

PROJET MAISON DUBOIS

PAR BENSOLTANA NAIMA CHEFFE DE PROJET CHEZ TAKBOOST

SOMMAIRE

Note d'intention	page 3
Rétroplanning	page 4
Matrice raci	page 5
Note e-commerce	page 6 à 10
Cahier de recette	page 10 à 12
Email de recadrage	page 13
Email de bilan	page 14
Guide utilisateur	page 15
Proposition du site pour une v2	page 16 à 20

NOTE D'INTENTION SUPER SITE STUDIO

CONTEXTE

Je suis Naima Bensoltana cheffe de projet numérique chez TAKBOOST votre cliente, Marine Guillotin dirigeante a fait appel à mes services afin de finaliser la refonte de son site web car le site possède de gros décalages entre ses attentes et le site livré.

Pour rappel La Maison Dubois est une marque charentaise de meubles artisanaux haut de gamme. Durant les 6 derniers mois, les produits Maison Dubois ont connu un succès fulgurant dans les différents salons et showcases de l'hexagone, si bien que l'entreprise veut s'essayer à la distribution en ligne en vue d'une expansion européenne

OBJECTIF

Avoir un site e-Commerce, les clients doivent pouvoir commander des meubles artisanaux partout en Europe. Le site doit pouvoir traiter les commandes vers l'étranger et traduit en plusieurs langues.

ACCESSIBILITÉ

Le site doit être compatible avec les navigateurs suivants :

- Internet explorer
- Mozilla Firefox
- Google Chrome
- Safari
- Opéra

Le site doit être conçu de manière **responsive** pour qu'il assure une navigation optimale sur tous types d'appareils.

Conformité légale

Les informations obligatoires relatives aux sites de E-commerce

RÉTROPLANNING

dubois

Tableau agile | Tableau ... +

les tâches ▼ Par Date de début ▼ Développer/réduire ▼ | ↶ ↷

	Chargé de mission	Statut	Date de début ↑	Date d'échéance	Durée
mission dubois		■ Nouveau			
Phase d'initialisation					
Recueil des besoins	Bensoltana naima, marine.guillotini@...	■ Terminé	16/05/2022	16/05/2022	
phase de lancement					
Note d'intention	Bensoltana naima, antoine.chaumine...	■ Nouveau	16/05/2022	16/05/2022	
Proposition d'une V2	naima.bensoltana@takboost.com	■ Nouveau	17/05/2022	18/05/2022	
Phase de production					
> note législation ecom FR	antoine.chauminet@superstudio.co...	■ Nouveau	18/05/2022	18/05/2022	
rédaction d'un guide cms du site	naima.bensoltana@takboost.com	■ En cours	18/05/2022	19/05/2022	
Cahier de recette	naima.bensoltana@takboost.com	■ Nouveau	20/05/2022	20/05/2022	

MATRICE RACI

Tache	Cheffe de projet Takboost	Antoine supers site studio	Dirigeante Maison Dubois
Recueil des besoins	R/A	I	C
Note d'intention	R/A	I	C
Note législation ecom	R/A	I	I
Cahier de recette	R /A	I	C
Rédaction d'un guide cms	R/A		C / I
Proposition d'une V2	R/A		C/I

Legend :

R : Responsable : responsable de l'activité, il réalise

A : Accountable : superviseur

C : Consulte : il consulte

I : Informed : il est informé

Note e-commerce

Le commerce en ligne est soumis à une **réglementation stricte** que vous devez impérativement respecter.

Réglementation et obligations spécifiques pour un site marchand

- Je dois respecter plusieurs articles de la loi du 3 janvier 2008 pour le développement de la concurrence au service des consommateurs (loi Châtel) portant sur la vente à distance :
 - Délais de livraison
 - Mention des coordonnées téléphoniques pour contacter le cybermarchand
 - Droit de rétractation
 - Modalités de remboursement
- La loi consommation (loi Hamon) du 17 mars 2014 renforce la réglementation du secteur :
 - Allongement du délai de rétractation du consommateur de 7 à 14 jours
 - Obligation pour le professionnel de livrer le bien à la date indiquée sur le site marchand
 - Délai de remboursement, après avoir exercé son droit de rétractation, ramené à 14 jours
 - Renforcement des obligations d'information
- Dans le cadre du règlement général sur la protection des données (**RGPD**), je dois assurer une protection optimale des données personnelles

Mentions légales

Que votre site internet propose des ventes en ligne ou non, ce dernier doit impérativement faire apparaître un certain nombre de mentions légales, généralement disponibles via un lien hypertexte renvoyant à une page dédiée, ou aux [Conditions Générales d'Utilisation](#) si elles existent.

