

Cahier des charges par AgenceDev69



Création d'un site e-shop

Nom de l'entreprise : Agencedev69

Personne à contacter dans l'entreprise : Samuel Pallud

Adresse : 69 rue de Lyon – 69009 Lyon

Tel. : 0669696969

Mail : spalludagencedev69@gmail.com

SOMMAIRE:

A. Présentation de l'entreprise :

- A. 1. Les objectifs du site
- A. 2. Les cibles
- A. 3. Les objectifs quantitatifs
- A. 4. Périmètre du projet

B. Graphisme et ergonomie

- B. 1. La charte graphique
- B. 2. Wireframe et Maquettage

C. Spécificités et livrables

- C. 1. Le contenu du site
- C. 2. Contraintes techniques
- C. 3. Les livrables
- C. 4. Le Planning

A. Présentation de l'entreprise :

La Socketterie est une société française de fabrication et commercialisation de chaussettes créée en 2019 qui tricote des chaussettes dépareillées. Elle possède une boutique physique située à Nice, en France. Elle reverse 1 % de son chiffre d'affaires à une association qui aide à l'employabilité des personnes atteintes de trisomie (chaque 21 mars, cette association participe à la journée mondiale de la trisomie). L'entreprise a pour principaux concurrents Labonal, Missegle ou encore Broussaud toutes trois basées en France également et possédant un site e-shop.



A. 1. Les objectifs du site

L'entreprise souhaite créer un site e-shop pour développer ses ventes à un public plus large, s'offrir une plus forte visibilité afin de fidéliser ses clients en quantité plus importante en leur permettant de commander 24h/24 et 7j/7 en France métropolitaine. Grâce à cette boutique en ligne notre but est aussi de vous faire gagner en notoriété.

Pour ce faire, nous procéderons à la réalisation de votre site de commerce en ligne en passant par plusieurs exécutions :

- Menu de navigation simple et clair
- Optimisation du parcours d'achat des clients
- Bonne vitesse de chargement des pages
- Fonctionnalités et design structuré, réactif et attirant
- Référencement optimisé
- Mise en valeur de la marque
- Bonne description des articles (couleurs, tailles, matières etc.)
- Une zone d'avis où les clients pourront s'exprimer
- Une partie « back-office » pour la gestion des stocks
- Intégration du système de paiement via SumUp
- Respect de la loi RGPD

Notre but étant de nous différencier, j'ai pris soigneusement le temps d'étudier les sites internet des concurrents directs. Après les avoir observé, j'ai pu retenir quelques points importants.

Pour n'en prendre que 2, je me suis penché sur le cas de Labonal et Missegle qui sont deux grandes enseignes de la fabrication et vente de chaussettes artisanales.

Labonal :

Prenons le cas de la boutique Labonal qui est un concurrent spécialisé dans ce même domaine de commerce en ligne. En allant sur leur boutique et en consultant leurs avis sur internet, j'ai pu me rendre compte de certains points faibles et points forts pour ainsi les mettre en opposition afin de réfléchir à améliorer certaines fonctionnalités pour votre projet.

 4/5	 3/5
SITE très bien - Pour ma part, manque de choix chaussettes chaudes et épaisses pour enfants	Site: correct Par contre procédure de retour articles compliquée et onéreuse
 5/5	 2/5
Produits d'excellente qualité . Site facile à utiliser et livraison super rapide . Une paire offerte en plus , en mode surprise !! J'adore	pas clair le choix du site de livraison, gymnastique, pas intuitif

 5/5	
Site clair et facile à parcourir	

D'après les commentaires des clients et après avoir moi-même consulté le site internet de Labonal, j'ai pu constater que ce dernier était construit de manière assez simple, bien présenté avec de bonnes fonctionnalités, de la recherche de produits jusqu'au paiement en ligne, d'où la satisfaction de nombreux clients.

Par contre, j'ai aussi pu noter les difficultés que certains clients ont pu rencontrer comme par exemple le choix de livraison ou encore les retours d'articles pour lesquels la procédure n'était pas suffisamment claire.

Pour cela il sera important de faciliter le processus de paiement, de choix de livraison ainsi que les retours d'articles.

