

Cahier des Charges

---- Projet 5 ----

Cahier des Charges pour le Développement d'un Mini CRM

1. Introduction

Ce document décrit les exigences fonctionnelles et techniques pour le développement d'un mini CRM destiné à nos clients. Ce CRM sera un outil essentiel pour nos clients, leur permettant de gérer efficacement les leads ou les prospects générés à partir des campagnes publicitaires. L'objectif principal de ce projet est de fournir une solution simple, intuitive et robuste pour améliorer la gestion des leads, faciliter leur suivi et augmenter les taux de conversion. Ce projet s'inscrit dans notre mission de fournir des outils digitaux innovants et performants à nos clients.

2. Les Entreprises Partenaires

Depuis plus de 10 ans, [Webrasma](#) est une agence digitale spécialisée en WordPress. Nous avons aidé des centaines d'entreprises et de solopreneurs à créer des sites durables et mémorables. Nous respectons les normes de développement et offrons des modules WordPress pré-développés, permettant des économies sans compromettre la qualité. Notre approche axée sur la performance garantit des résultats exceptionnels à chaque projet.

Rankin Digital est une agence digitale spécialisée dans la transformation digitale des entreprises. Nous offrons des solutions sur mesure en développement digital, conseil en gestion et affaires, formations professionnelles dédiées, ainsi que des services de SEO et référencement naturel. Notre mission est d'innover et de créer des stratégies personnalisées pour chaque client, garantissant des résultats mesurables et durables. Avec une équipe passionnée et experte, nous nous engageons à propulser votre entreprise vers de nouveaux sommets dans le monde numérique.

3. Contexte et Importance du Projet :

- **Gestion des Leads :** De nombreuses entreprises rencontrent des difficultés à gérer efficacement les leads générés par leurs campagnes publicitaires. Un CRM bien conçu permet de centraliser toutes les informations des prospects, d'optimiser le suivi et de maximiser les chances de conversion.
- **Automatisation et Efficacité :** En automatisant certaines tâches répétitives et en fournissant des outils de suivi performants, le CRM libère du temps pour les équipes commerciales, leur permettant de se concentrer sur des actions à forte valeur ajoutée.
- **Amélioration de la Collaboration :** Le CRM doit faciliter la communication et la collaboration au sein des équipes de vente et de marketing, en permettant le partage d'informations et en assurant une visibilité sur les actions menées.

4. Objectifs du Projet

1. Offrir une solution simple et efficace pour la gestion des leads.
2. Faciliter le suivi et la conversion des prospects en clients.
3. Améliorer la communication et la collaboration au sein des équipes de vente.
4. Permettre une intégration facile avec les outils de marketing existants

5. Fonctionnalités

5.1 Gestion des Leads

- **Saisie des Leads :**
 - Formulaire pour ajouter des leads manuellement.
 - Champs requis : Nom, Prénom, Email, Téléphone, Source, Statut, Note.
- **Importation des Leads :**
 - Importation des leads via fichier CSV.
 - Intégration API avec les sources publicitaires pour importation automatique.
- **Affichage des Leads :**
 - Liste des leads avec filtres par statut, source, date, etc.
 - Tri par date de création, nom, source, etc.
- **Détail du Lead :**
 - Fiche détaillée pour chaque lead avec informations de contact, historique des interactions, notes, etc.

5.2 Suivi et Gestion des Leads

- **Statut des Leads :** Catégorisation des leads (nouveau, en cours, converti, abandonné).
- **Affectation des Leads :** Assignation des leads aux membres de l'équipe.
- **Historique des interactions :** Suivi des appels, emails, et autres interactions avec les leads.
- **Rappels et Notifications :**
 - Système de rappel pour les suivis.
 - Notifications en temps réel (email, SMS, notifications push).

5.3 Planification des Rendez-vous Commerciaux

- **Calendrier Intégré :**
 - Calendrier intégré pour planifier les rendez-vous commerciaux.
 - Synchronisation avec les calendriers personnels des utilisateurs (Google Calendar, Outlook).
- **Prise de Rendez-vous :**
 - Possibilité pour les leads de réserver des créneaux de rendez-vous en ligne.
 - Confirmation et rappels automatiques des rendez-vous.