Les [mentions légales obligatoires](#) doivent comprendre :

- Pour une société : raison ou dénomination sociale, forme juridique, adresse du siège social, montant du capital social.
- Adresse mail et numéro de téléphone de contact.
- Si votre entreprise a une activité commerciale : numéro d'inscription au RCS.
- Si votre entreprise a une activité artisanale : numéro d'immatriculation au répertoire des métiers.
- Si votre entreprise a une activité mixte : les deux !
- Numéro de TVA intracommunautaire, qui vous est transmis par l'administration fiscale une fois votre société créée.
- Si vous exercez une profession réglementée : référence aux règles professionnelles applicables et au titre professionnel.
- Si vous aviez besoin d'une autorisation particulière pour exercer, nom et adresse de l'autorité vous ayant délivré celle-ci.
- Nom du responsable de la publication sur le site.
- Coordonnées de l'hébergeur du site : nom, dénomination ou raison sociale, adresse et numéro de téléphone.
- Pour un site marchand, vos conditions générales de vente. Généralement, vos mentions légales proposent ici un hyperlien renvoyant vers une page dédiée.
- Si vous opérez une collecte de données sur vos clients, votre numéro de déclaration simplifiée CNIL.
- Si vous déposez ou lisez un cookie, en tant qu'éditeur de site ou d'application, vous devez informer les internautes de la finalité des cookies, obtenir leur consentement et leur fournir un moyen de les refuser. La durée de ce consentement est tout au plus de 13 mois.

contradictaires. A l'heure actuelle, seul un juriste peut rédiger des CGV respectant la Loi compte tenu de votre situation et sécurisant votre activité.

Sachez d'ores et déjà qu'il faut distinguer, au niveau des CGV, entre celles qui concernent votre activité à destination des professionnels (B to B) et celles qui concernent votre activité à destination des consommateurs (B to C). Les mentions obligatoires à présenter à vos clients B to B sont principalement visées dans le code de commerce (avec quelques renvois au code de la consommation), tandis que les mentions obligatoires à présenter à vos clients B to C sont listées dans le code de la consommation.

Les professionnels (B to B) sont les personnes qui sont en relation avec vous dans le cadre de leur activité professionnelle. Les consommateurs (B to C) sont ceux qui en revanche font appel à vos produits / services sans lien avec leur activité professionnelle. Attention toutefois, une société commerciale ne sera jamais considérée comme un consommateur !

Pour simplifier le tout, à l'intérieur de ces deux catégories de CGV B to B et CGV B to C, certaines mentions obligatoires ne concernent que les ventes de biens, et d'autres ne concernent que les prestations de service ! Toutefois, une majorité de mentions obligatoires concernent aussi bien la vente que la prestation de service.

Enfin, apprenez que si des mentions obligatoires sont propres à l'activité e-commerce (notamment pour les CGV B to C récemment réformées par la Loi Hamon), les mentions obligatoires des CGV 'classiques' s'appliquent quand même. Il faut donc, pour vos CGV e-commerce, superposer les mentions obligatoires classiques et celles propres à l'activité marchande sur internet.

Les sujets à couvrir sont nombreux. Prenons l'exemple de la politique de livraison par exemple : une fois vos transporteurs identifiés fait et votre politique clarifiée, il faudra bien entendu ajuster vos CGV en conséquence.

Vous l'aurez compris, nous n'allons pas détailler dans cette note les mentions obligatoires à faire figurer dans vos CGV e-commerce, tout simplement parce qu'une présentation exhaustive, qui est le minimum à attendre en matière de mentions obligatoires.

La sécurisation des paiements à distance

L'entreprise exploitant un site e-commerce doit également respecter plusieurs **règles en matière de paiement à distance**.

