



FormationWEB

CAHIER DES CHARGES

— AIDE À LA RÉALISATION DU SITE WEB —

Entreprise : [nom de l'entreprise]

Usages & Licence

Ce modèle de cahier des charges est gratuitement mis à disposition des membres du site FormationWEB.fr.

DANS QUEL CAS POUVEZ-VOUS UTILISER CE DOCUMENT ?

- Pour votre propre usage, dans le cadre d'une création de site web.
- Vous pouvez le distribuer sur votre site, à condition
 - D'indiquer explicitement **l'auteur : Marie-Eve Mouillard**
 - De placer au moins **un lien vers le site FormationWEB** (<http://formationweb.fr>)
 - De **ne pas modifier** le contenu
- Vous pouvez le partager dans le cercle privé sans conditions.

LICENCE

Ce livret est sous licence Créatives Commons :

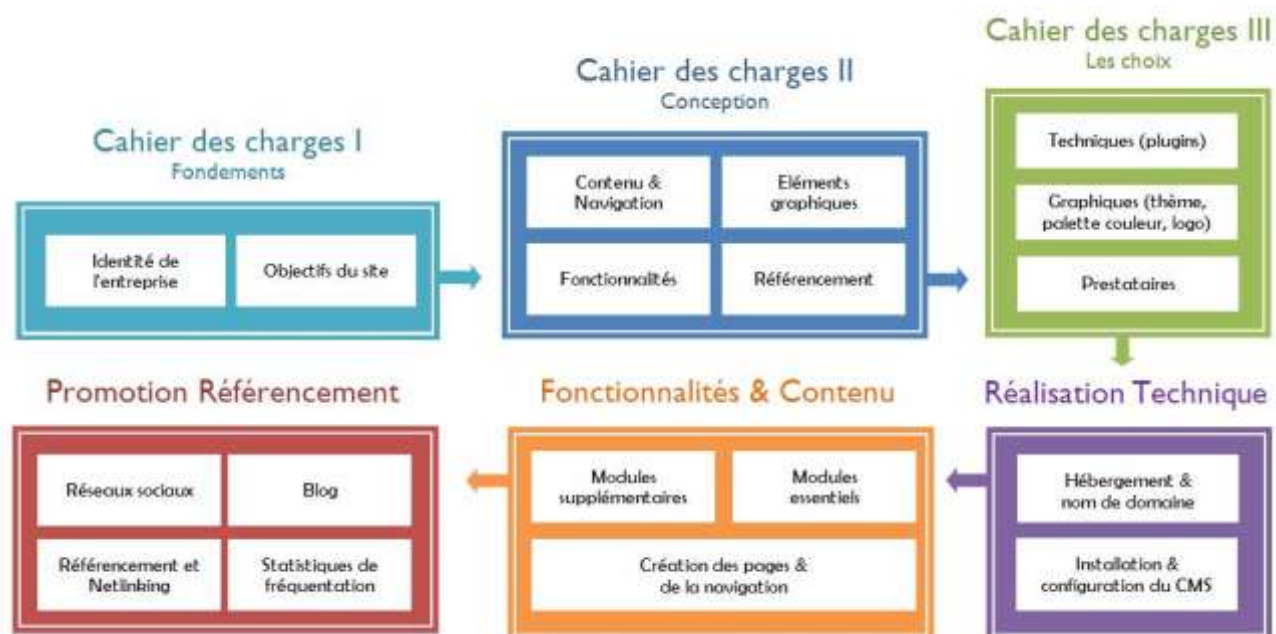
[Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 3.0 non transposé](#)



Sommaire

Le contexte	5
L'entreprise.....	5
L'équipe.....	5
Les fondements.....	7
Général	7
Cible et Concurrence	7
La conception.....	8
Fonctionnalités.....	8
Communication	8
Promotion du site	9
Contenu et Navigation	9
Référencement.....	10
Identité Graphique.....	10
Les choix techniques	11
Plugins et solutions retenus.....	11
Thème graphique retenu.....	11
Sous-traiter certaines tâches	11
Organisation du projet.....	13
Planning.....	13
Budget.....	13

