**REFONTE SITE INTERNET EVASION-VACANCES.COM**

**CAHIER DES CHARGES SYNTHETIQUE – DEMANDE DE DEVIS**

**1. Le projet**

## Evasion Vacances Aventure :

* Depuis décembre 1985, Evasion Vacances Aventure organise des colonies de vacances et classes de découverte pour les enfants de 6 à 17 ans en France et à l’étranger. Actuellement, 1500 jeunes partent chaque année avec nous.
* Par sa vocation socio-éducative, EVA est une association loi 1901. Elle inscrit son action en accord avec les grands principes d’éducation populaire :
  + développer l’autonomie de l’enfant,
  + combattre toutes les formes d’intolérance
  + développer la notion de citoyenneté
  + positionner le jeune en acteur de son séjour
  + sensibiliser les jeunes au respect de l’environnement naturel.
* L’association est composée de 4 salariés permanents. Le déménagement de son siège de Paris à Bordeaux en 2012 s’est accompagné d’un renouvellement d’équipe. Les membres fondateurs ont en effet laissé leur place à une équipe de trentenaires, pour la plupart formés à l’animation auprès des jeunes.
* Le projet de refonte du site web s’inscrit dans la nouvelle dynamique souhaitée par la nouvelle équipe. Vieillissant, le site donne une image très « fait maison » qui n’est plus dans l’air du temps, surtout d’un point de vue webdesign. Réalisé au début des années 2000 (petite refonte faite en 2013), il nécessite un remaniement tant au niveau du design que de ses fonctionnalités.
* Les seules statistiques à disposition relèvent des remontées de campagne Adwords : de décembre 2009 à mars 2016, il y a eu plus de 131 000 visites grâce au référencement Google.

## Les objectifs du site :

Le site web a un double objectif :

1. **Etre le site vitrine de l’association** afin de présenter son projet, ses valeurs, ses actualités et bien évidemment ses séjours :
   * C’est déjà le cas aujourd’hui, même si le site devra être amené à être mis à jour plus régulièrement avec de l’info chaude (voir 3e point ci-dessous).
2. **Devenir un site marchand :** 
   * aujourd’hui, les parents peuvent pré-inscrire leur enfant, mais ils ne peuvent pas aller au bout de la démarche de réservation d’un séjour sur le site (il y a entre 20 à 30% de déperdition entre la pré-inscription et l’inscription définitive).
   * L’association veut désormais offrir la possibilité de réserver un séjour de A à Z sur le site, tout en conservant celle de poser une option (pré-inscription).
3. **Etre une source d’informations :**
   * Pratiques (expliquer comment effectuer son inscription, préparer le départ de son enfant, mettre à disposition des documents administratifs, organiser la logistique avec les équipes d’animation…)
   * Ludiques ou plus de contenu plus général (à définir : des articles, un quiz…)

## Les cibles :

Le site s’adresse à des publics divers :

* **Les intermédiaires** : collectivités et entreprises (CE), qui proposent à leurs employés des séjours de vacances. C’est la cible commerciale prioritaire pour l’association : néanmoins, le site Internet n’est pas le point d’orgue de cette relation BtoB mais représente un objet de « séduction » pour créer de nouveaux contacts et confirmer un intérêt pour l’association.
* **Les prescripteurs** (parents) et **bénéficiaires** (enfants) : pour les enfants âgés entre 6 et 12 ans, les parents sont majoritairement pouvoir de décision. Mais entre 12 et 17 ans, le jeune est plus acteur dans le choix du séjour et est donc un visiteur à part entière.
* Les **équipes d’animation** (directeurs, animateurs), qui viennent se renseigner sur les séjours, sur l’association…

## Objectifs quantitatifs :

N’ayant aucune idée du trafic sur le site actuel, il nous est difficile de préciser des objectifs quantitatifs à ce niveau.

Concernant le volume de ventes souhaité, idem, on part de zéro, mais à titre indicatif, les ventes aujourd’hui transformées grâce au site se montent à environ 10% des ventes globales (soit actuellement 150 ventes).

En termes de retours générés par nos formulaires (contact, recrutement, satisfaction, devis), ils sont très faibles (maxi une vingtaine).

## Périmètre du projet :

* Pas de vocation à avoir des versions multilingues (la traduction Google suffira pour les éventuels prospects vivant à l’étranger).
* Le site doit être responsive pour s’adapter aux supports mobiles (smartphones mais surtout tablettes) : nous souhaitons en effet booster l’animation de notre page Facebook afin de diriger davantage vers le site (actuellement, ce n’est pas du tout le cas).

## Description de l’existant :

* Version actuelle du site : [www.evasion-vacances.com](http://www.evasion-vacances.com).
  + On souhaite conserver le même nom de domaine.
  + Hébergement actuel via Prosygma
* Documents à disposition : les catalogues (2 par an) et la page Facebook.
* Ressources graphiques : le logo. Pas de charte graphique, mais la communication doit être à l’image de l’association, ses valeurs, son domaine d’intervention : chaleureuse et conviviale, sérieuse et pédagogique.
* Ressources humaines allouées au projet : un chef de projet à temps partiel (Charlotte Nithart) et le directeur de l’association (Julien Poiron).