Le but sera d'éliminer autant d'étapes que possible pour que le client ne soit pas frustré face à des difficultés pour atteindre son but. Nous pourrons aussi rendre les étapes plus faciles de manière simple par exemple en agrandissant les boutons, en supprimant les champs inutiles, en gardant un texte concis et compréhensible à tous.

Missegle :

En deuxième temps je me suis attardé sur le cas de la boutique en ligne de l'entreprise Missegle. Après avoir parcouru leur site et leurs avis internet, j'ai pu me faire une idée et ainsi voir des points positifs et négatifs.

 4/5	 3/5
Navigation dans le site pas toujours facile, et un souci sur l'affichage des tableaux des tailles.	Difficile de sélectionner les articles dans les onglets.
 3/5	 5/5
Trop d'envois de mails et de lettres publicitaires	Navigation sur le site très facile, délai de livraison respecté, emballage parfait.
 5/5	
Site clair et pratique	
Avis du 11/12/2023, suite à une expérience du 17/11/2023 par JEAN PIERRE M.	

Le site de Missegle a l'air assez clair mais pas toujours facile d'accès pour certaines fonctionnalités comme par exemple le tableau d'affichage des tailles ou la sélection de certains articles. De plus leur publicité est sûrement trop agressive. Nous voudrions donc éviter ce genre de problème qui pourraient faire fuir des potentiels acheteurs ; nous veillerons aussi à ce que les onglets de votre site soient clairs et faciles d'accès.

A.2. Les cibles

Nous visons principalement une clientèle jeune entre 20 et 35 ans (hommes ou femmes) pour développer notre activité en B2C. Notre public ciblé se trouvera en France.

A. 3. Les objectifs quantitatifs

Un indicateur important lorsque qu'on développe un site de commerce en ligne est le trafic. Les visiteurs d'aujourd'hui seront potentiellement vos clients de demain. Nous pourrons utiliser vos réseaux sociaux comme levier d'acquisition de trafic pour votre projet. Nous mettrons vos réseaux dans les contacts du site internet. Nous pourrons utiliser la méthode SEO (référencement naturel) à l'aide de google qui apportera une évolution constante dans votre acquisition de trafic. L'avantage principal est que ces moyens ne nécessitent aucun coût supplémentaire. Nous visons pour la première année un taux d'accroissement d'au moins 40% sur la première année du lancement de votre site e-commerce grâce à ces méthodes.

Dans l'objectif d'agrandir votre notoriété grâce au site nous avons aussi l'objectif dès la première année d'augmenter d'au moins 20% le nombre de vos followers sur vos principaux réseaux sociaux (qui seront visibles sur votre site).

Un autre indicateur important est le taux de conversion qui est par définition le pourcentage de visiteurs sur le site qui deviendront clients. Pour la première année nous visons au moins +5%. Cela permettra de mesurer l'efficacité de votre tunnel de vente.

Nous veillerons aussi à calculer le taux d'abandon pour voir combien d'utilisateurs ajouteront un produit à leur panier sans passer à l'achat. Il s'agit d'indicateur qu'il faudra surveiller régulièrement pour pouvoir optimiser notre méthode et décerner s'il y a un frein ou une distraction ; il est important de les éviter au maximum pour augmenter les chances de vente.

A. 4. Périmètre du projet

Votre site e-commerce sera unilingue et de vocation nationale. Pour le paiement nous passerons par la plateforme de paiement en ligne SumUp n°1 en France. Les avantages ? La simplicité, la flexibilité, la sécurité ... La qualité sera un réel boost pour vos ventes.

Je conseillerai aussi d'opter pour un site responsive avec une solution mobile, car cela est très pratique et vos concurrents ont eux-mêmes fait développer une version mobile pour leur activité. Ce qui touchera encore plus de public et optimisera vos ventes.

Nous intégreront aussi une partie « back-office » pour la gestion des stocks permettant une personnalisation de votre boutique.

