



**SOLUTION DE VENTE EN LIGNE DE
FORFAITS DE SKI ET GESTION DE LA
RELATION CLIENT**

CAHIER DES CLAUSES PARTICULIERES

MARCHE SUR PROCEDURE ADAPTEE

SOMMAIRE

| | |
|--|----|
| SOLUTION DE VENTE EN LIGNE DE FORFAITS DE SKI ET GESTION DE LA RELATION CLIENT | 1 |
| Le contexte..... | 4 |
| Fonctionnement actuel..... | 4 |
| Les forfaits proposés..... | 4 |
| Le forfait séjour | 4 |
| Le forfait abonnement | 5 |
| Le forfait liberté | 5 |
| Le forfait saison..... | 5 |
| La demande | 5 |
| Globalement | 5 |
| Le CRM | 6 |
| Les sites internet..... | 6 |
| Paramétrage des titres..... | 6 |
| Gestion des commandes | 6 |
| CRM..... | 7 |
| RGPD | 7 |
| Gestion des contacts | 7 |
| Emailing..... | 7 |
| Création d'email | 7 |
| Envoi de campagne..... | 8 |
| Reporting de données..... | 8 |
| Statistiques emailing | 8 |
| Statistiques de ventes | 8 |
| Gestion de comptes..... | 9 |
| Les sites internet | 9 |
| Contenu..... | 9 |
| Contenus spécifiques à développer | 10 |
| Ergonomie | 10 |
| Responsive | 10 |
| Version dédiée mobile (pour la vente en ligne)..... | 10 |
| Esthétique..... | 10 |
| Mise à jour | 11 |
| Base de donnée de stockage de documents | 11 |
| Gestion de la sécurité | 11 |

| | |
|---|----|
| Référencement naturel | 11 |
| Paramétrage des titres (backoffice) | 11 |
| Connexion à la place de marché..... | 11 |
| Les ventes déportées..... | 12 |
| Opérations promotionnelles | 12 |
| Gestion des codes promotionnels | 12 |
| Ventes flash | 12 |
| PPU | 12 |
| Paramétrages spécifiques..... | 13 |
| Liaisons avec Skidata | 13 |
| Commandes..... | 13 |
| Compte client..... | 13 |
| Commandes | 14 |
| Envois postaux | 15 |
| LIVRAISON, FACTURATION ET | 15 |
| REGLEMENT | 15 |
| Livraison | 15 |
| Facturation..... | 15 |
| Règlement | 16 |

LE CONTEXTE

FONCTIONNEMENT ACTUEL

La SAVASEM (Ski Alpin Vallées d'Ax Société Économique Mixte) et la société GUZET PYRENEES exploitent actuellement quatre stations de ski : Ax 3 Domaines, Guzet, Ascou-Pailhères et la station des Monts d'Olmes.

Le nombre de stations exploitées par la SAVASEM pouvant évoluer, il sera demandé de préciser les coûts d'intégration par station supplémentaire.

Les quatre stations utilisent le système de billetteries Skidata et sont équipées de bornes de contrôle.

Pour la vente en ligne, Ax, Monts d'Olmes, Ascou fonctionnent avec la solution JB CONCEPT et leur CRM Microsoft Dynamics. Guzet a pour prestataire Xsalto sur ces thématiques.

LES FORFAITS PROPOSES

Dans notre système de fonctionnement actuel, nous effectuons le paramétrage des titres sur Skidata qui sont ensuite récupérés par le prestataire vente en ligne.

Une fois acheté en ligne nos forfaits sont soit récupérés en station (suivant les stations, il peut y avoir plusieurs points de retraits), soit envoyés par la poste.

Nous avons 6 catégories d'âge déclinées en fonction des types de forfaits :

- - 6 ans : offerts sur l'ensemble du réseau, sur présentation d'un justificatif d'âge
- Juniors : de 6 à 17 ans, sur présentation d'un justificatif d'âge
- Etudiants : jusqu'à 29 ans, sur présentation d'un justificatif de scolarité et d'âge
- Adultes : tarif de base
- Séniors : de 60 à 69 ans, sur présentation d'un justificatif d'âge
- Vermeils : Offert sur toutes les stations (sauf Ax 8€/jour), sur présentation d'un justificatif d'âge

Ces justificatifs sont demandés sur la vente en ligne pour les forfaits saison et abonnement uniquement.

