

Livrable Sprint 1 : Initialisation

Refonte du site internet & SEO/SEA (FenyCare)

Shopify : Modernisation et performance

Groupe : Wafa Jaziri
Sanaa Kourichi
Sirine Bayoudh
Ferdaous Bouattay
Mohamed Aziz Azzouni

Cliente : Yassmina El Fene

Encadrant : Thierry Hamon

Année Universitaire : 2025-2026

Contents

1	Introduction	2
1.1	Contexte et présentation du projet	2
1.2	Objectifs du Sprint 1	3
2	Analyse Fonctionnelle	4
2.1	Compréhension du besoin et périmètre fonctionnel	4
2.2	Identification des acteurs	5
2.3	Diagramme UML des cas d'utilisation	5
2.4	Hiérarchisation et priorisation des cas d'utilisation	6
2.5	Description détaillée des cas prioritaires(Sprint 1)	7
2.5.1	Publier du contenu	7
2.5.2	Gérer les landing pages	7
2.5.3	Suivre les performances SEO	7
3	Architecture Globale	8
3.1	Contraintes techniques	8
3.2	Architecture logicielle globale	9
4	Diagramme de Gantt du projet	13
5	Environnement de Travail & Outils	14
5.1	Environnement de Travail & Outils	14
5.1.1	Dépôt Git	14
5.1.2	Outils techniques	15
5.1.3	Outils de communication interne et suivi	16
5.1.4	Méthodologie de travail	17
5.1.5	Synthèse des outils	18
6	Conclusion	19

1. Introduction

1.1 Contexte et présentation du projet

FenyCare est une entreprise spécialisée dans la conception et la commercialisation de solutions favorisant l'autonomie et l'hygiène des jeunes enfants, notamment via des meubles-lavabos ergonomiques et ludiques. Face à la concurrence et aux attentes croissantes en expérience en ligne, la marque souhaite moderniser son site e-commerce pour améliorer visibilité, crédibilité et taux de conversion.

Le site actuel présente plusieurs limites : référencement naturel perfectible, navigation et fiches produit peu claires, faible valorisation des avis clients et contenu éditorial insuffisant pour fidéliser et éduquer la clientèle. Ces points freinent l'attraction de trafic qualifié et la conversion des visiteurs en acheteurs.

La refonte répond à ces enjeux par une approche globale combinant design UI/UX, optimisation SEO et déploiement d'outils marketing (SEA, blog, modules d'avis et d'affiliation). L'objectif est un site moderne, accessible et scalable, hébergé sur Shopify, reflétant l'identité pédagogique de la marque et facilitant le parcours d'achat pour les parents.

Périmètre fonctionnel (synthèse) Pour cette phase, le périmètre inclut :

- audit et refonte de l'architecture de l'information et des fiches produits ;
- mise en place d'une charte graphique adaptée à la cible parentale et enfantine ;
- intégration des modules essentiels : avis clients, blog, paiement fractionné et suivi de livraison ;
- optimisation SEO de base et préparation des campagnes SEA.

Bénéfices attendus À l'issue de cette refonte, FenyCare pourra :

- augmenter sa visibilité et son trafic qualifié ;
- améliorer le taux de conversion grâce à une expérience utilisateur optimisée ;
- renforcer la confiance des acheteurs via les avis et le storytelling produit ;
- disposer d'une plateforme évolutive et facile à administrer par l'équipe interne.

