



PROJET DÉDALES

Élaboration d'une application mobile
Guide du cimetière Père-Lachaise

Samuel WEITZMAN
Suzy GUILLOCHER
Jonathan DUBLED

L'ECOLE
MULTI
MEDIA



Sommaire

1. Présentation générale

- Contexte 01
- Présentation du projet 01
- Le Père-Lachaise 01
- Brief 02

2. Business Model

- Cible et taille du marché 03
- Le marché de l'appli mobile en France 04
- Concurrence 05
- Le produit 10

3. Cahier des Charges fonctionnels

- Besoins utilisateurs 12
- Réponses 12
- Fonctionnalités et critères associés 13
- Description éditoriale 14
- Description fonctionnelle 15
- Description technique 17
- Arborescence 20
- Wireframe 21
- Persona 27
- Parcours utilisateur 28

4. Description graphique

- Moodboard 31
- Chartes graphiques 33
- Table des éléments graphiques 35
- Écrans 36

5. Plan Média

- Web marketing 42
- Trade marketing 45
- Le planning plan média 46

6. Vie du projet

- Grille d'évaluation / Testing 47
- Planning prévisionnel 48
- Budget prévisionnel 49
- Recettes prévisionnelles 50

1

Présentation Générale

• Contexte

Création de la société «Dédales» : visites et histoire du cimetière du Père-Lachaise.

Objectif :

- Faire découvrir le cimetière du Père-Lachaise : son histoire, ses secrets et les faits insolites.
- Permettre aux visiteurs de se repérer facilement dans ce lieu vaste et labyrinthique.
- Proposer des parcours interactifs via une application mobile.

• Présentation du projet

Création d'une application mobile de parcours interactifs au sein de cimetière du Père-Lachaise.

• Le Père-Lachaise

Le cimetière du Père-Lachaise est le **plus grand cimetière de Paris intra-muros** et l'un des plus **célèbres dans le monde**.

Situé dans le 20e arrondissement de la ville, **de nombreuses personnes célèbres y sont enterrées**.

Il est le cimetière le plus visité au monde, avec plus de **deux millions de visiteurs par an**.



1

Présentation Générale

• Brief



Codes graphiques :

- S'inspirer de l'ambiance du lieu : Brun, orange, vert
- Pas de rouge



Contenu :

- Respecter les 7 parcours.
- Fournir un contenu exhaustif de photos, informations et documents



Contraintes :

- Droits juridiques (droits à l'image, authenticité du contenu)
- Respect du lieu
- Ce cimetière n'est pas un site touristique
- À savoir : les visites font perdre plus d'argent qu'elles n'en rapportent (Le cimetière ne gagne pas d'argent mais, doit être entretenu et subir les dégradations des touristes.)



Budget :

- Le budget actuel est de 10 000 €.
- Le but est de développer des fonds en prouvant l'intérêt, la crédibilité et le futur succès du projet.



Planning :

- | | |
|-------------------------------|-----------------|
| - Prise de brief : | 27 janvier 2014 |
| - Rendu du cahier des charges | 14 mars 2014 |
| - Développement | 1er Avril 2014 |
| - Sortie : | Fin Juin 2014 |



Business Model

2

Cible et taille du marché



Le Père-Lachaise reçoit environ **2 millions de visiteurs par an**. (source : mairie de Paris)
S'ajoute à cela **les millions de touristes et de parisiens**, soit autant de visiteurs potentiels pour le cimetière.

L'enjeu sera aussi d'attirer ces visiteurs par l'expérience qu'on leur propose avec notre application.



Cibles :

Touristes (hors Asie)
Écoles
Visiteurs réguliers
Âge 20 +
Milieu social et culturel +

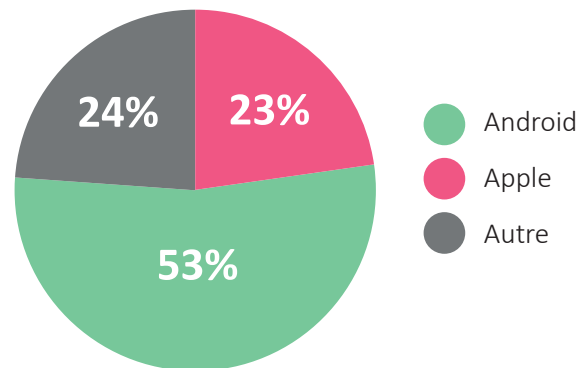
2

Le marché de l'appli mobile en France (source :myfangroup)

1 million d'applications différentes

- **25 millions d'utilisateurs actifs** de smartphones et d'applications mobiles.
- **13,4 milliards de téléchargements** en 2013.
- **50% des applications** ont vu **leur trafic augmenter de 46%** en un an.
- **20% des applications sont payantes.**

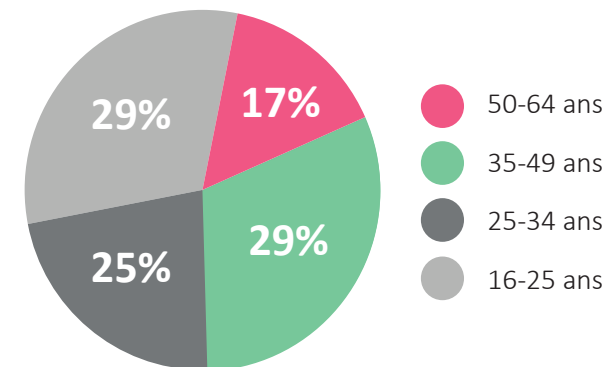
Répartition des systèmes d'exploitation



- Trafic internet mobile +8% de 2010 à 2013.

- Temps moyen passé sur smartphone par jour :
2012 : 83 min
2013 : 130 min

Répartition des utilisateurs de smartphone



Les chiffres sont globalement intéressants, mais le succès d'une application est loin d'être assurée :

La **durée de vie** moyenne d'une application est de **3 mois** (certaines n'ont pas rencontré leur public, d'autres sont des applications événementielles.)

Plus d'**un quart** des applications téléchargées en 2010 n'ont été **utilisées qu'une seule fois.**

2

Concurrence



Sur place :

De nombreux guides proposent leurs services, ils travaillent essentiellement le week-end, et propose **un tarif moyen de 10€** par personne. Beaucoup de ces guides sont présents aux entrées ou recherchent des visiteurs à l'intérieur du cimetière.

Plan du cimetière (2€)

Autres sites touristiques du 20e arrondissement.

Guide de paris



Sur Internet :

Certains de **ces guides ont également une présence sur Internet**, soit par leurs sites personnels :
visiteguideeperelachaise.jimdo.com

Via des billetteries en ligne ou des sites de tourisme :
www.billetreduc.com
www.visites-spectacles.com

2 Concurrence (suite)



Applications Mobiles :

Grave Finder

Support : Android

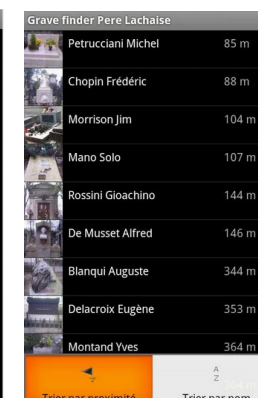
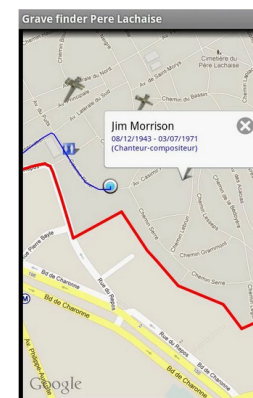
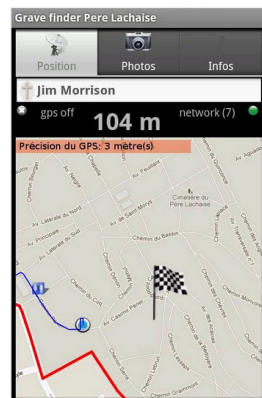
Prix : 1,5€

Note : 3,7

Taille : 2,5Mo

Download : entre 100 et 500

- Utilise Google Map
- Informations = lien sur Wikipédia
- Tri par nom et par proximité
- Infos pratiques : horaires, WC...



<https://play.google.com/store/apps/details?id=fr.elh.and.gf.pl&hl=fr>

2

Concurrence (suite)

Père Lachaise HD

Support : Android

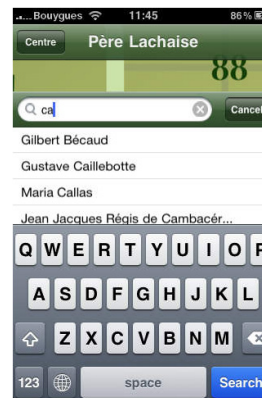
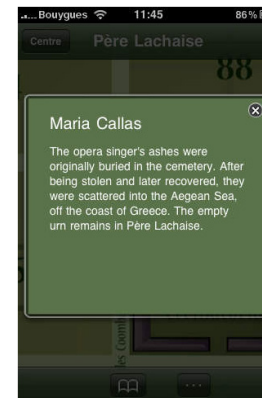
Prix : 2,7€

Note : 2,5

Taille : 16,1 Mo

Download : N/A

- Fonction GPS
- Pas de photos
- Peu d'infos



<https://itunes.apple.com/fr/app/le-pere-lachaise-hd/id375317077?mt=8>



2 Concurrence (suite)

Père Lachaise ENG

Support : Android

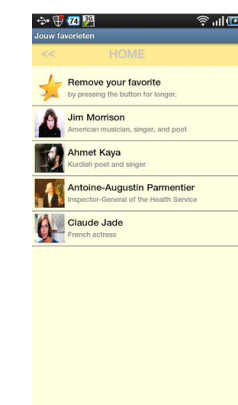
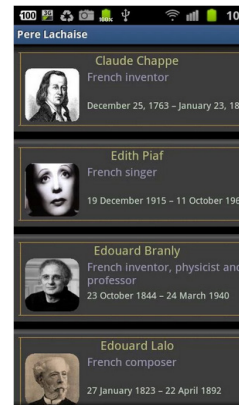
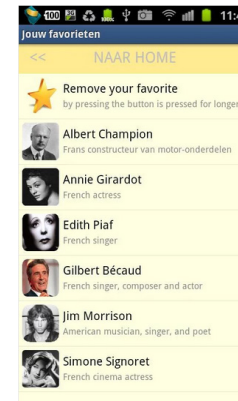
Prix : 1,5€

Note : 1

Taille : 10Mo

Download : entre 10 et 50

- En anglais
- Non compatible avec les tablettes
- 110 tombes seulement



<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.pere.lachaiseeng>

2

Concurrence (suite)

Meet me at père Lachaise

Support : Android

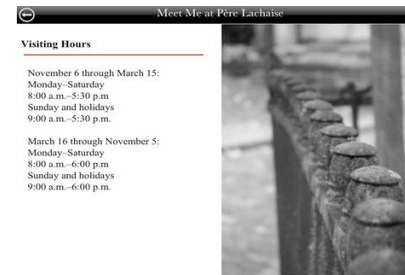
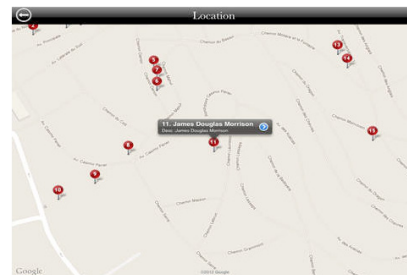
Prix : 3,5€

Note : N.C

Taille : 58Mo

Download : N/A

- GPS
- Vidéos
- En anglais
- Photo N&B
- Design pauvre



<https://itunes.apple.com/fr/app/meet-me-at-pere-lachaise/id370342749?mt=8>

2

Le Produit

Description de l'application :

L'application est **de type «One-shot»** : une fois téléchargée, elle ne dure, en général, que le temps de la visite ou d'une prochaine visite éventuelle.

Elle sera souvent supprimée à la fin de la première visite. Ceci détermine déjà en grande partie le modèle économique.

Il est possible ensuite d'ajouter des éléments comme des fils d'actualités ou des «news» permettant de prolonger l'application.

Ces options ne seront pas payantes, car elles auront pour but de faire revenir au maximum l'utilisateur sur le lieu et de le fidéliser (nouvelles tombes, aménagements etc...)