Le schéma de la création de site web



Le contexte

L'ENTREPRISE

Fiche descriptive

- Nom :
- Slogan :
- Date de création :
- Description générale de l'entreprise :

Stratégies et positionnement de l'entreprise

Marketing

Décrivez ici la place du site dans la stratégie marketing de votre entreprise. Vous devez vous demander ce que vous souhaitez faire avec votre site pour renforcer votre stratégie marketing hors-ligne.

Positionnement

Décrivez le positionnement de votre entreprise. Comment vous démarquez-vous de la concurrence, quelle est votre approche, votre spécificité ?

Les besoins de l'entreprise

Quels besoins rencontre votre entreprise aujourd'hui ? Quels sont les obstacles qui freinent votre expansion et le développement de votre chiffre d'affaire ?

L'ÉQUIPE

Qui sont les personnes qui vont occuper les 4 postes essentiels à la création d'un site web ? Ces postes peuvent être assumés par une même personne, quitte à sous-traiter ponctuellement certaines tâches trop complexes.

Responsable administratif :

Nom :
Mail :
Téléphone :
Autres coordonnées utiles :

Webmaster / responsable technique :

Nom :
Mail :
Téléphone :
Autres coordonnées utiles :

Webdesigner / responsable graphique :

Nom :
Mail :

Téléphone :

Autres coordonnées utiles :

Rédacteur web / responsable rédactionnel :

Nom :

Mail :

Téléphone :

Autres coordonnées utiles :

Les fondements

GÉNÉRAL

Url choisie : <http://exemple.fr>

Votre url doit être à l'image de votre site. L'utilisation de mots-clés est autorisée si c'est cohérent avec le nom de votre marque. Mais il n'est pas prouvé que cela influence positivement le référencement.

Description générale du site :

Expliquez ici comment vous imaginez votre site. De quel type sera-t-il ? Aura-t-il une particularité ? Ces caractéristiques vont vous aider à construire votre projet mais restez ouvert à toute évolution.

Les objectifs du site web

Ils découlent des besoins de l'entreprise définis dans l'introduction de ce document. Ces objectifs doivent vous aider à les satisfaire.



CIBLE ET CONCURRENCE

La cible

Origine Géographique

Tranche d'âge

Sexe

Catégorie sociale

Spécificités

Infrastructure internet (ADSL, équipement informatique...)

Connaissance internet/informatique

Concurrence

Listez les sites concurrents. Pour les trouver, cherchez les sites de vos concurrents « hors-ligne », et complétez votre recherche en tapant les mots-clés de vos clients sur Google.

Inspirez-vous des sites concurrents pour repérer les choses à ne pas faire et celle qui vous plaisent ou que vous trouvez utiles. Notez bien tout ce qui vous vient à l'esprit, de la 1^{ère} impression à une réflexion plus poussée (testez la navigation, les fonctionnalités...)

Analysez chaque site séparément et listez leurs points positifs et négatifs.

La conception

FUNCTIONNALITÉS

Tout comme les objectifs répondent aux besoins de l'entreprise, les fonctionnalités de votre site découlent des objectifs définis. Ainsi, il y a une relation directe entre votre entreprise et votre site.



Chaque objectif devient un module à découper en différentes fonctionnalités (qui vous serviront à atteindre le-dit objectif) :

Nom de l'objectif = Nom du module

Description générale de la fonctionnalité n°1

- Élément constitutif n°1
- Élément constitutif n°2 (etc)

Description générale de la fonctionnalité n°2

- Élément constitutif n°1
- Élément constitutif n°2 (etc)

Description générale de la fonctionnalité n°3

- Élément constitutif n°1
- Élément constitutif n°2 (etc)

(etc)

COMMUNICATION

Quels seront les moyens de communication sur le site ? Comment allez-vous communiquer avec vos visiteurs ?