1.2 Objectifs du Sprint 1

- **Établir les bases solides du projet et définir le périmètre fonctionnel :** Ce sprint vise à clarifier les besoins de la cliente et à formaliser les fonctionnalités attendues. Il s'agit de s'assurer que toute l'équipe a une vision commune du projet et de ses objectifs, afin d'éviter les ambiguïtés et les dérives en cours de développement. Cela inclut la création de diagrammes des cas d'utilisation et la hiérarchisation des fonctionnalités par priorité.
- **Mettre en place l'environnement technique et les outils de collaboration :** La mise en place d'un environnement stable et d'outils collaboratifs (Git pour la gestion de version, plateformes de communication et suivi des tâches) permet d'assurer un travail fluide et organisé. Ce point inclut également la configuration initiale du projet sur Shopify et la préparation de l'architecture technique pour le développement futur.
- **Prioriser les fonctionnalités pour guider le développement des sprints suivants :** Il est essentiel d'identifier quelles fonctionnalités auront le plus grand impact sur l'expérience utilisateur et les objectifs business. Le sprint se concentre donc sur la sélection des 10 à 15% des cas les plus critiques, qui serviront de guide pour le développement des sprints suivants, garantissant ainsi une progression logique et efficace du projet.
- **Produire une documentation de référence pour l'équipe projet :** La documentation inclut les cas d'utilisation détaillés, les spécifications techniques, et les décisions prises concernant l'architecture et les fonctionnalités prioritaires. Elle constitue une base solide pour l'équipe, facilitant l'intégration de nouveaux membres, le suivi du projet et la communication avec la cliente.

Résultat attendu : Obtenir une feuille de route détaillée et validée, permettant de démarrer le développement technique du Sprint 2 en toute sérénité, avec des spécifications claires et un environnement de travail optimisé.

2. Analyse Fonctionnelle

2.1 Compréhension du besoin et périmètre fonctionnel

Dans le cadre d'une participation à un salon international, l'entreprise **FenyCare** souhaite transformer son site en un véritable site vitrine reflétant une image de sérieux, de qualité et d'innovation. L'objectif prioritaire est d'améliorer le contenu et l'arborescence du site avant de travailler sur le design.

Le site doit présenter :

- L'histoire de la fondatrice.
- Les valeurs du projet.
- Les étapes du développement du produit.
- Les actualités et parutions médias.
- Un blog éducatif.
- Une section dédiée aux réseaux sociaux.
- Une navigation claire pour les parents visiteurs.

Le site doit également être multilingue (anglais, espagnol et allemand) et améliorer la gestion des traductions via Shopify, car les traductions automatiques actuelles sont approximatives.

Enfin, le site doit intégrer les fonctionnalités existantes dans l'écosystème FenyCare, notamment :

- Programme ambassadeur.
- Gestion des produits et achat en ligne.
- Administration du contenu.

Périmètre fonctionnel :

- Consultation des produits, du blog, de la FAQ et des avis clients.
- Mise en place de nouvelles pages institutionnelles.
- Gestion multilingue.
- Programme d'affiliation.
- Administration du contenu et optimisation SEO.

2.2 Identification des acteurs

Trois acteurs principaux interviennent dans le système :

- **Parent Visiteur** : Public principal du site, consulte les produits, pages de présentation, blog, avis clients et FAQ.
- **Ambassadrice** : Participe au programme d'affiliation, crée des codes promo, consulte ses commissions et interagit avec la marque.
- **Administrateur FenyCare** : Gère le contenu, configure les pages, suit les performances SEO, alimente le blog et supervise le programme d'affiliation.

2.3 Diagramme UML des cas d'utilisation

Le diagramme de cas d'utilisation met en évidence les interactions entre ces acteurs et le système FenyCare. Il présente notamment :

- Actions du Parent Visiteur : consulter les produits, filtrer, parcourir le blog, lire les avis, acheter, consulter la FAQ.
- Actions de l'Ambassadrice : s'inscrire au programme, suivre ses commissions, gérer les codes promo.
- Actions de l'Administrateur : publier du contenu, gérer les landing pages, suivre le SEO, superviser l'affiliation.