Les modèles économiques :

- **Freemium** (Gratuit, puis payant pour débloquent d'autres options) : il n'y a pas assez de contenu et de temps d'utilisation pour proposer une application Freemium.
- **Version d'essai** (limitée dans le temps) : les versions d'essai sont souvent sur quelques jours, nous devrions proposer une version d'essai de 1 ou 2 heures pour garantir l'achat de l'application. Même avec une version d'essai d'1 heure, il serait possible de télécharger l'application sur plusieurs portables et l'utiliser gratuitement tout au long de la visite.
- **In-app purchase** (vente de fonctionnalités, d'abonnements ou de biens virtuels) : le temps d'utilisation de notre application n'est pas assez long pour cela.
- **Publicité** : elle peut gêner la navigation surtout sur la map de géolocalisation. La publicité sur application est globalement mal perçue.
- **Application payante** : seul 10% des applications sont payantes, mais les applications de niches (très spécifiques) supportent mieux le modèle de l'application payante car elles répondent à un besoin précis.

2

Le Produit (suite)

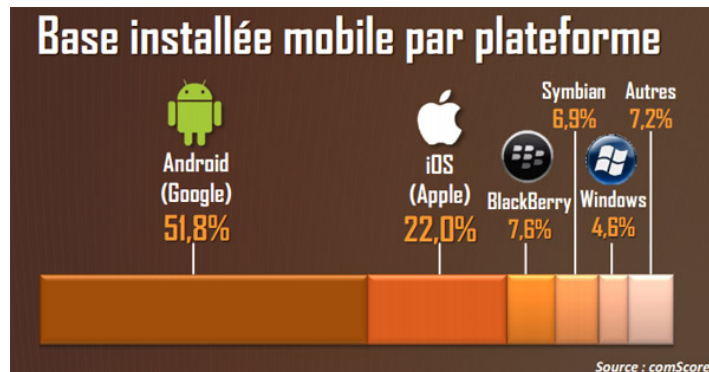
Solution choisie

Support : iOS - Android

Application payante : 2,90€

L'application est un peu plus chère que ses concurrentes mais est plus **complète**.

Il est indispensable de développer les applications **pour Android et Apple** qui se disputent **75% du marché** des systèmes d'exploitation.



Comme énoncé précédemment, l'application aura également pour objectif d'attirer un nombre supplémentaire de visiteurs en proposant, plus que de simplement visiter un cimetière, une vraie expérience utilisateur. Ce qui justifie également un prix un peu plus élevé.



Cahier des Charges Fonctionnel

3

Besoins utilisateurs / Réponses

Besoins utilisateurs

1. Se situer dans l'espace
2. Accéder à la tombe de son choix
3. Facilité de prise en main
4. Avoir les informations correspondantes :
photo / biographie / anecdotes...
5. Être guidé / suivre un parcours
6. Vivre le moment
7. Connaître les infos pratiques
8. Être au courant des nouveautés
9. Choix de la langue

Réponses

1. Géolocalisation
2. Champ de recherche / générateur de parcours
3. Sobriété
4. Banque de données fournies - back-office ?
5. Parcours préétablis
6. Voix-off plutôt que du texte
7. Infos pratiques (horaires, WC, accès...)
8. Fil d'actualités, alerte news - alerte MAJ
9. Choix de la langue

3

Fonctionnalités et critères associés

Fonctionnalité	Critère d'appréciation	Niveau d'importance A : Indispensable B : Important C : Secondaire D : Facultatif
Géolocalisation	Précision	A
Générateur de parcours	Précision / Simplicité	A
Design / Interface	Clarté / Simplicité	A
Vidéo	Rapidité de chargement (Taille de la vidéo)	B
Images	Qualité / Rapidité de chargement (Taille de la vidéo)	B
Textes	Taille de caractère / Lisibilité	B
Fichier audio (voix-off)	Élocution	B
Actualités *	Récurrence	C
Évaluation (aimer et commenter le contenu)	Facilité d'usage	C
Langue	Français / Anglais / Allemand / Espagnol	A / A / B / C

*Cette fonction n'a au final pas été jugée nécessaire et a été écarté pour alléger le temps de développement et le budget.

3

Description éditoriale



Ligne Éditoriale

Le cimetière du Père-Lachaise est un lieu chargé d'histoire et de tradition. Les visiteurs, donc les utilisateurs, sont souvent d'un âge et d'un milieu socio-culturel plus élevé que dans les autres lieux touristiques. **Le langage des textes doit être soutenu.**



Médias

Il y a des centaines de personnalités au Père-Lachaise, **les médias devront être optimisés** pour ne pas alourdir l'application.

- Son : l'appli propose également une **version orale** de chaque texte/description. Cette version est très importante car elle remplace le guide (personne physique). Cette voix-off doit être enregistrée par un comédien et théâtralisée afin de créer une atmosphère.
- Photo : la photo est très importante : premièrement, elle illustre les documents et informations de l'application. Deuxièmement, elle sert à identifier les sépultures sur la map.
- Vidéo : la vidéo sert à illustrer les documents et à apporter de l'information avec des mini-reportages et documents d'époque



Mises à jour

Les actualités et modifications étant rares, **la création d'un back-office n'est pas pertinente** et les mises à jour pourront être prévues dans le contrat avec les développeurs.



Localisation

Dans un premier temps seules une version anglaise et une version française seront disponibles.
Avec le succès de l'application, **viendront les versions allemande et espagnole.**

3

Description fonctionnelle

Rubriquage



MENU :

- «Les parcours»

- **Parcours** : la visite du Père -Lachaise contient **7 parcours** : Insolites, Criminels, Célébrités, Femmes célèbres, Architecture, Nécropolisson, Arts. Chaque parcours devra donc inclure **une visite géo-guidée avec les médias associés** (informations, vidéos...)

- **Créer mon propre parcours** : le visiteur a aussi la possibilité de **choisir toutes les tombes qu'il souhaite voir**, l'application générera alors un parcours personnalisé qui passera de façon pertinente par toutes les tombes choisies. Si possible, la map devra calculer le temps du parcours.

- «Les personnalités»

- Liste : certains visiteurs préféreront s'affranchir de tout guide et **visiter le cimetière au gré de leurs envies**. Avec la liste des résidents ils pourront **simplement rechercher les médias et documentations sur la tombe de leur choix**.

- Recherche : pour chercher une tombe en particulier en tapant un prénom, nom, profession, dates...

Chaque personnalité est accessible depuis la carte, la fonction «recherche» ou la liste des personnalités. **Les célébrités possèdent chacune une fiche avec les commentaires version texte et audio**, ainsi que de la documentation (biographie, images, archives, vidéos...).

Il est possible de « liker » et de commenter la fiche (système interne à l'application).

3

Description fonctionnelle (suite)

- «À propos»

Cette rubrique regroupera toutes les informations relatives au cimetière en lui-même (histoire, anecdote...).

- «Infos pratiques»

Toutes les informations utiles seront regroupées ici :

Accès

Heures d'ouvertures.



ASSETS :

- «La map»

. La carte de navigation doit être claire et très précise (quelques centimètres seulement séparent les tombes).

. Une pastille indique sa position et le sens de la marche.

. Sur la map, des pastilles indiquent les positions des tombes du parcours.

Un premier clic affiche le nom de la personnalité.

Un deuxième clic permet de faire apparaître la fiche.

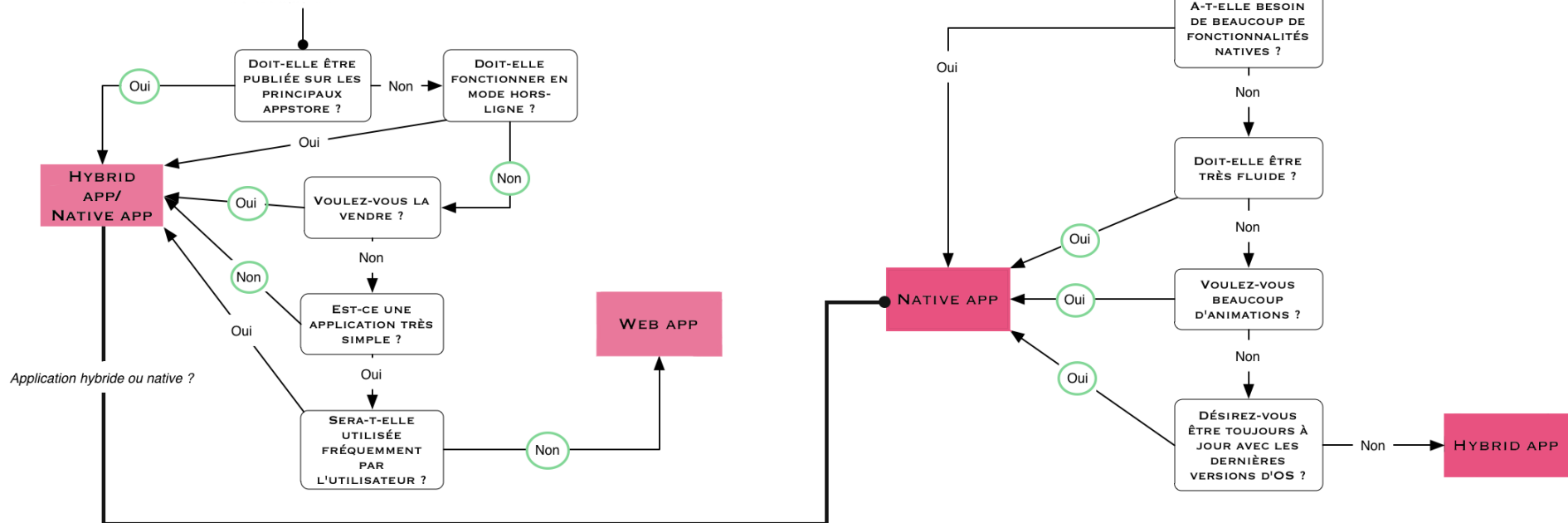
. Sur la map sera toujours présente une icône «sortie» qui, à tout moment, pourra indiquer les sorties, métros et comment y accéder.

3 Description technique



Développement

Choisir son développement mobile



3

Description technique

- Natif Android et Apple

Bien qu'il s'agisse de la solution la plus coûteuse, **le développement natif et hybride sont les seuls qui permettent de proposer l'application** dans les librairies Apple et Android.

Il faudra donc développer l'application en 2 langages différents ce qui nécessite bien sur deux fois plus de temps et de moyens. **La solution de développement en HTML et JQuery Mobile est plus simple** mais moins onéreuse et permettra seulement de développer **une webapp qui ne sera pas disponible sans connexion Internet / 3G.**

Systemes d'exploitation



- iOS 7.0.6
- Android 4.4.2

Android représente plus de 50% du marché contre 25% pour Apple, il est cependant indispensable d'être présent sur les deux systèmes d'exploitation.

Technologies



- Géolocalisation par GPS
- Base de données : 500 célébrités répertoriées sur l'appli
- Responsive pour s'adapter aux différents formats des téléphones

3

Description technique (suite)