Il existe de nombreuses façons d'échanger avec ses visiteurs. A vous de trouver celle qui correspond le mieux avec votre cible :

- Chat
- Forum
- Sondage
- Téléphone
- Email
- Espace membre
- ...

PROMOTION DU SITE

Comment allez-vous promouvoir votre site ? Le référencement naturel ne sera pas efficace avant plusieurs mois, Google ne vous ramènera pas de trafic ! Vous devez penser à des alternatives, comme :

- Blog
- Des partenariats
- Salon
- Flyers
- ...

CONTENU ET NAVIGATION

Arborescence du contenu

A ce stade de la réflexion, vous en savez suffisamment sur votre site pour être capable de lister l'ensemble des pages. Si vous le souhaitez, vous pouvez détailler le contenu des pages. Dessinez un arbre pour illustrer leurs relations.

Les pages découlent directement de la description des modules (cf Fonctionnalités). N'oubliez pas d'en tenir compte pour avoir une réflexion logique et cohérente.

Rassemblez vos pages en catégorie. Si vous utilisez des sous-catégories, allez toujours du plus général au plus précis, c'est meilleur pour l'ergonomie et le référencement.

Navigation principale

Parmi toutes les pages listées, choisissez celles que vous voulez mettre en avant dans votre navigation. Vous pouvez aussi faire remonter au plus haut niveau des pages « profondes ».

Evitez de surcharger votre menu. Placez-y peu de page, mais les plus importantes pour vos objectifs.

Navigation secondaire

La navigation secondaire est utile pour les sites qui ont beaucoup de pages. On peut ainsi distinguer les pages concernant le cœur de métier (produits, services, témoignages) et celles qui informent sur l'entreprise en elle-même (contact, histoire, accès).

D'autres types de répartition sont envisageables.

Navigation du pied-de-page

La navigation du pied-de-page incluse obligatoirement les pages obligatoires comme les mentions légales ou les conditions générales de ventes. Vous pouvez également faire des liens vers des pages de contenus importantes pour vos objectifs (et améliorez votre référencement au passage).

RÉFÉRENCEMENT

A présent que vous avez déterminé la liste des pages, vous pouvez rechercher les mots-clés ou expressions-clés sur lesquels vous positionner. Trouvez-en un par page. Google Adwords est un des outils qui vous permettra d'orienter vos choix.

IDENTITÉ GRAPHIQUE

Logo:

Copiez-collez ici le logo de votre site.

Palette de couleurs:

Les couleurs doivent être en harmonie avec la cible et les objectifs. Par exemple :

- vente = site aéré sur fond blanc
- enfant = site coloré, univers jouet
- information professionnelle = identité graphique personnalisée à l'image de l'entreprise

Caractéristiques du thème

Compte tenu de vos exigences graphiques, choisissez :

- Du sur-mesure
- tout-fait gratuit (bien pour se découvrir, peu d'option mais parfois suffisant)
- tout-fait payant (haute qualité, beaucoup d'options)
- tout-fait + personnalisation par un webdesigner

Il est temps de sortir vos crayons et vos feuilles blanches ! Imaginez en gros les mises en pages de votre site : 1 colonne, 3 colonnes, 1 pied-de-page très large ou au contraire très discret...

Choisissez les éléments qui vous plaisent : cela guidera votre recherche de thème (si vous avez choisi un thème tout fait) ou votre création de thème (si vous passez par du sur-mesure ou une personnalisation).

Un conseil : partez toujours du **CONTENU**. Listez d'abord **ce que** vous voulez dire, et ensuite, **sous quelle forme** (colonne, diaporama, articles de blogs, petit paragraphe de texte...) vous voulez le dire.

Les choix techniques

PLUGINS ET SOLUTIONS RETENUS

Les plugins servent à installer de nouvelles fonctionnalités sur votre site. Vous trouverez de nombreuses ressources sur Internet pour connaître les meilleurs plugins à utiliser.