Les conditions d'attributions pourront évoluer avec l'adaptation de la politique tarifaire avec l'intégration de Guzet au réseau de stations.

Le forfait séjour

Il s'agit d'un forfait nominatif, daté où les journées sont consécutives. Sur la vente en ligne uniquement, un système d'early booking est mis en place :

| | | | |
|------------------|------------------|-----------------|--------------|
| 90 jours avant | 30 jours avant | 15 jours avant | Jour J |
| 15% de réduction | 10% de réduction | 5% de réduction | Tarif normal |

Ce forfait est également décliné en basse saison (grâce a un calendrier skidata) et en forfait famille (avec une règle sur la vente en ligne qui applique -10%).

Le forfait abonnement

Le forfait abonnement est notre forfait PPU. Il est nominatif et relié à une carte bancaire (grâce au système PayZen).

Une dégressivité est appliquée de la façon suivante :

| Journées | Dégressivité (par rapport au prix journée) |
|------------------------------|---|
| 1, 2 et 3 ^e | -10% |
| 4, 5 et 6 ^e | -20% |
| 7, 8 et 9 ^e | -30% |
| 10, 11 et 12 ^e | -40% |
| Dès la 13 ^e | -50% |

Le forfait est valable sur l'ensemble des stations du réseau. Ainsi, un skieur peut faire ses 3 premières sorties sur Ascou, la 4^e sur les Monts d'Olmes et la suivante sur Ax 3 Domaines.

Actuellement les clients sont facturés une fois par semaine par notre prestataire de vente en ligne (dans le cas JB), et en interne (dans le cas de Xsalto).

Le forfait liberté

Le forfait liberté est non nominatif et non consécutif. Il est valable sur la saison en cours et la suivante. On peut charger de 2 à 10 journées.

Le forfait saison

Le forfait saison que nous proposons existe en 1 station ou en multi station (sur l'ensemble de notre réseau).

Au lancement de la vente en ligne jusqu'à mi novembre il est en tarif promotionnel. Après cette période il bascule en plein tarif.

Sur cette période promotionnelle nous proposons également le paiement en 2 et 3x sans frais.

LA DEMANDE

GLOBALEMENT

L'ergonomie et la rapidité d'utilisation des supports seront des critères primordiaux dans le traitement des offres.

L'ensemble des outils devront répondre aux réglementations en vigueur (RGPD...).

Le système devra impérativement être compatible avec le logiciel de vente SKIDATA.

Un manuel d'utilisation détaillé de l'ensemble des outils fournis sera mis à disposition.

Toutes les données comptables, contenu de site internet et données client restent propriété de la SAVASEM.

Un référent sera désigné auprès des deux partis pour assurer un suivi complet et cohérent. Ils devront être en copie de tous les échanges. Un entretien téléphonique bi mensuel sera prévu entre les deux partis.

L'offre sera conçue pour apporter un maximum d'autonomie aux opérateurs de la station.

Un rétro planning détaillé sera proposé pour permettre un lancement de la vente en ligne le 1^{er} septembre 2019.

LE CRM

Mise en place d'un outil CRM qui permettra d'obtenir une vision 360° de nos clientèles.

L'outil devra répondre aux objectifs suivant :

- Conquérir de nouvelles clientèles
- Fidéliser nos skieurs
 - En adaptant la relation client
 - En personnalisant l'offre commerciale
- Mieux connaître nos clientèles
 - En décryptant l'ensemble du processus d'achat (de la captation à l'achat du forfait)
 - En classant les clientèles selon certains critères définis

LES SITES INTERNET

Création de plusieurs sites internet sous un même backoffice. Le Template utilisé sera le même sur tous les sites, mais la charte graphique différera en fonction de la station.