Tout d'abord, en cas d'utilisation frauduleuse d'une carte bancaire, **c'est à l'entreprise de supporter le risque**. La banque peut débiter d'office le compte de l'entreprise pour tout achat contesté par écrit par le titulaire de la carte bancaire. Ce droit figure dans la convention de vente à distance liant l'entreprise à la banque.

Ensuite, l'entreprise doit également **assurer la sécurité et la confidentialité des données bancaires de ses clients**. Certaines informations sur le client ne pourront être conservées qu'avec le consentement de ce dernier (numéro de carte, expiration...).

La déclaration à la CNIL

Les sites commerciaux qui collectent des informations nominatives (nom ou adresse mail par exemple) et constituent des fichiers de clients et de prospects, doivent effectuer, suivant les cas, **une déclaration simplifiée ou une déclaration normale auprès de la Cnil**.

L'entreprise doit respecter les obligations suivantes au sujet des informations collectées sur les clients :

- Elle doit obtenir leur accord au préalable,
- Elle doit informer les clients de leur droit d'accès, de modification et de suppression de ces données,
- Elle doit veiller à la sécurité et à la confidentialité des données,

Et elle doit fournir la durée de stockage de ces données.

Politique de remboursement

Pour les e-commerçants opérant dans des secteurs d'activité tels que la mode ou l'ameublement, où les clients ne peuvent pas inspecter le produit avant d'acheter, l'élaboration d'une politique de retour est inévitable. Elle est d'ailleurs réglementée et obligatoire.

Même si votre politique de retour dépend de la logistique de votre entreprise et des produits que vous vendez, toute politique devrait comprendre systématiquement les éléments suivants :

- Le type d'articles éligibles aux retours et/ou aux échanges,
- Les articles proposés en vente finale (non remboursables, non échangeables),
- Le délai de retour ou d'échange (par exemple : 30, 60, 90 jours après l'achat),
- Les conditions de retour ou d'échange (par exemple : avec l'étiquette, dans son emballage d'origine, etc.),
- Ce que vous proposez en échange du retour (par exemple : un remboursement, un avoir, un autre produit d'une même valeur, etc.),
- Comment effectuer la demande de retour ou d'échange (par exemple : en contactant le service client, directement à l'aide d'une étiquette préremplie, etc.).

Cahier de recette

CONSIDÉRATION GÉNÉRALE

Page	ACTION	ATTENDU	RÉSULTAT Validé / Non valide	COMMENTAIRE
L'url	Je tape l'url de la société	Le nom de domaine affiche un certificat SSL	NV	Non présent
Cookie	Bannière pour les choix de consentement données personnelles	Pouvoir « accepter » ou « refuser » « réglage préférence »		
Accueil	Modifier la langue du site	Site multilingue		
	Accéder aux différentes pages de gamme de produit	Chaque gamme de produit doit avoir sa propre page		
	Géolocalisation et traduction du pays de l'user	Intégration d'un vpn		
Mentions légales	Dans la page d'accueil, la page des mentions légales, la page d'aide ou encore dans les pages consacrées aux conditions générales d'utilisation ou de vente : Vérifier la présence des informations relatives aux conditions de fonctionnement du service après-vente.	Les conditions de fonctionnement du service après-vente sont indiquées		
	Dans l'ensemble des pages du site, vérifier la présence d'un lien pointant vers la page présentant les conditions de vente et/ou d'utilisation	Les conditions de vente ou d'utilisation sont disponibles depuis toutes les pages		
	Dans au moins une des pages suivantes : la page d'accueil, la page des mentions légales, la page à propos, d'aide, ou encore dans les pages consacrées aux conditions générales de vente ou d'utilisation : Vérifier la présence d'informations permettant d'entrer en contact (e-mail, téléphone, fax...) avec le responsable des réclamations	Le site propose au moins un moyen de contacter le responsable des réclamations		
	Dans la page d'accueil, ou la page des mentions légales, la page d'aide, ou encore dans les pages consacrées aux conditions générales d'utilisation ou de vente : Vérifier la présence des informations relatives à la zone de livraison couverte pour les produits et les services	Les informations relatives à la zone de livraison des produits ou de réalisation des services sont indiquées		

