

PROJET SKINICAL

GROUPE MAGNIFIC



SOMMAIRE

Analyse des besoins v1	page 1 à 8
Persona	page 9 à 11
Analyse des besoins v2	page 12
Proposition d'organisation	page 13 à 15
Analyse de risque v1	page 16 à 17
Plan de prévention	page 18 à 21
Analyse de risque v2	page 22
Planning détaillé v1	page 23 à 24
Planning détaillé v2	page 25
Devis	page 26

ANALYSE DES BESOINS V1

Résumé du projet

Le commanditaire du projet est un grand nom de l'industrie pharmaceutique. La marque experte depuis 40 ans en produit dermo-cosmétique souhaite lancer un nouveau produit baptisé « Acn&Stop » afin de se lancer sur le domaine nouveau du traitement des peaux jeunes, bien loin de sa gamme beauté historique en ciblant une clientèle d'adolescent.

C'est pourquoi elle a sollicité notre agence afin de proposer une stratégie digitale efficace pour se positionner sur ce marché.



La marque se pose la question suivante :

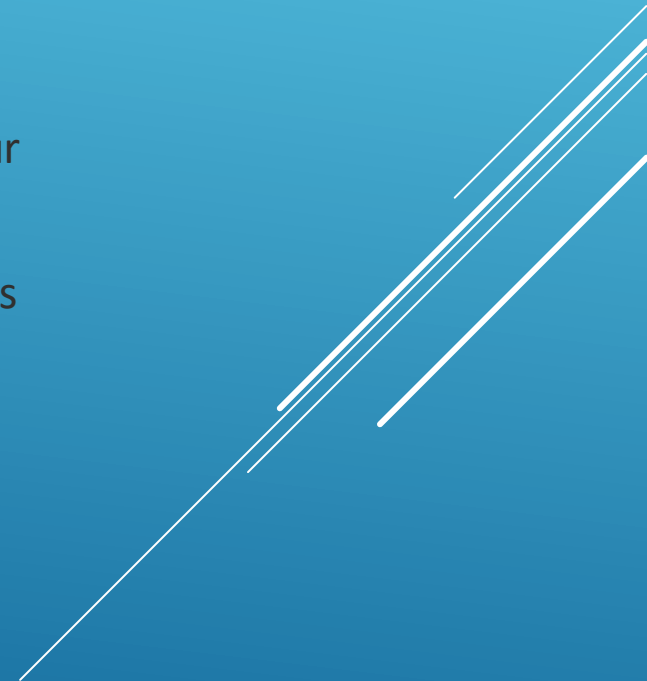
« Comment une stratégie digitale peut-elle nous aider à être présents et visibles non-seulement in-store mais aussi sur les pharmacies et parapharmacies en ligne ? »

Le marketing digital utilise les canaux numériques pour vendre un produit ou promouvoir une marque auprès de consommateurs.

Il s'appuie sur le développement de l'usage d'Internet, site web, réseau sociaux, sites mobiles, applications pour smartphones et tablettes, podcast, vidéos en ligne sont au cœur du marketing digital.


Le but du marketing digital est d'augmenter les visites sur le site, de transformer ces visites en actes d'achat et de fidéliser le client en établissant une relation régulière avec lui.

Ci-dessous vous trouverez une infographie d'un exemple d'une stratégie digitale :






La société a exprimé les besoins suivants :


- **Un site Web** pour asseoir la marque et renvoyer les utilisateurs vers les pharmacies distributrices, en appliquant les logiques de store-Locator utilisés dans d'autres secteurs
 - **Une application mobile**, pensée comme une « appli compagnon » facilitant le suivi et le traitement des utilisateurs.
- 

Créations et identité graphique :

Le commanditaire souhaite que l'on propose **une identité de marque qui sera propre à se nouveau produit** au travers de visuels et d'une iconographie spécifique ainsi que des packagings sur la série de produit.



