

Description du projet de site web

Ce document est donné à titre d'exemple et pourra vous servir de trame pour la présentation d'un projet de site web.

Il pourra être simplifié en fonction de la complexité du projet.

Société :	
Adresse :	
Contact projet :	
Fonction :	
Tél :	
Fax :	
Mail	

Version :	02-2019
------------------	---------

SOMMAIRE

1	INTRODUCTION	3
2	CONTEXTE	3
2.1	PRESENTATION DE L'ENTREPRISE	3
2.2	OBJECTIF DE L'ENTREPRISE	3
2.3	PRESENTATION DU PROJET WEB.....	3
2.4	EXISTANT DANS L'ENTREPRISE.....	4
2.5	CIBLES DU PROJET WEB	4
2.6	ENVIRONNEMENT DE L'ENTREPRISE	5
2.7	ORGANISATION DU PROJET	5
2.8	PLANNING PREVISIONNEL	6
3	SPECIFICATIONS GENERALES	7
3.1	CONTENU ET ARBORESCENCE	7
3.2	CONTENU DE LA PAGE D'ACCUEIL	8
3.3	DESIGN ET GRAPHISME	8
3.4	AUTRES ELEMENTS DE COMMUNICATION	9
3.5	CONTRAINTES TECHNIQUES (FACULTATIF).....	9

4	SPECIFICATIONS E-COMMERCE	11
4.1	CATALOGUE DE PRODUITS	11
4.2	FICHES PRODUITS	11
4.3	RECHERCHE ET NAVIGATION PRODUITS	12
4.4	PAGES CATEGORIES ET LISTES PRODUITS.....	12
4.5	TUNNEL DE CONVERSION	13
4.6	MOYENS ET MODES DE PAIEMENT.....	13
4.7	TRANSPORT ET LIVRAISON	14
4.8	GESTION DES STOCKS.....	14
4.9	UTILISATION DU BACKOFFICE.....	14
4.10	FONCTIONNALITES EMARKETING	15
4.11	FONCTIONNALITES SPECIFIQUES (FACULTATIF).....	15
4.12	GESTION DU SITE WEB.....	16
5	LE ROLE DU PRESTATAIRE	17
5.1	LA CONCEPTION GRAPHIQUE - COMMUNICATION.....	17
5.2	DEPOT DE NOM DE DOMAINE.....	18
5.3	REPRISE DE L'EXISTANT (FACULTATIF)	18
5.4	REDACTION DE CONTENU	19
5.5	FOURNITURES DIVERSES.....	19
5.6	HEBERGEMENT	19
5.7	FORMATION	20
5.8	ASSISTANCE ET MAINTENANCE	20
5.9	PROMOTION ET REFERENCEMENT (FACULTATIF).....	21
5.10	ANALYSE DU TRAFIC	22
5.11	SECURITE.....	22
5.12	OPTIONS.....	22
6	LES LIVRABLES ATTENDUS.....	23
7	CRITERE DE SELECTION DE PRESTATAIRES	23
8	REMARQUES COMPLEMENTAIRES	24
8.1	CONDITIONS DE REGLEMENT ET DE FACTURATION (FACULTATIF)	24
8.2	BUDGET DU PROJET (FACULTATIF).....	25

1 INTRODUCTION

Ce document a pour objectif de décrire notre projet web et de définir de manière synthétique les besoins et les attentes de notre société en matière de prestation de service.

Cependant nous sommes à l'écoute de propositions, d'idées et de solutions complémentaires permettant la réussite de notre projet.

2 CONTEXTE

2.1 PRESENTATION DE L'ENTREPRISE

La société xxx



Renseigner plus précisément dans ce paragraphe, la description de l'entreprise (taille, CA...), son histoire, son activité, ses marchés, ses clients, ses concurrents, ses évolutions futures....)

2.2 OBJECTIF DE L'ENTREPRISE

Les objectifs que notre entreprise souhaite atteindre en utilisant le web sont les suivants :

-
-



Donner l'objectif de l'entreprise en termes d'attentes par rapport à sa stratégie commerciale ou de communication. (ex : se faire connaître, fidéliser ses clients, se développer à l'export, vendre en direct, développer un nouveau canal de distribution, positionner sa marque son entreprise sur son marché....).
Donner des objectifs chiffrés : combien de visites par mois ? combien de commandes par mois ? quel chiffre d'affaires mensuel ?

2.3 PRESENTATION DU PROJET WEB

Le projet concerne :

-
-



Donner l'objectif du projet en termes de réalisation. Préciser par exemple, s'il s'agit de la création ou de la refonte d'un site existant dont l'adresse est www.truc.com

2.4 EXISTANT DANS L'ENTREPRISE

La société a.



L'objectif de ce paragraphe est de décrire l'existant dans l'entreprise en termes de communication ou d'élément en lien avec le projet web: information sur le site internet, son trafic, d'un nom de domaine, blog...

Exemple :

La société a un site internet depuis XXX, il génère x contacts par mois, son référencement n'est pas satisfaisant, et la charte graphique est ancienne. Le site ne marche pas bien sur les mobiles. En termes d'outils de commercialisation, nous participons à x salons professionnels dans l'année. Nous éditons un catalogue produit en XX milliers d'exemplaires et en x langues....

2.5 CIBLES DU PROJET WEB

A compléter



Le but est de définir vos cibles, produits associés.

Pour le prestataire, il est important de bien identifier vos cibles car la communication visuelle et le vocabulaire en seront impactés. Vous pouvez organiser l'information sous forme d'un tableau comme indiqué dans l'exemple. Le prestataire doit comprendre précisément à qui vous souhaitez vous adresser et ce que vous voulez offrir comme service ou information pour chaque cible.