Formulaire	Dans le formulaire récapitulatif de la commande et au sein de la facture envoyée au client, vérifier la présence du détail de toutes les taxes intégrées au coût des produits et services proposés	Les prix affichés mentionnent le détail des taxes et suppléments éventuels ainsi que le montant hors taxes		
	Entreprendre une procédure de commande ou modifier les données d'un compte client (à l'aide d'un compte de test ou compte réel créé pour l'occasion) ; Puis, vérifier la possibilité de saisir une adresse de livraison différente de l'adresse de facturation.	Une adresse de livraison différente de l'adresse de facturation peut être spécifiée		
	Etiquette de chaque champ-de formulaire indique si la saisie est obligatoire	Permettre aux utilisateurs de savoir à l'avance si un champ est obligatoire. Prévenir les erreurs avant qu'elles ne surviennent. Renforcer la confiance des utilisateurs sur l'utilisation de leurs données. Améliorer l'accessibilité des contenus aux personnes handicapées		
	Lors de la saisie d'un formulaire reparti sur plusieurs pages un récapitulatif global est affiche avant l'envoi-définitif	Donner à l'utilisateur une vue globale de ce qu'il a saisi dans les pages précédentes. Permettre à l'utilisateur de vérifier l'ensemble des informations d'une procédure complexe avant la soumission définitive.		
Compte client	J'achète un produit	L'achat d'un produit ou service est possible sans création de compte		
	Vérifier que les champs dont l'étiquette ne donne aucune information sur leur caractère obligatoire sont bien	L'étiquette de chaque champ de formulaire indique si la saisie est obligatoire		

Email de recadrage

Objet : projet maison Dubois

De : naima.bensoltana@takboost.com

Bonjour,

Je suis Naima Bensoltana cheffe de projet numérique chez Takboost, Mme Guillotin m'a mandaté au sujet du développement de son site e-commerce « Maison Dubois ».

J'ai donc pour mission de recadrer le projet afin que celui-ci réponde aux attentes de Mme Guillotin.

Il semblerait avoir eu une incompréhension de votre part sur les attentes de Mme Guillotin.

Il y'a également certains points manquants dans le cahier des charges, ce qui explique aussi cet écart entre les attentes de Mme Guillotin et le site livré.

Afin de vous aider au mieux et permettre à Mme Guillotin et vous-même de travailler sur une bonne base, j'ai travaillé sur le projet et vous fournit donc en pièce jointe plusieurs documents afin de vous permettre de finir le site correspondant aux attentes de Mme Guillotin. Dans ces documents, vous pourrez retrouver :

- **Une note d'intention**
- **Un rétroplanning**
- **Cahier de recette**
- **Une note de conformité**

Le salon Européen représente un enjeux commercial conséquent pour **Mme Guillotin**.

Celui-ci aura lieu dans 3 semaines, Je Compte sur votre réactivité et expertise afin de mener à bien cette mission.

Vous avez mon entière collaboration afin de mener à bien cette mission

Je vous propose un rdv téléphonique **le mardi 22 mai à 10h au plus tard**

Dans l'attente d'un retour de votre part, je vous prie chère collègue l'expression de mon profond respect.

Email bilan

De : naima.bensoltana@takboost.com

A : guillot@maisondubois.fr

Objet : bilan du site

Date : 22/05/2022

Bonjour,

A la suite de notre dernier entretien, j'ai pris contact avec Super Sites Studio afin d'assurer le suivi du projet avec eux.

J'ai donc transmis l'intégralité des documents que j'ai réalisé pour le projet à Super Sites Studio que vous avez validé en amont.

Voici donc une synthèse de ce qui a été transmis

Une note d'intention

Afin que l'agence prenne connaissance des points à prendre en considération ainsi que les enjeux du projet.

Un rétroplanning

Des tâches qui restent à réaliser

Un cahier de recette

Du site vierge prêt à être rempli par l'agence et qui servira de support avancé

Une note

Reprenant l'ensemble des mentions obligatoires devant apparaître sur votre site pour être en conformité avec la législation française.

Je vous propose également un rdv le mardi 23 mai à 11h afin de vous présenter **le guide utilisateur** facilitant la prise en main de l'outil digital par votre alternante Bénédicte ainsi que **ma proposition d'évolution du site pour une V2** qui j'espère sera à la hauteur de vos attentes.