Voici deux exemples de site internet de stations qui ont retenus notre attention en termes d'esthétique et d'ergonomie :

- <https://goo.gl/Pq39nB>
- <https://goo.gl/y1ZjhR>

PARAMETRAGE DES TITRES

La responsable des billetteries devra avoir un maximum d'autonomie pour paramétrer et publier les catalogues sur la vente en ligne.

GESTION DES COMMANDES

L'opérateur hotline et l'accueil des stations pourront gérer les commandes de manière simple et rapide.

CRM

RGPD

Une attention toute particulière sera apportée sur le respect du règlement général sur la protection des données personnelles et toutes les autres réglementations en vigueur qui concernent la protection des données.

GESTION DES CONTACTS

Nous disposons déjà d'une base de données client qu'il sera nécessaire d'intégrer dans le CRM.

Chaque station gérée par la SAVASEM pourra, à la fin de son contrat de DSP, récupérer les données de ses clients et uniquement les siennes (Ascou ne pourra pas récupérer celles de Guzet par exemple). En revanche, la SAVASEM pourra conserver l'ensemble du porte feuille client.

Des listes différentes pourront être paramétrées :

- En se basant sur les données des achats grâce à un système de filtrage/ requêtage
- En intégrant des fichiers CSV

Les listes pourront être de deux types :

- Dynamique : elles se mettent à jour en fonction de la variable (dans le cas d'une création de liste via les données issues des achats).
Ex : tous les clients qui ont commandés depuis le 01/09/2019.
- Statique : la liste sera figée après fabrication.
Ex : tous les clients qui ont commandés entre le 01/09/2018 et le 01/09/2019.

L'outil doit permettre la création de formulaire d'inscription et de désinscription à des listes prédéfinies.

Les chargés de communication des stations auront des accès restreints à la base. Ainsi, le chargé communication des Monts d'Olmes n'aura pas accès aux listes spécifiques d'Ax et inversement.

Nous pourrons facilement intégrer un contact à plusieurs listes.

Les listes seront étiquetées et nommées en fonction de nos besoins, pour permettre de trier et classer la base de données.

EMAILING

Création d'email

L'outil d'emailing devra être simple et rapide d'utilisation. Un outil de construction d'email en forme de drag and drop serait un plus.

Idéalement, des mails et/ou sms pourront être envoyés via le Smartphone du chargé communication.

Des templates pourront être paramétrés en fonction des stations et/ou type de campagnes. Ainsi, le chargé communication de la station pourra rapidement créer un mail, en respectant la charte graphique définie.

Dans la rédaction du mail pourront être utilisés des variables. Les données seront alors récupérées dans le CRM (**en rouge**) OU paramétrées manuellement (**en vert**) grâce à des systèmes de requêtes.

*Ex : Bonjour %NOM% %PRENOM%, cette saison tu as skié %NOMBRE% fois sur la station d'Ax avec un forfait %TYPE DE FORFAIT%. L'année prochaine nous te conseillons de prendre le forfait %TYPE DE FORFAIT% pour bénéficier de tous ces avantages !
>> pour le vert : si %NOMBRE% = 6 et %TYPE D E FORFAIT% = liberté, alors nous conseillons %TYPE DE FORFAIT% = Abonnement*

Envoi de campagne

En fonction du message à faire passer nous pourrons choisir des campagnes SMS ou mail.

Permettre une programmation d'envoi des campagnes en fonction de la date et de l'heure désirée sera possible.

Un traçage des personnes ayant envoyés une campagne sera possible.

L'outil permettra de construire des campagnes de mail automation.

Ex : lundi 01/09 : envoi n°1 par mail – lancement de la vente en ligne. Mardi 02/09 : envoi n°2 par mail : si aucun achat n'a été fait relancer le client. Mercredi : envoi n°3 par SMS : rappel si pas d'achat de fait.