Exemples :

La cible principale de ce site sera les jeunes à la recherche de jeux de stratégie, mais nous souhaitons aussi trouver des diffuseurs car nous éditons des boîtes de jeux.

Nous cherchons à apporter un service d'information pour les entreprises qui sont nos clients actuels.

Nos produits répondent parfaitement à la norme XXX, et nous souhaitons rassurer nos clients potentiels et les informer sur cette nouvelle législation qui leur impose de faire évoluer leur parc machine.

Nos produits sont techniques, mais les acheteurs ne connaissent pas les procédés de traitement que nous utilisons, pour les informer nous éditons des contenus informatifs sur les normes qu'ils doivent respecter et l'avantage d'utiliser nos produits.

Nous souhaitons apporter une information générale sur l'entreprise et ses services pour les personnes qui ne nous connaissent pas encore, mais nous visons principalement nos actionnaires....

Nous souhaitons développer les distributeurs sur la zone ouest de la France. Mais nous ne souhaitons pas d'autres contacts sur d'autres régions.

Les clients potentiels du site sont plutôt des designers....

Nous visons les revendeurs de textile sur la zone asiatique...

Cible	Objectifs/attentes	Priorité
<i>Client potentiel</i>	<i>Renvoi vers un distributeur de sa zone</i>	<i>1</i>
<i>Client</i>	<i>Les orienter vers un autre site de présentation de produits et mise en évidence des promos</i>	<i>1</i>
<i>Distributeur</i>	<i>Demande d'information</i>	<i>2</i>
<i>Demandeur d'emploi</i>	<i>Uniquement pour les profils de monteurs de cloisons</i>	<i>2</i>

2.6 ENVIRONNEMENT DE L'ENTREPRISE

Les sites internet de mon domaine sont : ...



L'idéal avant de commencer un projet web, est d'identifier et évaluer la démarche réalisée dans son environnement concurrentiel. Il sera, en effet, difficile de faire un simple site institutionnel si vos principaux concurrents font de la vente ligne.

Vous pourrez également, dans cette démarche de veille, identifier les sites sectoriels (portails, blogs...) de votre profession. Il sera ensuite intéressant de voir s'il est possible de faire figurer un lien amenant sur votre site, ce qui pourrait constituer un bon relai pour augmenter votre trafic.

Dans cette phase d'analyse, vous pouvez également faire un premier travail avec l'équipe projet en identifiant des sites dont l'organisation de l'information, l'ergonomie ou l'esprit correspondent à la réalisation que vous souhaiteriez mettre en place.

Vous pourrez, par exemple, fournir la liste de ces sites dans ce paragraphe. Il peut être intéressant de donner les 3 à 4 sites qui sortent en tête de votre sélection avec des commentaires (points positifs, points négatifs) pour aider le prestataire à mieux comprendre votre besoin.

2.7 ORGANISATION DU PROJET

Le projet est géré par M XXX qui est responsable du service xxxx

-



L'objectif est de définir le ou les interlocuteur(s) qui sont impliqués dans le projet et en relation avec le prestataire.

Il est impératif qu'un responsable de projet soit nommé et devienne l'interlocuteur unique du prestataire. Il est intéressant de donner ses fonctions et compétences (informatique, communication...). Vous pouvez également donner la liste des noms et fonctions des personnes impliquées dans le projet et leur rôle respectif (en particulier pour la personne qui valide les livrables et qui peut ne pas être le responsable du projet).

Exemple :

Monsieur XXX en charge de la communication est responsable de projet, il travaille avec Madame XXX responsable de l'informatique qui se chargera de valider les points techniques.... Les recettes intermédiaires et finales du site se feront avec Monsieur XXX dirigeant de l'entreprise.

2.8 PLANNING PREVISIONNEL

Notre société souhaite que le site soit opérationnel pour le ...



Donner une période de livraison ou une date précise si la mise en ligne du site correspond à un évènement précis. Dans ce dernier cas indiquez les enjeux de cette date pour votre entreprise.

Attention, le travail de rédaction des textes du site ou des fiches produits et d'organisation de l'information vous incombe, ne donnez pas un délai de réalisation sans tenir compte de vos disponibilités, surtout si votre projet implique beaucoup de monde. Ce point sera encore plus important si l'entreprise ne dispose d'aucun texte ou donnée exploitable.

Il est important aussi de mettre en évidence si votre marché est saisonnier car le temps de lancement du site peut être long et vos objectifs difficiles à atteindre (ex : lancer la création un site de jouets en septembre pour être opérationnel pour Noël).

Exemples :

La société doit participer au salon international de Paris qui se déroulera le XX/XX/XXX où nous souhaitons lancer un nouveau produit devant nos clients.

La mise en ligne doit être opérationnel le xx/xx/xxxx car c'est la date où nous lançons notre collection d'hivers.

La mise en ligne est prévue à la fin du mois de septembre car c'est la période la plus creuse de l'année pour notre entreprise et nous aurons le temps de gérer ce projet à cette période....

3 SPECIFICATIONS GENERALES

3.1 CONTENU ET ARBORESCENCE

A compléter



Le but est de donner des informations sur l'organisation de l'information et la structuration du site que vous envisagez. Vous pouvez donner cette information sous la forme d'un tableau, d'un graphique.... L'idéal est de faire « simple ». L'objectif n'est pas forcément de figer cette organisation qui ne sera pas forcément réalisable, mais de donner un outil de réflexion partagé au sein de l'entreprise. Le prestataire pourra éventuellement vous proposer une architecture plus adaptée pour des raisons d'ergonomie ou d'adaptation à la cible.
N'indiquez pas ici l'arborescence complète du catalogue qui sera détaillée plus tard.

