.

Création de contenu pour la newsletter

Fréquence des envois : Établir une fréquence d'envoi (par exemple, une newsletter mensuelle) pour partager les actualités, événements à venir, et nouveaux articles de blog. Une fréquence régulière aide à renforcer l'engagement sans submerger les abonnés.

Mise en page : Chaque newsletter doit être visuellement attractive, avec des visuels alignés sur l'identité visuelle de Swiss Padel Stars, et un contenu succinct mais engageant.

Outils : Outils de conception comme Canva pour créer des visuels, et l'éditeur de Mailchimp ou SendinBlue pour mettre en forme la newsletter et insérer des liens de partage social.

Suivi et optimisation des performances

Analyse des données : Suivi des taux d'ouverture, de clic, et de désabonnement pour évaluer l'efficacité des newsletters et ajuster la stratégie de contenu si nécessaire.

A/B testing : Effectuer des tests A/B pour optimiser l'objet des emails, les CTA, et le contenu.

Outils : Mailchimp Analytics ou SendinBlue Reporting pour les statistiques et le suivi des performances des campagnes.

4. Espace client sécurisé

Objectif : Offrir un espace sécurisé pour que les clients de Swiss Padel Stars puissent suivre l'avancement de leurs projets (ex. installation de terrains de padel) et consulter leurs documents, comme les factures et les rapports.

Mise en place de l'espace client

Authentification sécurisée : L'espace client doit être protégé par une authentification sécurisée (nom d'utilisateur et mot de passe). Un processus de récupération de mot de passe doit être mis en place.

Accès aux documents : Chaque client doit pouvoir consulter et télécharger des documents spécifiques, tels que les factures, contrats, et rapports de suivi de projet.

Gestion des droits d'accès et sécurité

Contrôle d'accès : L'espace client doit permettre des restrictions d'accès par utilisateur pour que chaque client accède uniquement à ses propres documents.

Cryptage des données : Les informations partagées dans l'espace client doivent être sécurisées par des mesures de cryptage et de sauvegarde régulière.

Outils : Utilisation d'un certificat SSL pour assurer la sécurité des données.

5. Publicité en ligne

Objectif : Générer du trafic qualifié et attirer de nouveaux partenaires ou clients en menant des campagnes publicitaires sur Google Ads et Meta Business (Facebook et Instagram), en fonction du budget disponible.

Création des campagnes publicitaires

Ciblage précis : cibler des audiences spécifiques selon les intérêts (sponsoring sportif, infrastructures sportives) et les données démographiques (âge, localisation, secteur d'activité).

Formats publicitaires : Utiliser différents formats pour diversifier les campagnes : annonces de recherche Google, annonces display, annonces vidéos pour les rétrospectives d'événements, et annonces de génération de leads sur Facebook.

Création de cartes de visites papier : Visuel en lien avec la charte graphique, avec informations et contact de Monsieur Mamdouh, et QR code qui amène sur le site.

Outils : Google Ads pour les campagnes de recherche et display ; Meta Ads Manager pour les campagnes sur Facebook et Instagram.

Suivi et optimisation des campagnes

Suivi des KPIs : Analyser les KPIs comme le CPC (coût par clic), le CTR (taux de clic) et les conversions pour ajuster les campagnes en temps réel.

A/B Testing : Effectuer des tests A/B sur les visuels, les messages, et les audiences pour maximiser le retour sur investissement.

Outils : Google Analytics pour mesurer le trafic provenant des annonces, Meta Ads Manager Insights pour le suivi **des performances sur Facebook et Instagram**.

6. Calendrier Éditorial

Objectif : Le calendrier éditorial sera assuré pour trois mois. Il a pour objectif d'assurer une communication cohérente, organisée et régulière sur les différents canaux de Swiss Padel Stars, incluant les réseaux sociaux, le blog, et la newsletter. Un calendrier bien structuré permet de planifier les publications en fonction des événements importants et des objectifs marketing, d'anticiper les actions à mener et de coordonner les équipes impliquées. Ce document centralisé est essentiel pour suivre le rythme de publication et maximiser l'impact de chaque contenu publié.

Création et gestion du calendrier

Définition des thèmes et types de contenus : Le calendrier éditorial doit inclure des thématiques et types de contenus variés, répondant aux différents besoins de l'audience de Swiss Padel Stars. Par exemple, des articles de blog peuvent traiter de sujets tels que les conseils sur le padel, les rétrospectives d'événements, ou les témoignages de partenaires. Les publications sur les réseaux sociaux incluront des annonces d'événements, des contenus inspirants, et des informations sur les produits (comme les tables de padel). Enfin, les newsletters peuvent récapituler les actualités récentes, informer sur les événements à venir et offrir des promotions exclusives.

Établissement des dates de publication : Les dates de publication doivent être choisies en fonction des événements clés de l'année, comme le lancement de nouveaux produits, les grands événements de padel organisés par Swiss Padel Stars, ou des campagnes de sponsoring. Cela permet de préparer en avance le contenu et d'assurer qu'il est publié de manière stratégique pour maximiser l'impact.