B. Graphisme et ergonomie

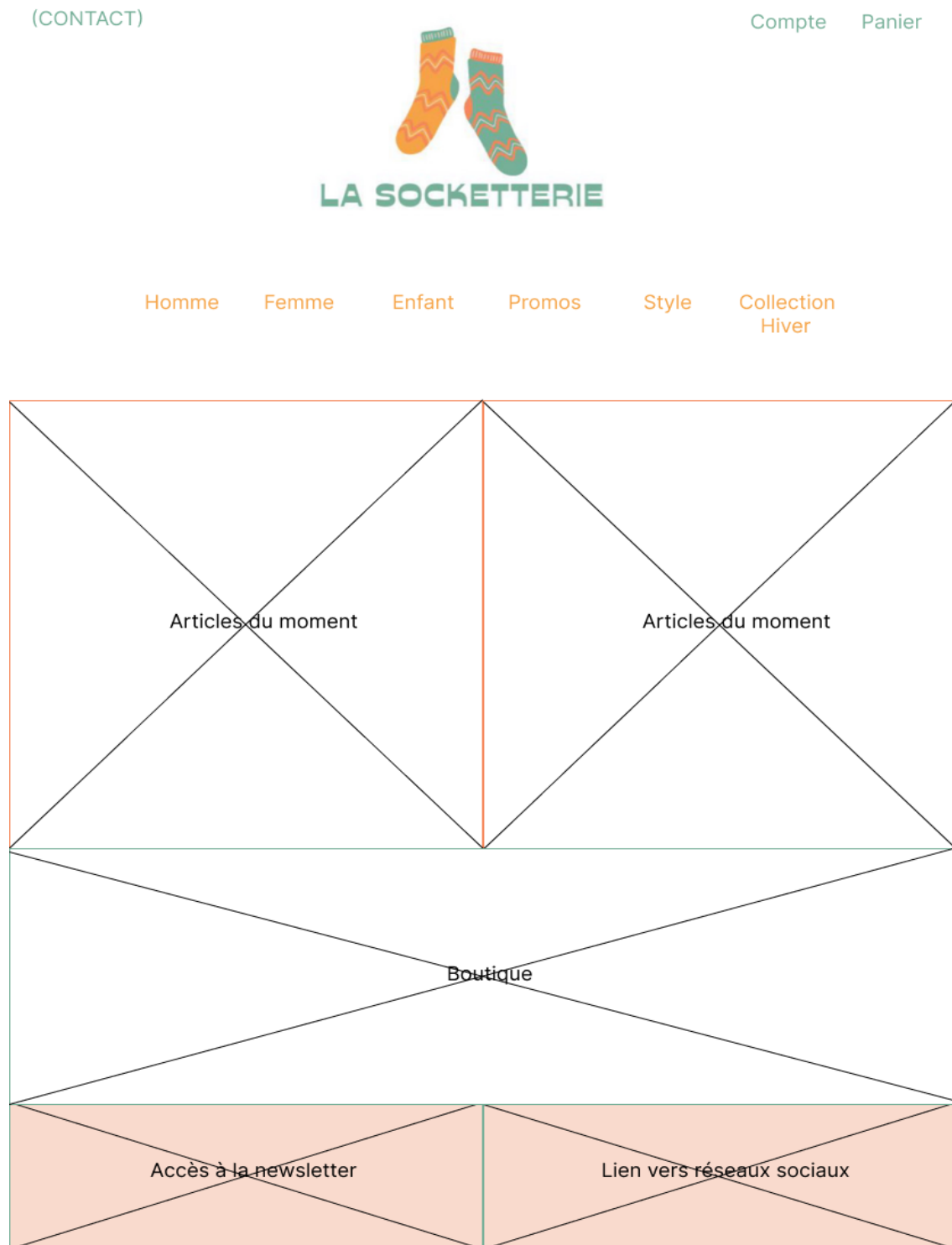
B. 1. La charte graphique

Pour ce qui est de la charte graphique nous utiliserons le logo déjà existant ainsi que les couleurs suivantes :



Le logo de La Socketterie affiché sur la boutique utilise la police Stadio Now Display (<https://fontsfree.net/stadio-now-trial-display-bold-font-download.html>).

