

CONCEPTION DE SITE E-COMMERCE

CAHIER DES CHARGES

**L’entreprise : Mon Chez Soi**

**Le projet : Création d’un site e-commerce**

**Personne à contacter : Rose EMBOLO**

**Adresse : 1 Avenue des Cosmonautes, 45400 Fleury Les Aubrais**

**Tel : 06.20.37.58.77**

**Courriel : rosec.embolo@gmail.com**

SOMMAIRE

1. Présentation de l’entreprise

A.1. Les objectifs
A.2. Les cibles
A.3. Périmètre du projet

1. Les concurrents
2. Ergonomie et graphisme

C.1. Structure du site e-commerce
C.2. Caractéristiques des fiches produits

1. Les spécificités et les livrables

D.1. Le contenu du site
D.2. Les contraintes techniques
D.3. Le planning

A. PRESENTATION DE L’ENTREPRISE

**L’entreprise : Mon Chez Soi**

* Date de création : En cours de création
* Activité principale : Confection et vente de linge de table et de décoration
* Nombre de salariés : 1, auto-entrepreneur affilié salarié

Les produits et/ou services vendus (marques, gammes et lignes de produits…)

Les Produits : Coussins, Housse de coussin, nappe, chemin de table, serviettes.

**Gamme de produit 1 : Coussins et Housses de coussins**

- Housse de coussin tissus africains : Bogolan, Kente, Korhogo, Kanvo.

- Housse de coussin tissus Français et diverses origines : Coton, Poly coton aspect lin, Simili cuir, Polyester…

- Housse de Coussin Mélange de tissu africain et français : Coton-Bogolan, Korhogo Poly coton aspect lin.

**Gamme de produit 2 : Linge de table**

Nappe de table : Rectangulaire, Ronde, Carré : Tissus africain, tissus français et autres, tissus africain et français.

Chemin de table

Sets de table en tissu

Serviettes de table

A.1. Les objectifs

* Être visible en ligne : Augmenter la crédibilité et la notoriété de la marque.
* Attirer des acheteurs potentiels.
* Vendre des produits en ligne.
* Toucher une cible géographiquement dispersée et diversifiée.
* Gagner des parts de marché.

A.2. Les cibles

* Cœur de cible : ménagères de moins de 50 ans CSP+, femmes actives 30-49ans, zone urbaine.
* Cible principale : familles avec des enfants.
* Cible secondaire : prescripteurs journalistes bloggeurs qui vont être les relais d’information…

A.3. Périmètre du projet

* Site e-commerce bilingue (à définir) : Français et Anglais.
* Les solutions de paiement à intégrer : CB, PayPal.
* Système d’évaluation des produits
* Les spécificités à connaître : utilisation de la géolocalisation, création de compte

 **Principaux indicateurs figurant sur le site e-commerce :**

* **Nombre de visiteurs, exprimé généralement en Visiteurs Uniques (VU) par mois.**
* **Coût d’acquisition d’un visiteur, en tenant compte des investissements marketing en temps et en argent.**
* **Taux de conversion, le pourcentage de visiteur qui achète un produit.**
* **Montant du panier moyen, si possible en distinguant un achat moyen et le panier moyen d’un client sur la durée de vie moyenne.**
* **Fréquence d’achat moyen d’un client.**
* **ROI, ou Retour sur Investissement, exprimé généralement en pourcentage.**

B. LES CONCURRENTS

* Les plateformes e-commerce spécialisées dans la mode, l’art, l’artisanat africain (Afrikrea)
* Les enseignes d’équipement (Conforama, but)
* Les enseignes d’aménagement de l’habitat (Ikéa)
* Les enseignes d’ameublement décoration (Maison du Monde, Bouchara, Becquet)
* Les grandes surfaces de bricolage (Castorama)
* Les grands magasins (BHV)
* Les véadistes (La Redoute)
* Les Discounters (Gifi)
* Les grandes surfaces alimentaires (Carrefour)

C. ERGONOMIE ET GRAPHISME

 C.1. Structure du site e-commerce



 C.2. Caractéristiques des fiches produits

Composition de chaque fiche produit :

Image, description, prix, taille, couleur, notes des clients, avis et commentaires, fonctionnalités.

D. LES SPECIFICITES ET LES LIVRABLES

 D.1. Le contenu du site

* La création de texte ?
* Le format des contenus proposés ? (Texte, Photo, Vidéo…)

 D.2. Les contraintes techniques

Les attentes concernant les besoins connexes à ce projet que le prestataire devra fournir :

* Héberger le site e-commerce
* Assurer la maintenance si besoin
* Formation à l’utilisation du back office
* Intégrer des services tiers (CRM, Marketing automation, etc.) ?
* Les solutions utilisées avec le site Internet (Frameworks, templates) ?

 D.3. Le planning

Agenda des dates souhaitées pour la validation des différentes étapes :

* Date de la création et validation des maquettes à définir.
* Date de la création et validation des contenus à définir.
* Date de la création et validation du site à définir.
* Dates des Tests à définir.
* Date de mise en ligne : **8 mai 2021**.