REPORTING DE DONNEES

Statistiques emailing

L'outil inclura, a minima les données suivantes :

- Taux d'ouverture
- Taux de rebond
- Taux de clic sur les liens (et lesquels)
- Taux de désinscription
- Le support de lecture (Smartphone, tablette ou pc)

Ces statistiques seront disponibles par les critères d'entrée suivants :

- Contact
- Campagne
- Globalité

Idéalement, ces statistiques seront disponibles par station et de manière distinctes.

Statistiques de ventes

Tout au long de la saison, les équipes marketing, billetteries et commerciales établissent des outils de suivi des ventes. Ainsi l'outil devra inclure une partie de visualisation des données (sous forme de graphique et/ou de tableaux de données).

Les types de suivis demandés - par station :

- Statistiques générales de ventes (quantité de titre vendus + CA généré par titre et par station). Avec possibilité de comparer aux saisons précédentes.
- Les mêmes statistiques plus poussées en intégrant :
 - o Catégorie d'âge
 - o Provenance
 - o Moyenne de JS par skieur
 - o Etc.

Une connexion des données Skidata, permettant d'offrir une connaissance client / vente 360° sera un plus.

Pouvoir déterminer comment le client est parvenu sur notre vente en ligne sera nécessaire (Grâce à une campagne adwords, via les réseaux sociaux, depuis le bouton vente en ligne de la dernière newsletter...).

GESTION DE COMPTES

- **Super Admin – Pour le chargé marketing digital SAVASEM**
 - o Accès à l'ensemble des paramétrages
 - o Accès à l'ensemble des listes
 - o Accès à l'ensemble des envois
 - o Accès à l'ensemble des outils de reporting
- **Admin – Pour les chargés communication des stations**
 - o Accès aux listes de sa station
 - o Possibilité d'envoi d'email
 - o Accès aux outils de reporting de sa station (en lecture seule)
- **Accès limité – Pour les décideurs**
 - o Accès aux outils de reporting de sa station (en lecture seule)

LES SITES INTERNET

CONTENU

Les sites internet de chacune des stations comprendront deux types de contenus :

- **Une partie site « vitrine »**
 - o Ex : sur Ax actuellement : <https://goo.gl/94TVi2>
 - o présentation du territoire, activités, contact, etc.
- **Une partie « vente en ligne »**
 - o Ex : sur Ax actuellement : <https://goo.gl/wwCcbb>

Il faudra prévoir une bascule version été / hiver pour les stations proposant une activité sur ces deux saisons.

Les contenus de nos anciens sites devront être facilement réintégrables.

Présence d'un moteur de recherche sur le site internet afin de pouvoir rechercher un élément précis facilement.

Accessibilité au compte client sur l'ensemble du site internet et facilement.

CONTENUS SPECIFIQUES A DEVELOPPER

Nos sites internet disposeront d'une page « ouvertures / fermetures des remontées mécaniques et pistes ». Les informations sont remontées sur nos sites actuels grâce à la technologie Lumiplan. Elles devront permettre la mise à jour des panneaux lumineux Lumiplan en temps réel.

Des cartes Google Map (ou Openstreetmap ou autre) pourront être intégrées (notamment pour la localisation des stations, la localisation des points de ventes déportées). Un module d'intégration et de paramétrage simplifié (sans codage) serait un plus.

Une page formulaire de « demande de devis » par station, renvoyant sur des adresses mail spécifiques.

Ex : <https://goo.gl/PCtUvE>

ERGONOMIE

Le site doit être simple d'utilisation et correspondre aux standards du web 3.0 et aux normes W3C.

Responsive

Le site internet doit être responsive en s'adaptant à l'ensemble des supports numériques web (Smartphones, tablettes, PC fixes et portables...).