Les objectifs du projet :

- Gagner une place dans le marché du traitement de l'acné ;
 - Collecte de données sur les utilisateurs, les clients « finaux » de la marque pour pouvoir les adresser directement ;
 - Collecte des coordonnées des médecins via les fonctionnalités de l'application pour détecter les professionnels prescripteurs, difficiles à identifier à date ;
 - Faciliter le traitement des patients et distribuer des conseils visant à limiter la virulence de l'acné.
- 

Nos Utilisateurs :



adolescent



adulte



parent d'ado

Fonctionnalité attendue de l'application :

1. **Une création de compte et de profil utilisateur**, incluant ses données médicales
2. **Les rappels pour l'application du soin** durant les périodes de prise du traitement
3. **La transmission de données aux médecins** dermatologues et généralistes suivant les patients (informations communiquées par email) ;
4. **Des rappels d'hydratation, d'activité sportives**, car des études démontrent que cela a un impact sur la santé et l'hygiène de la peau ;
5. **Une analyse de l'activité physique de l'utilisateur** ;
6. **La captation des données de santé** présentes dans le smartphone de l'utilisateur lorsqu'elles sont disponibles, ces deux derniers points dans l'optique de collecter des données pour **alimenter une étude « épidémiologique »** afin de confirmer les corrélations entre mode de vie, fréquence d'utilisation des traitements et virulence des crises d'acné.

Calendrier prévisionnel

L'agence devra présenter son projet en tenant compte de l'organisation interne de la marque et des échéances déjà programmées :

- **12 mai 2019** : Annonce des candidats sélectionnés en short-List ;
- **15 mai 2019** : Soutenance des propositions pour les candidats en short-List ;
- **16 mai 2019** : Annonce du candidat sélectionné et kick-off projet ;
- **25 mai 2019** : Validation des spécifications fonctionnelles site + application ;
- **30 mai 2019** : Validation des créations ;
- **11 juin 2019** (date du Séminaire Managers Groupe) : Mise en ligne du site et mise à disposition de l'application sur les stores (iOS et Android)

ANALYSE DES BESOINS V2

Le commanditaire nous informe qu'il ne souhaite **plus créer d'application mobile** mais seulement un site web cependant tous les autres besoins mentionnés en V1 reste maintenue.



PROPOSITION D'ORGANISATION DU PROJET

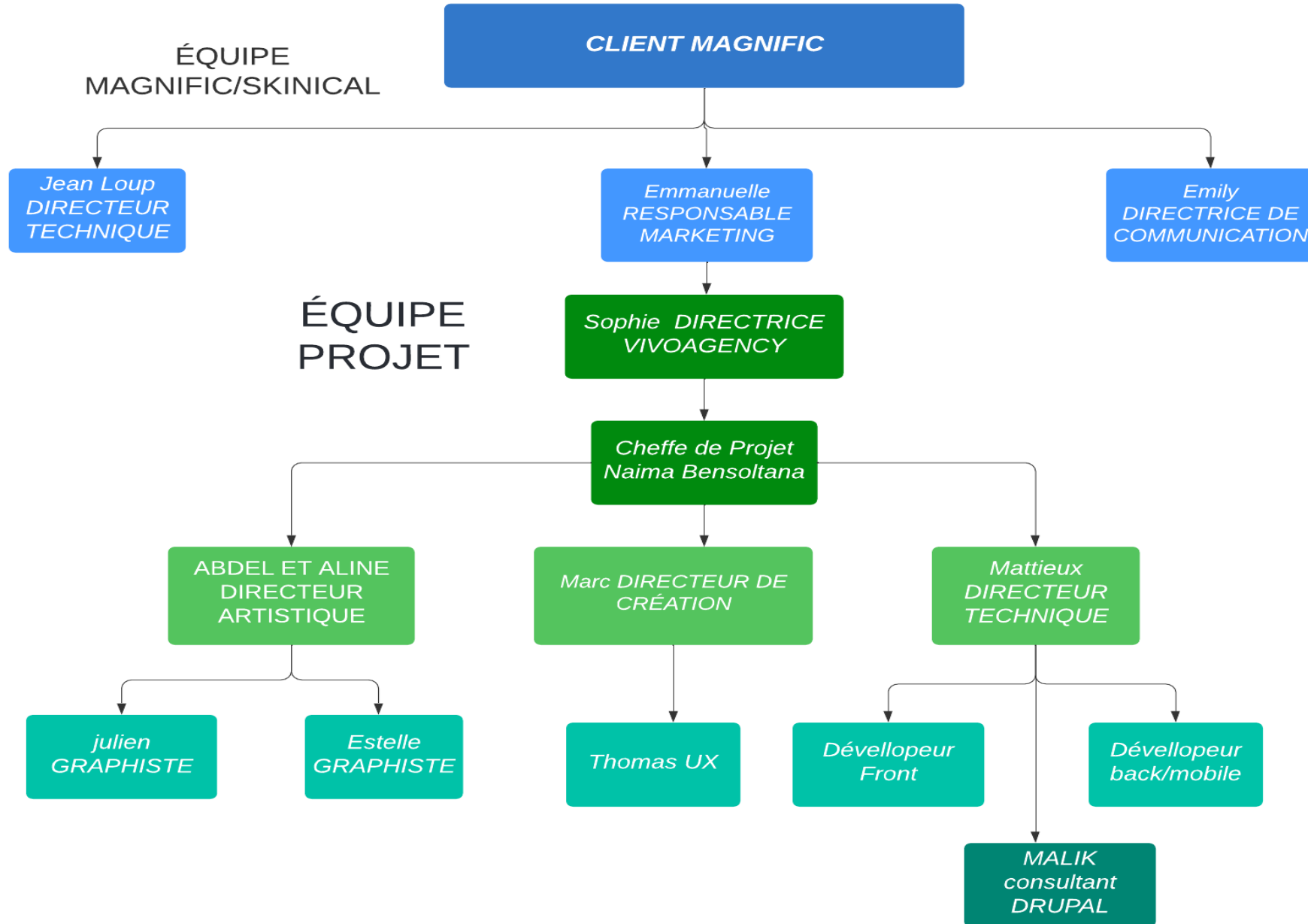
MÉTHODE CHOISIE EN CASCADE :