Exemples de planification mensuelle :

- Semaine 1 : Publication d'un article de blog sur les bénéfices du sponsoring sportif.
- Semaine 2 : Post social sur les infrastructures de terrains de padel, avec un lien vers la page dédiée.
- Semaine 3 : Envoi d'une newsletter incluant les articles de blog récents et un aperçu des événements à venir.
- Semaine 4 : Publication d'une rétrospective d'événement avec photos et témoignages de participants.

7. Coordination des équipes

Rôles et responsabilités : Assigner des rôles clairs pour chaque tâche du calendrier éditorial. Par exemple, l'équipe de contenu est responsable de la rédaction des articles de blog et des descriptions pour les réseaux sociaux, l'équipe de design crée les visuels, et l'équipe marketing gère la publication et la promotion.

Validation des contenus : Mettre en place un processus de validation pour garantir que chaque contenu est revu et approuvé avant publication. Cela inclut la vérification des informations, de la qualité des visuels, et de l'optimisation SEO pour les articles de blog. Les contenus doivent être validés en avance pour éviter les retards dans la publication.

Réunions de suivi : Organiser des réunions hebdomadaires ou bimensuelles pour revoir les tâches du calendrier éditorial, ajuster les priorités et s'assurer que tous les contenus sont prêts à temps.

Outils de coordination : Utiliser des plateformes de gestion de projet comme Trello, Notion, ou Asana pour centraliser le calendrier et permettre aux équipes d'accéder aux tâches et aux échéances. Les outils de gestion de tâches aident à assigner les responsabilités, définir les dates limites, et partager des mises à jour sur l'avancement du contenu.

Outils de gestion du calendrier

- **Google Calendar** : Utilisé pour synchroniser les dates clés avec l'équipe entière et organiser des rappels pour les publications importantes, comme les newsletters ou les lancements de campagnes.
- **Trello, Notion, ou Asana** : Ces outils permettent de créer un calendrier visuel et interactif, avec des étiquettes pour chaque type de contenu (blog, réseaux sociaux, newsletter), et de centraliser les informations pour que toutes les équipes puissent suivre le statut des tâches en temps réel. Trello, par exemple, peut être utilisé pour organiser le contenu par semaine ou par mois avec des tableaux pour chaque canal de publication.

8. Suivi et ajustement

Suivi des performances

Mesure des KPI (Indicateurs Clés de Performance) : Les performances des publications doivent être mesurées régulièrement pour comprendre leur impact et adapter la stratégie éditoriale en conséquence.

Les indicateurs clés incluent :

- **Taux d'engagement sur les réseaux sociaux** : Le nombre de likes, partages, et commentaires pour évaluer quels types de contenus suscitent le plus d'interactions.
- **Taux d'ouverture et de clic des Newsletters** : Pour chaque envoi de newsletter, surveiller le taux d'ouverture et le taux de clic pour identifier les sujets qui captent le mieux l'attention des abonnés.
- **Nombre de visites et taux de rebond sur le blog** : Le trafic vers le blog doit être surveillé, ainsi que le taux de rebond pour identifier les articles les plus consultés et comprendre si le contenu répond aux attentes des visiteurs.

Outils d'analyse : Utiliser Google Analytics pour analyser le trafic vers les articles de blog et le comportement des utilisateurs sur le site. Les insights natifs de Facebook, Instagram, et LinkedIn permettent de mesurer l'engagement sur les réseaux sociaux, tandis que les plateformes de newsletters (comme Mailchimp ou SendinBlue) fournissent des rapports détaillés sur chaque envoi.

Ajustement du calendrier et des contenus

Adaptation du calendrier : En fonction des performances des publications, ajuster le calendrier pour accorder plus de place aux contenus qui suscitent de l'engagement. Par exemple, si les articles de blog sur les événements de padel génèrent beaucoup de trafic, il pourrait être pertinent d'augmenter la fréquence de ces publications.

Amélioration du contenu : Identifier les sujets ou formats qui fonctionnent bien et en publier davantage, tout en expérimentant avec de nouveaux types de contenus pour élargir l'audience. Par exemple, des vidéos ou des infographies peuvent être intégrées pour enrichir les contenus visuels.

Réévaluation des objectifs : Les objectifs de publication doivent être réévalués régulièrement pour s'assurer qu'ils sont alignés avec les priorités stratégiques de Swiss Padel Stars, en fonction des retours des utilisateurs et de l'évolution du marché.

Outils : Les outils de gestion comme Notion ou Asana permettent d'ajuster facilement les tâches et les échéances du calendrier. Pour le suivi des contenus performants, Google Data Studio peut être utilisé pour créer des rapports visuels consolidés, facilitant ainsi la prise de décision et les ajustements rapides.

Rapports et réunions de revue

Rapports mensuels : Un rapport mensuel doit être élaboré pour analyser les publications du mois écoulé, en détaillant les indicateurs de performance et en notant les apprentissages pour chaque type de contenu.