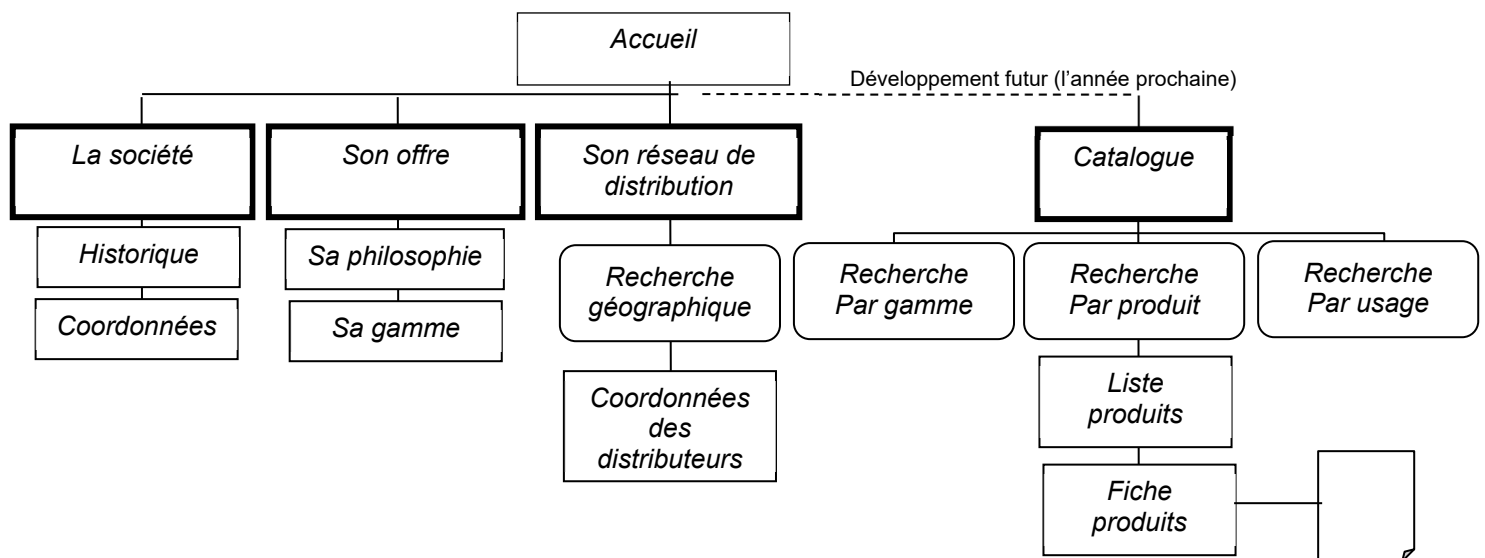
Exemples d'organisation de l'information :

Thème	Sous-thème	Description/but de la rubrique
Accueil	Aucun	Photo des nouveaux produits sur un slider, adresse et actualité de l'entreprise.
Institutionnel	Origine de la société	Les grandes dates comme dans la plaquette
	Ses dirigeants	CV de l'équipe dirigeante avec la photo
	Son métier	Description et surtout beaucoup d'exemples de réalisation sous forme de plan et de photos
Nous joindre	Agence de Lyon	Adresse, contacts et plan d'accès
	Agence de Paris	Idem
Nos nouveaux produits	Le produit XXX	Un petit descriptif uniquement avec possibilité de contacter le service commercial. Changement de collection tous les mois (voir le catalogue)
Catalogue	Recherche par produit	Recherche par la référence produit
	Recherche par famille	Grandes familles en cliquant sur des sous menus
	Recherche dans le descriptif	Dans le texte du descriptif du produit

Ou encore



Autre solution :



3.2 CONTENU DE LA PAGE D'ACCUEIL

A compléter



La page d'accueil est la vitrine de l'entreprise. Le prestataire sera force de proposition sur sa composition, mais vous pouvez lui transmettre les éléments qui sont essentiels pour vous :

- *Un carrousel*
- *Un ou plusieurs blocs de mise en avant produit*
- *La mise en avant du blog ou de contenus spécifiques*
- *La mise en avant de l'activité sur les réseaux sociaux*
- *...*

Il est possible d'aller plus loin et de prévoir un « zoning » représentant les différentes sections de la page et leur organisation.

3.3 DESIGN ET GRAPHISME

A compléter



L'entreprise dispose-t-elle déjà d'une charte graphique web ou papier ? Des éléments de communication peuvent-ils être exploités pour le projet ou faut-il les imaginer (logo, polices...). Quel est l'univers graphique attendu ? N'hésitez pas à illustrer avec de nombreux exemples, au sein de votre secteur mais pas uniquement.

Exemple :

La charte graphique doit être proposée par le prestataire, en respectant les consignes suivantes

- La charte graphique doit être moderne et épurée.
- Utiliser les inspirations ci-dessous
- La couleur dominante du site sera le blanc : #ffffff
- La couleur secondaire, utilisée pour les titres, les boutons, et autres éléments de navigation sera le rouge bordeaux : #9e121b
- La troisième couleur, utilisée entre autre pour les à plats, sera le gris clair : #f3f3f3

Inspirations :

<i>J'aime</i>	<i>J'aime moins</i>
www.	www.
www.	www.
www.	www.
www.	www.

Nous fournirons le logo en format PNG et vectoriel AI.

3.4 AUTRES ELEMENTS DE COMMUNICATION

A compléter



Le but est de donner des informations sur les éléments de communication que vous souhaitez transmettre : image de professionnalisme, haut de gamme, de proximité, de cible ...

Nous souhaitons montrer que nous proposons des produits haut de gamme et ce uniquement sur la région Rhône Alpes.