Je tiens à vous remercier de la confiance que vous m'avez apporté durant ce projet et que cette collaboration puisse être le début de futur projet aussi ambitieuse qu'innovante pour **MAISONDUBOIS**.

Le guide utilisateur

1. Comment se connecter ?	page 1
2. Tableau de bord WP Admin	page 2
3. Tableau de bord	page 3
4. Présentation	<i>page 4 à 7</i>
5. Menus de la colonne latérale	<i>page 7 à 8</i>
6. Gestion des menus	pages 9
7. Woocommerce	page 10 à 11
8. Onglet de l'Inventaire	page 11
9. Onglet de Livraison	page 12
10. Gestion des stocks	page 13
11. Visualiser des commandes	page 14 à 16
12. Editer/visualiser des commandes uniques	page 17

Lien ci-dessous :

[..\Bensoltane_naima_07_04052022.docx](#)

Proposition d'évolution du site V2





Lot I

Création d'un blog

Stratégie seo

Balise opengraph

Règle de qualité web (opquasts)

Lot II

Identité de marque

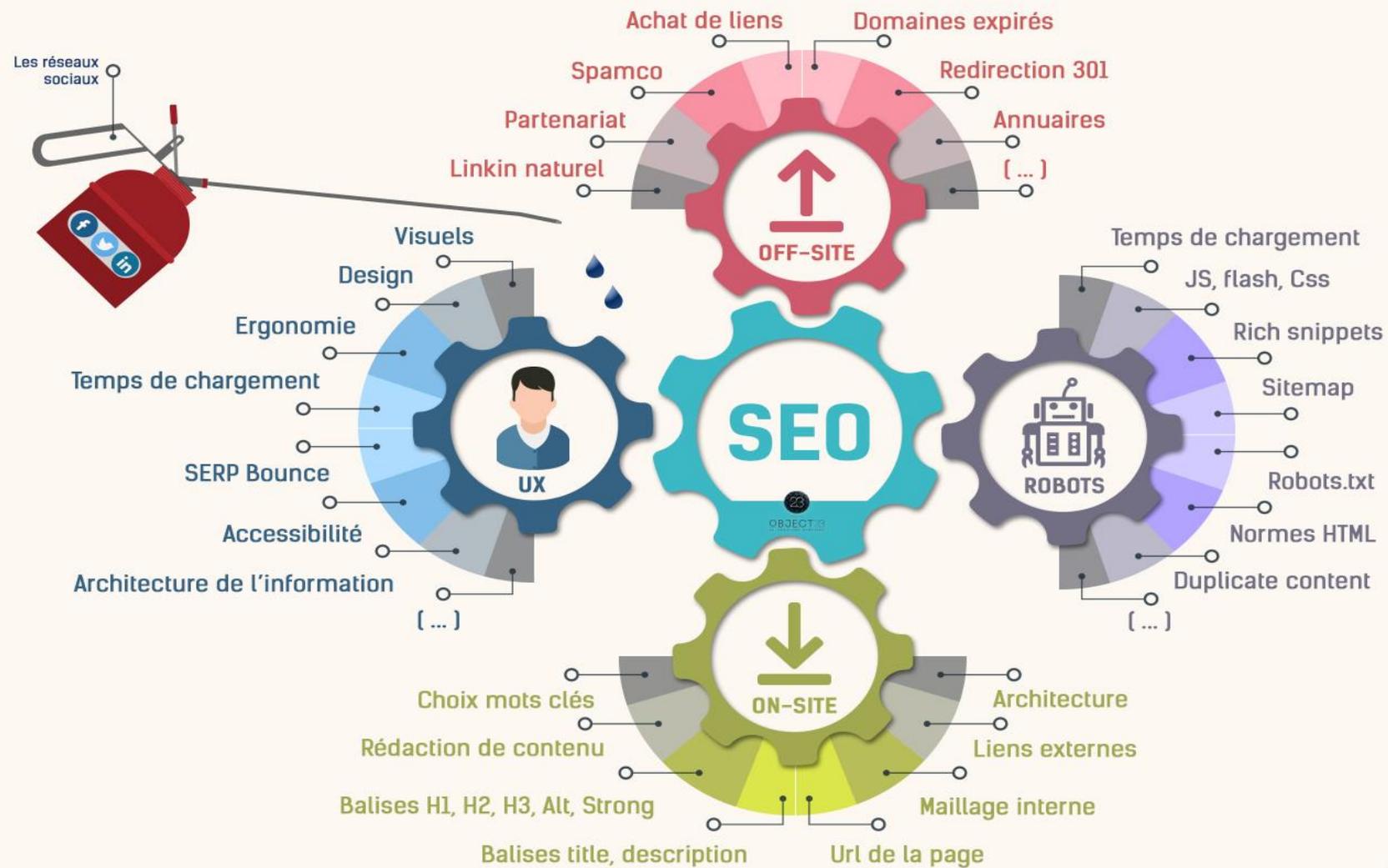
Stratégie sur les pages produits

Lot III

Stratégie marketing

Plateforme réseaux social

PHOTOGRAPHIE DU SEO EN 2022



by : blog object23.fr

RÉSUMÉ

