

Cahier des charges

pour la création du site internet

*Insérer le nom du site*

# Comment utiliser ce modèle de cahier des charges ?

1/ Lisez une première fois l’ensemble du document (pour vous faire une idée des questions et évaluer le temps dont vous aurez besoin).

Vous remarquerez que certaines questions se répètent : c’est pour vous aider à aborder le sujet sous un angle différent.

2/ Complétez chaque rubrique de votre mieux en vous aidant des questions en gris. Ne vous laissez pas influencer par la taille des espaces de réponse sous chaque question : indiquez tout ce qui vous semble pertinent.

3/ Une fois terminé, n’oubliez pas de mettre votre logo sur la couverture et d’effacer les éléments en gris (les questions dans chaque rubrique, sur cette page et sur la page finale).

\*\*\*

Un dernier conseil : prenez le temps de compléter soigneusement ce document.

Votre temps est précieux, et vous trouverez probablement que nous posons trop de questions ici, mais chaque paragraphe est important : plus vous serez précis à ce stade, plus les réponses que vous obtiendrez des prestataires que vous consulterez seront rapides et détaillées.

**A vous de jouer !**

# Sommaire

# 

[1. Commanditaire du projet](#_4wjc2f9vncr5)

[2. Le projet](#_wshyg9yutuji)

[3. Périmètre du projet](#_8whd9nvoz8pi)

[Arborescence](#_coabwfpf9tig)

[Administration des contenus](#_8w5c02wbpj8z)

[Fonctionnalités](#_585uqtrinbq4)

[Cadre technique](#_ayaso4r2u9hs)

[Brief créatif](#_vne9345j7kwq)

[Conception des contenus](#_9fwjbpnftnrq)

[Stratégie](#_76rg3hcn5c9z)

[Intégration et migration des contenus](#_63psiusm4xkg)

[Documentation et formation](#_wzd128enj8dq)

[Hébergement](#_sa8hxyu33vtn)

[Maintenance, suivi et évolutions](#_kldfqrbr87c)

[4. Déroulement du projet](#_6wj5trknw75u)

[5. Ressources](#_a85gk5ov2qt8)

[6. Format attendu pour la réponse du prestataire](#_t2umh2yuxol6)

# 1. *Insérez le nom de votre organisation*

*Objectif : Présenter le commanditaire du projet.*

*Comment présenteriez-vous votre organisation à un interlocuteur qui n’a jamais entendu parler d’elle ? Imaginez que vous êtes dans un ascenseur, avec moins d’une ou deux minutes pour décrire votre organisation à un investisseur ou un partenaire potentiel. Quelles informations allez-vous lui transmettre ?*

*Indiquez toutes les informations qui vous paraissent pertinentes pour qu’un partenaire travaille avec vous. Par exemple :*

* *Votre activité, votre mission, vos valeurs, etc.*
* *Votre histoire*
* *Votre champ d’action géographique*
* *Le nombre de collaborateurs*
* *Les profils auxquels votre site est destiné*
* *Etc.*

# 2. Le projet

*Objectif : Expliquer le pourquoi du projet et les enjeux qui ont motivé la création d’un nouveau site*

*Pourquoi ce projet ? Pourquoi maintenant ?*

*Plus largement, quel est le plan de communication de votre organisation dans les grandes lignes et quelle est la place du site au sein de ce plan ?*

*La création d’un site internet mobilise du temps, de l’énergie et du budget. Quels résultats concrets en attendez-vous ? Six mois ou un an après la mise en ligne, qu’est-ce qui vous fera dire que le nouveau site à réellement servi votre organisation ? Quels résultats concrets va-t-il produire ?*

***Comparez les 3 exemples suivants***

*A/ “Une question d’image” : en 2017, une organisation comme la nôtre ne peut pas se permettre de ne pas être présente en ligne. Nous voulons mettre en place un site à notre image qui offrira les informations clés qu’un internaute peut chercher sur nous (informations de contact, notre histoire, etc.).*