Le principe de la méthode en cascade est simple. On découpe le projet en 5 phases. L'équipe projet doit terminer une phase avant de pouvoir passer à la suivante. Ce qui fait sa différence avec d'autres méthodologies, c'est qu'il n'est plus possible de revenir sur une phase lorsque celle-ci est terminée et bien évidemment, validée par le client.

Pour résumer, un cycle en cascade repose sur 3 principes :

- La production des livrables définis au tout début du projet
- La livraison de ces livrables à une date précise et définie lors du cadrage du projet
- La phase ne se termine que lorsque cette dernière a été vérifiée puis validée. Si un client n'est pas satisfait d'un livrable, l'équipe devra le retravailler jusqu'à ce qu'il soit parfait.

ORGANIGRAMME PROJET



MATRICE DE RESPONSABILITÉ

	Client Magnific			Équipe Vivoo Agency			
	Directeur technique Jean Loup	Responsable marketing Emmanuelle	Directrice de communication Emily	Directeur de création Marc	Directeur technique Mattieu	Directeur artistique Abdel et Aline	Cheffe de Projet Naima
Validation des CRM internes	A	I	I	I	R	I	C
Validation des Créatifs	I	C	A	C	I	R	C
Validation des étapes	I	A	I	C	I	R	C
Responsable de création	I	I	A	R	I	C	C
Responsable du développement	A	I	I	I	R	I	C
Responsable graphiste	I	A	A	C	I	R	C
LÉGENDE							
R = Responsable *il réalise							
A = accountable * il supervise							
C = consulted * il conseille							
I = informed * il est informé							

ANALYSE DE RISQUE V1

CONTRAINTE CLIENT :

Contrairement au fonctionnement habituel, le projet sera piloté par **les équipes marketing de Magnific.**

Le projet sera suivi au quotidien par **Emmanuelle, alternante.** Elle finit son alternance en mai, mais elle assurera la passation avec son successeur, **Marc.**

La responsable marketing voyage beaucoup, mais elle devrait être disponible pour les validations.

Toutes les créations devront être validées par la directrice de la communication, Emily.

Elle est très efficace (=rarement disponible plus de 20 minutes), cependant **elle ne parle qu'allemand ou anglais.**

La partie technique sera assurée par Jean-Loup. Son rôle sur ce projet est de s'assurer que les données collectées soient utilisables dans le logiciel interne de gestion de relation client.

Cependant **ces informations ne nous seront transmises quand « temps voulu ».**

Il sera donc précieux de le convaincre de nous les transmettre dès le choix du candidat.

CONTRAINTE AGENCE :

UX Designer Thomas quitte l'entreprise en mai mais la date ne m'a pas été transmise.

L'agence va donc devoir recruter très rapidement.