B. 2. Wireframe et Maquettage



(Prototype simple d'une maquette de la page d'accueil)

C. Spécificités et livrables :

C. 1. Le contenu du site

Le site de votre boutique en ligne contiendra au total 8 pages :

- 1) **La page d'accueil** : Elle servira de vitrine pour votre site, donc il sera important qu'elle soit bien soignée pour donner aux internautes l'envie d'acheter. Il y aura le logo de la marque bien visible, le nom de l'enseigne ainsi que le slogan.
- 2) **La page des fiches produits** : La fiche produit a toute son importance car c'est ce qui permettra au client d'avoir une idée précise du produit pour qu'il puisse l'acheter sans pouvoir le toucher ou l'essayer. Son but sera de valoriser la qualité de vos produits. Pour chaque produit nous utiliserons des titres clairs et accrocheur, une description détaillée avec une liste de descriptions détaillées, le prix (bien préciser TTC ou HT), des avis d'autres clients ayant acheté le produit, un bouton CTA pour attirer l'attention du client, des articles complémentaires.
- 3) **La page des promotions/offres spéciales** : Elle contiendra vos offres et bons plans du moment, ce qui permettra à votre client de voir que la boutique évolue constamment. Pour séduire le client et faire naître en lui un sentiment d'urgence et ainsi l'encourager à passer à l'achat directement nous devons donner un terme attirant pour le nom de la rubrique. L'objectif est avant tout que l'internaute soit incité à cliquer sur ces pages, une fois l'action faite, il faudra déclencher son besoin en utilisant des phrases d'accroche dans les descriptions. Nous ajouterons une fonctionnalité pour avertir le client que le stock est bientôt épuisé, ce qui le poussera rapidement et de manière efficace à faire son achat.

- 4) **La page des catégories** : La page contiendra les différentes catégories mais pas seulement ? elles contiendront un petit peu de texte avec des mots-clés pour le référencement.
- 5) **La page de paiement** : Page sur laquelle le client retrouvera toutes ses informations de commande détaillées, le certificat SSL (qui montre à l'utilisateur que l'on peut avoir confiance en votre site), une barre de progression, qui sera afficher du début à la fin du processus d'achat, le choix de moyen de paiement, un texte où nous pourrons trouver des informations sur les conditions d'envoi, de remboursement ou encore d'annulation de commande, un complément sécurisé « Achat 100% sécurisé », le PSP (prestataire de services de paiement) et le bouton pour payer.
- 6) **La page « à propos »** : Cette page présentera votre entreprise, les clients aiment savoir ce qu'ils achètent et à qui ils l'achètent. Nous retranscrirons l'histoire, l'activité et les valeurs de l'entreprise. Ce qui encouragera le client à acheter dans le cas réussi.
- 7) **La page contact** : Très importante aussi, cette page contiendra une adresse claire, un numéro de téléphone et une adresse mail, ce qui rassurera le client. Nous mettrons en œuvre un formulaire de contact prêt à l'emploi pour faciliter la tâche au client qui n'aura plus qu'à remplir et envoyer. Cela démontrera au client que vous êtes à l'écoute de ses besoins et remarques.
- 8) **La page FAQ** : Réel boost pour le référencement SEO, cette page permettra de répondre à toutes les questions que le client peut se poser. Cette page contribuera aussi au client de prêter une attention particulière aux phases sensibles comme le paiement sécurisé en ligne, les modalités de livraison, les conditions de retour etc.

C. 2. Contraintes techniques

Nous nous attellerons bien sûr au respect de la loi RGPD. Le site sera hébergé sur OVH, hébergeur web fiable de qualité. Pour ce qui est des achats, nous utiliserons la solution de paiement SumUp pour une fiabilité et simplicité optimale. Nous opterons avec votre accord pour un référencement naturel pour veiller à rester dans les sphères de votre budget. Cela nous permettra de remplir les objectifs visés tout en tenant compte du périmètre de votre projet. Un autre point important sera de ne pas surprendre les clients avec des « frais cachés » comme les taxes et les frais de livraison, nous ne voulons pas donner aux acheteurs des raisons de penser que nous ne sommes pas francs avec eux et faire fuir des clients potentiels. Donc nous veillerons à fournir toutes ces informations bien avant que les acheteurs n'atteignent la page de paiement. Nous avons aussi pour but d'intégrer des notifications de retour en stock pour les produits et aussi l'affichage du nombre de produits restants pour les stocks où il reste 10 articles ou moins.