Langage

- iOS : Objective-C
- Android : Java



Supports

- Smartphone
- Tablette

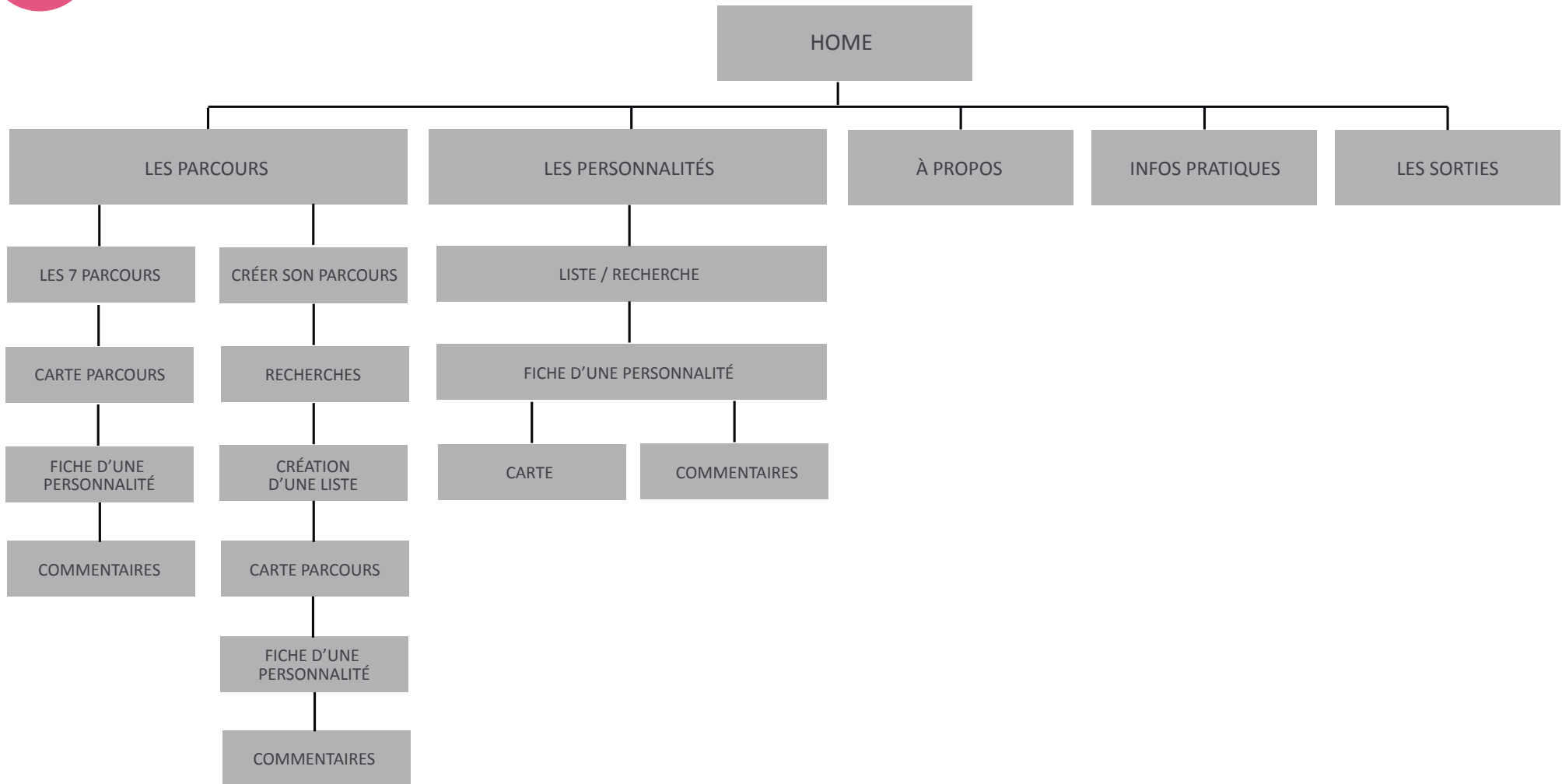


Accès

- Téléchargement payant via iTunes / Google store
- Présentation et QR Code sur chaque panneau à chaque entrée du cimetière.
- Lien vers les téléchargements sur la page d'accueil du site de l'application.

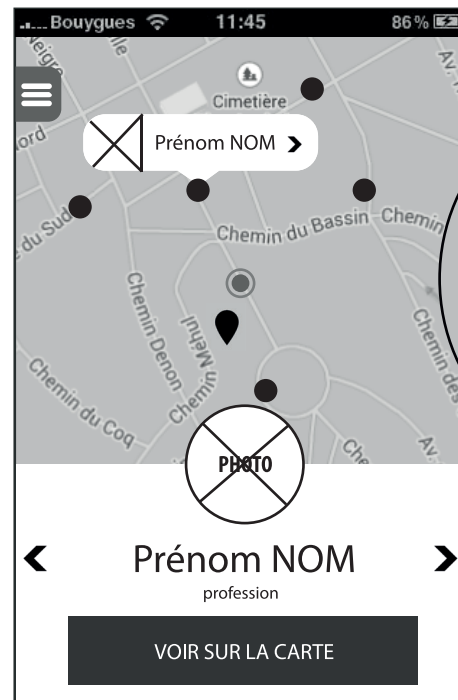
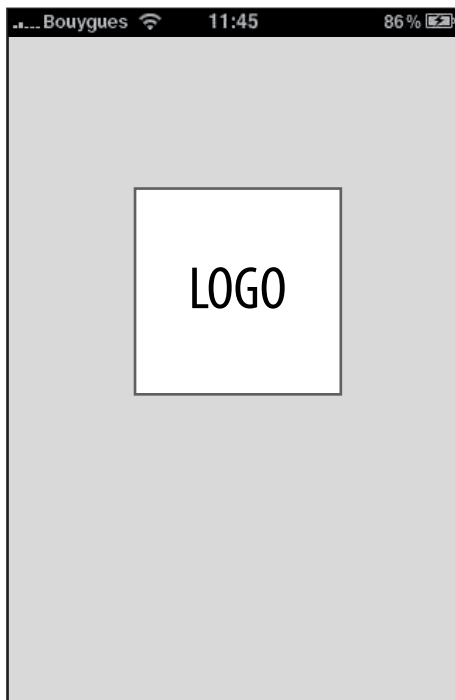


3 Arborescence

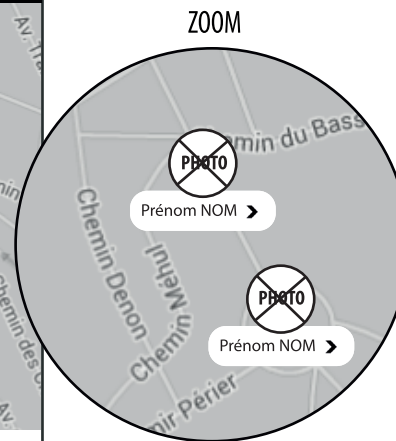


3 Wireframe

HOME / MENU



Home page : Map +
Carousel proposant des
personnalités à voir.



Apparition des photos
arrivée à un certain
stade du zoom.



Menu coulissant vers la droite.

3

Wireframe

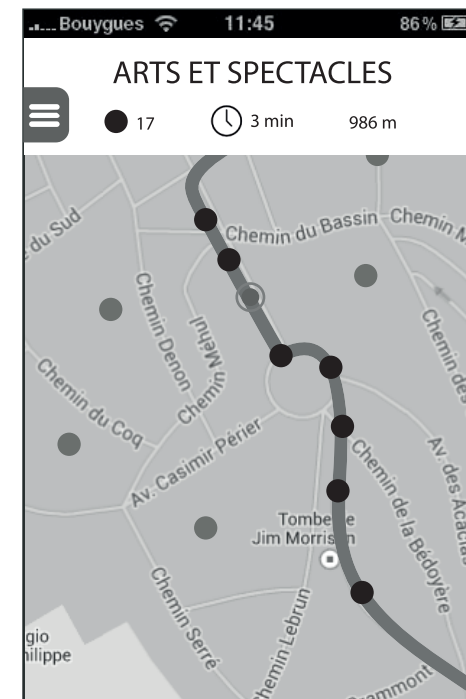
MENU « Les Parcours » - choix d'un parcours



Menu «Les Parcours»
avec un menu déroulant
ainsi qu'un bouton pour créer son
propre parcours



Description des parcours qui s'affiche en
se déroulant vers le bas.



Lancement du parcours.

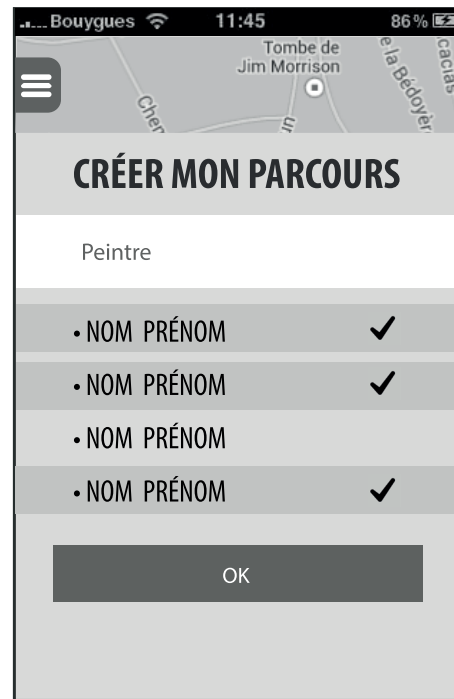
3

Wireframe

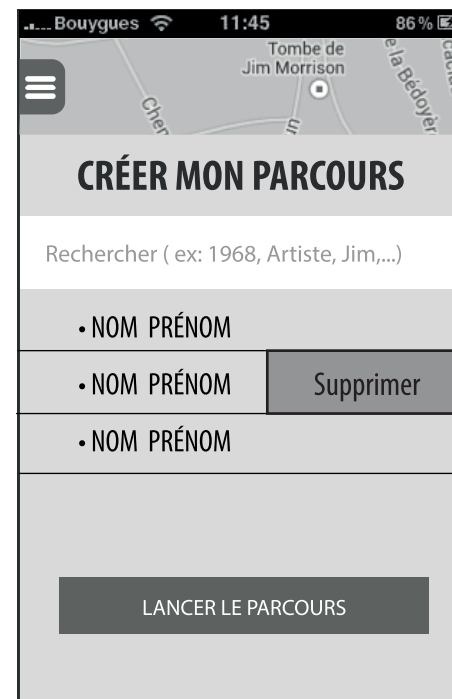
MENU « Les Parcours » - création d'un parcours



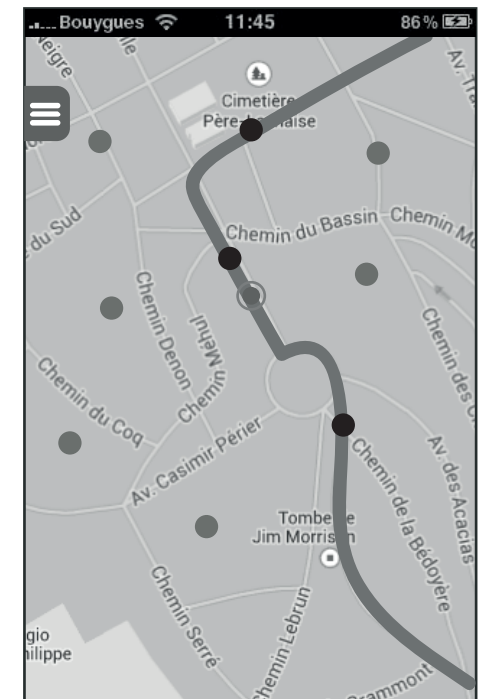
«Créer mon parcours»
avec un champ de recherche,
ainsi qu'un bouton «lancer le parcours»
qui ne sera cliquable qu'une fois des
personnalités enregistrées



Sélection des personnalités
grâce au champ de recherche.
Choisir et enregistrer les
personnalités en cliquant
sur «Ok» pour les ajouter à la liste.



Possibilité de supprimer et d'ajouter
des personnalités dans
la liste.

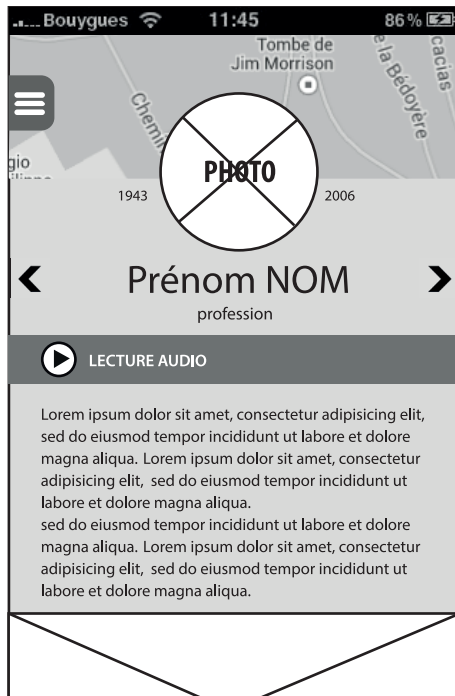


Lancement du parcours.

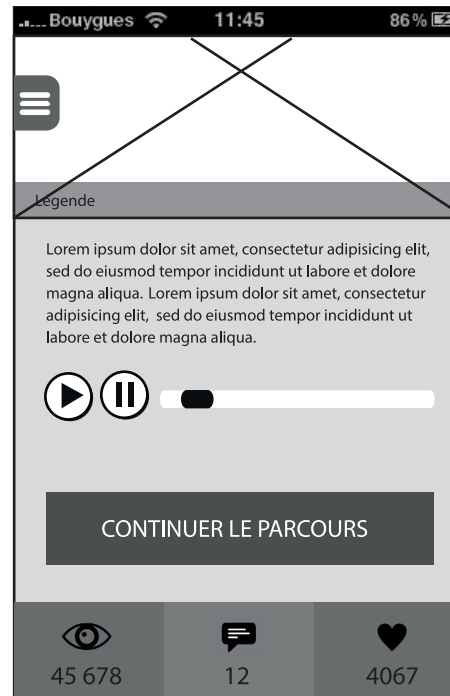
3

Wireframe

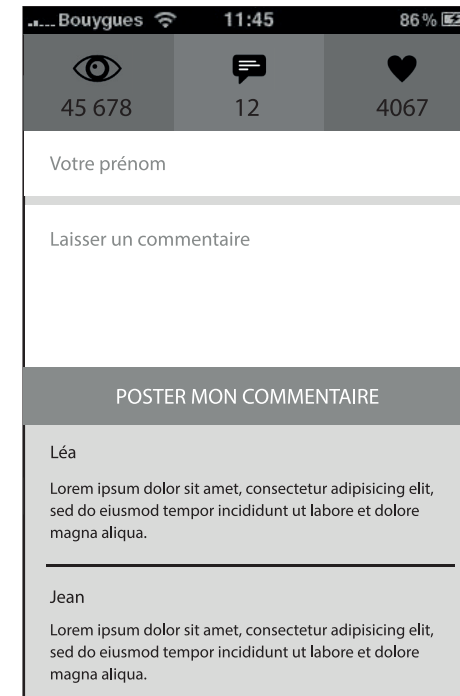
FICHE D'UNE PERSONNALITÉ



Fiche d'une personnalité avec possibilité d'une lecture audio. Scroll vers le bas pour lire la suite du contenu.