Réunions de revue : Des réunions de revue, organisées chaque mois, permettent aux équipes de contenu, de marketing, et de design de discuter des résultats et de planifier les ajustements à apporter. Ces sessions sont essentielles pour échanger des idées et ajuster le calendrier éditorial de manière collaborative.

Outils : Google Slides ou PowerPoint pour préparer les rapports et présenter les résultats en réunion, et des outils de visioconférence (ex. Zoom, Google Meet) pour les équipes à distance.

Outils d'analyse de performance

L'analyse de performance est cruciale pour mesurer l'efficacité des actions digitales et orienter les décisions stratégiques de Swiss Padel Stars. Elle permet de suivre l'atteinte des objectifs marketing, d'optimiser les campagnes en cours et d'améliorer la rentabilité des actions en ligne. Cette section présente les outils et processus nécessaires pour collecter, analyser, et interpréter les données de performance issues du site et des réseaux sociaux.

1. Suivi des KPI (Indicateurs de Performance Clés)

Objectif : Définir et suivre des indicateurs de performance (KPI) pertinents pour évaluer le succès du site web, des campagnes marketing, et de l'engagement sur les réseaux sociaux. Ces KPI serviront de base pour ajuster les stratégies de Swiss Padel Stars en fonction des résultats obtenus.

Définition des KPI Principaux

- **Trafic du site web** : Mesurer le volume de visiteurs, leur provenance (direct, organique, réseaux sociaux, etc.), et les pages visitées. Suivre également la part du trafic mobile pour optimiser l'expérience utilisateur.
- **Engagement utilisateur** : Analyser le temps passé sur le site, le nombre de pages vues par session, et le taux de rebond. Ces indicateurs montrent l'intérêt des utilisateurs pour les contenus et l'efficacité de la navigation.
- **Conversions** : Mesurer le nombre de conversions réalisées (par exemple, inscriptions à la newsletter, demandes de devis, soumissions de formulaires de contact) pour évaluer l'efficacité du site à générer des leads.
- **Taux d'engagement sur les réseaux sociaux** : Suivre les interactions sur les réseaux sociaux, comme les mentions « J'aime », les partages, les commentaires, et

le taux d'engagement total (nombre d'interactions par rapport à la portée de la publication).

- **ROI des campagnes publicitaires** : Calculer le retour sur investissement (ROI) des campagnes publicitaires sur Google Ads, Facebook Ads, et autres plateformes, en analysant le coût par clic (CPC), le coût par conversion, et le retour global sur chaque investissement publicitaire.

2. Outils de Suivi des KPI

Google Analytics : Utilisé pour suivre le trafic du site, les sources de visiteurs, le comportement des utilisateurs et les conversions. Google Analytics permet également de configurer des objectifs personnalisés pour suivre les actions importantes (comme les inscriptions à la newsletter ou les demandes de devis).

Google Tag Manager : Outil complémentaire permettant de gérer les balises de suivi sur le site de Swiss Padel Stars, comme les événements spécifiques ou les clics sur des boutons, sans modifier directement le code du site.

Facebook Insights et Instagram Insights : Pour analyser l'engagement sur les publications de Swiss Padel Stars, y compris les impressions, les interactions et le taux de clics sur les publicités.

Google Search Console : Fournit des informations sur le positionnement du site dans les résultats de recherche Google, le taux de clics organiques (CTR), les mots-clés générant le plus de trafic, et les erreurs d'indexation qui pourraient affecter la visibilité du site.

Outils de gestion des réseaux sociaux (Hootsuite, Sprout Social) : Ces outils permettent de centraliser les données d'engagement social et d'obtenir des rapports consolidés pour chaque plateforme, facilitant ainsi l'analyse comparative.

Rapports Réguliers pour Mesurer les Résultats des Actions Marketing

Objectif : Générer des rapports réguliers pour mesurer les résultats des actions marketing, identifier les tendances, et ajuster les stratégies de Swiss Padel Stars en fonction des performances. Ces rapports fourniront une vue d'ensemble des campagnes publicitaires, des performances du site et des interactions sur les réseaux sociaux.

3. Fréquence et structure des rapports

Rapports mensuels : Rapports détaillés sur les campagnes publicitaires, l'évolution du trafic web, les sources de trafic, les performances des publications sociales, et le taux de conversion. Ces rapports permettent d'avoir une vue d'ensemble mensuelle et de planifier des ajustements stratégiques.

Rapports trimestriels : Bilan global pour évaluer les résultats des actions marketing sur une période de trois mois, comparer les performances par rapport aux objectifs annuels, et ajuster les priorités stratégiques pour le trimestre suivant. Ces rapports incluront également une analyse des tendances et une synthèse des succès et défis rencontrés.

Contenu des rapports

Analyse des campagnes publicitaires : Présentation des résultats des campagnes Google Ads, Meta Business (Facebook et Instagram), avec une attention particulière au coût par clic (CPC), au coût par conversion, et au retour sur investissement (ROI). Identifier les campagnes ou annonces les plus performantes pour allouer plus de budget aux actions à succès.