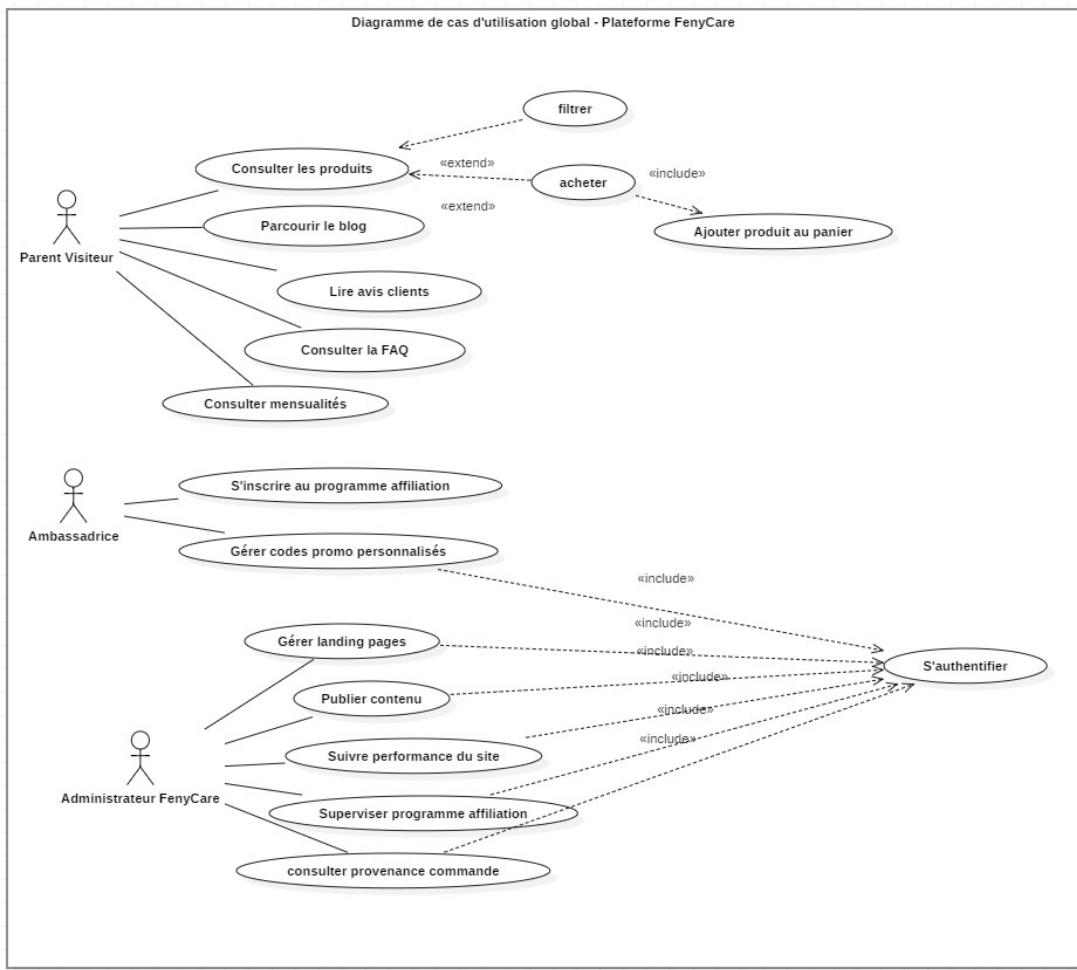


Figure 2.1: Diagramme UML des cas d'utilisation

2.4 Hiérarchisation et priorisation des cas d'utilisation

Afin de répondre aux exigences du salon et de l'évolution du site vitrine, les cas d'utilisation ont été classés par priorité :

- **Priorité 1 : Contenu et structure du site** (indispensable avant le design)
 - Publier du contenu
 - Gérer les pages (landing pages)
 - Suivre les performances SEO
- **Priorité 2 : Gestion des traductions et consultation du contenu**
 - Consulter les produits et leurs filtres
 - Parcourir le blog
 - Lire les avis clients
 - Consulter la FAQ

- **Priorité 3 : Fonctionnalités commerciales**
 - Acheter un produit
- **Priorité 4 : Programme d'affiliation**
 - S'inscrire à l'affiliation
 - Suivre les commissions
 - Gérer les codes promo
 - Superviser le programme

