

Les choix dans le projet

L'acteur évaluant le projet :

Les secteurs d'activités :

La stratégie choisie :

- stratégie de différenciation
- stratégie d'innovation
- stratégie d'alignement
- stratégie de flexibilité
- autres.....

Le positionnement marketing :

- One-to-One
- One-to-Many
- Many-to-One
- Many-to-Many

Le type de Cible visée par le projet :

- Individus
- Communauté
- Organisme
- Entreprises
- autres.....

Le type de marché(s) visé par le projet :

- marché local
- marché régional
- marché international
- autres.....

La taille de la cible :

Les services figurant sur le site :

--

<u>Les langues d'interactions du site :</u>

<u>Les noms de domaines :</u>	Prix d'achat

Les caractéristiques de la logistique :

<u>les délais de livraison :</u> <input type="checkbox"/> 24 H expresse <input type="checkbox"/> 2 jours et plus <input type="checkbox"/> autres.....	<u>le type de tarification :</u> <input type="checkbox"/> prix forfaitaire <input type="checkbox"/> prix sur mesure <input type="checkbox"/> livraison gratuite <input type="checkbox"/> autres.....	<u>le type de la logistique :</u> <input type="checkbox"/> logistique standard <input type="checkbox"/> logistique sur mesure <input type="checkbox"/> logistique dédiée <input type="checkbox"/> autres.....
--	--	---

<u>Moyen de transport :</u> <input type="checkbox"/> moyens internes <input type="checkbox"/> infomédiaire <input type="checkbox"/> transporteur traditionnel <input type="checkbox"/> messagerie rapide <input type="checkbox"/> autres.....
--

<u>Les moyens et les types de paiements proposés :</u>
--

<u>S'il y a du paiement sécurisé par CB, nom du prestataire et prix de l'offre :</u>
--

Le type de relation d'e-Commerce pour le site :

- BtoB
- CtoB
- BtoC
- CtoC
- BtoE
- autres.....

Le type de site :

- site marketing
- site transactionnel
- site place de marché
- site spécialisé
- autres.....

La nature du site :

- Portail
- site propre
- autres.....

Le mode de fonctionnement futur du site :

- site dynamique
- site semi-dynamique

Les paramètres ergonomiques du site :

nombre de produits

nombre de pages sur le site (taille)

Lieu de développement :

- création du site web en interne
- création du site web en externe

**Les matériels et la Plate-forme multimédia
(ordinateur, scanner, imprimante, etc.) :**

Prix d'achat

<u>Les serveurs HTTP et Web :</u>		Prix d'achat
<u>Les logiciels et outils de création de site :</u>		Prix d'achat
<u>La Plate-forme de développement :</u>		Prix d'achat
<u>Les logiciels de sécurité et Firewall :</u>		Prix d'achat
<u>Les logiciels d'e-Commerce ou d'e-Boutique :</u>		Prix d'achat
<u>Lieu d'hébergement du site web :</u>		
<input type="checkbox"/> hébergement interne	<input type="checkbox"/> hébergement externe :	<input type="checkbox"/> hébergement partagé (mutualisé) <input type="checkbox"/> hébergement dédié
<u>Les éléments publicitaires :</u>		Prix du service
<input type="checkbox"/> le référencement <input type="checkbox"/> l'e-Pub <input type="checkbox"/> l'e -Mailing <input type="checkbox"/> les partenariats <input type="checkbox"/> le sponsoring <input type="checkbox"/> les médias (TV et journaux) <input type="checkbox"/> les bannières <input type="checkbox"/> autres.....		

<u>La formation des employés :</u>			
<u>les types de formation</u>	<u>nombre d'employés concernés</u>	Prix de formation	
<u>Le recrutement du futur personnel :</u>			
<u>les spécialités</u>	<u>nombre de personnes à recruter</u>	Salaires	
<u>L'abonnement à Internet :</u>		Prix d'abonnement	
<u>Le moyen d'analyse de l'audience :</u>			
<input type="checkbox"/> logiciel de mesure d'audience	Prix	<input type="checkbox"/> prestation de service externe	Prix
<u>La valeur du panier moyen</u>		€	
<u>La variation annuelle du panier moyen</u>		%	

Les coûts qui forment l'investissement initial et les coûts latents sont :

Coûts de l'investissement initial	
Postes	coût initial
Coût du consulting	
Coût des matériels	
Coût de la suite logiciel d'e-Commerce ou de l'e-Boutique	
Coût de la plate-forme multimédia	
Coût de la plate-forme de développement (licences, développement et paramétrage)	
Coût des logiciels de sécurité et du Firewall	
Coût de la création du site et de la conception (modèles dynamiques)	
Coût de la mise en place de l'hébergement	

Coût d'installation du site	
Coût de la promotion en-ligne et hors-ligne	
Coût de la formation	
Coût de l'étude de marché	
Coût de la prestation de recrutement	
Coût du nom de domaine (prix du nom de domaine*le nombre de nom de domaine voulu)	
Coût de la mise en place du paiement sécurisé	
Coût de la mise à jour du site Web sur le serveur	
Total des coûts d'investissement	€
Coûts récurrents et latents	
Postes	coût annuel
Coût de l'abonnement chez l'hébergeur	
Coût de l'abonnement Internet	
Coût des salaires	
Coût du paiement sécurisé	
Coût des fournitures	
Coût de maintenance du site Web	
Coût de la formation continue	
Coût de mise à jour des logiciels	
Coût du renouvellement du nom de domaine	
Coût des statistiques et de l'analyse de la fréquentation	
Coût de la logistique (15% du chiffre d'affaires du site)	
Coût de la promotion en-ligne (dépend des garanties de positionnement)	
Total des coûts d'exploitation et de maintenance	€
Coûts indirects	
Postes	coût annuel
Coût du soutien informatique (gestion de données, assistance téléphonique)	
Coût des pertes de productivité initiales	
Coût des rendus	
Total des coûts indirects	€

La diversité des financements mobilisables pose la question du choix entre les choix de mode de financement suivant :

- L'autofinancement.
- Le crédit bancaire.
- L'ouverture du capital.
- Le capital risque.

Le taux d'intérêt : _____%