Matthieu le directeur technique m'informe que le projet est **non réalisable dans les délais** annoncés même en doublant ou triplant l'effectif avec des freelances.

Le projet sera réalisé avec le système de gestion de contenu Drupal pour le site web et un développement hybride pour l'application.

Un consultant Drupal est demandé pour l'architecture technique commune Web/Application.

Il s'appelle Malik et interviendra **pendant 5 jours.**

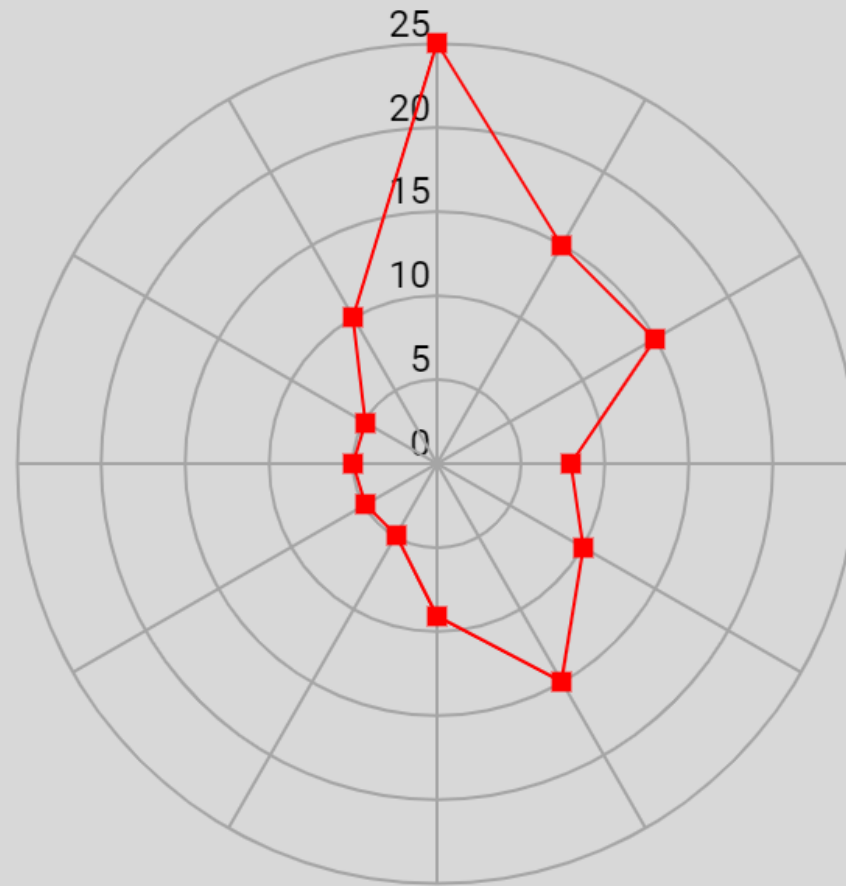
Plan de prévention

	Probabilité	Gravité	Criticité		
Risque	P	G	C	Responsable	Prévention
Délais définis par le client irréalisable	5	5	25	Directeur de l'agence	Alerter le client et la responsable de l'agence afin de modifier la démarche commercial
Fonctionnalité du site non précise	3	5	15	Chef de projet	Le périmètre du site doit être absolument précisé par notre commanditaire
Fonctionnalité de l'appli non précise	3	5	15	Chef de projet	Le périmètre de l'application doit absolument précisé par notre commanditaire
Jean loup (directeur technique skinical) donne les informations quand ça lui chante	2	4	8	Chef de projet	Faire preuve de diplomatie et lui expliquer l'intérêt de nous transmettre les informations au plus tôt
Budget pas définis	2	5	10	Chef de projet	La présentation du budget doit être claire et validé par le client afin de ne pas prendre le risque de diminuer nos marges
Impossibilité de modifier les échéances des livrables	3	5	15	Chef de projet	Revoir les délais avec le client et lui proposer un nouveau calendrier
Notre ux thomas par en mai et toujours pas de remplaçant	3	3	9	Chef de projet	Recruter en priorité un UX et faire appel à un chasseur de tête