C. 3. Les livrables

Présentation de l'entreprise :

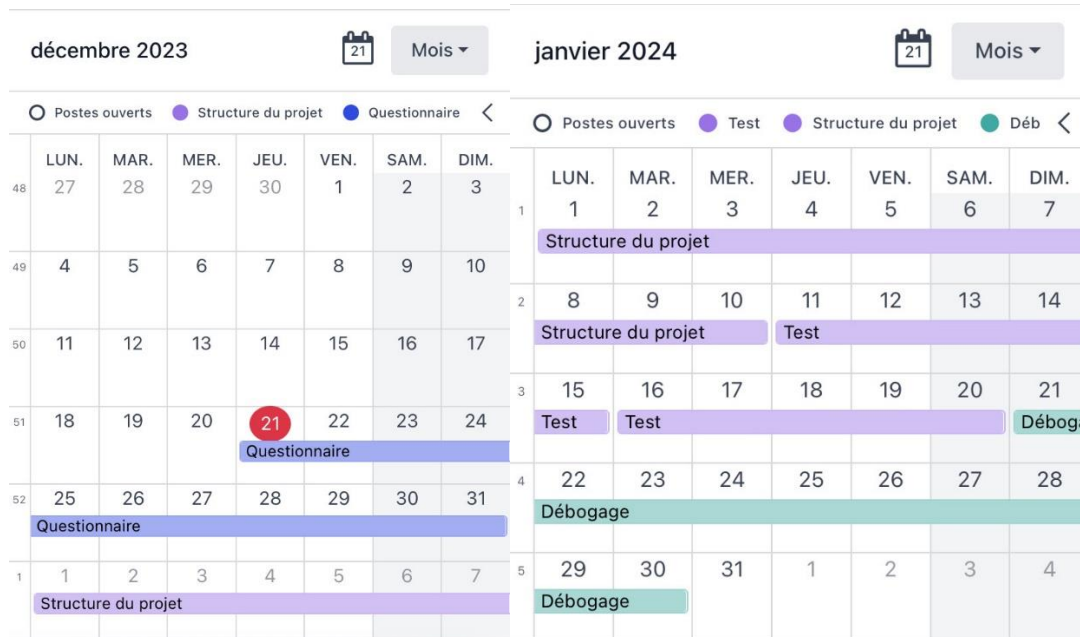
Agencedev69 est une société fondée en 2014 et basée sur Lyon dont l'objectif est de créer des sites web, des applications ou toute autre solution numérique nécessaire à une entreprise.

Choix technologiques, performances, qualité de code... Notre équipe d'experts passionnés vous accompagne pour développer vos applications métiers sur mesure, faire évoluer votre système d'information, et répondre aux enjeux techniques actuels qui influencent le quotidien et le futur de toute organisation.

Chaque projet a sa propre raison d'être, ses contraintes et ses attentes, et mérite un accompagnement sur mesure. Nous apprenons un métier à chaque nouvelle mission. Multiplier les expériences pour des structures différentes, de la TPE aux grands groupes, c'est notre façon de remettre sans cesse en perspective nos stratégies digitales, de croiser les expériences et d'employer l'innovation au service de chaque secteur.

Tableau des livrables pour votre site e-commerce	
Besoins	Livrables
Site e-commerce	Hébergement du site sur OVH
Accueil du site	Création de la page d'accueil
Présenter les produits	Création de la fiche produits
Présentation des promotions	Création de la page des promotions/ajout des fonctionnalités
Classer les produits par catégorie	Ajout des onglets pour chaque catégorie
Paieement en ligne sécurisé	Création de la page de paiement en ligne, ajout du paiement via SumUp
Présenter l'entreprise	Création de la page « à propos »
Ajouter les contacts de l'entreprise	Création de la page « contact », liens vers les réseaux sociaux
Donner un espace dédié aux questions des clients	Création de la page « FAQ »
Rechercher des produits	Ajouter une barre de recherche pour trouver un produit

C. 4. Le Planning



Etape 1 : Questionnaire

Je vous envoie un questionnaire avec des questions ciblées pour prendre connaissance de vos attentes précises pour m'imprégner plus pleinement de vos objectifs sur le projet. Puis nous pourrons prendre rendez-vous, le remplir ensemble et échanger sur quelques points si vous le souhaitez.

Etape 2 : Structure

Création des fonctionnalités, codage avec les langages HTML, CSS et Javascript.

Etape 3 : Test

Test des fonctionnalités.

Etape 4 : Débogage

Vérifications, recherche méthodique d'erreurs dans le code et résolution des problèmes rencontrés.

Etape 5 : Mise en ligne du site internet.