- **Gestion des Rendez-vous :**
 - Affichage des rendez-vous planifiés avec détails (date, heure, lieu, participant).
 - Modification et annulation des rendez-vous avec notification aux parties concernées.
- **Suivi des Rendez-vous :**
 - Historique des rendez-vous passés et futurs.
 - Notes et comptes rendus des rendez-vous accessibles directement depuis la fiche lead.

5.4 Gestion des Campagnes Publicitaires

- **Suivi des Campagnes :**
 - Interface pour suivre les performances des campagnes publicitaires.
 - Statistiques sur le nombre de leads générés par campagne.
- **Analyse des Leads :**
 - Rapports sur l'origine des leads, taux de conversion par campagne, etc.
- **Intégration avec les Outils Publicitaires :**
 - Connexion avec Google Ads, Facebook Ads, et autres plateformes publicitaires.

5.5 Communication et Collaboration

- **Messagerie interne :** Outil de messagerie pour la communication interne sur les leads.
- **Notes Partagées :** Système de notes pour partager des informations importantes sur les leads.
- **Documents et pièces jointes :** Possibilité de joindre des documents aux fiches de leads.

5.6 Rapports et Analyses

- **Tableaux de Bord :** Vue d'ensemble des performances (nombre de leads, taux de conversion, etc.).
- **Rapports Personnalisés :** Création de rapports personnalisés selon les besoins.
- **Exportation des Données :** Exportation des données en formats PDF, Excel, etc.

5.7 Intégrations et Extensions

- **API Restful :** API pour l'intégration avec d'autres systèmes.
- **Intégration Email :** Connexion avec les services de messagerie pour l'envoi et la réception des emails.
- **Extension des Fonctionnalités :** Modules complémentaires pour ajouter des fonctionnalités supplémentaires.

6 Fonctionnalités Spécifiques :

- 7 **Centralisation des Données** : Offrir une interface unique où toutes les informations sur les leads peuvent être enregistrées et consultées facilement.
- 8 **Suivi Efficace des Interactions** : Permettre aux équipes de suivre toutes les interactions avec les prospects, de la première prise de contact à la conversion finale.
- 9 **Analyse et Reporting** : Fournir des outils d'analyse pour mesurer l'efficacité des campagnes publicitaires et le taux de conversion des leads.
- 10 **Facilité d'Utilisation** : Assurer une interface utilisateur intuitive et accessible, même pour les utilisateurs non techniques.
- 11 **Sécurité et Conformité** : Garantir la sécurité des données et la conformité avec les réglementations en vigueur, notamment le RGPD.

7. Exigences du Projet :

- **Scalabilité** : Le CRM doit être capable de gérer un nombre croissant de leads et d'utilisateurs sans perte de performance.
- **Intégration** : Le système doit pouvoir s'intégrer facilement avec les outils publicitaires et de marketing existants (Google Ads, Facebook Ads, etc.).
- **Personnalisation** : Offrir des options de personnalisation pour répondre aux besoins spécifiques de chaque client.
- **Support et Maintenance** : Prévoir un support technique efficace et des mises à jour régulières pour garantir le bon fonctionnement du CRM à long terme.

8. Maintenance et Support

- **Documentation Utilisateur** : Guides et tutoriels pour l'utilisation du CRM.
- **Support Technique** : Service de support via chat, email ou téléphone.
- **Mises à jour** : Plan de mise à jour pour les nouvelles fonctionnalités et corrections de bugs.

9. Échéancier

- **Phase 1** : Analyse des besoins et spécifications détaillées.
- **Phase 2** : Développement de la version MVP (Minimum Viable Product).
- **Phase 3** : Tests et validations.
- **Phase 4** : Déploiement et formation des utilisateurs.
- **Phase 5** : Maintenance et support continu (à définir).

10. Encadrements

Encadrant Académique : ATTIBI MOHAMED

Contact : m.atibi@emsi.ma

Encadrant professionnel : Rachid Amakrane

Contact : amakrane.rachid@gmail.com

11. Livrables

1. Code source.
2. Documentation technique.
3. Rapport final de stage.
4. Présentation des résultats.

Conclusion

Ce mini CRM vise à simplifier et améliorer la gestion des leads pour nos clients, tout en offrant une intégration fluide avec leurs campagnes publicitaires existantes. Le respect des délais et des exigences techniques sera crucial pour le succès de ce projet.