Nos clients apprécient chez nous notre savoir-faire et nous souhaitons que ce point ressorte particulièrement sur le site.

Nous avons une certification « XXX » qui doit être bien visible sur notre communication en ligne.

3.5 CONTRAINTES TECHNIQUES (facultatif)

A compléter



L'objectif de ce paragraphe, est de définir les points techniques incontournables de votre projet. Il n'est donc pas obligatoire. Il permettra au prestataire de poser des questions complémentaires et évaluer la complexité ou la faisabilité du projet.

Exemples :

Nous utilisons un logiciel de mailing XXX qui devra être interfacé avec le site web de tel manière :....

La société est équipée d'une base de données développée sous XXX contenant les produits de l'entreprise, ces données devront être récupérées dans le site et mises à jour régulièrement.

La société est équipée d'un logiciel de xxx qui servira à alimenter la base de données du catalogue en ligne....

Notre base de données des distributeurs est très grosse et doit être interconnectée avec le site web pour afficher les coordonnées par département ou pays.

Nous avons fait le choix stratégique de l'environnement Microsoft et toutes les applications développées en interne doivent répondre à cette caractéristique.

Nous avons des compétences importantes sur le CMS XXX nous aimerions que le prochain site soit réalisé avec cet outil.

Nous souhaitons mettre à disposition les informations concernant les livraisons en cours pour nos clients. Cette information est actuellement gérée dans le logiciel XXX de la société XXXX. Nous souhaitons que cette information soit récupérée directement dans cet outil sans intervention de notre part...

Le site actuel est très bien référencé et nous souhaitons conserver cet acquis dans notre nouveau projet.

Monsieur XXX en charge de la communication est responsable de projet, il travaille avec Madame XXX responsable de l'informatique qui se chargera de valider les points techniques.... Les recettes intermédiaires et finales du site se feront avec Monsieur XXX dirigeant de l'entreprise.

4 SPECIFICATIONS E-COMMERCE

4.1 CATALOGUE DE PRODUITS

A compléter



Le but est de donner des informations sur l'organisation du catalogue produit. Combien de produits seront proposés ? Quelle sont les catégories de produits ? Un même produit peut-il être présent dans plusieurs catégories ? Existe-t-il une hiérarchie dans vos catégories ? Auquel cas, la catégorie-mère présente-t-elle l'ensemble des produits des catégories filles ? La catégorisation des produits peut jouer un rôle important dans la performance SEO que vous pouvez attendre de votre site e-commerce. Si vous souhaitez créer de réels silos sémantiques sur votre site, il peut être pertinent de préciser dans votre cahier des charges que ces catégories doivent impacter la structure des URLs de votre site.

Exemple :

Les produits de l'entreprise sont classés dans 3 grandes gammes. Nous souhaitons pouvoir étendre cette gamme dans le futur.

Nous aurons à termes environ 500 produits en permanence dans le site. La gamme est saisonnière et nous changeons 50% des produits tous les ans.

Chaque produit sera affecté à une ou plusieurs familles, comme dans l'exemple ci-dessous :



Catégorie : Séjour
Sous Catégorie : table
Catégorie : Cuisine
Sous catégorie : Table
Designer : TRATA
Style : Contemporain
Matériaux : Chêne
E

Les catégories et sous catégories sous liées et les autres associées à des listes prédéfinies.

Ce produit associé à 4 chaises devient « séjour contemporain » et a un prix spécifique. Cependant nous souhaitons que cet ensemble soit un assemblage des 5 produits (1 table et 4 chaises) afin de faciliter notre gestion de stock. Si par exemple la table n'est plus en stock, le produit assemblé n'est donc pas disponible non plus.

4.2 FICHES PRODUITS

A compléter



Les fiches produits ont un rôle essentiel sur le taux de conversion de votre site e-commerce. Elles sont là pour convaincre les visiteurs de votre site que le produit présenté correspond à ce qu'ils recherchent. Précisez l'ensemble des éléments les composant : images, du bloc de réassurance, description plus ou moins détaillée, avis clients, etc.

Exemple :

Les produits sont techniques, la fiche produit qui nous semble adaptée est la suivante :

NOM DU PRODUIT
Description courte du produit
Taille : x m par x m
Poids : x kg
Matériaux utilisés
Prix unitaire
Description longue
1 ou plusieurs photos
Gamme :
Catégorie :
Designer :
Matériaux :

4.3 RECHERCHE ET NAVIGATION PRODUITS

A compléter



Comment vos utilisateurs vont pouvoir accéder depuis leur arrivée sur votre site au produit qu'ils recherchent ? Précisez notamment la présence ou non d'un moteur de recherche, son fonctionnement (autocomplétion, suggestion des produits en promotion, mémorisation de l'historique, etc.) et les outils de recherches à disposition des utilisateurs dans votre catalogues de produits, (choix de l'intervalle de prix, de la marque, etc.).
N'hésitez pas en plus à faire des croquis pour visualiser cette navigation.

Exemple :

Les personnes venant sur le site pourront chercher les produits comme indiqué ci-dessous :

- Par catégorie et sous catégorie : Séjour -> table
- Par designer
- Par style
- Par marque
- Par gamme de prix : de 100 à 200 € (liste prédéfinie)
- Ou en recherche plein texte.

4.4 PAGES CATEGORIES ET LISTES PRODUITS

A compléter



Préciser dans ce paragraphe les informations que vous souhaiteriez voir dans les pages catégories et/ou les autres pages amenées à lister des produits.