- ▶ Le référencement naturel fait partie des piliers du marketing moderne et son importance ne fait que se renforcer avec la transition numérique. S'il peut être tentant de se jeter tête baissée dans votre site Internet et optimiser des titres et des images, il ne faut pas oublier que le SEO est un jeu qui se gagne avec le temps.
- ▶ Si rien n'est jamais acquis sur les moteurs de recherche, une chose est sûre : prendre le temps de définir une stratégie SEO complète ne pourra que vous aider à long terme. Le reste est une question de régularité et d'endurance !

Lien ci-dessous avec les détails :

- ▶ [..\Bensoltana_naima_08_04052022.docx](#)

Lot II

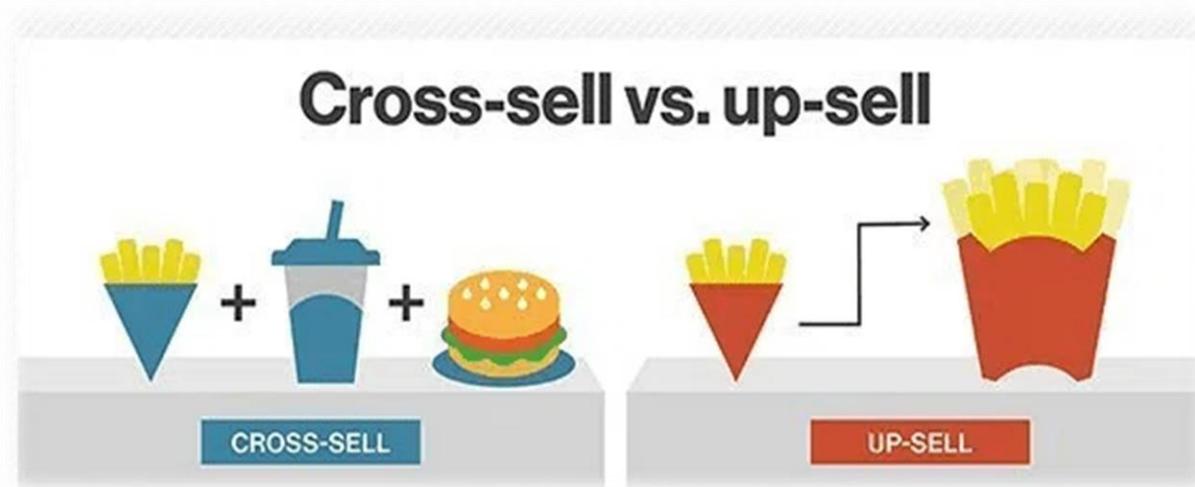
► **Identité de Marque**

Le branding, c'est l'identité de votre marque – ce sont les couleurs qui vous définissent, votre logo, mais aussi le ton utilisé dans vos communications et, généralement, votre « style ».

Le branding est indispensable pour que vos clients et prospects se souviennent de vous et pour que vous puissiez vous démarquer de la concurrence.

Il passe par le design de votre site web, par le contenu de vos emails, par votre manière d'interagir avec votre communauté sur les réseaux sociaux, et bien plus encore.