Performance du site web : Analyse du trafic, des pages les plus consultées, du taux de rebond, et des conversions générées par le site. Comparaison des performances par rapport aux périodes précédentes pour identifier les tendances (hausse ou baisse de trafic, taux de conversion stable ou en augmentation).

Interactions sur les réseaux sociaux : Analyse des publications les plus engageantes, des taux d'interactions et de la croissance de la communauté sur chaque plateforme. Identification des types de contenus les plus efficaces pour adapter la stratégie de contenu sur les réseaux sociaux.

Synthèse et recommandations : Résumé des points forts et des points d'amélioration de chaque campagne ou canal. Les recommandations serviront à optimiser les actions futures, comme renforcer les contenus de haute performance, améliorer les campagnes publicitaires peu efficaces, ou ajuster les messages pour mieux correspondre aux attentes de l'audience.

Outils pour la création des rapports

- **Google Data Studio** : Outil de visualisation de données permettant de créer des rapports personnalisés et dynamiques en se connectant à différentes sources de données (Google Analytics, Google Ads, Facebook Ads, etc.). Data Studio permet de centraliser toutes les informations pertinentes dans un seul tableau de bord, accessible en temps réel par les équipes.
- **Excel ou Google Sheets** : Pour organiser et analyser manuellement les données, notamment pour les comparaisons mensuelles et trimestrielles. Les feuilles de calcul peuvent également être utilisées pour générer des graphiques et des tableaux synthétiques.
- **Facebook Ads Manager et Google Ads Dashboard** : Pour obtenir des rapports détaillés sur les performances des campagnes publicitaires et accéder aux statistiques spécifiques à chaque plateforme (CPC, conversions, ROI).
- **Sprout Social ou Hootsuite** : Ces plateformes permettent de générer des rapports d'engagement pour les réseaux sociaux, d'analyser les performances par plateforme, et de suivre l'évolution de la communauté (nombre d'abonnés, taux d'engagement).

4. Analyse et interprétation des données

Analyse des tendances : Identifier les tendances dans les données recueillies, par exemple une augmentation du trafic pendant les périodes de campagne, des pics d'engagement suite à la publication de certains types de contenus, ou une baisse des conversions lors de périodes spécifiques. Cette analyse aide à ajuster les campagnes et à renforcer les actions les plus efficaces.

Réunions de revue des performances : Organiser des réunions mensuelles pour partager les résultats des rapports avec l'équipe développement et marketing. Ces sessions permettent de discuter des résultats, de proposer des ajustements et de coordonner les prochaines actions en fonction des observations.

Prise de décision basée sur les données : Utiliser les insights issus des rapports pour guider les décisions stratégiques. Par exemple, si une campagne spécifique montre un ROI élevé, elle peut être étendue ou répétée avec un budget augmenté. À l'inverse, les campagnes moins performantes seront ajustées ou suspendues pour réorienter les ressources vers des actions plus rentables.

Aspects Techniques

La section des aspects techniques est fondamentale pour garantir la fiabilité, la sécurité, et la conformité du site Swiss Padel Stars. Elle décrit les choix technologiques à adopter, les mesures de sécurité pour la protection des données personnelles et des informations sensibles, ainsi que les procédures de maintenance et d'évolutivité pour que le site puisse s'adapter aux besoins futurs de l'entreprise.

Développement sur mesure front-end : Le front-end de l'application repose sur une architecture solide basée sur l'écosystème React. La bibliothèque React, associée à React Router pour la gestion des routes et React Query pour la gestion des requêtes HTTP, garantit une expérience utilisateur fluide et réactive. Ce code sera facilement exportable dans le cadre du développement d'une application mobile ou PWA et offrira une grande extensibilité applicative à travers un écosystème riche en librairie. Le choix de Tailwind CSS assure une personnalisation stylistique rapide et efficace, tout en maintenant une cohérence visuelle.

1. Librairies

- **React** : Version 18.3.1
- **Tanstack Router** : Ce routeur nous permet de gérer les différentes pages de notre application de manière simple et efficace. Il permet à l'utilisateur de naviguer entre les différentes sections du site (catalogue, panier, compte) sans rechargement de page.
- **Tanstack Query** : Pour optimiser la gestion des données entre le serveur et le client, cette bibliothèque simplifie les requêtes HTTP vers notre API backend et gère la mise en cache, la pagination, la gestion des erreurs, la concurrence entre requête, les états fixe et de transition.
- **Tanstack Store** : Cette bibliothèque agnostique de gestion d'état offre une solution légère et performante pour gérer l'état global dans un store centralisant les données de l'application React.
- **Tailwind CSS** : Notre choix s'est porté sur Tailwind CSS pour le styling de notre application. Cette bibliothèque de classes CSS utilitaires nous permet de créer des

interfaces personnalisées rapidement et efficacement, tout en maintenant une cohérence visuelle.