Version dédiée mobile (pour la vente en ligne)

En plus d'être responsive, le site devra disposer d'une version dédiée mobile. Celle-ci sera imaginée dans le cadre d'une utilisation en mobilité : une fois sur la station. Pour cela, tous les contenus du site internet ne seront pas disponibles sur cette version :

- Faciliter l'achat de forfaits
 - o Mise en valeur de l'achat forfait 1 jour (pour les personnes ayant un support magnétique)
 - o Carte des points de vente (pour les 1ers achats) - actuellement il s'agit de la page : <https://goo.gl/L5LiUM>
- Restaurants et locations de ski
- Page contacts utiles (Station, OT, Secours, Météo...)
- Plan des pistes + ouverture des pistes
- Rubrique actualité
- Webcams

ESTHETIQUE

Les sites internet devront correspondre aux standards du web 3.0 : un site simple, épuré et visuel.

Les sites internet de chaque station auront une charte graphique spécifique mais garderont une architecture commune.

MISE A JOUR

La mise à jour des sites se fera grâce un backoffice commun, mais des accès restreints devront être établis, sur les critères suivants :

- **Super Admin – Pour le chargé marketing digital SAVASEM**
 - o Accès à l'ensemble des paramétrages
 - o Accès à l'ensemble des sites internet (à savoir Ax, Ascou, Monts d'Olmes, Guzet)
 - o Doit pouvoir dupliquer des pages sur tous les sites tout en pouvant changer les visuels ou faire varier les textes (copier / coller et non créer un alias de la page)
- **Admin – Pour les chargés communication des stations**
 - o accès limité à sa station
 - o Mise à jour de contenus (pages déjà en ligne, actualités, slider...)
 - o Ne doit pas pouvoir toucher à l'architecture des sites (menus par exemple)
- **Accès limité – Pour les stagiaires**
 - o Accès limité à sa station
 - o Mise à jour des contenus MAIS nécessite une validation d' « Admin » OU « Super Admin » avant la publication

La mise à jour de contenu doit être simple et rapide (type CMS).

Des styles graphiques devront être paramétrés pour faciliter la mise à jour (avec titres H1, H2, H3, paragraphe, mise en avant de contenu, etc.). Chaque station aura sa propre liste de styles.

Les contenus devront se traduire automatiquement en anglais et espagnol sur les versions dédiées. Tous les sites ne seront pas traduits.

BASE DE DONNEE DE STOCKAGE DE DOCUMENTS

La base de données où seront stockés les visuels devra être classable en différents dossiers (1 par station) et sous dossiers. Chaque opérateur aura accès aux photos de sa station.

Intégration possible de contenu image (jpg, png, gif), document (pdf) et vidéo (mp4).

GESTION DE LA SECURITE

L'entreprise choisie s'engage à tout mettre en œuvre pour que les sites internet soient sécurisés et respectent les réglementations en vigueur.

REFERENCEMENT NATUREL

Les sites seront construits de manière à optimiser leur référencement naturel.

PARAMETRAGE DES TITRES (BACKOFFICE)

CONNEXION A LA PLACE DE MARCHÉ

La SAVASEM diffuse sur son site internet les offres de la place de marché départementale d'Alliance Réseau. Nous aurons besoin que l'ensemble des forfaits de ski séjour puissent

remonter sur cette place de marché via un Channel manager, sans création d'API (ou à la charge du prestataire).

Les ventes doivent être distinguées et identifiables dans la comptabilité.

LES VENTES DEPORTEES

La gestion des canaux de ventes « partenaires » (ventes déportées) doit se faire avec un identifiant et un mot de passe pour chacun.

Ils seront associés à des comptes clients professionnels avec la possibilité de recharger les produits qui leurs sont affectés et en paiement à terme ou paiement en ligne.

Pour les supports keycards, un processus de rechargement plus rapide sera proposé (numéro court, boîtier RFID...).

OPERATIONS PROMOTIONNELLES

Gestion des codes promotionnels

Nous devons avoir la possibilité de créer/modifier des codes promos à usage unique ou sans limite d'utilisation. Nous pourrions choisir de les appliquer sur un ou plusieurs catalogues.

Nous pourrions intervenir sur les variables suivantes :

- Date de validité
- Quantité
- Type de forfait

Ventes flash

Réalisation de ventes flash avec un tarif promotionnel bloqué sur un certain nombre de forfaits et/ou limité à une période, pour différentes durées et/ou différentes catégories de clientèles.