Emily la directrice de communication ne parle que anglais ou allemand	5	1	5	Chef de projet	Recruter un traducteur
Emily n'est disponible que 20 minutes par jour	5	1	5	Chef de projet	Optimiser la rencontre et aller droit au but
Emmanuelle la responsable marketing de magnific quitte l'entreprise en mai	5	1	5	Chef de projet	Elle sera remplacée par un certain MARC
Le logo sera fait par l'agence du client 360 historique	5	1	5	Chef de projet	L'agence devra nous communiquer les codes couleurs exactes utilisées le plus rapidement possible
Besoin de renfort en dev	5	2	10	Chef de projet	Notre consultant Drupal Malik devra être recruté pour 5 jours afin de nous apporter son expertise sur l'architecture du site/appli

Radar Criticité

c



RÉSUMÉ :

Sur notre radar nous notons **un point 25 de criticité**, c'est le maximum ! se projet est totalement infaisable dans le délai imposé par le client, il faudra lui expliquer impérativement.

Un nouveau planning lui sera proposé qui sera plus réaliste.

ANALYSE DE RISQUE V2

Imprévu 2 : Le client ne souhaite plus d'application mobile les délais seront alors écourté et cela représentera un manque à gagner pour notre agence.

Imprévu 1 : face à la pression du projet skinical et l'enjeux commercial qui en découlent j'ai négligé la recette d'une livraison à Jocelyn.

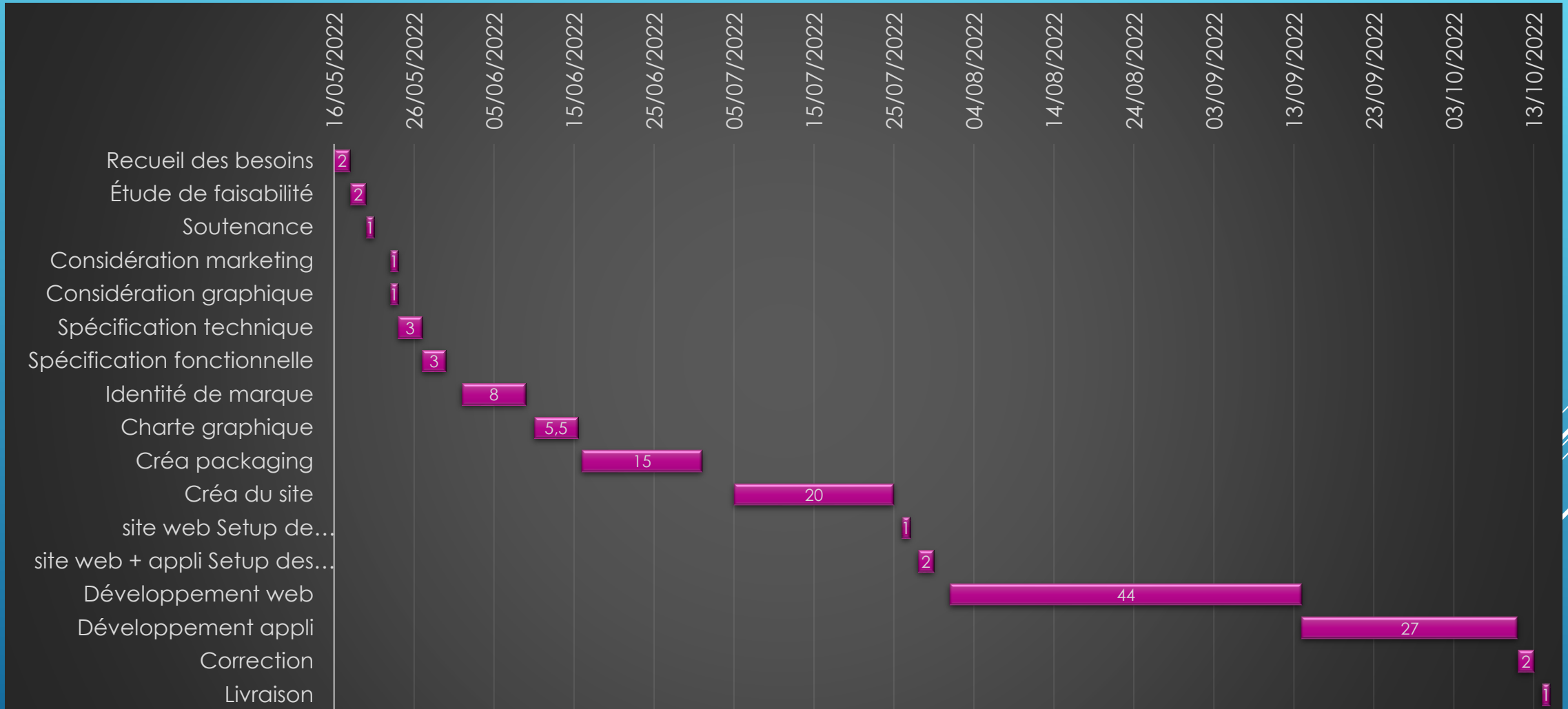
Il s'est engagé sur des échéances et a perdu une prime.