- **Typescript** : Typage des composants React : Nous définissons les types des props et de l'état des composants React, ce qui rend le code plus prévisible, plus maintenable et augmentant considérablement sa scalabilité. Typage des données provenant de l'API: Nous définissons des interfaces pour représenter les données reçues de l'API, garantissant ainsi que les données sont utilisées correctement dans l'application. Intégration avec Tanstack Query: TypeScript nous permet de typer les requêtes, les réponses et les erreurs de React Query, améliorant la fiabilité de notre gestion des données. Utilisation de types personnalisés: Nous créons des types personnalisés pour représenter des concepts spécifiques à notre application, comme un produit, un utilisateur ou une commande.
- **Zod et React Hook Form** : Ces bibliothèques interviendront lors de la validation des données avant l'envoi au serveur et lors de la réception de donnée depuis le serveur.

Cette pile technique assure une évolutivité et une sécurité optimales, garantissant ainsi la pérennité des opérations. Sa modularité facilite la mise à l'échelle de nos applications et la mise en œuvre de nouvelles fonctionnalités.

2. Fonctionnalités

- **Panier dynamique** : Le panier est mis à jour en temps réel grâce à des requêtes AJAX vers l'API backend.
- **Formulaire de paiement sécurisé** : L'intégration de Stripe permet de créer un formulaire de paiement sécurisé directement sur la page de paiement. Les données sensibles sont gérées par Stripe, garantissant ainsi la conformité aux normes PCI DSS.
- **Confirmation de commande** : Une page de confirmation récapitule la commande et indique le statut du paiement.
- **Gestion des cookies** : Utilisation de cookies (techniques, de personnalisation, de mesure d'audience) pour améliorer l'expérience utilisateur, personnaliser la navigation, recueillir des informations statistiques.
- **Formulaire de contact** : Formulaire de contact simple et intuitif disposant de champ nom, prénom, mot de passe si nécessaire, type de demande, abonnement newsletter si nécessaire et message.
- **Affichage des éléments textuels sur le blog** : Les articles de blog sont présentés de manière claire et aérée, avec une mise en page soignée pour faciliter la lecture. Les éléments textuels sont optimisés pour le référencement naturel (SEO) afin d'améliorer la visibilité du site. Seront gérés dynamiquement, titre, sous-titre, citation, images, vidéo, date de parution, auteur, bouton de partage.
- **Navigation côté client** : Une navigation intuitive et fluide permet aux utilisateurs de parcourir facilement le site et de trouver rapidement les produits qu'ils recherchent. Le menu principal est clairement structuré et les sous-menus sont organisés de manière logique.
- **Validation** : Toutes les données envoyées à l'API seront validées en qualité et quantité côté client.

- **Carrousel** : Carrousel d'images dynamique, mettant en avant les caractéristiques clés de chaque article.
- **Connexion / inscription** :
L'API exposera des endpoints dédiés à la gestion de la connexion et de l'inscription des utilisateurs. Ces endpoints, sécurisés par un mécanisme d'authentification approprié (JWT), permettront de créer de nouveaux comptes utilisateur et de gérer les sessions. Les requêtes HTTP seront utilisées pour transmettre les informations d'identification (email, mot de passe) et les réponses de l'API fourniront les tokens d'authentification nécessaires.
- **Authentification à double facteurs (2FA)** :
L'API supporte l'authentification à double facteur pour renforcer la sécurité des comptes utilisateurs. Un endpoint spécifique sera dédié à l'activation et à la configuration de la 2FA. Lors de la connexion, l'utilisateur sera invité à fournir un code de vérification généré par une application d'authentification dédiée. L'API vérifie la validité de ce code avant d'accorder l'accès.
- **Gestion des articles, des commandes, des devis, des demandes de contact, des utilisateurs** :
L'API exposera un ensemble d'endpoints permettant de gérer les différentes entités métier (articles, commandes, devis, contacts, connexions, paniers...). Ces endpoints permettront de créer, de lire, de mettre à jour et de supprimer ces entités. Les requêtes HTTP seront utilisées pour transmettre les données nécessaires et les réponses de l'API fourniront les informations requises.
- **Gestion des images** : Afin d'améliorer les performances de l'application, les images seront gérées par un bundle spécialisé. Ce dernier assurera leur optimisation en termes de taille et de format, réduisant ainsi le poids des pages et accélérant leur chargement. De plus, ce bundle permettra de générer différentes versions des images pour s'adapter aux différents écrans et appareils, garantissant ainsi une expérience utilisateur optimale.
- **Gestion des produits** : Le catalogue de produits est stocké en base de données et mis à jour régulièrement.
- **Panier** : Une fois modifié et validé, le panier est persisté en base de donnée, permettant de recharger le panier après une déconnexion.
- **Intégration de l'API Stripe** : L'API Stripe est utilisée pour créer des intentions de paiement et gérer les paiements.
- **Webhooks** : Des webhooks sont configurés pour recevoir des notifications de Stripe en cas de succès ou d'échec de paiement.
- **Gestion des états de commande** : Les états de commande (en cours, payée, annulée) sont mis à jour en fonction des événements reçus de Stripe.
- **Envoi de mails** : Des emails de confirmation de commande et de mise à jour de statut sont envoyés à l'utilisateur.