2.5 Description détaillée des cas prioritaires(Sprint 1)

2.5.1 Publier du contenu

L'administrateur doit pouvoir créer et mettre en page du texte et des images, remplacer les visuels contenant du texte par de vrais blocs textuels et publier des sections riches telles que :

- « Qui sommes-nous ? » (Portrait de la fondatrice)
- « Notre histoire » (chronologie illustrée)
- Actualités et Médias
- Articles du blog
- Intégration de publications LinkedIn, Instagram et YouTube

2.5.2 Gérer les landing pages

Permet d'organiser l'arborescence du site, d'ajouter de nouvelles pages institutionnelles, de configurer la navigation et d'assurer la cohérence entre les différentes sections. C'est l'élément fondamental du site vitrine.

2.5.3 Suivre les performances SEO

Permet d'optimiser le référencement avant le salon, en travaillant sur :

- Les mots-clés
- Le balisage
- L'Alt-text des images
- La lisibilité du contenu
- L'amélioration des titres et métadonnées

3. Architecture Globale

Cette section présente les contraintes techniques liées à l'utilisation de Shopify ainsi que l'architecture logicielle globale du système, en détaillant les interactions entre les différents acteurs du site FenyCare.

3.1 Contraintes techniques

La refonte du site FenyCare repose sur un environnement Shopify existant. Cette plate-forme impose un certain nombre de contraintes techniques à prendre en considération lors du développement et de la restructuration du site.

Shopify (CMS et hébergement intégré)

Shopify est une plateforme hébergée qui ne donne pas accès au serveur. Le développement est limité aux fichiers Liquid, HTML, CSS et JavaScript. Les personnalisations s'effectuent exclusivement via :

- l'éditeur de thème (*Online Store → Customize*),
- les modèles Liquid,
- les paramètres du thème.

Aucun déploiement externe ou accès serveur n'est possible.

DNS et domaine

Le domaine est déjà configuré au niveau de Shopify ou d'un registrar externe. Les contraintes comprennent :

- impossibilité de modifier librement les zones avancées du DNS,
- dépendance aux enregistrements obligatoires (A, CNAME, TXT),
- nécessité d'assurer une continuité de service sans interruption.

Sécurité

Shopify intègre nativement des mécanismes garantissant la sécurité du site :

- HTTPS automatique,
- conformité PCI DSS pour les paiements,
- gestion sécurisée des comptes et permissions,
- mises à jour et correctifs déployés côté Shopify.

SEO (Search Engine Optimization)

L'optimisation SEO sur Shopify est soumise à des contraintes structurelles :

- URLs partiellement figées (ex : `/pages/`, `/blogs/`),
- balises métas personnalisables mais format limité,
- dépendance aux performances du thème.

Cependant, plusieurs éléments restent optimisables :

- titres, métadonnées et contenu rédactionnel,
- structuration des H1/H2,
- optimisation des images (ALT, compression),
- hiérarchie du menu.

Modules et Applications Shopify

Shopify repose sur un écosystème d'applications permettant d'étendre les fonctionnalités.

Contraintes associées :

- risques de dépendances externes,
- coût potentiel des applications,
- compatibilité variable selon le thème.

3.2 Architecture logicielle globale

Le fonctionnement général du site s'appuie sur une architecture tripartite : **Administration FenyCare**, **Plateforme Shopify** et **Utilisateurs finaux**.

Administration et gestion du contenu

L'Administrateur FenyCare gère l'ensemble du contenu du site via l'interface Shopify Admin :

- création et modification des pages,
- gestion des articles de blog,
- intégration du contenu SEO,
- configuration des sections du thème.

Shopify se charge ensuite de compiler les templates **Liquid** et de produire le rendu final du thème en **HTML/CSS/JS**.