► **Stratégie sur les pages produits**



Faire des ventes additionnelles :

Le vendeur propose aux clients de prendre une plus grande boîte, et essaye de les convaincre qu'avec une petite augmentation de prix ils obtiendront bien plus de valeur (de frite) que la boîte qu'ils essayent d'acheter.

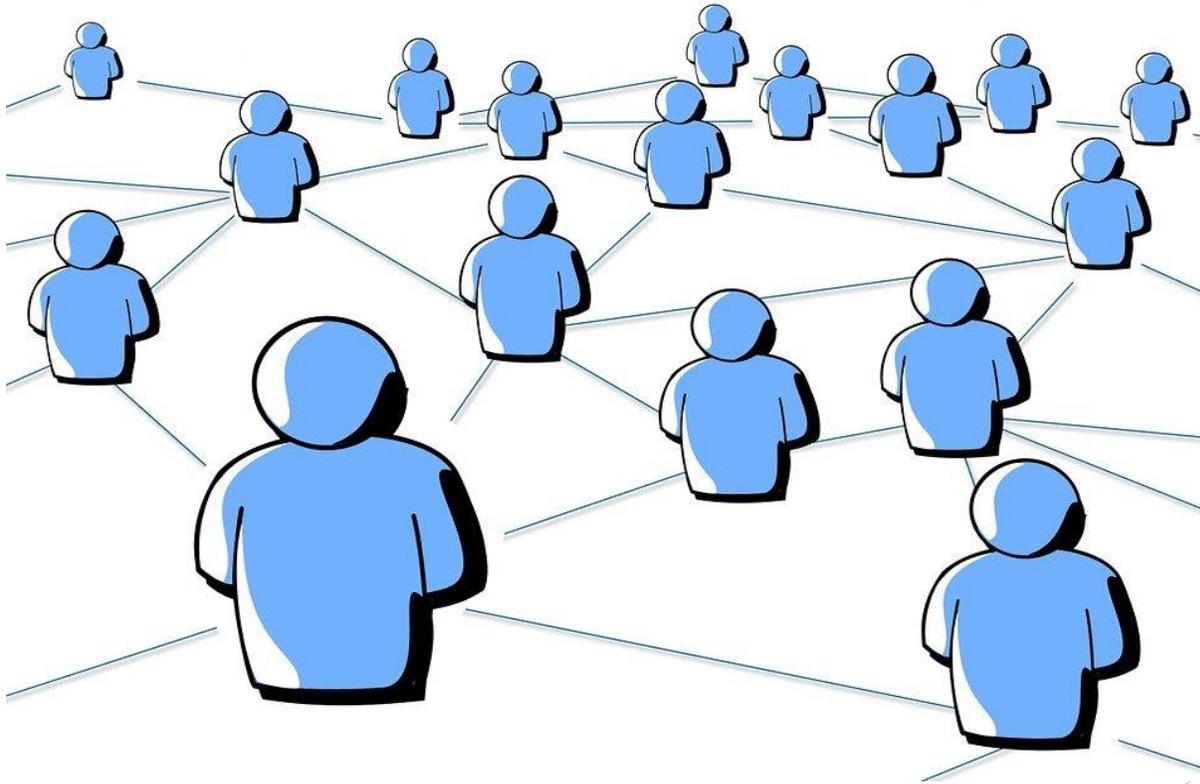
Lot III

Le social media marketing est utilisé pour tous les objectifs de marketing traditionnels pour atteindre les clients mais aussi :

- Augmenter le nombre de client
- Construire du bouche-à-oreille
- Augmenter les ventes de produits
- Fournir un moyen de rétroaction
- Développer une réputation en tant que leader ou expert
- Diriger le trafic vers un site web



- ▶ **PLATFORME Réseaux sociaux**
- ▶ Facebook, YouTube, Twitter, LinkedIn, Pinterest, Google Plus +, Tumblr et Instagram sont les sites de réseaux sociaux les plus populaires.
- ▶ **Amis, abonnés, groupes, hashtags, etc.** : les utilisateurs utilisent leurs comptes pour se connecter à d'autres utilisateurs.



“ La régularité n’a que deux amis: le professionnalisme et le succès !

”

Merci de votre confiance et attention

Bensoltana Naima cheffe de projet chez Takboost

Auteur de citation « Foghens »