**2. Description graphique et ergonomique**

## Charte graphique :

Grandes lignes directrices à préciser dans un second temps.

## Design :

Pas d’exigence particulière si ce n’est que notre site devra être responsive.

Quelques exemples de sites qui nous plaisent (dans le même domaine) :

<http://www.croqvacances.org/> meilleur exemple de site concurrent en termes d’ergonomie et de design

<http://www.sans-frontieres.fr/> pour les photos en fond (cohérence avec le graphisme du catalogue)

<http://www.aventures-vacances-energie.com/> pour les photos XXL

<http://www.capmonde.fr/> pour la partie haute de la home page

Autres : <http://www.vitacolo.fr/> ; <http://www.vacances-viva.com/fr/>

## Maquettes :

A voir en temps 2 si nous allons jusqu’à la création de maquettes pour vous briefer.

1. **Description fonctionnelle et technique**

A détailler plus précisément en temps 2.

## Arborescence du site :

Voici les grandes rubriques envisagées (à ne pas forcément prendre par ordre d’importance ni en logique de navigation). La plupart existent déjà, les nouvelles sont identifiées par le sigle

**N**

Arborescence à venir en temps 2.

**N**

* + Le moteur de recherche à deux niveaux, un simple (existant), et un avancé

**N**

* + Deux espaces sécurisés, un pour les clients, un pour les équipes d’encadrement
  + Qui sommes-nous ?
  + Nos séjours (par catégorie)
    - Colonies de vacances
    - Classes de découvertes
    - Séjours à la carte

Avec une page « Vous aimerez aussi » qui permettrait de proposer des séjours similaires ou dans une même thématique que le séjour visité par l’internaute.

**N**

**N**

* + Module Facebook (page EVA)
  + Formulaire de contact
  + Informations pratiques :

**N**

* + - Comment s’inscrire (procédure de pré-inscription, de réservation en ligne…)
    - Allo Eva (suivi des séjours)
    - Documents à télécharger
    - Catalogues à consulter en ligne
    - Liens utiles
  + Recrutement (des équipes d’animation)
  + Questionnaire de satisfaction (pour les parents à l’issue des séjours).

**N**

* + Footer avec rappel du menu, mots clés, contact…

*NB : la rubrique « Multimédia » existante ne sera pas reprise, c’est la page Facebook qui sera la plateforme pour retrouver les photos et vidéos des séjours et qui sera le point de rdv pour échanger (plus de forum donc).*

## Description fonctionnelle :

* Moteur de recherche simple (idem existant) et avancé (à créer avec plus de critères, comme la thématique ou encore des dates plus précises).
* « Boutique en ligne » permettant la réservation ou pré-réservation d’un séjour. Formulaire à remplir (idem existant) 🡪 création d’un compte 🡪 option (à confirmer sous 15 jours) ou paiement sécurisé (comptant ou en plusieurs fois sans frais ; en ligne ou par chèque ; bon CAF… modalités à préciser). Le compte client sera également utile pour l’accès aux informations liées à la préparation du séjour.
* Espace sécurisé pour les équipes d’encadrement afin de leur mettre à disposition des informations pratiques, des documents…
* Back office souhaité pour toute l’équipe de permanents EVA, pour notamment :
  + Mettre à jour des actualités (textes, photos).
  + Plugger des documents à diffuser dans les espaces sécurisés client et encadrement.
* En option : module d’aide en direct (chat) pour répondre aux questions des internautes (à voir les solutions qui existent et ce que cela représente en matière d’intégration).
* En option, au niveau des fiches séjour : l’intégration de visites virtuelles de site (à fournir) pour la présentation des centres de vacances.

## Contraintes techniques :

* Pas de technologies imposées mais le choix d’un CMS nous semble être une bonne idée, à creuser ensemble.
* Site compatible avec un maximum de navigateurs
* Intégrations de systèmes tiers à prévoir : module Facebook (page EVA) et lien vers le groupe Facebook sur l’accès équipe d’encadrement.
* Statistiques : disposer d’infos sur le trafic sur le site (Google Analytics ?)
* Ne pas perdre en référencement naturel

**4. Prestations attendues et modalités de sélection des prestataires**

## Prestations attendues :

Nous avons un budget de 4500 euros (TTC) pour les prestations suivantes :

* Design
* Développement et intégration
* Migration de base de données ou autres actifs existants
* Hébergement à priori non géré par vos soins, mais à deviser si c’est une prestation que vous pouvez réaliser.

## Planning :

* Date limite de soumission de votre proposition au plus tard le 22 mars
* Sélection du prestataire au plus tard le 28 mars
* Etapes intermédiaires à voir ensemble.
* Livraison finale du projet souhaitée fin avril