Exemple :

Texte de présentation catégorie


Photo	<u>Référence – nom du produit</u> Description courte	Prix <u>voir le produit</u>
Photo	<u>Référence – nom du produit</u> Description courte	Prix <u>voir le produit</u>

Ou

Photo	<u>Chemise à manches courtes</u> Description courte Existe de : 38 à 44 Disponible en 5 coloris	Prix
Photo	<u>Chemise à manches longues</u> Description courte Existe de : 38 à 44 Disponible en 5 coloris	Prix


4.5 TUNNEL DE CONVERSION

A compléter

 Un bon site e-commerce parvient à emmener rapidement et sans « friction » un utilisateur intentionniste de la fiche produit vers la page de paiement. Définissez en détail le rôle de chaque page intermédiaire dans ce processus de conversion. Listez dans ce document l'ensemble des actions que devront réaliser vos futurs clients pour réaliser un achat (processus de commande) : champs à remplir, création de compte (ou non), validations intermédiaires à la commande, éléments de réassurances au sein de l'entonnoir de conversion...
N'hésitez pas à représenter ce processus via un logigramme (aussi appelé flowchart) si le processus est spécifique.

4.6 MOYENS ET MODES DE PAIEMENT

A compléter

 Définir dans ce paragraphe les moyens paiements envisagés sur votre site comme par exemple : CB, virement, par chèque, paypal....
Définissez les modes de paiement attendus : abonnement, 3x sans frais, différé, à la livraison...

Précisez également, si vous l'avez défini, le nom de la banque ou du service qui vous fournira la brique fonctionnelle de paiement.

4.7 TRANSPORT ET LIVRAISON

A compléter



*Préciser ce que vous avez envisagé en termes de solutions de transport. Beaucoup de sites proposent différentes offres de livraison qui doivent être paramétrées dans l'outil de gestion du site par le prestataire.
Il faut également envisager comment seront déterminés les tarifs de livraison qui peuvent varier en fonction d'autres critères comme la taille du produit ou le poids cumulé des articles composant la commande.*

4.8 GESTION DES STOCKS

A compléter



Définir si le site permettra de mettre en temps réel la disponibilité des stocks et si c'est le cas, comment vous souhaitez afficher un produit temporairement indisponible. Vous pouvez également préciser dans ce paragraphe, le cycle de vie des produits de votre catalogue, en indiquant le traitement que vous souhaiteriez pour un produit plus fabriqué (destruction de la fiche, laisse la fiche avec une mention plus disponible ou épuisé, renvoi sur la gamme équivalente...).

4.9 UTILISATION DU BACKOFFICE

A compléter



Le backoffice sera votre outil de travail pour suivre l'activité et piloter le site web. De nombreuses fonctionnalités sont désormais standards pour les systèmes e-commerce et ne nécessitent pas d'être précisés en dehors d'un particularisme fort :

- Suivi des commandes
- Suivi des paiements
- Gestion des comptes utilisateurs
- Indicateurs basiques d'activité (montant des ventes...)
- Edition du catalogue et des fiches produits.

En revanche, si vous disposez d'une fonctionnalité non-native il est essentiel de la spécifier en détail :

- Emission de documents (csv ou autres...)
- Emission/Réception de données/Connexion APIs
- Multi-boutique

4.10 FONCTIONNALITES EMARKETING

A compléter



De nombreuses fonctionnalités destinées à développer les ventes sont intégrables via des modules complémentaires :

- *Whishlist*
- *Parrainage*
- *Relance panier abandonnés*
- *Live-chat*
- *Module d'avis client*

Elles doivent être spécifiées pour que le prestataire puisse anticiper l'utilisation du module. N'hésitez pas à prendre des exemples de sites qui gèrent particulièrement bien un point particulier.

Attention à ne pas intégrer un nombre trop important de fonctionnalités car chacune demande du temps de formation, de configuration et de suivi.

4.11 FONCTIONNALITES SPECIFIQUES (FACULTATIF)

A compléter

A compléter



Beaucoup de fonctions sont maintenant intégrées directement dans les outils de gestion de contenus ou sous la forme de modules complémentaires payant ou non.

Des fonctions standards sont en général disponibles comme :

- *La création de formulaire*
- *L'inscription à une newsletter*
- *La mise en place d'actualité ou d'un blog*
- *Le partage sur les réseaux sociaux*
- *...*

Cependant, certaines entreprises souhaitent des fonctions très spécifiques pour offrir des services en ligne correspondants à leurs besoins.

La création d'un site « e-commerce » est assez simple à comprendre, mais la réalisation de site apportant un service spécifique aux utilisateurs est plus complexe. Il est important de définir des grandes fonctions et dans la mesure du possible les mécanismes précis attendus afin de permettre au prestataire de mieux cerner la complexité de réalisation.

Il pourra, à partir de ces informations, définir la faisabilité de ces fonctions ou vous orienter vers des solutions que vous n'aviez pas forcément envisagées.

Vous pouvez également préciser des fonctions futures que vous souhaitez intégrer.

Attention à ne pas définir trop de fonctions pour le site dans un délai trop court car vous n'aurez pas forcément assez de temps pour tout mettre en place et alimenter. Il est préférable de définir

un plan d'évolution avec une intégration progressive des contenus et de commencer simplement si l'expérience de l'entreprise est faible.

Exemples :

Zone privative

Les commerciaux de l'entreprise pourront venir lors de leurs déplacements sur une zone privative du site pour imprimer les documentations commerciales...

Configurateur

Notre catalogue est assez technique, il s'agit de moteur électrique. Pour faciliter le choix nous souhaitons développer un outil d'aide à la vente qui permettra de guider le visiteur. Le mécanisme est le suivant :

Voltage du moteur : liste prédéfinie

Diamètre de l'axe : à saisir (en mn)

Environnement de fonctionnement : liste prédéfinie (humide, huile...)