*B/ Le site sera un support fonctionnel important de notre communication. Nos parties prenantes, nos partenaires, nos adhérents, les collectivités territoriales, etc. viendront y chercher régulièrement de l’information pérenne ou de l’actualité.*

*C/ Notre direction a décidé de tirer pleinement parti du digital pour la communication de notre organisation. Nous comptons sur le site pour attirer de nouveaux visiteurs, pour nous faire découvrir, pour commencer à poser notre communication sur les réseaux sociaux, etc.*

# 3. Périmètre du projet

*Objectif : Décrire le périmètre du nouveau site et de l’intervention du ou des prestataire(s).*

## Arborescence

*Quelle sera la structure des contenus sur le nouveau site ? Comment les pages seront-elles organisées ?*

*Si vous avez des doutes, listez au moins les pages que vous souhaitez faire apparaître sur le nouveau site. N’hésitez pas à préciser que vous souhaitez être accompagné dans la définition de l’arborescence.*

*Indiquez si certaines pages seront construites sur le même modèle (exemple : dans la rubrique “Nos actualités”, chaque actualité dispose d’une page dédiée, toutes les actualités sont sur le même modèle)*

*Précisez si les rubriques “parentes” de votre arborescence (les rubriques qui contiennent des pages ou sous-rubriques) ont leur propre page ou s’il s’agit simplement d’un nom qui apparaîtra dans le menu de navigation.*

*Exemple*

*Accueil*

*L’association (= page présentant brièvement l’association puis un lien vers chacune des sous rubriques)*

* *L’origine*
* *L’équipe*
* *Les dates clés*

*Notre actualité (= page liste des dernières actualités, chaque actualité dispose d’une page dédiée, toutes les actualités sont sur le même modèle)*

*Nos engagements*

*Nous contacter (n’est pas une page, seulement le titre de la rubrique)*

* *Partenaires*
* *Nouveaux adhérents*
* *Soumettre un projet*

*Espace adhérent*

*Mentions légales*

*Au plus vous pourrez être précis sur le volume et les types de pages, plus les réponses des prestataires seront précises.*

*Astuce : pour mettre en forme votre arborescence, vous pouvez utiliser une simple liste à puces (comme ci-dessus) ou un service gratuit comme* [*https://writemaps.com/*](https://writemaps.com/)*.*

## Administration des contenus

*Précisez quels contenus vous souhaitez pouvoir éditer vous même depuis l’espace d’administration du site.*

*Chaque prestataire a sa propre façon de fonctionner, mais voilà comment nous procédons à Impala Webstudio.*

*Niv 0 : les contenus de votre site n’évolueront que très peu. Peut-être une dizaine de changements mineurs par an. Vous disposez d’un contrat d’accompagnement et il vous suffit de nous transmettre les changements pour que nous les réalisons pour vous.*

*Niv 1 : vous avez la possibilité d’éditer vous-mêmes les blocs de contenus qui composent les pages de votre site. Modifier le texte, remplacer une image, voire si vous l’avez prévu dans le cahier des charges, la possibilité de substituer un bloc de contenu par un autre (Un bloc contenant un titre, un texte et une image est remplacé par un bloc contenant une vidéo par exemple).*

*Vous voulez éventuellement pouvoir ajouter et supprimer de nouvelles pages sur le site (en reprenant le gabarit d’une page déja existante) et modifier le menu de navigation vous mêmes.*

*Niv 3 : vous pouvez construire vous-même de nouveaux gabarits de pages en réorganisant les blocs de contenus d’une page.*

*Spécial : la gestion des contenus pour un “espace” (exemples : espaces recrutement, blog, médiathèque, espace actualité, etc.) est décrite plus bas dans les Fonctionnalités.*

*Attention : plus vous souhaiterez un niveau d’administration élevé des contenus, plus le budget sera conséquent. Estimez aussi précisément que possible vos besoins en termes d’évolution des contenus.*

## Fonctionnalités

*Dites-vous que tout ce qui dépasse le fait de consulter du contenu ou de naviguer d’une page à l’autre constitue une fonctionnalité.*