À la fin de la fiche, possibilité de voir le nombre de vues, de laisser un commentaire et «d'aimer» le contenu de la fiche.
Bouton «Continuer» pour revenir sur le parcours.

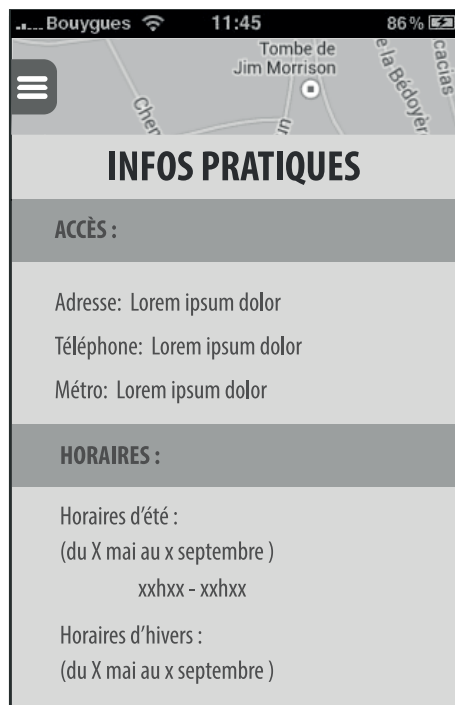


Page pour écrire et lire des commentaires.

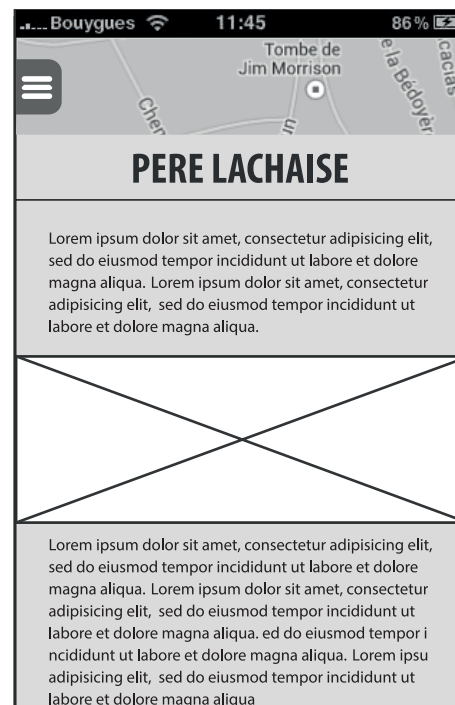
3

Wireframe

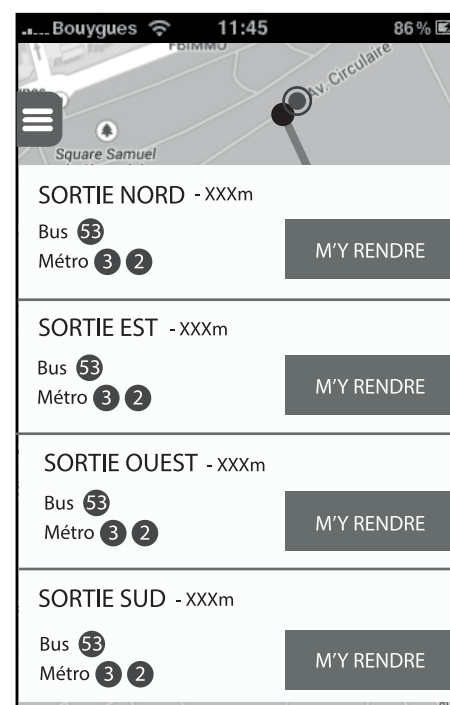
INFOS PRATIQUES / À PROPOS / LES SORTIES



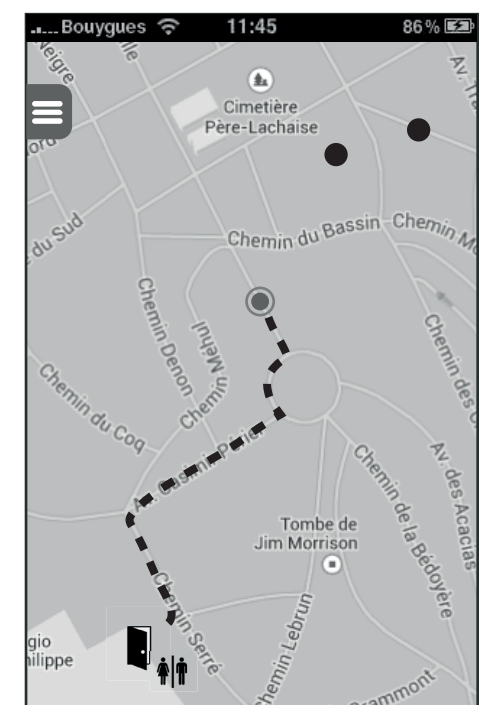
Page «Infos pratiques»,
avec la possibilité de voir les horaires,
adresse, numéro de téléphone...



Page « À propos »,
pour tout savoir sur le cimetière



Menu « les sorties »
indiquant toutes les sorties du
cimetière, ainsi que les bus et les métros.
Bouton « M'y Rendre » pour
lancer le parcours vers la sortie

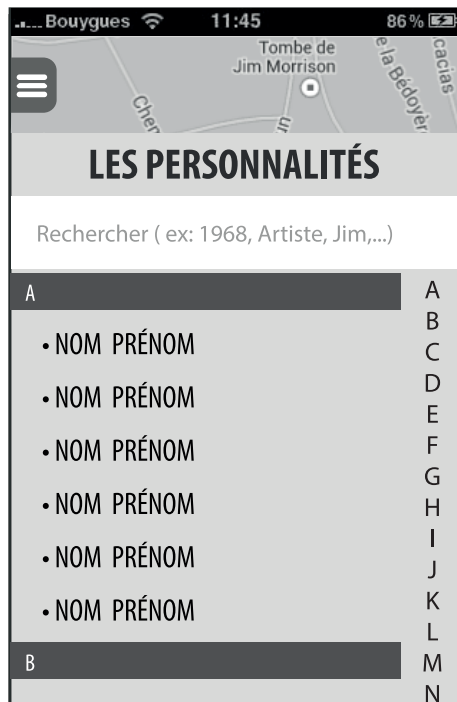


Lancement du parcours
vers la sortie choisie.

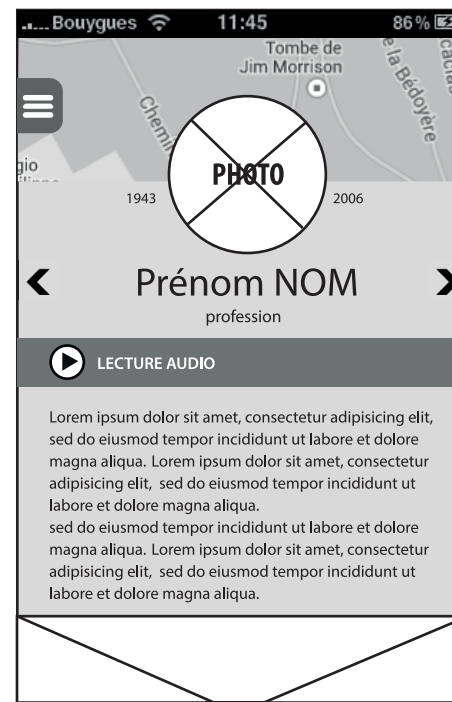
3

Wireframe

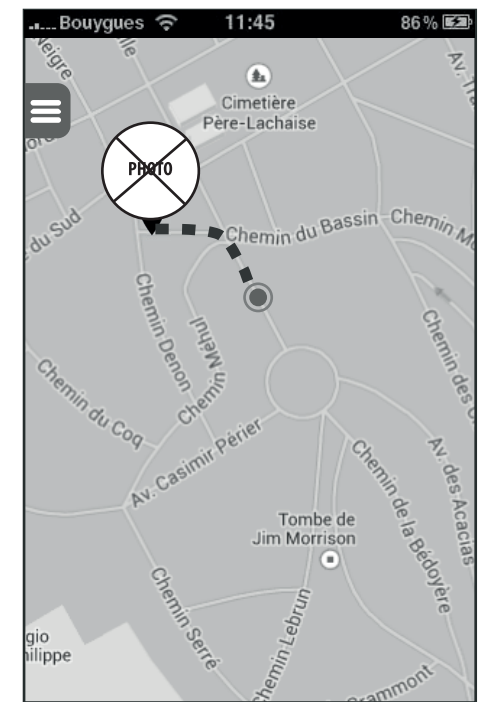
MENU « Les Personnalités »



Menu « Les Personnalités »
avec un champ de recherche et la
liste de toutes les personnalités.
Tri par ordre alphabétique.



Accès aux fiche des personnalités
en cliquant sur un nom.



Lancement du parcours
vers la personnalité choisie.

3

Persona



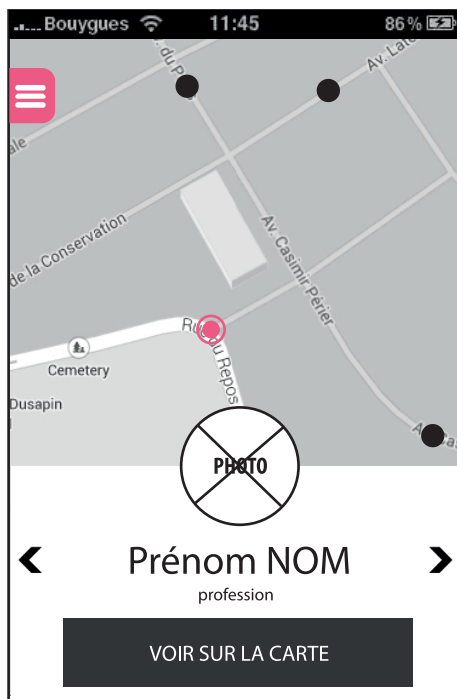
Prénom Nom:	Thomas Brunet
Âge:	33 ans
Nationalité:	Français
Profession :	Ingénieur
Situation familiale:	Marié
Niveau en informatique:	Usage fréquent dans un cadre personnel ainsi qu'au travail : (jeux, internet, logiciels de bureautique...). Possède un smartphone et l'utilise fréquemment.

Thomas vit à Marseille et est en vacances avec sa femme à Paris pour une semaine. Son hotel est situé à Gambetta juste à coté du cimetière du Père-Lachaise. Le cimetière fait partie des lieux que Thomas et sa femme veulent visiter.

3

Parcours utilisateur

INFOS PRATIQUES / À PROPOS / LES SORTIES



Thomas lance l'application «Dédales» une fois arrivé à l'entrée du cimetière



Il choisit le menu «Les Parcours».



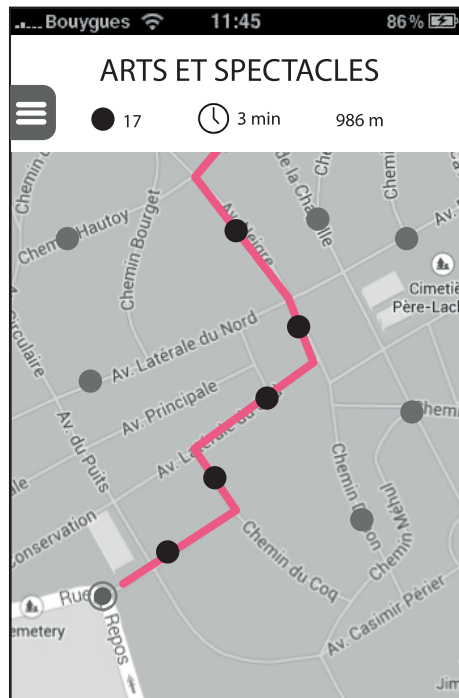
Sélection du parcours «Arts et spectacles».