Interaction entre les acteurs et Shopify

L'architecture du système repose sur les interactions suivantes :

- **Parent Visiteur** : consulte les pages vitrines, le blog, les contenus mensuels et les avis depuis le front-end Shopify.
- **Ambassadrice** : accède aux pages dédiées à l'affiliation ou aux codes promotionnels, éventuellement générées via une application Shopify.
- **Administrateur FenyCare** : gère le contenu via Shopify Admin (back-office).
- **Shopify Platform** : agit comme couche intermédiaire assurant la génération du front-end, la gestion des données, la sécurité, le CDN et le rendu Liquid.

Ces interactions sont illustrées par le schéma ci-dessous.

Schéma d'interaction simplifié

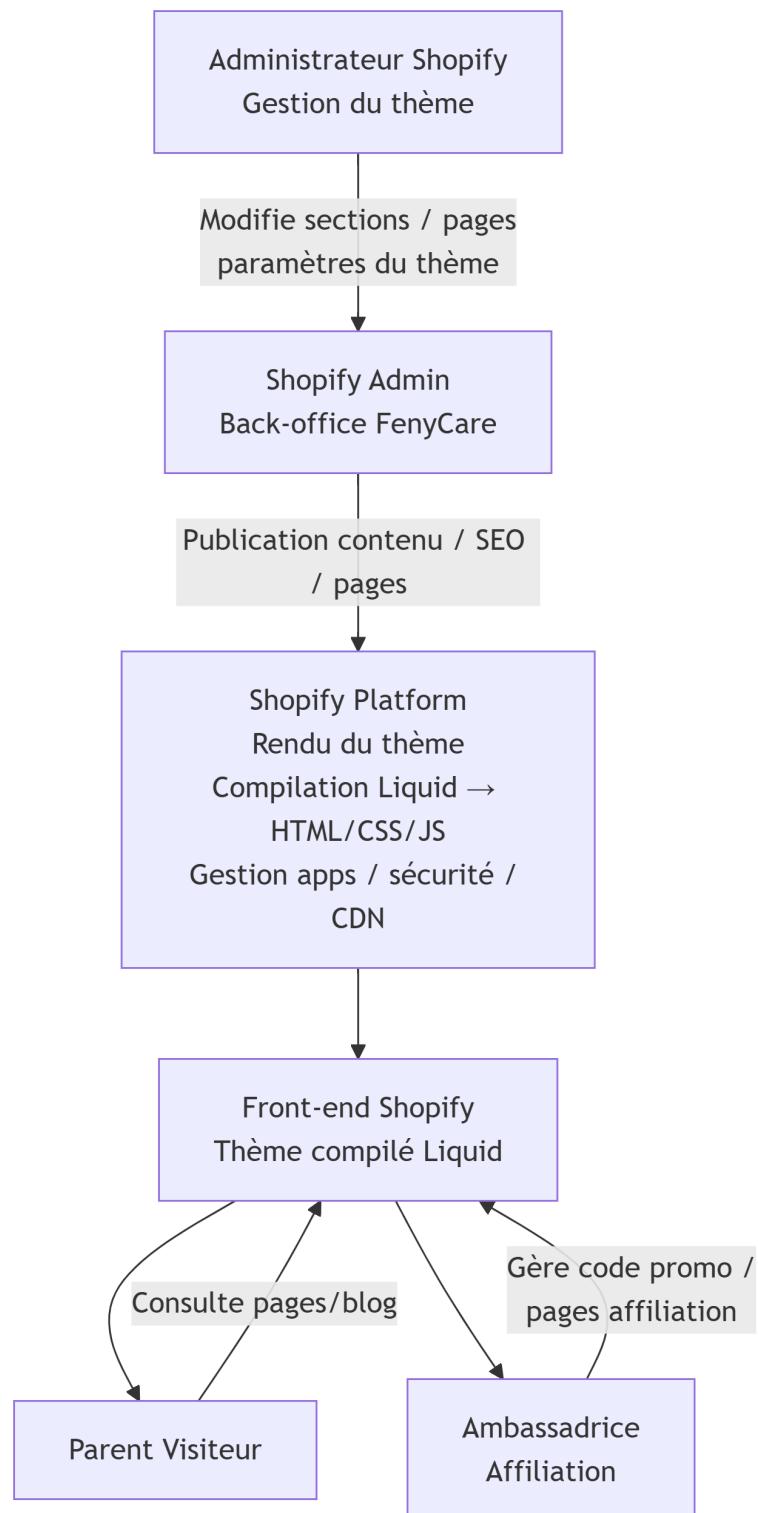


Figure 3.1: Diagramme d'Architecture Shopify FenyCare

Synthèse

Cette architecture garantit une séparation claire entre :

- la **gestion du contenu** (Administrateur Shopify et FenyCare),
- la **logique de compilation et de sécurité** (Shopify Platform),
- la **consommation du site** par les utilisateurs (Front-end Shopify).

Shopify centralise ainsi la gestion, le rendu et la diffusion du site, tout en assurant un niveau élevé de performance et de sécurité.

4. Diagramme de Gantt du projet