Vous pouvez aussi demander l'aide d'experts sur les forums spécialisés ou vous abonner à un blog comme <http://lesdoigtsdanslenet.com>.

THÈME GRAPHIQUE RETENU

Le choix du thème est une tâche ardue !

Il découle de nombreux critères, qui ne sont pas **que** graphiques, et c'est là où le bas blesse ! En effet, les thèmes incluent, outre la charte graphique, des fonctionnalités. Elles varient en nombre et en nature selon le thème choisi.

Par exemple, certains thèmes incluent un module pour créer une boutique en ligne, une galerie de photos, une carte Google Maps...

Vérifiez quels sont les plugins dont vous avez besoin (cf paragraphe précédent) et choisissez un thème en accord.

Vous ne devez PAS trouver un thème avec TOUTES vos fonctionnalités ! Nous installerons celles qui manquent ultérieurement.

A quoi faire attention ?

- Au niveau de personnalisation que vous souhaitez (sur-mesure ou tout-fait)
- A votre identité graphique : couleur, ambiance
- Aux fonctionnalités présentes
- Aux mises en pages disponibles (1 colonne, 3 colonnes...)
- A la possibilité de traduire le thème en Français

SOUS-TRAITER CERTAINES TÂCHES

A moins que vous ne disposiez de longues heures pour vous former dans tous les domaines, vous aurez sûrement du mal à tout faire par vous-même ! Je vous conseille donc de sous-traiter certaines tâches.

Voici une liste de ce que vous pouvez déléguer (non-exhaustive) :

- Référencement
- Création de thème sur-mesure

Cahier des charges – Site web pour l'entreprise [nom de l'entreprise]

- Installation de votre site
- Création de logo
- Création de bannières
- Rédaction d'article pour le blog
- Installation d'un espace membre
- (etc)

Avec tous ces éléments, votre cahier des charges est achevé ! Vous pouvez à présent vous former pour installer votre site. Si vous souhaitez que quelqu'un installe votre site ou votre blog, pour que vous puissiez vous concentrer sur votre cœur d'entreprise, n'hésitez pas à me contacter.

Avec ma formule « **Le coup de main technique** », vous aurez **votre site en ligne sous 48h**, prêt à être utilisé ! Tous les détails ici : <http://formationweb.fr/divers/creation-de-site-web-webmastering/>

Organisation du projet

PLANNING

- ☐ Etude de la cible..... Date Limite :
- ☐ Etude de la concurrence..... Date Limite :
- ☐ Définition les objectifs du site web..... Date Limite :

- ☐ Choix des fonctionnalités adéquates..... Date Limite :
- ☐ Définition des moyens de communication sur le site..... Date Limite :
- ☐ Moyens de promotion du site..... Date Limite :
- ☐ Création du contenu et de la navigation..... Date Limite :
- ☐ Définition de l'identité graphique..... Date Limite :
- ☐ Choix des mots clefs pour le référencement..... Date Limite :

- ☐ Liste des plugins choisis..... Date Limite :
- ☐ Thème graphique choisi..... Date Limite :
- ☐ Liste des prestataires et des tâches sous-traitée..... Date Limite :

- ☐ Réserver le nom de domaine..... Date Limite :
- ☐ Installer Wordpress..... Date Limite :
- ☐ Configurer le thème..... Date Limite :
- ☐ Créer les pages et la navigation..... Date Limite :
- ☐ Installer les fonctionnalités..... Date Limite :
- ☐ Remplir le contenu (textes et images) Date Limite :
- ☐ S'inscrire aux Google Webmaster Tools et Analytics..... Date Limite :
- ☐ Ouverture du site..... Date Limite :

BUDGET

Déterminez un budget global pour votre site web.

Pour une meilleure visibilité sur vos dépenses, je vous conseille de préciser l'affectation de chaque somme (étude de la cible, achat de plugin, achat d'un thème, installation du site...).

Je vous souhaite une grande réussite avec votre site web.