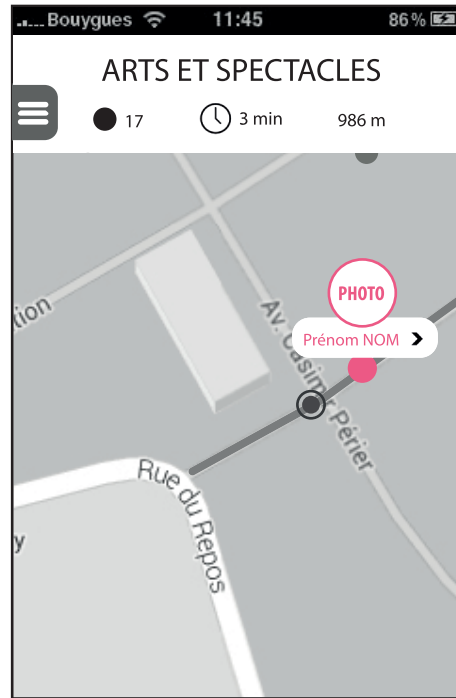
Lecture de la description, puis lancement du parcours grâce au bouton « Démarrer le parcours».

3 Parcours utilisateur

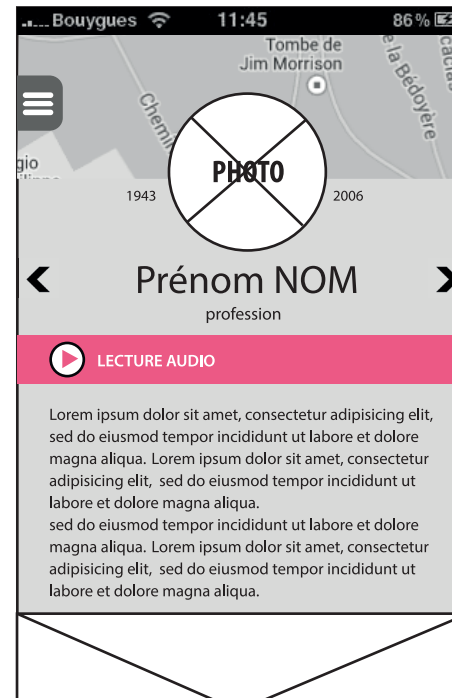
INFOS PRATIQUES / À PROPOS / LES SORTIES



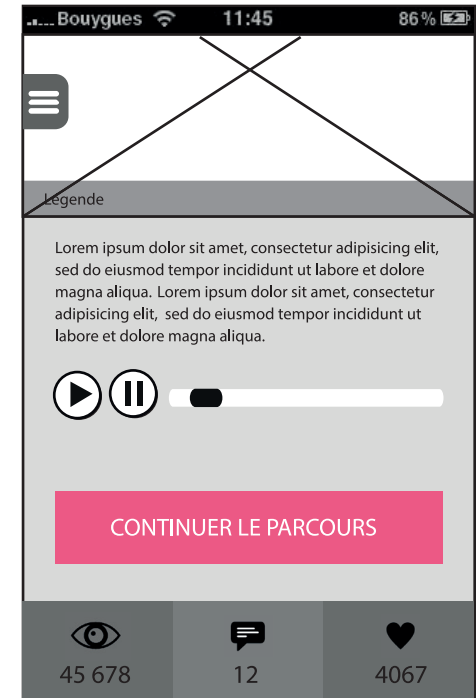
L'application redirige directement Thomas sur la carte où il pourra visualiser le parcours dans sa totalité.



Pour plus de précisions, il zoome sur la première personnalité à aller voir.



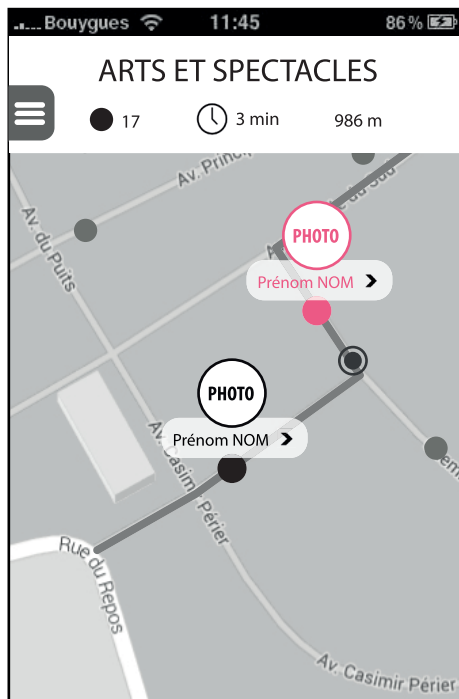
À l'approche de la première tombe, une fiche descriptive s'ouvre automatiquement. Thomas décide de mettre la lecture audio pour que sa femme profite également des explications.



Une fois la lecture terminée, Thomas clique sur le bouton «continuer le parcours».

3 Parcours utilisateur

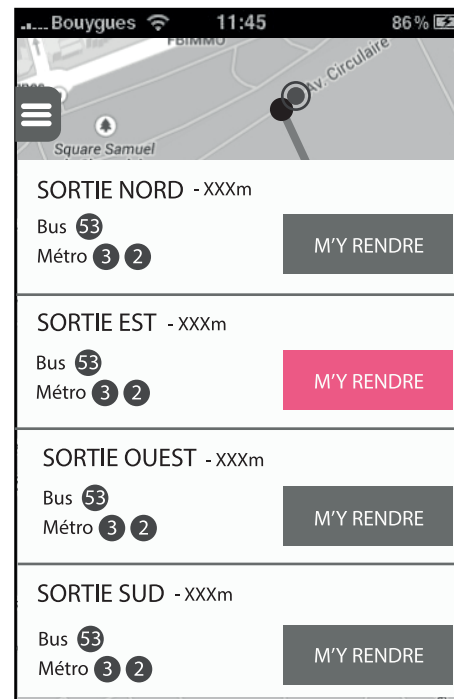
INFOS PRATIQUES / À PROPOS / LES SORTIES



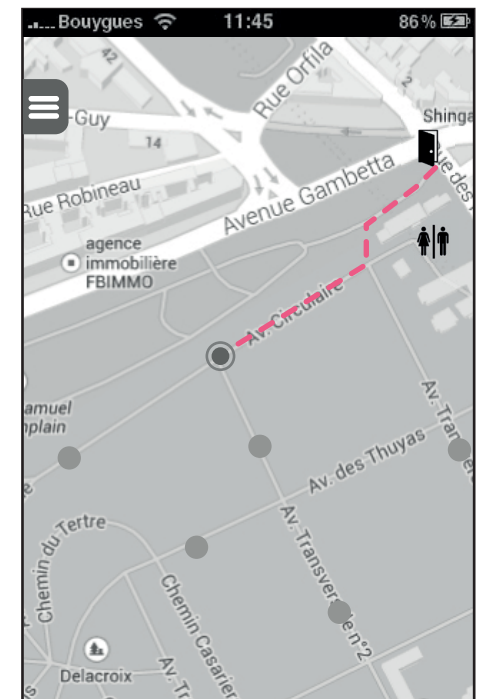
Thomas continue le parcours jusqu'à la fin



Une fois la visite terminée, Thomas sélectionne le menu «Les sorties».



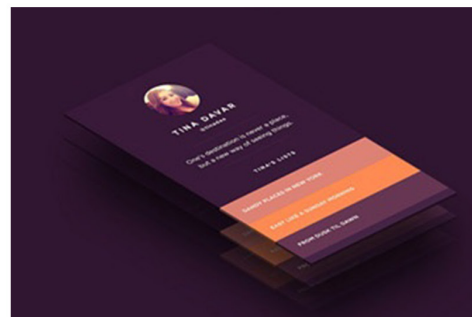
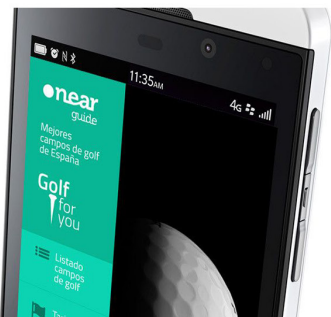
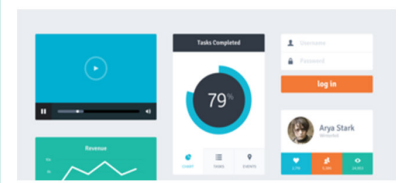
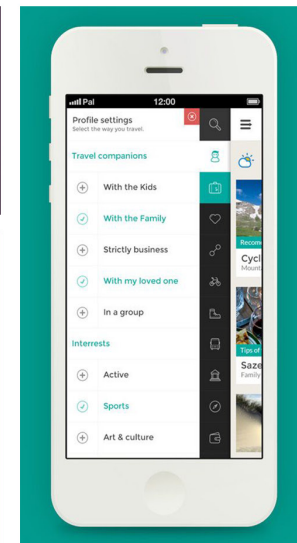
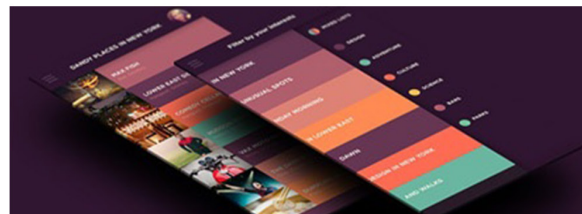
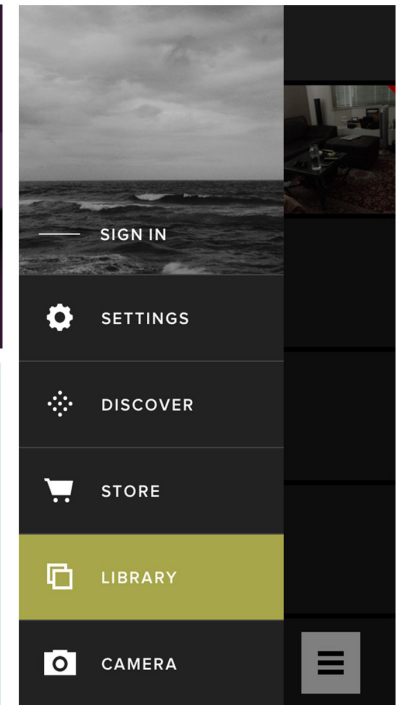
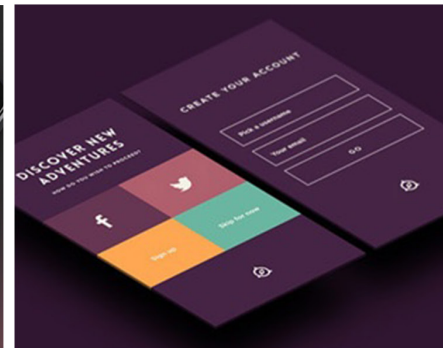
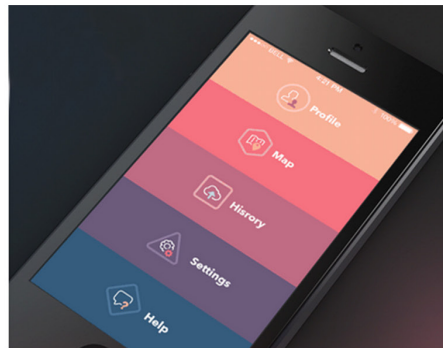
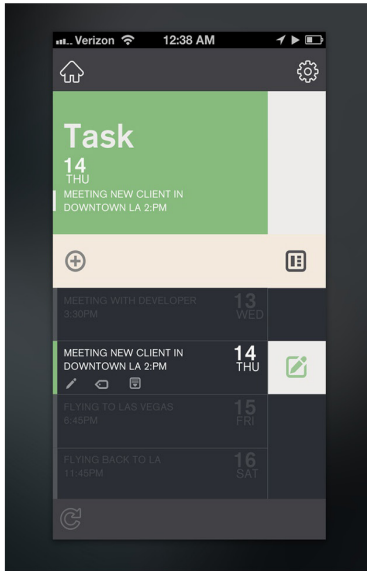
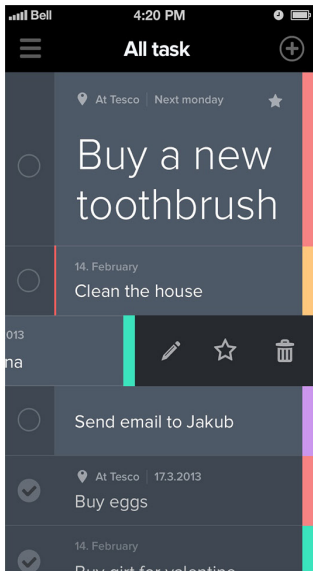
Thomas choisit la sortie Est.