*Soyez vigilant et prenez le temps de détailler le fonctionnement : il est fort possible que vous ayez une idée en tête et que votre prestataire s’en fasse une autre en lisant votre cahier des charges.*

*Quelques exemples*

* *Moteur de recherche*
* *Système d’annonce (recrutement, produit, etc.)*
* *Espace adhérent*
* *Médiathèque*
* *Les contenus de vos réseaux sociaux apparaissent sur le site*
* *Les contenus de votre blog sont automatiquement publiés sur vos réseaux sociaux*
* *Les internautes peuvent partager les pages de votre site sur les réseaux sociaux*
* *Espace presse*
* *Espace recrutement*
* *Inscription à la newsletter*
* *Boîte à idées*
* *Dernières actualités*
* *Agenda en ligne*
* *Intranet*
* *Etc.*

## 

## 

## Cadre technique

*Avez-vous des attentes ou des besoins particuliers pour le cadre technique du futur site ?*

*Astuce : si ces termes ne vous disent rien, ne vous en inquiétez pas. Indiquez simplement que vous attendez une proposition de la part du prestataire quant au cadre technique à utiliser pour répondre au mieux à nos besoins et à notre budget.*

*Souhaitez-vous utiliser un Content Management System (Wordpress, Drupal, Joomla, etc.) ?*

*Le site doit-il être optimisé pour prendre en compte la lecture sur mobile et tablette ?*

*Le site doit-il prendre en compte des règles particulières d’accessibilité ?*

*Le site doit-il être relié à un autre service en ligne ou un logiciel que vous utilisez en interne ? (suivi de dossiers, comptabilité, etc.)*

*Quel outil de suivi et d’analyse du trafic sur votre site souhaitez-vous utiliser ? Nous conseillons au minimum* [*Google Analytics*](https://www.google.com/intl/fr_fr/analytics/)*.*

## Brief créatif

*Il s’agit d’aider le prestataire à comprendre votre niveau d’attente par rapport au travail du ou des designers.*

*Malheureusement les termes en français (Design, Ergonomie, User eXperience, etc.) sont confusants et vous n’êtes pas certain de savoir comment exprimer vos attentes. Pas de panique, il existe des moyens simples de résumer vos besoins.*

*1/ Votre organisation dispose peut-être déja d’une identité visuelle formalisée (un logo, une palette de couleur, des polices de caractères, etc.)*

* *Non : nous avons justement besoin d’une identité visuelle*
* *Oui, mais cette identité doit être améliorée et affinée*
* *Oui, et elle doit être ré utilisée telle quelle sur le nouveau site*

*2/ Ajoutez dans le cahier des charges (soit ici, soit en annexes) des exemples de sites dont vous aimeriez que le vôtre s’inspire. Attention, pour que la démarche fonctionne, il faut impérativement que vous cherchiez à comprendre pourquoi le design de tel site en particulier vous paraît pertinent.*

*Cette démarche est importante pour chiffrer votre projet : le niveau de design que vous attendez, le type de supports visuels utilisés (photos, illustrations, vidéos, etc.), le niveau d’animation et d’effets…. tous ces éléments vont jouer sur le budget final.*

*Ou trouver des sites ?*

* *Les sites de vos partenaires et des organisations dans un domaine proche du vôtre*
* *Les sites que vous utilisez vous-mêmes à titre particulier ou professionnel*
* *Des collections de sites réussis rassemblés par des designers, telle que celle-ci :* [*20 exemples de sites réussis pour inspirer votre prochaine refonte*](http://inbound.impala-webstudio.fr/20-exemples-de-sites-reussis)

*3/ Sur une échelle de 1 à 5 (avec 1 comme minimum et 5 comme maximum), quel investissement doit prévoir selon vous le prestataire pour la composante “Design” du projet ?*

## Conception des contenus

*Croyez-en nos années d’expérience, c’est en réalité le risque numéro 1 que court votre projet.*

*Nous ne comptons plus les projets qui ont été mis en ligne avec plusieurs semaines de retard parce que les contenus n’ont pas pu être livrés à la date prévue. (Le record étant un retard de 13 mois sur la mise en ligne pour un site designé et développé en moins d’un mois par nos soins).*