Pour faire face à cette crise je lui présenterais des excuses et lui proposerais une remise commerciale.

Planning Détaillé V1

Phase du projet skinical V1	Date de début	Date de fin	Durée/jours	Responsable	Progression %
Cheffe de projet : naima.bensoltana@vivoagency.com					
Phase d'initialisation	16/05/2022	21/05/2022	5	Naima	
Recueil des besoins	16/05/2026	17/05/2022	2	Naima	
Étude de faisabilité	18/05/2022	19/05/2022	2	Toute l'équipe	
Soutenance	20/05/2022	20/05/2022	1	Naima	
Phase de lancement	23/05/2022	31/05/2022	7	Naima	
Considération marketing	23/05/2022	23/05/2022	0,5	Marc/Emily	
Considération graphique	23/05/2022	23/05/2022	0,5	Marc/Emily	
Spécification technique	24/05/2022	26/05/2022	3	Mattieu	
Spécification fonctionnelle	27/05/2022	31/05/2022	3	Mattieu/Naima	
Phase de conception	01/06/2022	25/09/2022	77,5	Marc/Naima	
Identité de marque	01/06/2022	09/06/2022	8	Marc	
Charte graphique	10/06/2022	16/06/2022	5,5	Julien/Estelle	
Créa packaging	16/06/2022	06/07/2022	15	Abdel/Aline	
Créa du site	07/07/2022	25/07/2022	20	Thomas/Aline	
Créa appli	02/08/2022	26/09/2022	20	Thomas/Abdel	
Phase de production	26/07/2022	04/10/2022	75	Mattieu/Naima	
Site web Setup de l'environnement de développement	26/07/2022	26/07/2022	1	Mattieu/Dèv	
Site web + appli Setup des bases données	27/08/2024	29/08/2022	3	Mattieu/dèv	
Développement web	29/08/2022	05/10/2022	44	Dév/front/back	
Développement Appli	29/08/2022	04/10/2022	27	Dév/front/back	
Phase d'exploitation	05/10/2022	10/10/2022	4	Naima/client	
Correction	05/10/2022	08/10/2022	3	Toute l'équipe	
Livraison	09/10/2022	09/10/2022	1	Naima	