Le parcours vers la sortie s'affiche automatiquement sur la carte.

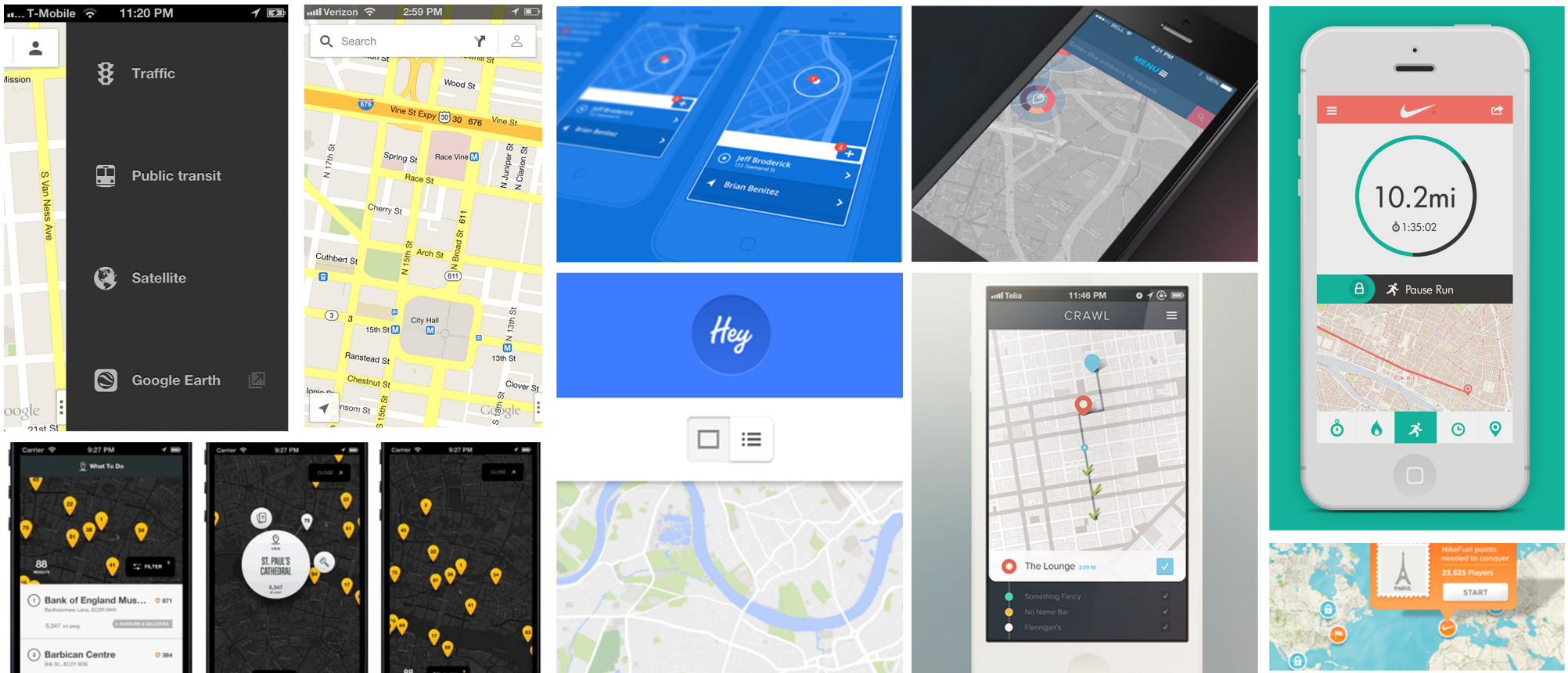


4 Moodboard - (flat design / menus/ listes)





4 Moodboard - (flat design /cartes)





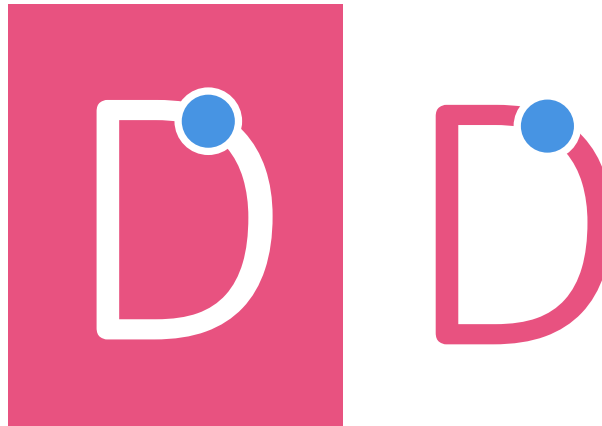
Description graphique



4

Chartes graphiques / Identité visuelle

Logotype



Typographie

Calibri - Regular

Aa Bd Cc 123

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

@012356789

Calibri - Light

Aa Bd Cc 123

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

@012356789

Calibri - Bold

Aa Bd Cc 123

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

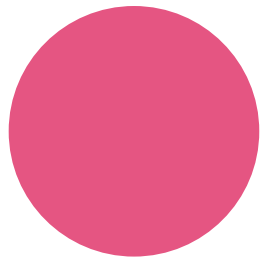
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

@0123456789

4

Chartes graphiques / Identité visuelle

Couleurs

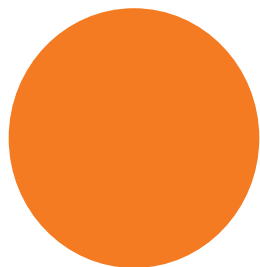


R 231
V 82
B 128

#e75280

C 0
M 84
J 84
N 1

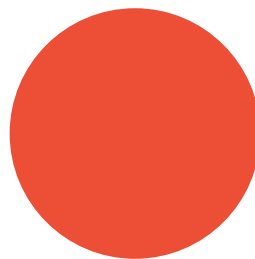
Ce rose a été choisi pour sa proche complémentarité avec le vert. Comme le vert est une couleur imposée par Google map, le rose nous permet de créer un contraste important avec cette dernière. C'est une couleur douce et joyeuse, ni chaude, ni froide, opposée à la notion de «mort» et qui nous invite à la balade.



R 235
V 100
B 17

#f67834

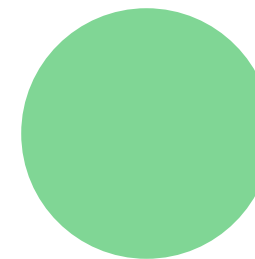
C 0
M 64
J 100
N 0



R 224
V 55
B 41

#ef4a3a

C 0
M 84
J 84
N 1

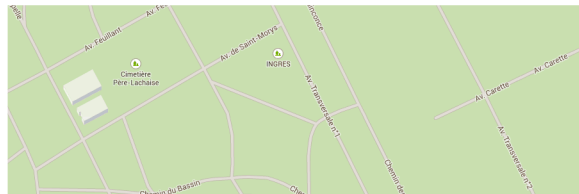




R 127
V 214
B 149

#7fd695

C 44
M 0
J 46
N 0




4 Table des éléments graphiques



 **GRAND BOUTON**
 **BOUTON MOYEN** **PETIT BOUTON**

INSOLITE >

ART ET SPECTACLE v






















 24 987
  489
  9 873



 **A. GIRARDOT** >



A. GIRARDOT >

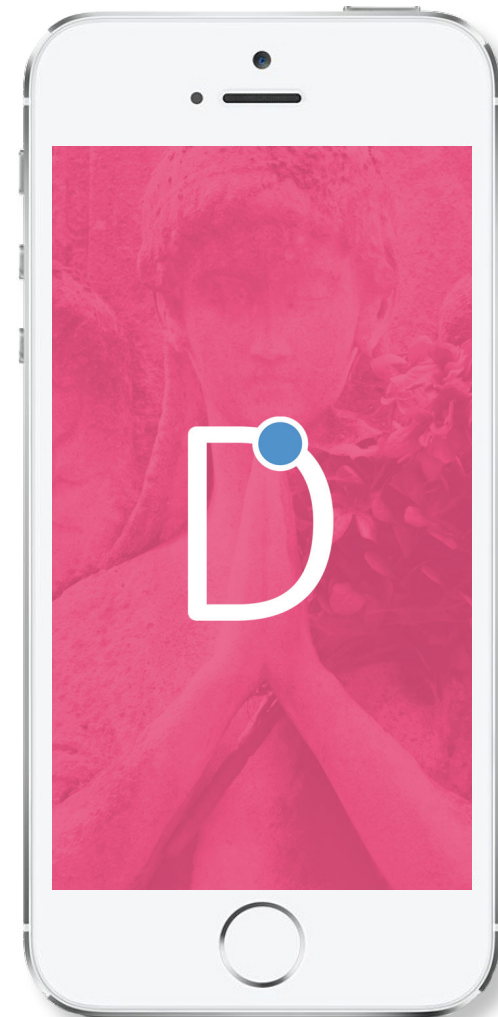
   
     
       
  



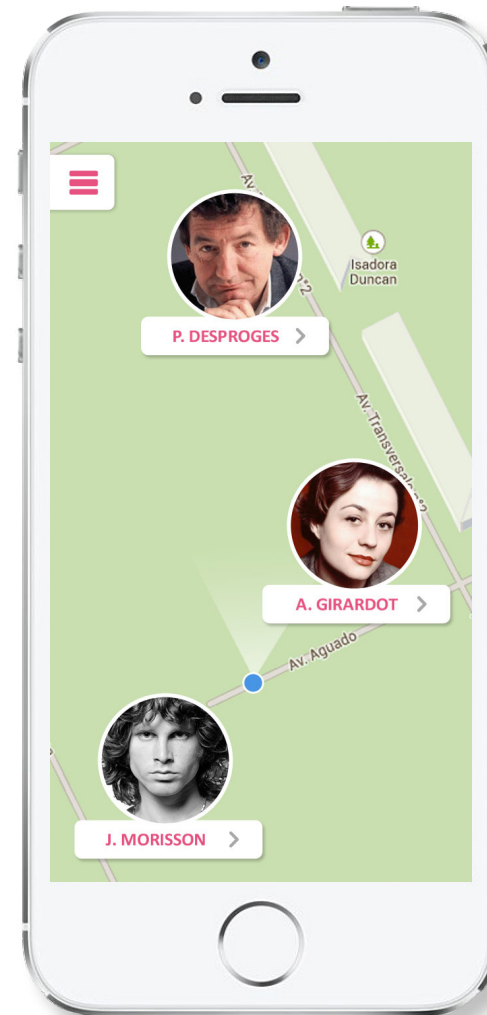
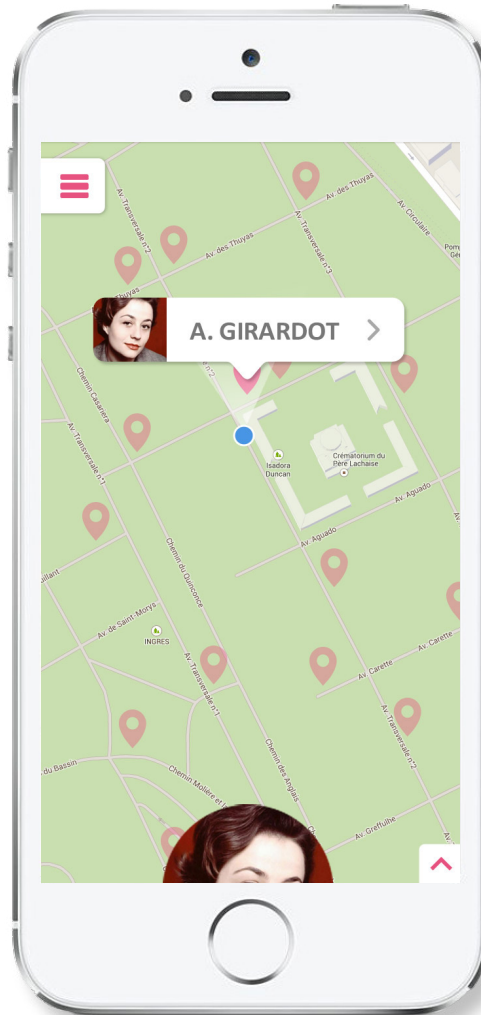
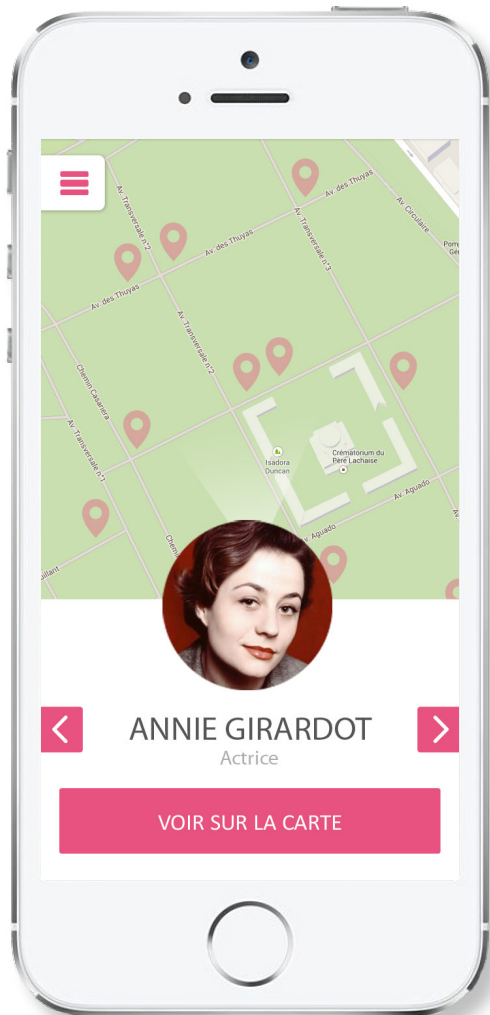
4 Écrans