Framework back-end : Le back-end de l'application est développé à l'aide du framework Symfony. Ce choix permet de bénéficier d'une structure robuste et d'une communauté active. L'application expose une API RESTful, développée en Symfony, qui gère les interactions avec la base de données avec le mappeur d'entité Doctrine. Les données sont stockées dans une base de données relationnelle MySQL, assurant ainsi une gestion efficace et fiable des informations.

Base de données : La base de données MySQL a été sélectionnée pour sa maturité, sa performance et sa facilité de gestion. Elle permet de stocker et de gérer efficacement les données de l'application. Un modèle de données relationnel a été conçu pour représenter les entités et les relations entre elles, optimisant ainsi les requêtes et les performances de l'application via l'utilisation d'un ORM Doctrine. Afin d'assurer la pérennité des données, un système de sauvegarde automatique est mis en place. Des sauvegardes complètes de la base de données sont effectuées quotidiennement et stockées sur un serveur distant sécurisé.

Infrastructure : L'infrastructure de l'application est basée sur un pipeline de déploiement continu (CI/CD). Ce pipeline automatisé permet d'intégrer, de tester et de déployer l'application de manière régulière et fiable. L'hébergement de l'application est assuré par un hébergeur spécialisé, offrant ainsi une solution évolutive et sécurisée.

3. Gestion de contenu dynamique

Back-Office personnalisé : Un back-office personnalisé a été développé pour permettre à l'administrateur de gérer les contenus du site de manière intuitive. Ce back-office offre notamment la possibilité de créer et de modifier des articles, en y intégrant des éléments multimédias (images, vidéos) et des liens hypertextes. Les articles peuvent être catégorisés à l'aide de tags pour faciliter l'organisation en back-office et déterminer la catégorie affichée en front-end. Cette organisation par tags permet une grande flexibilité dans la présentation des contenus et facilite la navigation pour les utilisateurs. De plus, un système de notification par email a été mis en place pour alerter l'administrateur de l'arrivée de nouveaux messages via le formulaire de contact. Ces notifications seront envoyées à la fois sur l'adresse email professionnelle et personnelle de l'administrateur, et incluront un lien direct vers le message en question dans le back-office.

4. Sécurité et protection des données

Objectif : Assurer la sécurité et la confidentialité des données personnelles des utilisateurs et des informations sensibles des partenaires, tout en respectant le RGPD suisse.

Conformité RGPD (Règlement Général sur la Protection des Données) Suisse :

<https://www.arcplace.ch/fr/extras/conditions-dutilisation>

Collecte et traitement des données personnelles : Swiss Padel Stars doit informer les utilisateurs des données collectées (nom, prénom, adresse e-mail, numéro de téléphone) et obtenir leur consentement explicite avant toute collecte de données. Un formulaire de consentement conforme doit être intégré aux formulaires de contact et d'inscription.

Politique de confidentialité : Rédaction et mise en ligne d'une politique de confidentialité claire, expliquant le type de données collectées, leur utilisation, et les droits des utilisateurs (accès, rectification, suppression). Cette politique doit être facilement accessible sur le site.

Droits des utilisateurs : Les utilisateurs doivent pouvoir exercer leurs droits en matière de RGPD, notamment l'accès, la rectification, la suppression et l'export de leurs données.

personnelles. Un formulaire de contact ou une adresse e-mail dédiée pour les demandes de RGPD doit être mis en place.

Sécurité renforcée pour les informations partenaires

Chiffrement des données : Les données sensibles, comme les informations des partenaires et les données de contact des utilisateurs, doivent être stockées dans une base de données chiffrée (ex. chiffrement AES-256) pour éviter tout accès non autorisé.

Authentification sécurisée : Mettre en place une authentification à deux facteurs (2FA) pour les utilisateurs ayant accès aux données sensibles, comme l'équipe Swiss Padel Stars et les partenaires, afin de renforcer la sécurité.

Hébergement Sécurisé et Certificats SSL

Certificat SSL : Installation d'un certificat SSL pour crypter toutes les communications entre les utilisateurs et le serveur, garantissant ainsi la confidentialité des données échangées.

Backups et Plan de Reprise : Mettre en place un système de sauvegarde automatique des données (quotidien ou hebdomadaire) et un plan de reprise d'activité (PRA) en cas de panne ou de perte de données. Les sauvegardes doivent être stockées de manière sécurisée, de préférence sur un cloud sécurisé.

5. Maintenance et évolutivité

Objectif : Développer une plateforme évolutive, capable d'intégrer de nouvelles fonctionnalités en fonction des besoins de Swiss Padel Stars, et mettre en place des procédures de maintenance pour garantir la stabilité du site.

Site évolutif

Architecture modulaire : Conception d'une architecture modulaire qui permet d'ajouter ou de modifier des fonctionnalités sans affecter l'ensemble du site. Par exemple, des modules indépendants peuvent être créés pour le blog, les événements, et la gestion des partenaires, facilitant ainsi les mises à jour futures.