*La rédaction des contenus n’est pas un sujet simple : en réalité, elle est plus susceptible de poser des problèmes que le développement ou le design.*

*⇒ Vous aurez besoin de la contribution (ou au moins de la relecture) d’un ou plusieurs de vos collaborateurs… qui devront dans le même temps assure leur travail quotidien.*

*⇒ Vous allez probablement vous y prendre à plusieurs reprises : les pages seront écrites, relues, corrigées, ré-écrites, corrigées à nouveau et à ce stade il sera alors nécessaire de revenir sur les maquettes validées plusieurs jours auparavant voire de revenir sur les développements.*

*⇒ La rédaction de contenus pour le web obéit à des règles très particulières : de lisibilité à l’écran, de référencement, mais aussi dans la manière d’écrire les contenus main dans la main avec le designer.*

*A moins de disposer des compétences en interne ou d’être accompagné par un expert en communication digitale, nous vous recommandons au minimum :*

* *de prévoir un processus pour concevoir, écrire, collecter, versionner et valider les contenus*
* *de demander une relecture Référencement, Communication web et Ergonomie à votre prestataire*

*Si vous décidez de nous confier votre projet, nous pourrons vous accompagner sur ce plan, qu’il s’agisse de vous aider à coordonner la création des contenus en interne, assurer les relectures et les optimisations ou prendre en charge la rédaction.*

## Stratégie

*Souhaitez-vous être accompagné ou conseillé dans votre stratégie web ? Exemples :*

* *Plan de redirection et audit préliminaire afin de préserver le référencement de l’ancien site*
* *Stratégie de réseaux sociaux*
* *Sélection des mots-clés et expressions pertinents pour votre référencement*
* *Suggestion de sujets d’articles de blog pour attirer du trafic vers le site*
* *Définition de la communication autour du lancement du nouveau site*
* *Etc.*

## 

## Intégration et migration des contenus depuis l’ancien site

*Si vous avez opté pour un site web entièrement administrable, souhaitez-vous saisir vous-mêmes les contenus dans le nouveau site ? Ou voulez-vous recevoir un site web “clé en main” ?*

*Réaliser l’intégration vous-même est chronophage mais a le double avantage d’être gratuit et de vous familiariser avec l’espace d’administration des contenus. D’un autre côté, confier cette intégration à votre prestataire devrait vous permettre d’obtenir plus vite le nouveau site et avec un meilleur niveau de finition en termes de mise en page.*

## Documentation et formation

*Souhaitez-vous recevoir une formation ou une documentation (fonctionnelle ou technique) sur le nouveau site ?*

## Hébergement

*Avez-vous des attentes spécifiques quant à l’hébergement du nouveau site ?*

## Maintenance, suivi et évolutions

*Quelles sont vos attentes en termes de maintenance du site (garantir les mises à jour de sécurité, etc.), de suivi (réparation des bugs révélés après la mise en ligne) et d’évolutions (nouvelles fonctionnalités, ajustements, etc.) pour les mois qui suivront la mise en ligne ?*

# 4. Déroulement du projet

*Objectif : Préciser vos attentes quand au pilotage, à la méthodologie ou à l’organisation du projet*

*Le projet sera-t-il mis en ligne progressivement, par lots ? Quel calendrier envisagez-vous pour chacun de ces lots ?*

*Souhaitez-vous adopter une méthodologie particulier pour réaliser le projet (Agile, Cascade, etc.) ou attendez-vous que le prestataire vous détaille l’approche qu’il envisage ?*

*Combien d’interlocuteurs représenteront votre entreprise ? Gardez en tête que plus ce nombre est élevé, plus les frais de Gestion de Projet risquent de s’accumuler. A l’inverse, si votre prestataire n’a affaire qu’à un seul interlocuteur, mais que celui-ci n’a aucun pouvoir décisionnel, le projet risque de prendre du retard en raison des allers-retours provoqués et de l’effet de goulot d’étranglement de l’information produit.*