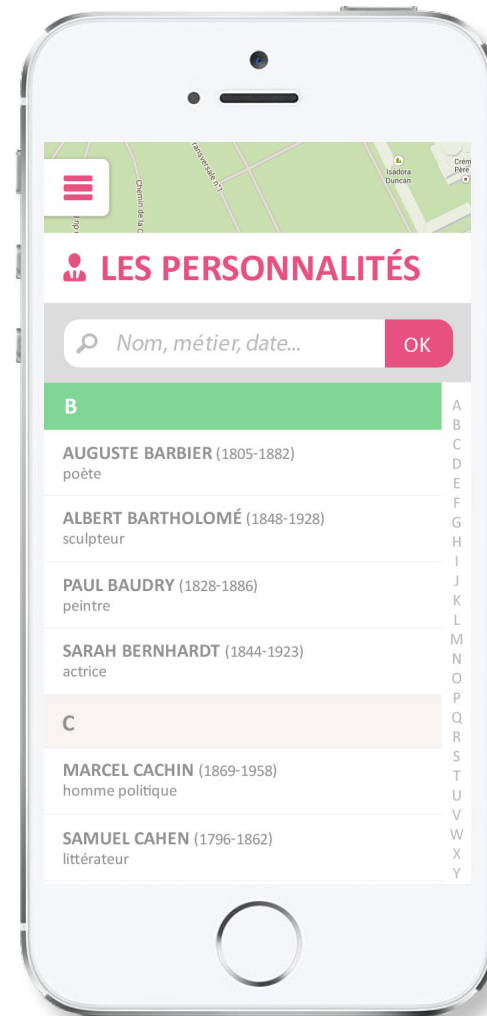
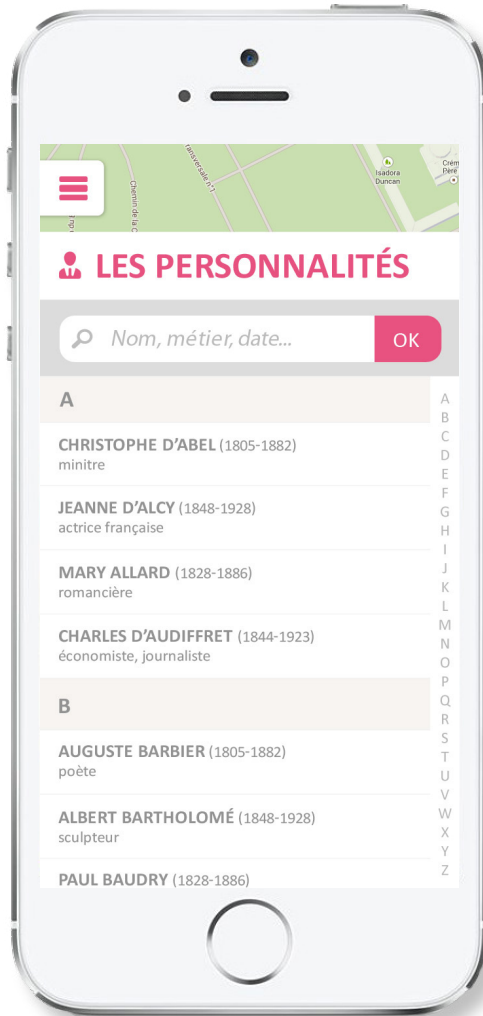
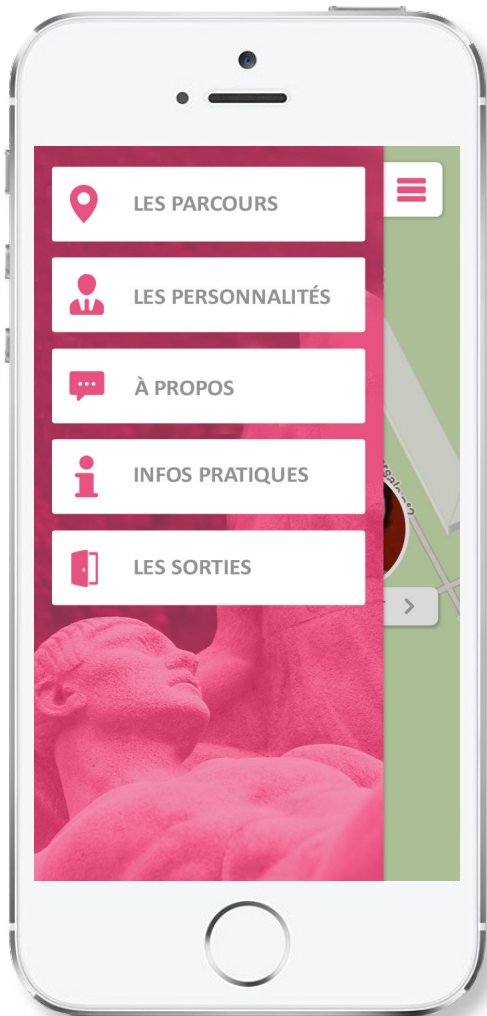
Dédales



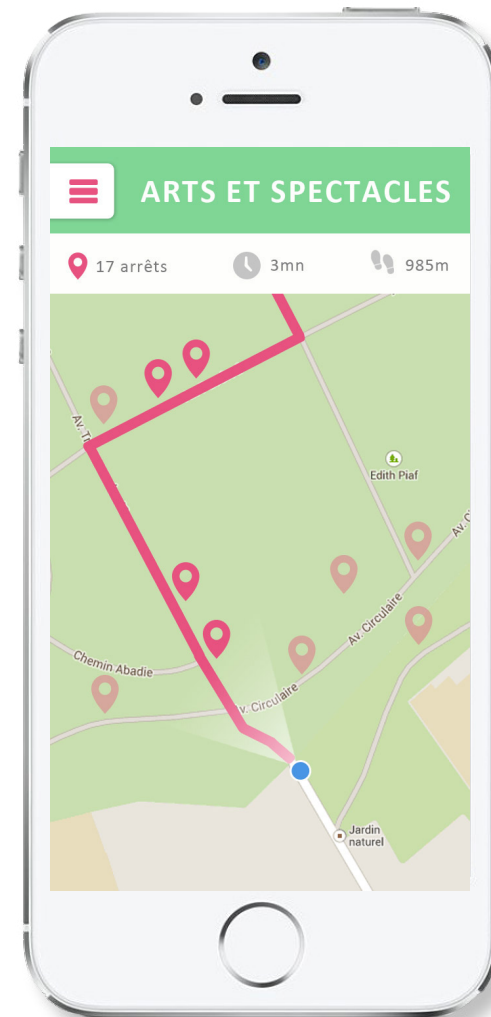
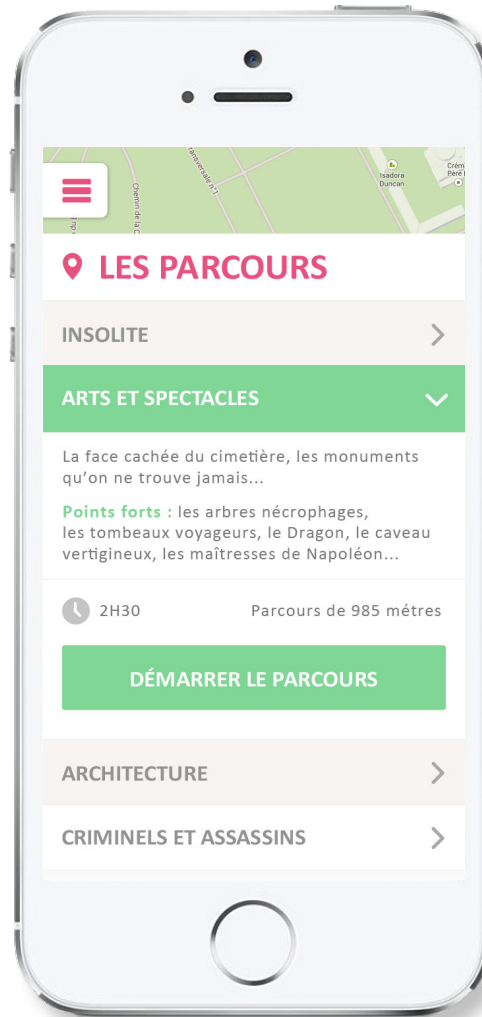
4 Écrans - Home / Map / Map zoom



4 Écrans - Le Menu / Les Personnalités

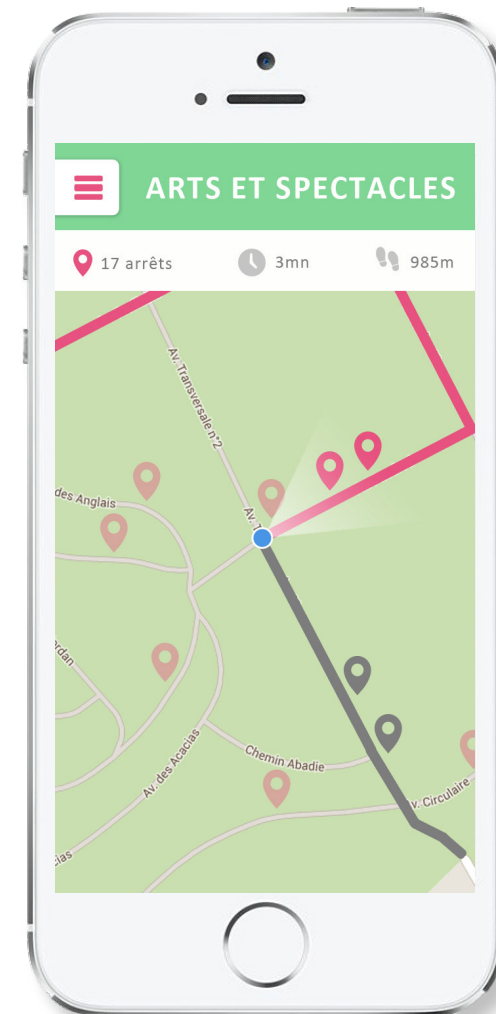


4 Écrans - Les Parcours



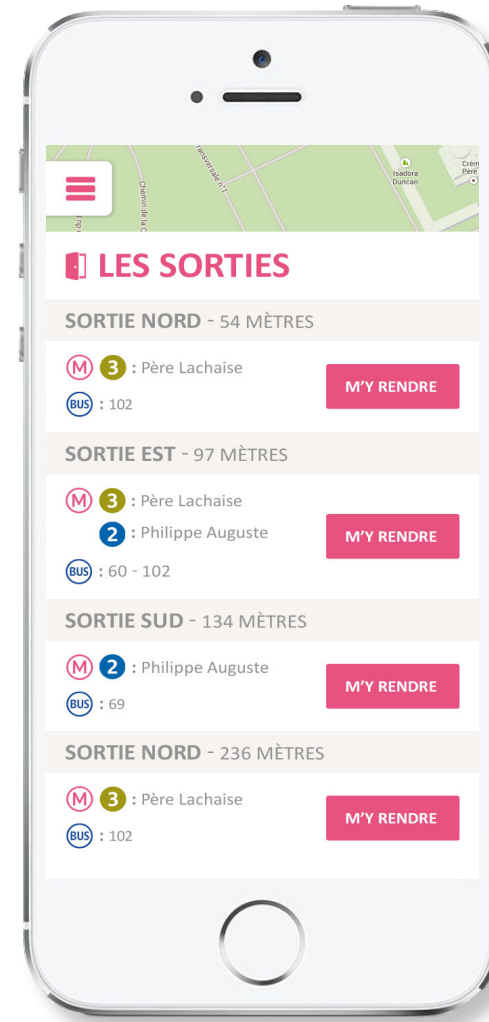
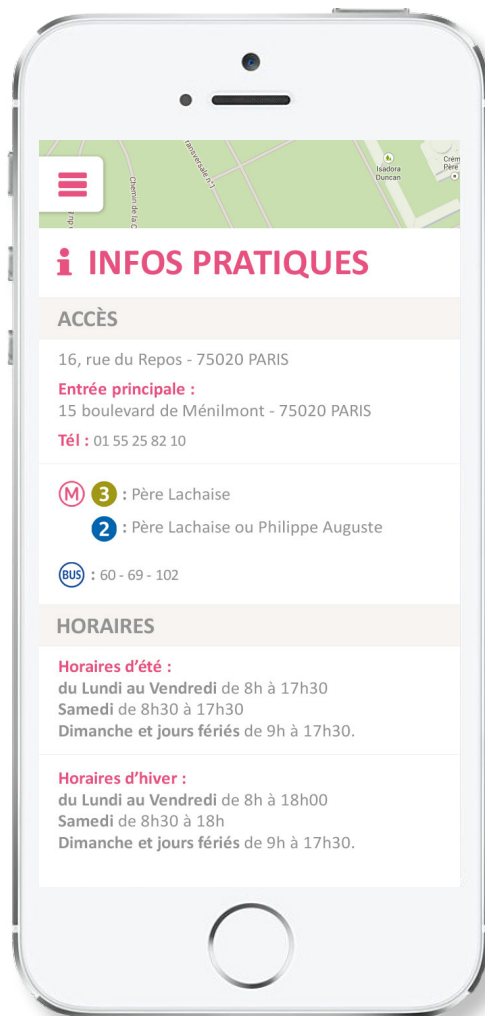
4