PPU

Possibilité de gestion de forfaits utilisables sur quatre stations (ou plus), avec une réduction qui s'applique en fonction du nombre de jours skiés sur l'ensemble de ce réseau (PPU).

Sur la station, il nous arrive de baisser notre prix journée au guichet lorsque le domaine skiable n'est pas ouvert en intégralité. Il est donc nécessaire de nous proposer une solution interne pour nous permettre d'appliquer ce tarif réduit également aux clients PPU.

Possibilité de déduction des points fidélités des clients sur le PPU ainsi que sur tous les autres types de forfaits.

En cas de défaut de paiement du PPU, possibilité de relancer la facturation de ces PPU de façon manuelle.

Proposer un système d'alerte lorsque la carte bancaire du client arrive à expiration.

Une connexion aux données de passage Skidata est indispensable.

Nous aurons la possibilité de gérer la facturation de manière autonome (changement de tarification lié à un événement particulier, lancement de la facturation, etc.).

PARAMETRAGES SPECIFIQUES

Un moyen automatique de remontée des catalogues sera proposé. La publication doit pouvoir s'effectuer de façon autonome par notre entreprise, sans intervention du prestataire.

Nous avons un forfait « évolution » qui coûte 15€ pour le premier acheté puis 10€ pour les suivants (dans la même transaction obligatoirement), est-il possible de le proposer sur la vente en ligne dans ces conditions ?

Possibilité de mettre en place un système d'Early Booking sur des catalogues spécifiques.
Ex : Achat le 14 novembre 2018 d'un forfait 6 jours dont le premier jour de ski est le 27 février 2019, l'achat est effectué 105 jours avant le premier jour de ski, une réduction de 20 % est donc appliquée au forfait.

Proposer une solution simple, rapide et efficace de vente de journée semi anonyme, avec une récolte de données minimales : nom / prénom / mail / code postal, sur le contact payeur.

Le forfait saison sera disponible en 2 et 3 fois sans frais durant une période déterminée. (2 fois sans frais en septembre / octobre et novembre et 3 fois sans frais en septembre et octobre).

Paramétrage de la réduction famille (uniquement sur les forfaits adultes et enfants) : achat de 4 forfaits minimum, dont max 2 adultes et mini deux enfants.

LIAISONS AVEC SKIDATA

A aujourd'hui, notre entreprise dispose de 4 « exploitants » Skidata pour les 4 sites. Nous avons une réflexion en cours pour avoir 4 serveurs billetterie distincts :

- Quelles conséquences cela aurait t-il sur la vente en ligne ?
- Serait-il possible de n'avoir qu'un seul et même backoffice, même avec 4 serveurs distincts ?
- Existera t-il une possibilité de vente en ligne commune ?

COMMANDES

COMPTE CLIENT

Possibilité de création et de gestion de compte client, sur la vente en ligne et en billetterie. Ces comptes clients doivent pouvoir présenter l'historique de la consommation et l'historique des achats de chaque client sur une période de 3 ans minimum, ces informations doivent être visibles par le client sur son compte ainsi qu'en billetterie.

Sur le compte client, il faudrait pouvoir lire une carte en entrant son numéro, (nombre de jours de ski restant sur cette carte ainsi que leur date de fin de validité). Dans l'idéal, il

faudrait que le jour où les journées de ski sur une carte sont périmées, cette carte disparaisse du compte du client. (Uniquement pour le produit **liberté**)

Possibilité pour le client de télécharger sa facture immédiatement après l'achat de ses produits (voire envoi automatique de la facture avec la confirmation de commande).

Possibilité d'associer une carte existante dans la base à un nouveau compte (et suppression automatique de l'ancien compte). Nous recyclons les cartes Skidata ce qui fait qu'une carte peut transiter entre les mains de plusieurs personnes.

Fusion des contacts possible lorsque un client à deux comptes en raison de la perte du mot de passe ou autre.