Entraxe de la fixation en mn : à saisir

Suite à ces demandes, une liste des produits les plus adaptés sera proposée. Il proposera automatiquement la liste des accessoires de montages correspondant au contexte.

Après-vente :

Afin d'assister nos revendeurs nous souhaitons mettre à disposition les documentations d'utilisation de nos outils sur nos sites web, mais nous souhaitons connaître qui va télécharger ces documents afin de pouvoir les contacter par la suite. Nos utilisateurs internes ne sont pas des experts sur internet et la mise en ligne du document doit se limiter à un petit formulaire à remplir et un clic sur un bouton

Fonctions futures :

Nous rajouterons dans 6 mois la fonction de chiffrage sur le site donc prévoir cette fonction dans la conception du site afin qu'elle soit activable facilement.

4.12 GESTION DU SITE WEB

Les mises à jour seront réalisées par



L'objectif de ce paragraphe est de donner le processus de mise à jour du site et les outils que vous souhaitez utiliser.

Exemples :

Notre assistante commerciale sera la personne en charge de la mise à jour du site, elle est experte en bureautique et pourra utiliser des outils de mise en page web après une formation.

Nous souhaitons être indépendant pour la mise à jour de notre site, tant sur le contenu que sur l'arborescence des menus. Le prestataire devra nous proposer un outil de gestion de contenu (CMS) pour gérer les mises à jour. Il devra préciser le nom de l'outil, s'il est libre ou sous licence et donner la liste des modules fonctionnels disponibles (blog, actualité, formulaire...) et qui seront intégrées.

Nous souhaitons avoir des utilisateurs qui puissent saisir des informations mais que la mise en ligne soit réalisée par une autre personne en charge de la validation du contenu. En particulier

la mise à jour sera réalisée par les différents responsables produits, mais la mise en ligne sera validée par le directeur commercial.

Nous allons créer un catalogue mais le contenu peut évoluer dans le temps nombre d'articles. Nous souhaitons également pouvoir faire évoluer la fiche descriptive (ajout ou suppression de rubriques).

La modification de notre site se limitera à la page actualité où nous devrons pouvoir modifier l'information à notre souhate et par nous-même.

Nous avons défini une rubrique « documentation techniques » et nous souhaitons pouvoir ajouter au moins 10 documents par an.

Ou si vous n'avez pas une idée précise : Le prestataire devra nous proposer des moyens permettant la mise à jour du site.

5 LE ROLE DU PRESTATAIRE

Le prestataire aura la charge des prestations suivantes :



Renseigner plus précisément dans ce paragraphe, les prestations que vous souhaitez ou non du prestataire. Vous pouvez demander une prestation complète ou simplement une ou plusieurs des prestations citées. Il s'agit là de définir le rôle de chacun, ce point est très important dans la gestion d'un projet et dans les relations clients/fournisseur.

5.1 LA CONCEPTION GRAPHIQUE - COMMUNICATION

Le prestataire proposera plusieurs pistes graphiques et ergonomiques intégrant la charte graphique de l'entreprise.

Le site internet devra être en responsive design.



Vous devez préciser à ce point des spécificités que vous imposez en termes de menu, d'esprit graphique (sportif, dynamique...) ou encore des exemples de sites qui vous semblent dans l'esprit de ce que vous aimeriez.

Le travail à réaliser sera plus ou moins important en fonction de l'état initial de votre communication. Si vous n'avez pas de logo, pas de charte graphique, cette prestation ne se limitera pas à une simple déclinaison de l'existant, mais à la réalisation de l'ensemble du travail de conseil en communication.

Beaucoup de prestataires utilisant des CMS courants intègrent des gabarits prédéfinis achetés en ligne et peuvent présenter facilement plusieurs modèles de mise en page.

Exemples :

Notre clientèle est jeune et plutôt urbaine, nous souhaitons que le site transmette une image de modernisme.

Les couleurs habituellement utilisées dans notre activité sont le bleu et le rouge.

Notre logo est assez ancien et nous aimerions lui apporter une adaptation pour le rendre plus dynamique et revoir ainsi la communication globale de l'entreprise.

Nous voulons profiter de notre travail sur le site web, pour repenser notre communication générale afin de mettre à moyen terme en cohérence tous nos supports.

5.2 DEPOT DE NOM DE DOMAINE

Le prestataire devra déposer le nom de domaine xxx.xxx auprès d'un organisme compétent au nom de notre société.



Vous pourrez également demander au prestataire de transférer un nom de domaine dont vous êtes propriétaire. Faire attention de bien être le propriétaire du nom de domaine déposé. Vous pouvez également déposer plusieurs noms afin de bloquer le dépôt de nom proches du votre. Dans ce cas, il ne faut exploiter qu'un nom de domaine principal et rediriger les autres dessus. Vous pouvez également déposer votre nom de domaine directement sur un service en ligne sans passer par votre prestataire.

5.3 REPRISE DE L'EXISTANT (facultatif)

Notre site dispose de X pages de fiches techniques que nous souhaiterions récupérer de l'ancien site....



Si vous avez un site avec beaucoup de contenus, il est possible d'envisager une reprise automatique des données par un import de fichier. Cette prestation est cependant contrainte par l'accès aux données initiales. Il faut estimer le coût de cette prestation par rapport à de simples copier/coller sur quelques fiches.

5.4 REDACTION DE CONTENU

Le prestataire devra



La question est de savoir si vous allez rédiger les contenus du site, ou si vous demandez au prestataire de faire une proposition de prestation de service de rédaction.

Ceci implique ou non des coûts supplémentaires, et une charge de travail importante soit pour le prestataire, soit dans l'entreprise. Il faut bien définir les rôles de chacun sous peine d'une dérive des plannings.