Possibilités d'intégration de nouvelles fonctionnalités : Le site doit être conçu de manière à permettre des extensions, comme l'ajout d'un système de réservation en ligne, la gestion de nouveaux types de produits, ou des fonctionnalités avancées pour les événements. Les API RESTful et les microservices sont des choix appropriés pour garantir cette flexibilité.

Scalabilité : L'hébergement sur des plateformes cloud comme AWS ou Google Cloud permet de gérer les pics de trafic et d'augmenter les ressources serveur en fonction des besoins, assurant ainsi une bonne réactivité lors des grands événements ou campagnes de marketing.

Maintenance et mise à jour

Suivi des performances et surveillance : Utilisation d'outils de surveillance comme New Relic pour suivre les performances du site en temps réel, détecter les ralentissements ou les erreurs, et prendre les mesures correctives rapidement.

Maintenance préventive et corrective : Des mises à jour régulières du code et des dépendances (frameworks, bibliothèques) doivent être effectuées pour corriger les bugs et améliorer la sécurité. Une maintenance préventive, comme le nettoyage des bases de données ou l'optimisation du code, est également essentielle pour garantir la performance à long terme.

Procédures de sauvegarde et de récupération : Mettre en place des sauvegardes automatiques régulières (quotidiennes ou hebdomadaires) pour minimiser les risques de perte de données. Un plan de récupération doit être mis en place pour restaurer rapidement le site en cas de défaillance majeure.

Outils : Utilisation de Git pour la gestion des versions et le suivi des modifications de code, et d'outils de CI/CD (ex. **Jenkins, GitLab CI**) pour automatiser les tests et les déploiements.

Handover et transfert de compétences

Documentation technique : Rédaction d'une documentation technique complète, incluant les spécifications du site, les fonctionnalités, et les configurations de sécurité. Cette documentation doit être actualisée régulièrement et compréhensible pour permettre la prise en charge du site par d'autres équipes si nécessaire.

Formation pour l'équipe interne : Organiser des sessions de formation pour le personnel de Swiss Padel Stars qui sera chargé de la maintenance du site, avec des explications sur la gestion des contenus et les procédures de sécurité.

Option de prestataire local : Prévoir la possibilité de transférer la maintenance à un prestataire local si Swiss Padel Stars souhaite externaliser cette tâche. Un contrat de service (SLA) doit être établi avec le prestataire pour garantir les niveaux de disponibilité et de support requis.

Planning et budget

1. Calendrier de réalisation

Début du projet : Dès l'approbation du cahier des charges.

Lancement cible : Mars 2025, avec phases de tests en amont.

Livrables : Livraison par étapes (conception, développement, intégration de contenu, tests et formation).

Rétroplanning : Se référer en page 29

2. Budget

Budget de lancement : 5 000 € pour les campagnes initiales, en plus du coût de développement du site.

Budget total : Se référer au devis ci-joint.

Validation et suivi

La validation et le suivi sont des étapes essentielles dans le développement et la maintenance du site de Swiss Padel Stars. Elles garantissent que le produit final répond aux attentes du client, aux besoins des utilisateurs et aux exigences techniques et fonctionnelles définies. Cette section détaille les points de validation à suivre avant le lancement et les processus de suivi nécessaires pour assurer le bon fonctionnement du site après le lancement.

1. Points de validation

Validation des maquettes pour le design et l'ergonomie

Objectif : Assurer que les maquettes correspondent aux exigences de design et d'ergonomie définies dans le cahier des charges. Cette étape permet de valider l'apparence générale du site, son attrait visuel, et sa facilité d'utilisation.

Processus : Des maquettes haute fidélité, créées avec des outils de design comme Figma ou Adobe XD, seront présentées à l'équipe de Swiss Padel Stars pour une validation. Ces maquettes doivent inclure les pages clés (page d'accueil, pages de services, pages de produits) et refléter les choix de couleurs, typographies, et éléments visuels conformes à l'identité de marque.

Validation : La validation inclut des tests d'ergonomie pour s'assurer que la navigation est intuitive et que le parcours utilisateur est fluide. Des utilisateurs cibles peuvent être impliqués dans cette phase pour fournir un retour d'expérience en conditions réelles. Les éléments à valider incluent le positionnement des boutons d'appel à l'action, la clarté des menus, et la disposition des sections.

Outils : Figma ou Adobe XD pour la création et le partage des maquettes ; Maze pour recueillir des retours sur l'ergonomie des maquettes par des tests utilisateurs.

2. Validation de la structure et des textes pour chaque section

Objectif : Vérifier que la structure du site est logique, que le contenu est bien organisé, et que les textes sont cohérents, engageants et optimisés pour le SEO.

Processus : Chaque section (ex. Qui sommes-nous, Partenariats et Sponsoring, Infrastructures) sera évaluée individuellement pour valider la structure de navigation et le contenu textuel. Les titres, sous-titres, descriptions, et appels à l'action doivent être révisés et approuvés par l'équipe de Swiss Padel Stars.