Le diagramme de Gantt ci-dessous illustre la planification complète du projet, depuis la phase de conception initiale jusqu'à la validation finale. Il met en évidence l'organisation des tâches, leur durée, ainsi que leur répartition au sein des différents sprints. Chaque barre représente une activité clé, incluant la structuration du site, l'implémentation des fonctionnalités, la création de contenus, l'amélioration du système de paiement ou encore la préparation des livrables et présentations. Cette visualisation permet d'assurer un suivi précis de l'avancement, d'identifier les dépendances entre les tâches et d'anticiper d'éventuels retards. En offrant une vue d'ensemble claire et structurée, ce diagramme constitue un outil essentiel pour garantir la cohérence, la coordination et la bonne gouvernance du projet.

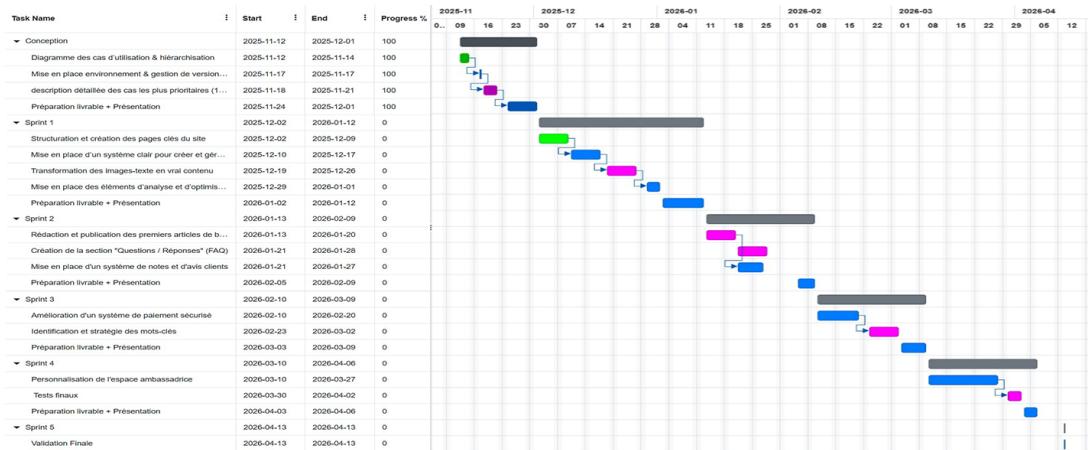


Figure 4.1: Diagramme de Gantt

5. Environnement de Travail & Outils

5.1 Environnement de Travail & Outils

La réussite d'un projet de refonte e-commerce repose sur un environnement de travail structuré, des outils adaptés et une bonne organisation interne. Cette section présente l'ensemble des outils utilisés pour le projet FenyCare, ainsi que la méthodologie appliquée par l'équipe.