Écrans - Fiche d'une personnalité



4

Écrans – Infos Pratiques / À Propos / Les Sorties





Plan Média

5

Web Marketing

Pistes écartées

- Couloir de métro : 125 affichages x 7 jours = 13k€
- Quart de page Le Parisien : 18k€ (négociable à -50%)

Web Marketing

- **Page Facebook : Gratuit**

La page Facebook sera avant tout une page d'actualités sur le cimetière, afin d'attirer et fidéliser des fans. Une fois un nombre suffisant de fans atteint et une fois la page installée comme référent sur le sujet, on pourra ensuite **promouvoir l'application**. Une page Facebook à but uniquement promotionnelle est vouée à l'échec, **la ligne éditoriale doit être de qualité.**

- **Site sous CMS/webflow : 6 heures de développement**

Le site aura pour but de donner de **la visibilité sur les moteurs de recherche et de donner toutes les informations sur l'application.** Dès l'accueil devront être présents en «call to action» **les liens de téléchargement de l'application.** Tout comme la page Facebook, il permettra aussi de proposer **un fil d'actualité.** Le site servira aussi de vitrine pour la presse.

- **Facebook Ad : entre 0,20 et 0,30 cts le clic (le coup baisse inversement à la montée du taux de clic)**

L'Ad pointera directement sur une page du site internet présentant l'application (Apple, Android, Windows...).

5

Web Marketing

- Affiliation : à négocier avec les sites affiliés / prix en fonction du taux de transformation.

Les sites seront choisis sur plusieurs critères :

- Affinité avec le sujet
- Expertise / crédibilité
- Notoriété

exemple :

père-lachaise.com
necro-romantiques.com
parisinfo.com
visites-spectacles.com
appl-lachaise.net

Web Marketing

Référencement de l'application :

Description (français en anglais)

Dédales vous aidera à profiter pleinement du plus beau cimetière de France en utilisant les fonctionnalités GPS de votre Smartphone.

Des milliers de photos, vidéos et archives viendront enrichir votre visite et la rendre inoubliable.

Grâce au système de GPS, ne vous perdez plus. Suivez le guide, il vous mènera partout où vous le voudrez.

Trouver la personnalité de votre choix, créer votre parcours ou retrouver une sortie ? Dédales répondra à toutes vos envies.

•Google Play :

Catégorie : voyages et infos locales.

Mots clés : Cimetière, Père-Lachaise, Paris, grave, cemetery, monument...

•Itunes :

Catégorie : voyage.

Mot clés : Cimetière, Père-Lachaise, Paris, grave, cemetery, monument...

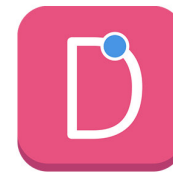
•Langue : Anglais, Français

Dédales

par Dédales

[Plus par cet éditeur](#)

Ouvrez iTunes pour acheter et télécharger des apps.



[Afficher sur iTunes](#)

⊕ Cette app a été développée pour iPhone et iPad.

2,90 €

Catégorie : [Voyages](#)

Mise à jour : 10 Mars 2014

Version : 1.3

Taille : 16.1 Mo

Langue : Anglais Français

Éditeur :

[Classe 4+](#)

Compatibilité : Nécessite iOS 3.0 ou une version ultérieure. Compatible avec l'iPhone, l'iPad et l'iPod touch.

Note

Version actuelle :

★ 12 notes

Toutes les versions :

★ 20 notes

Description

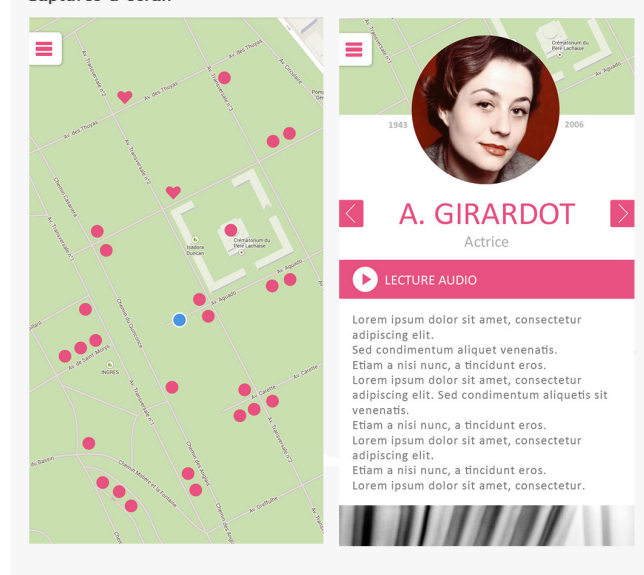
Dédales vous aidera à profiter pleinement du plus beau cimetière de France en utilisant les fonctionnalités GPS de votre Smartphone. Des milliers de photos, vidéos et archives viendront enrichir votre visite et la rendre inoubliable. Grâce au système de GPS ne vous perdez plus, suivez le guide, il vous mènera partout où vous voudrez. Pour trouver la personnalité de votre choix, créer votre parcours ou retrouver la sortie Dédales répondra à toutes vos envies.

[Site web : Dédales](#)

Nouveautés de la version 1

1) plus de tombeaux

Captures d'écran



5 Trade Marketing

Trade Marketing / partenariat avec la Mairie de Paris :

Cette application peut être considérée comme **un objet culturel qui participe à la promotion et la valorisation de ce lieu.**

Il sera donc possible de **négoier des Partenariats** avec la Mairie du 20e arrondissement, **afin de partager les coûts** ou d'utiliser des supports de communication appartenant à la Mairie de Paris.

- Affichage

Les visiteurs une fois sortie du métro demandent souvent où se trouve l'entrée du Père-Lachaise. Ils vont souvent s'adresser aux kiosques à journaux à la sortie des métros ou aux nombreux restaurants / bars « Au père la chaise ».

Il serait pertinent de promouvoir l'application dans ces lieux par de l'affichage.

- RP : article(s) sur le site de la mairie de Paris et sur les sites internet touristiques parisiens.

Les sites internet touristiques ou d'actualités sur la ville de Paris sont souvent en recherche de contenus et de nouveautés pour leurs publications, **ils seront sûrement intéressés pour publier des articles sur l'application.**





5 Planning du Plan Média

		Plan Média																																						
Actions	juin-14				juil-14				août-14				sept-14				oct-14				nov-14				déc-14				janv-15				févr-15				mars-15			
	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4				
Page facebook																																								
Facebook Ads																																								
Affiliation																																								
père-lachaise.com																																								
necro-romantiques.com																																								
parisinfo.com																																								
visites-spectacles.com																																								
appl-lachaise.net																																								
Trade Marketing																																								
20 Minutes																																								
article sur le Site de la mairie de Paris à Paris																																								
RP																																								
LeParisien LeParisien.fr																																								
Métro																																								
SortiraParis.com																																								
Parisbouge.com																																								
Parisinfo.com																																								



Vie du Projet

6

Grille d'évaluation / Testing

Grille evaluation Testing (sur 10 tests)

	OUI	NON	Ameliorable
Navigation générale			
Le menu est facilement accessible	10	0	0
Le menu est clair	10	0	0
Les intitulés sont-ils pertinents	9	0	1
Il est facile d'atteindre un contenu	8	0	2
Il est facile de revenir en arriere	8	0	2
Les liens et zone cliquable sont clairement identifiable	10	0	0
Navigation sur la carte			
La carte répond rapidement	–	–	–
La carte est lisible	8	2	0
Il est facile d'atteindre les éléments sur la carte	–	–	–
Il est facile de créer son parcours	–	–	–
Médias			
Les médias sont de qualités	–	–	–
Les médias sont de intéressants/enrichissants	–	–	–
Les médias chargent rapidement	–	–	–
Technique			
L'application répond rapidement	–	–	–
L'interface tactile est intuitive	–	–	–
Les chargements sont rapides	–	–	–
Interface graphique			
L'application est agreable à regarder	9	0	1
L'application est homogéne	10	0	0
Les choix graphique sont en rapport avec le thème	8	0	2

Méthodes

Le prototype a été présenté sur un iphone 5s.
Un questionnaire a ensuite été administré pour recueillir leurs avis. Pour chaque question les utilisateurs ont coché : OUI, NON, Améliorable.

Temps d'administration 10 min

Personnes interrogées

- Ces cinq personnes ont été interrogé dans le jardin d'une résidence privée

Hommes	22 ans
Femmes	25 ans
Hommes	26 ans
Hommes	35 ans
Hommes	45 ans

- Ces cinq personnes ont été interrogé dans la rue.

Femmes	50 ans
Femmes	22 ans
Hommes	23 ans
Femmes	24 ans
Hommes	25 ans



6 Planning prévisionnel

Planning	Janvier							Février														Mars														Avril	Mai	Juin	Juillet																					
	Semaine 1							Semaine 2							Semaine 3							Semaine 4							Semaine 5							Semaine 6																								
	27	28	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14														
	27 Janvier Prise de Brief																					14 Mars : rendu du CDCF							Sortie : Début Juillet																															
Brief	[Orange bar]																																																											
Business Modele	[Orange bar]																																																											
Cahier des Charges	[Orange bar]							[Orange bar]																																																				
Plan Média - 360								[Orange bar]																																																				
Parcours utilisateur Wireframe															[Orange bar]																																													
Bench /moodboard	[Blue bar]																					[Blue bar]																																						
Identité visuelle	[Blue bar]																					[Blue bar]																																						
GUI / Table éléments graphiques	[Blue bar]																					[Blue bar]																																						
Design	[Blue bar]																					[Blue bar]																																						
Intégration	[Blue bar]																					[Blue bar]																																						
Guerilla Testing																						[Green bar]																																						
Orale																						[Green bar]																																						
Développeur 1																																											[Red bar]																	
Développeur 2																																											[Red bar]																	



6

Budget prévisionnel

Budget				
Réalisation	Intervenant	Nombre de jours	Tarif journalier	TOTAL
Conception, Gestion de projet	Chef de projet	7	408	2856
Web Design	Directeur Artistique	10	350	3500
UX	Chef de projet / Directeur Artistique	2	450	900
Test Débugage	Chef de projet /Directeur Artistique	1	350	350
Mises à jour	Développeurs	x	350	0
				0
Développement	Développeurs	2x90	430	77400
Traduction		2	300	600
Affiliation			300	300
Facebook Ad			300	300
License Android				20
License apple				80
Abonnement apple				99
TOTAL				86405



6

Recettes prévisionnelles

Recette					
Vente	Unité	Unité	Prix		TOTAL
TOTAL vente	10 000				
Vente Apple	15%	1 500	2,9	4 350	3 045*
Vente Windows/android	85%	8 500	2,9	24 650	24 650
*Prelevement apple 30%					
TOTAL					27 695 €



Merci