Validation : Les textes doivent être lisibles, concis et adaptés à l'audience cible. Des validations de conformité SEO seront effectuées pour s'assurer que les balises de titres (H1,

H2) et les mots-clés sont bien intégrés pour un meilleur référencement. Chaque texte sera révisé pour garantir l'uniformité du ton et l'alignement avec l'image de marque.

Outils : Google Docs ou Notion pour la rédaction et la collaboration sur le contenu ; Grammarly ou Hemingway pour vérifier la lisibilité et la correction des textes ;

3. Validation pré-lancement sur un environnement de test

Objectif : Tester l'ensemble du site sur un environnement de pré-production avant son lancement officiel pour identifier et corriger les erreurs potentielles.

Processus : Déploiement du site sur un environnement de test qui réplique les conditions de production. Les fonctionnalités, la navigation, le design, et le contenu doivent être testés pour garantir leur fonctionnement optimal. Cette phase inclut des tests de charge pour vérifier que le site peut supporter le trafic attendu, ainsi que des tests de sécurité pour protéger les données des utilisateurs.

Validation : La validation inclut des tests de compatibilité sur différents navigateurs (Chrome, Firefox, Safari) et appareils (ordinateur, tablette, mobile). Chaque fonctionnalité doit être testée pour s'assurer qu'elle fonctionne comme prévu, notamment les formulaires, les liens internes, et les boutons d'appel à l'action.

Outils : Google Lighthouse pour tester la performance et l'accessibilité ; BrowserStack pour tester la compatibilité sur différents navigateurs et appareils ; JMeter pour les tests de charge ; OWASP ZAP pour les tests de sécurité.

4. Suivi post-lancement

Phase de maintenance pour garantir le bon fonctionnement du site

Objectif : s'assurer que le site fonctionne correctement après le lancement, avec une attention particulière aux performances et à la sécurité. La maintenance prévient également les éventuelles interruptions de service et garantit que le site reste opérationnel et sécurisé.

Processus : Mise en place d'une maintenance proactive incluant les mises à jour des logiciels et plugins, la surveillance des performances, et la gestion des sauvegardes de données. Des interventions correctives doivent également être prévues pour résoudre les bugs ou problèmes d'affichage signalés après le lancement.

Surveillance continue : Surveillance en temps réel de l'activité du site pour détecter les problèmes de chargement ou d'erreurs de serveur. Des alertes doivent être configurées pour signaler toute anomalie de performance ou de sécurité.

Outils : New Relic pour surveiller les performances et la disponibilité du site ;

5. Suivi des performances SEO et des réseaux sociaux pour optimiser la stratégie digitale de Swiss Padel Stars

Objectif : Mesurer et améliorer les performances SEO du site et l'impact des publications sur les réseaux sociaux pour maximiser la visibilité en ligne et atteindre les objectifs marketing de Swiss Padel Stars.

Suivi SEO : Utiliser Google Analytics et Google Search Console pour surveiller le trafic, le comportement des utilisateurs, et les performances des mots-clés sur les moteurs de recherche. Des audits SEO périodiques doivent être réalisés pour identifier les opportunités d'optimisation, comme l'ajout de contenus pour les mots-clés longue traîne ou l'amélioration des balises meta.

Suivi des réseaux sociaux : Mesurer les interactions, l'engagement, et la portée des publications sur les plateformes sociales. L'objectif est d'ajuster le type et la fréquence des publications en fonction des résultats observés pour maximiser l'engagement et accroître la communauté.

Rapports mensuels et recommandations : Des rapports mensuels doivent être générés pour analyser les performances SEO et les réseaux sociaux, incluant des recommandations pour optimiser les actions marketing. Ces rapports serviront également à guider la stratégie de contenu et les futures campagnes publicitaires.

Outils : Google Analytics et Google Search Console pour les performances SEO ; Ahrefs pour les audits SEO avancés et la recherche de mots-clés ; Hootsuite ou Sprout Social pour le suivi et l'analyse des réseaux sociaux.

Les modalités d'exécution du projet, incluant les délais, les livrables et les étapes clés, sont expressément détaillées dans les sections précédentes du présent cahier des charges. Ce dernier constitue le référentiel de conformité de la solution et stipule les obligations techniques du contrat de réalisation, faisant ainsi partie intégrante du contrat et bénéficiant de la protection juridique accordée aux contrats conformément aux dispositions du Code civil. Les conditions de paiement des prestations seront déterminées par un accord distinct, dûment signé par les deux parties contractantes. Tous les droits de propriété intellectuelle afférents aux résultats du projet sont dévolus à la partie signataire en qualité de client. Par ailleurs, les parties s'engagent à préserver la stricte confidentialité de toutes les informations techniques, commerciales ou financières échangées dans le cadre de l'exécution du présent projet, toute divulgation à des tiers étant subordonnée à l'obtention préalable de l'accord écrit de l'autre partie. Cette obligation de confidentialité demeure en vigueur pendant toute la durée du contrat et se prolongera pour une période d'un an après son terme.

Date, mention "lu et bon pour accord " et
signature du responsable projet :

Date, mention "lu et bon pour accord " et
signature du responsable client :