Vous pouvez également préciser dans le cas d'un site multilingue si la traduction est à votre charge ou à faire par le prestataire.

5.5 FOURNITURES DIVERSES

Nous pouvons fournir les éléments suivants :

- photo des produits
- photo de l'équipe
- les documents produits au format numérique



Le prestataire doit savoir que vous disposez des documents qui lui permettront la conception graphique du site (logo en haute définition, photo libre de droit...).

Attention pour certains documents de l'entreprise en particulier les photos, la société n'a pas forcément acheté les droits pour les mettre en ligne, vos fournisseurs doivent vous donner l'autorisation d'utiliser les photos de catalogues par exemple...

Si vous ne disposez pas d'éléments graphiques utilisables, le prestataire devra acheter des images et illustration pour votre site qu'il vous facturera. Dans la mesure du possible joindre ces éléments dans les annexes de ce document.

Pour le cas d'un catalogue en ligne, il est important dès le lancement du projet de faire l'inventaire des ressources disponibles (photos). Ceci permettra de vérifier la qualité des supports (numériques de préférence) et de s'assurer de la cohérence de l'ensemble.

5.6 HEBERGEMENT

Le prestataire devra proposer une solution d'hébergement et préciser les services associés....



En terme d'hébergement, il y a deux solutions possibles, l'hébergement mutualisé (plusieurs sites et clients sur la même machine) ou un hébergement dédié pour des questions de performance pour des sites avec beaucoup d'exigences et de trafic (machine dédiée achetée ou louée).

Le coût des hébergements est variable en fonction des services apportés (système d'exploitation et environnement, volume de stockage, bande passante, assistance, sécurité, sauvegardes, statistiques, délai d'intervention...).

Précisez également si vous souhaitez, si ce n'est pas déjà le cas, utiliser votre nom de domaine pour la messagerie et que le service de messagerie soit également intégré dans cette offre.

5.7 FORMATION

Nous souhaitons être formé pour la gestion du site



Préciser le type de formation qui vous semble nécessaire pour la phase exploitation du site, ou demandez une proposition de la part du prestataire.

5.8 ASSISTANCE ET MAINTENANCE

Le prestataire proposera



Préciser ce que vous attendez du prestataire.

Si votre site est géré par un outil de mise à jour hébergé (CMS), il sera sans doute nécessaire de mettre un budget de maintenance pour par exemple s'assurer que le site soit toujours compatible avec les nouvelles versions de navigateur et reste opérationnel.

Nous souhaitons pouvoir faire appel à une personne qui pourra faire le support technique de nos utilisateurs en cas de problème d'utilisation de l'outil de mise à jour...

5.9 PROMOTION ET REFERENCEMENT (facultatif)

Nous souhaitons développer la fréquentation du site et être accompagné sur ce point....



Précisez l'objectif que vous souhaitez en terme de cible, de zone géographique...

Le coût de la prestation peut être important si votre domaine est très concurrentiel.

L'optimisation du référencement est un domaine assez complexe et la structuration du site web et la technique utilisée doit être adaptée aux moteurs de recherche, c'est pourquoi la personne qui doit s'occuper du référencement doit être impliquée dès le début du projet.

Vous devez en amont de votre projet réfléchir sur le vocabulaire qui est utilisé par votre cible et donc de définir les expressions prioritaires qui sont à retenir.

Il n'est pas possible de garantir un positionnement sur un moteur de recherche par la méthode du référencement naturel. Vous pouvez également intégrer un accompagnement sur la gestion de campagne de positionnement payant (adword par exemple).

Les prestations proposées n'intègrent pas en général l'inscription dans des « portails sectoriels ». Certaines inscriptions sont payantes. Un travail interne est à prévoir afin de vous identifier auprès de ces « apporteurs » de trafics ciblés de visiteurs....

Par exemple :

Le prestataire devra installer les modules, fichiers et scripts nécessaires pour le référencement et la mesure de trafic. Il devra si nécessaire créer des comptes pour la mesure de trafic et les consoles de pilotage des moteurs de recherche. Le prestataire devra nous fournir ces comptes qui devront être indépendants de ses comptes personnels.

Nous souhaitons rapidement que notre site soit visible sur l'Italie car nous avons un développement important prévu sur cette zone.

Nous souhaitons un transfert de compétences sur le référencement naturel afin de devenir autonomes après le lancement initial accompagné par le prestataire.

Nous souhaitons être accompagné lors du lancement de notre nouveau site sur la rédaction de nos fiches produits et travailler avec un prestataire pour optimiser notre visibilité sur les objectifs ci-dessous :

- *Nous souhaitons cibler le monde de l'industrie agroalimentaire en France uniquement.*
- *Notre offre est régionale, mais nous souhaitons nous développer en Suisse ...*
- *Les visiteurs de notre site utilisent plus particulièrement les références de nos produits car ils sont très répandus dans le monde.*

Remarque : Voir cahier des charges spécifique pour l'optimisation du positionnement

5.10 ANALYSE DU TRAFIC

Nous souhaitons connaître la fréquentation de notre site web afin de voir l'évolution du trafic.



Préciser le type d'indicateurs que vous souhaitez mettre en place. Ce type de démarche entraînera une réflexion sur la structuration du site et sur les outils à mettre en place (outils de statistiques, développement spécifique...). Le prestataire pourra ainsi proposer une solution qui correspond à votre attente ou vous conseiller sur ce que vous pourrez obtenir avec les outils qu'il vous propose. Certains prestataires proposent des outils permettant de suivre votre référencement et votre présence sur les moteurs de recherche en fonction des mots clés que vous avez sélectionnés. Mais en général le suivi du trafic est fait avec l'outil Google Analytics.