5.1.1 Dépôt Git

Contexte et justification

Le développement du projet FenyCare est réalisé sur Shopify, une plateforme propriétaire hébergée. Pour des raisons de confidentialité, la cliente Yassmina El Fene garde un contrôle exclusif sur les accès administrateur.

Afin d'assurer un suivi académique rigoureux et une traçabilité complète, un dépôt GitHub privé a été mis en place. Il contient :

- toute la documentation du projet ;
- les livrables de chaque sprint ;
- captures d'écran, tests Lighthouse, exports Figma ;
- comptes rendus de réunions ;
- configuration du site et stratégie SEO.

Structure du dépôt

Le dépôt est organisé en dossiers thématiques de manière claire et modulaire :

- `/docs/` – cahier des charges, analyses et architecture ;
- `/sprints/` – objectifs, tâches, captures d'écran, rétrospectives ;
- `/designs/` – wireframes, maquettes Figma, charte graphique ;

- */config/* – modules Shopify, structure du site, SEO ;
- */tests/* – rapports Lighthouse, tests UX, checklist qualité ;
- */meetings/* – comptes rendus équipe et cliente.

Cette organisation garantit une traçabilité complète des décisions et évolutions du projet. Voici le lien : <https://github.com/sanaa5311/Feny-Care.git>.

5.1.2 Outils techniques

Shopify : Plateforme e-commerce

Shopify est le socle technique principal du projet.

Avantages pour FenyCare :

- Interface simple et adaptée aux petites entreprises ;
- Large catalogue de modules (plus de 8 000) ;
- Sécurité renforcée (SSL, PCI-DSS, conformité RGPD) ;
- Évolutivité et performances élevées ;
- Documentation abondante.

Modules intégrés dans le projet :

- Loox / Judge.me -> avis clients
- Trustpilot -> avis externes
- PayPal 4X / Klarna / Alma -> paiement fractionné
- Goaffpro / Affilo -> affiliation
- ShipStation -> suivi de livraison
- Shopify CMS (Blog) -> articles éducatifs

Figma : Design et prototypage

Figma est utilisé pour :

- Créer des wireframes basse et haute fidélité ;
- Concevoir des maquettes UI/UX ;
- Réaliser des prototypes testables ;
- Exporter les maquettes pour intégration Shopify.

SEO & Analyse : Google Ads, GA4, Google Search Console

Objectifs : optimiser le référencement naturel (SEO) et payant (SEA), analyser le trafic et identifier les axes d'amélioration.

- **Google Ads** : campagnes payantes ;
- **Google Analytics 4** : analyse comportement utilisateur ;
- **Search Console** : monitoring indexation et SEO technique.

Hugging Face : Génération automatique de contenu

Hugging Face est utilisé pour générer des contenus SEO, notamment les articles du blog Shopify.

Workflow :

1. Choix de thématiques (hygiène, autonomie, parentalité) ;
2. Génération automatique d'un brouillon ;
3. Relecture et enrichissement par l'équipe ;
4. Publication sur Shopify.

Google Lighthouse : Tests de performance et accessibilité

Objectifs fixés :

- Performance : $\geq 90/100$
- Accessibilité : $\geq 95/100$
- SEO : $100/100$
- Bonnes pratiques : $\geq 90/100$

Les tests sont réalisés à chaque fin de sprint et archivés dans `/tests/rapports_lighthouse/`.

5.1.3 Outils de communication interne et suivi

WhatsApp : Communication quotidienne

Organisation en deux groupes :

- **Groupe équipe** : coordination, avancement, blocages ;
- **Groupe cliente** : validations, feedbacks, planification.

Zoom : Réunions régulières

- Réunions internes — hebdomadaires ;
- Réunions cliente — bimensuelles ;
- Réunions encadrant — mensuelles.

Tous les comptes rendus sont archivés dans `/meetings/`.

Google Drive : Partage de documents

Drive centralise :

- documents de travail ;
- feuilles de suivi ;
- exports Figma ;
- livrables finaux.