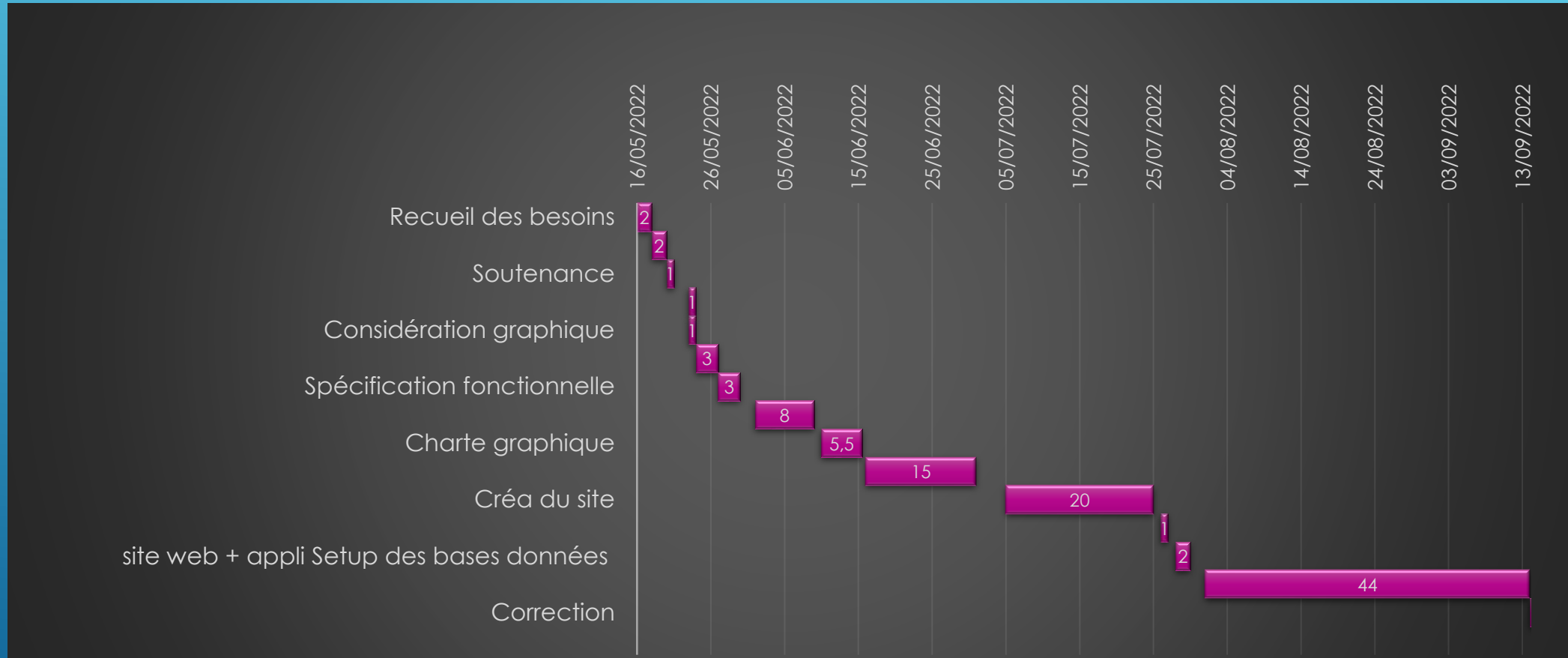
DIAGRAMME DE GANT V1



Planning Détaillé V2

Phase du projet skinical V2 Cheffe de projet : naima.bensoltana@vivoagency.com	Date de début	Date de fin	Durée/jours	Responsable
Recueil des besoins	16/05/2022	18/05/2022	2	Naima
Étude de faisabilité	18/05/2022	20/05/2022	2	Toute l'équipe
Soutenance	20/05/2022	21/05/2022	1	Naima
Considération marketing	23/05/2022	24/05/2022	1	Marc/Émily
Considération graphique	23/05/2022	24/05/2022	1	Marc/Émily
Spécification technique	24/05/2022	27/05/2022	3	Mattieu
Spécification fonctionnelle	27/05/2022	30/05/2022	3	Mattieu/Naima
Identité de marque	01/06/2022	09/06/2022	8	Marc
Charte graphique	10/06/2022	15/06/2022	5,5	Julien/Estelle
Créa packaging	16/06/2022	01/07/2022	15	Abdel/Aline
Créa du site	05/07/2022	25/07/2022	20	Thomas/Aline
site web Setup de l'environnement de développement	26/07/2022	27/07/2022	1	Mattieu/Dèv
site web + appli Setup des bases données	28/07/2022	30/07/2022	2	Mattieu/dèv
Développement web	01/08/2022	14/09/2022	44	Dév/front/back
Correction	10/09/2022	12/09/2022	2	Toute l'équipe
Livraison	13/09/2022	14/09/2022	1	Naima

Diagramme de gant V2



DEVIS n°275

Skinical

Désignation	Quantité	Tarif HT
Organisation projet	1	3 000.00
Identité de marque	1	5 500.00
Charte graphique	1	2 750.00
Création packaging	1	7 500.00
Création du site	1	13 500.00
Développement web	1	42 275.00

Base HT	Taux	Montant tva
74 525.00	20 %	14 905.00

Total HT : 74 525.00 €

Total TVA : 14 905.00 €

Total TTC : 89 430.00 €

Acompte : 0.00 €

A payer : 89 430.00 €

Acompte de 20% de la somme à payer à verser avant lancement du projet obligatoire

MERCI DE VOTRE ATTENTION

NAIMA BENSOLTANA
CHEFFE DE PROJET VIVOO DIGITAL