Par exemple :

Nous souhaitons particulièrement connaître le nombre de consultation de notre catalogue par jour et par produits afin de mettre en place des promotions sur la page d'accueil.

Nous aimerions connaître l'origine des contacts et la transformation visiteur/acheteur.

Nous voudrions évaluer les produits qui sont les plus adaptés au web et pour qu'elle cible.

Nous voulons voir l'impact de nos campagnes d'E-mailing sur notre site.

Nous souhaitons connaître le profil des personnes qui téléchargent nos documentations commerciales et si possible leurs coordonnées ...

Nous souhaitons suivre nos coûts d'acquisition client sur les campagnes payantes.

5.11 SECURITE

Le prestataire devra garantir la sécurité du site web en conformité et préciser ce qu'il propose sur ce thème tant pour les applications que pour les données hébergées. Il précisera qui assure les fonctions de sécurités (prestataire, hébergeur...). Il devra mettre en place et paramétrer une solution de sauvegarde afin de sécuriser les données et applications installées sur le serveur.



La sécurité absolue n'existe pas, mais le but est de savoir « qui fait quoi » (sauvegarde, protection du serveur,...). De plus, il est nécessaire de savoir si le prestataire assure les mises à jour des applications développées en cas de constatation de failles de sécurité (important pour une application stratégique pour l'entreprise...)

5.12 OPTIONS

Ce document résume les demandes et objectifs de l'entreprise, mais le prestataire est libre de proposer des idées, des offres complémentaires dans la mesure où elles contribuent à l'amélioration ou à la réussite du projet.

6 LES LIVRABLES ATTENDUS

Le prestataire devra fournir dans sa proposition :

- un planning de réalisation et les étapes de validation
- un descriptif précis des prestations
- le nom du chef de projet
- une arborescence envisagée
- la liste des différents intervenants sur le projet
- un contrat indiquant précisément les obligations et droit de chacun
- l'organisation qu'il mettra en place pour assurer la conception et réalisation du site web ...

A la recette du site :

- un document décrivant le fonctionnement du site et son hébergement
- les adresses et codes permettant son administration ainsi que ceux des plateformes de mise à jour.



Il est important à la fin du projet de récupérer les éléments numériques qui constituent votre projet. Il est essentiel de disposer de tous les codes et mots de passe permettant d'administrer et piloter le site web.

7 CRITERE DE SELECTION DE PRESTATAIRES

La date de remise des offres est le XX/XX/XXXX, nous nous engageons à fournir une réponse sur le ou les dossiers sélectionnés le XX/XX/XXXX pour un choix final le XX/XX/XXX.

Les critères de sélection seront les suivants :

- XXX
- XXX



Il est important de fixer dès le début les dates clé du projet. Il faut faire attention de pouvoir les respecter... Il est conseillé de définir dans ce document les critères sur lesquels les prestataires seront évalués afin qu'ils puissent apporter des réponses sur ces points.

Exemple :

La réponse chiffrée est attendue le XX/XX/200X pour une première évaluation semaine 30, nous convoquerons les trois sociétés ayant le mieux répondu à nos attentes pour une présentation et présenter des réponses aux questions en attente. Le choix final aura lieu le XX/XX/200X pour une livraison le XX/XX/XXXX

Les critères de sélection des prestataires seront :

- La compréhension et le respect du cahier des charges
- La compétence en XXX
- La connaissance et l'expérience sur le CMS XXX
- Les références sur des projets similaires
- L'organisation de projet proposée
- La qualité de la réponse
- La proximité
- La largeur de l'offre proposée
- Le respect du budget alloué ou le prix
- Le respect du délai de livraison
- La pérennité de la société et des solutions proposées
- L'implication ressentie et les idées apportées

Une présentation des offres retenues est prévue le XX/XX/XXXX, les horaires seront proposés ultérieurement.

8 REMARQUES COMPLEMENTAIRES

8.1 CONDITIONS DE REGLEMENT ET DE FACTURATION (facultatif)

A compléter par l'entreprise....

Bien souvent les conditions de règlement sont proposées par le fournisseur, mais rien n'empêche de définir un cadre spécifique comme par exemple :

- 30 % à la commande
- 40 % à la validation des maquettes de la conception graphique et/ou des spécifications
- 25 % à la livraison finale du site
- 5 % paiement final après 2 semaines d'exploitation

Il faut cependant tenir compte du fait que les prestataires qui réalisent des sites web ont des structures assez petites et qu'il ne faut pas leur appliquer des conditions de règlement qui pourraient mettre en péril leur structure.

Si vous souhaitez intégrer des conditions de facturation particulières, faites attention lors de la signature de ne pas valider des conditions générales de ventes standards et de bien intégrer vos spécificités.

Si le projet est stratégique en particulier si vous devez, par exemple, lancer votre site dans le cadre d'un évènement, vous pouvez imposer des pénalités de retard. Par contre dans ce dernier cas, il est important de bien définir le mode de fonctionnement entre le prestataire et votre entreprise afin de ne pénaliser le prestataire que si le retard est de sa faute.

Ce mode de fonctionnement est souvent décrit dans document de « plan d'action qualité » qui est proposé par le prestataire et qui définit les rôles de chacun, les personnes habilitées à valider les livrables et ce associé à un planning précis du projet.

8.2 BUDGET DU PROJET (facultatif)



Il n'existe pas de règle concernant ce point dans les cahiers des charges. Cependant, il est plus habituel de fixer une enveloppe budgétaire dans le cadre de gros projets.

Le côté positif pour le prestataire est d'être capable d'estimer si le descriptif du projet est réalisable dans l'enveloppe proposée.

Le côté négatif pour l'entreprise est de fixer à priori le montant approximatif de la réponse ne sachant pas forcément le « prix marché » de la réalisation.