5.1.4 Méthodologie de travail

Approche Agile : organisation en sprints

Le projet suit 5 sprints de 3 à 6 semaines chacun.

Cycle d'un sprint :

1. Planification ;
2. Développement ;
3. Revue et validation ;
4. Documentation continue.

Suivi des tâches

- **Google Sheets** : tableau de bord partagé (statuts, responsables, délais) ;
- **GitHub Issues** : suivi des bugs et optimisations techniques ;
- **WhatsApp** : synchronisation quotidienne.

Tests et validation

- Tests utilisateurs (UX) ;
- Tests Lighthouse ;
- Tests SEO ;
- Tests RGPD et paiements.

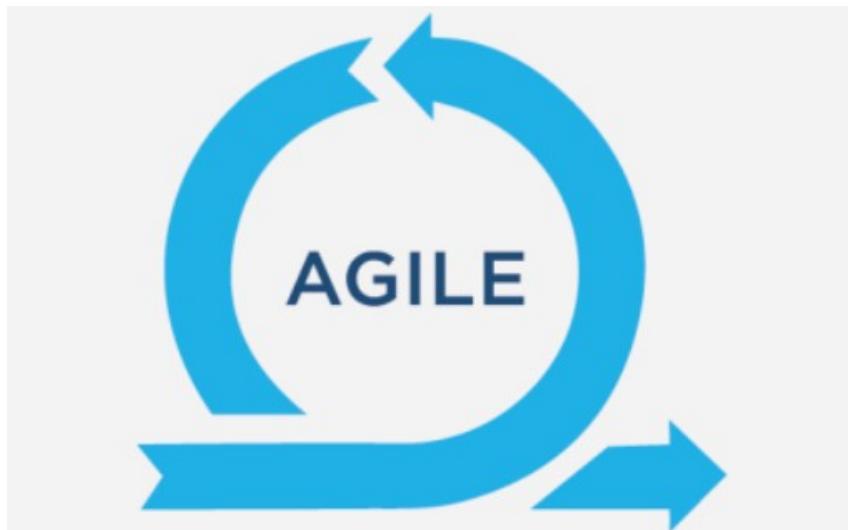


Figure 5.1: Approche Agile

5.1.5 Synthèse des outils

Catégorie	Outil	Utilisation
E-commerce	Shopify	Gestion du site, modules, tunnel d'achat
Design	Figma	Maquettes, prototypes, wireframes
Versioning	GitHub	Documentation, livrables, suivi projet
Communication	WhatsApp	Échanges équipe / cliente
Réunions	Zoom	Réunions internes, cliente, encadrant
Partage fichiers	Google Drive	Centralisation des documents
SEO / Analytics	Ads, GA4, Search Console	Référencement, analyse du trafic
Contenu	Hugging Face	Rédaction automatisée d'articles SEO
Performance	Lighthouse	Vitesse, accessibilité, SEO technique

Table 5.1: Synthèse des outils utilisés dans le projet FenyCare

6. Conclusion

Ce premier sprint a permis d'établir les bases solides du projet de refonte FenyCare. L'analyse fonctionnelle a clarifié les besoins et défini le périmètre, tandis que l'architecture technique a identifié les contraintes Shopify et les interactions entre les différents acteurs.

La planification via le diagramme de Gantt offre désormais une vision claire du projet, avec une répartition équilibrée des tâches sur les cinq sprints. L'environnement de travail a été optimisé avec les outils collaboratifs nécessaires à une coordination efficace.

Les livrables produits - cahier des charges, architecture documentée et feuille de route priorisée - constituent des assets stratégiques pour la suite du développement. Forts de ces foundations, nous abordons le Sprint 2 avec une vision claire et tous les outils nécessaires pour démarrer la refonte technique dans les meilleures conditions.

Le projet FenyCare est désormais parfaitement cadre pour réussir sa transformation en une plateforme e-commerce moderne et performante.