Sur le compte client afficher toutes les informations du client (date de naissance, mot de passe, nom, prénom, âge, mail, numéro de téléphone...), l'historique de ses commandes, récapitulatif de tout les mails envoyés à ce client et leur lecture ou non, numéro de keycard du PPU, apparition de la date d'expiration des cartes bancaires pour les clients PPU, modification de la photo pour les forfaits nécessitant un justificatif photo, gestion des points fidélités (ajout ou retrait).

Possibilité depuis le compte client backoffice de basculer vers le compte client FrontOffice.

Depuis le compte client FrontOffice, accéder aux contacts associés, pour modifier ou supprimer ces contacts, voir les commandes et pouvoir imprimer le récapitulatif de toutes les commandes ainsi que la facture de chaque commande, voir les points fidélités détenus, pouvoir modifier les coordonnées bancaires pour les clients PPU et voir les numéros de cartes associés au compte ainsi que le nombre de jour de ski restant sur ces cartes.

Envoi automatique du mot de passe « compte client » en cas de perte.

Les comptes clients que nous possédons actuellement chez nos prestataires JB (pour Ax, Ascou, Monts d'Olmes) et XSalto (pour Guzet) devront être récupérés et réintégrés dans la nouvelle interface.

COMMANDES

La recherche de commande se fera par différents champs unique ou simultanés (statut de la commande, date, canal de vente, numéro de commande, mode de retrait de la commande).

Validation et intégration manuelle des commandes qui contiennent un forfait nécessitant l'envoi de justificatifs (photos, carte d'identité...).

Blocage de l'envoi des commandes à domicile si le premier jour de ski du forfait acheté est trop proche de la date de commande, et possibilité de régler cette durée entre l'achat et l'envoi en fonction d'éléments ponctuels. (par exemple grèves, période de Noël...).

Pour les forfaits séjours, en 1^{er} achat et en rechargement, pouvoir décaler la date du premier jour de ski, sans avoir à annuler la commande.

Trouver une solution qui permette de voir apparaître les points de retrait dans skidata afin de faciliter l'édition des commandes.

Existe t-il une possibilité d'annuler une commande sur le backoffice avec remboursement automatique ? Y a t-il une différence entre annuler une commande type « premier achat » et type « rechargement » ?

Possibilité d'avoir, dans le backoffice, l'historique des commandes sur 3 ans minimum.

Est-il possible d'exiger un justificatif d'âge ou de scolarité lors du premier achat de la saison et l'enregistrer afin que la personne ayant présenté une fois son justificatif n'ait plus à le présenter jusqu'à la fin de la saison, lorsqu'elle achète des forfaits sur la vente en ligne ?

Pour l'achat de forfait nécessitant un justificatif, une vérification manuelle doit être effectuée après envoi des pièces justificatives demandées, avant validation de la commande. Possibilité de validation « rapide ».

Le rechargement des cartes doit se faire quasi instantanément après le paiement sur la vente en ligne.

ENVOIS POSTAUX

Possibilité d'envoi de mail automatique pour le suivi de colis lorsque le client a choisi l'envoi à domicile de ses forfaits.

Application de frais de ports différents en fonction des stations, de la quantité de forfait et du pays de destination.

LIVRAISON, FACTURATION, REGLEMENT ET VALIDITE DES OFFRES

LIVRAISON

Le système devra être opérationnel au plus tard le 01 septembre 2019.

En cas de non-respect des délais et conformément au CCAG, des pénalités de retard pourront être appliquées.

FACTURATION

La facturation devra être effectuée de la manière suivante :

Entité de facturation pour les stations Ax 3 Domaines, Ascou-Pailhères et Monts d'Olmes :

SAVASEM

Boulevard de la Griole

09110 AX LES THERMES

Entité de facturation pour la station de Guzet

GUZET PYRENEES

Bureaux des Remontées mécaniques

Station de Guzet

09140 USTOU

REGLEMENT

Les paiements seront effectués sur présentation des factures dans un délai de 60 jours à compter de la date de facturation.

VALIDITE DES OFFRES

Les offres seront valables pour une durée de 12 mois à compter de leur réception.