# 5. Ressources

*Objectif : Examiner les ressources à votre disposition et les missions qui seront réalisées en interne.*

*Indiquez toutes les informations qui pourraient avoir un impact sur le coût du nouveau site ou sur le calendrier. Par exemple :*

* *Si vous avez choisi de rédiger les contenus du site vous-même, où en sont vos équipes de la création de ces contenus ? (Tout reste à faire ? L’offre est clairement définie ? Les pages clés sont arrêtées ? Une première version des contenus est disponible ? Etc.)*
* *Connaissez-vous le profil du visiteur type de votre site ?*
* *Avez-vous déjà définis les mots-clés sur lesquels vous souhaitez vous positionner en termes de référencement ?*
* *Quelles sont vos ressources en termes de visuels ? (photos, illustrations, vidéos, etc.)*

*Quels sont vos impératifs ou vos disponibilités en termes de calendrier ? Par exemple, les décideurs clés du projet seront-ils indisponibles pendant une période donnée ?*

*Quelle fourchette de budget prévoyez-vous pour le nouveau site ?*

***Que faire si vous ne souhaitez pas donner votre budget***

*Vous êtes peut-être réticent à l’idée de communiquer cette information. Mais le fait est que le budget est un élément nécessaire du cahier des charges.*

*Commander un site internet est un peu comme confier la recherche de votre prochain appartement à un professionnel : vous lui indiquez que vous recherchez un trois pièces, à proximité du centre ville et pour moins de 240 000 €. Votre conseiller pourra vous présenter une sélection de biens qui correspondent à votre recherche.*

*Mais si vous ne lui indiquez pas au moins une fourchette de budget, votre conseiller peut aussi bien vous proposer un appartement à 180 000 €, dans un quartier peu attractif, ou un appartement dernier cri, à 320 000 €, situé au coeur du centre ville. Or il est peu probable que l’un ou l’autre de ces appartements ne correspondent à ce que vous cherchez.*

*Et si vous mandatez 6 conseillers pour trouver un trois-pièces près du centre ville, sans leur indiquer de budget, vous allez vous retrouver avec 6 propositions très différentes. En définitive, vous allez opter pour la seule qui correspond réellement à votre budget (une information que vous auriez pu donner aux conseillers avant) et probablement passer à côté de propositions intéressantes.*

*La meilleure approche dans cette situation est de sélectionner un conseiller qui vous inspire confiance, de lui présenter vos attentes et vos ressources, puis d’échanger avec lui sur vos options.*

***Que faire si vous n’arrivez pas à déterminer votre budget***

*Tâchez au moins de déterminer le plafond de budget à partir duquel le projet perd tout intérêt.*

*La refonte d’un site internet est un investissement : votre organisation a consenti à cet investissement car elle en attend un retour (en termes d’images et de communication, d’informations mises à disposition des parties prenantes, etc....).*

*Combien vaut cette amélioration ? Quel budget mérite ce retour sur investissement que vous attendez du nouveau site ? C’est le seuil qu’il ne faudra en aucun cas dépasser pour la refonte du site.*

# 6. Format attendu pour la réponse du prestataire

*Objectif : Préciser vos attentes quand à la réponse du prestataire.*

*Indiquez vos attentes par rapport à la réponse du prestataire :*

* *La date limite de réponse*
* *Le contexte s’il s’agit d’un appel d’offre*
* *Le contact auquel le prestataire peut transmettre sa réponse*
* *Les coordonnées de la personne à contacter pour plus de renseignements sur le projet*
* *Etc.*

*Précisez éventuellement les critères sur lesquels vous opérerez votre sélection parmi les prestataires contactés. Si vous avez des questions particulières, c’est le moment de les indiquer.*

# Félicitations !

Votre cahier des charges est complet : vous disposez d’une base solide pour garantir la réussite de votre projet.

Vous pouvez profiter d’une relecture gratuite et sans engagement de votre cahier des charges ([en savoir plus](http://inbound.impala-webstudio.fr/reservez-une-consultation-gratuite-pour-la-refonte-de-votre-site-internet)) : attention, les places sont limitées.

