

# LIVRE BLANC

Cahier des charges pour un projet web

Se lancer dans un projet web est toujours une belle aventure, mais elle demande de la préparation.

Sur internet, les possibilités sont immenses. Les technologies sont en constantes évolutions et les usages se redéfinissent en permanence. Difficile de s'y retrouver quand ce n'est pas son cœur de métier. Se sentir bien accompagné est donc essentiel pour avancer sereinement.

Voilà pourquoi j'ai créé ce guide basé sur mon expérience, afin de vous aider à vous poser les bonnes questions avant d'entamer la conception d'un site en ligne.

Vous y trouverez également des conseils utiles à la rédaction de votre cahier des charges.

Un cahier des charges est un outil précieux pour la bonne réalisation d'un projet. Il vous permettra d'en clarifier de nombreux points et vous aidera à le présenter en détail à des collaborateurs, à divers intervenants ou à de potentiels investisseurs.

Bien réalisé, il vous permettra de gagner un temps précieux par la suite.

Ce document n'est pas fixe, il est amené à évoluer en fonction de la nature du projet, ainsi que de son initiateur. Ici, il est pensé pour un site internet d'entreprise. N'hésitez pas à ajouter tout ce qui vous semble utile, pour le compléter et en faire votre meilleur outil.

# Sommaire

Présentation de l'entreprise	5
Description du projet	7
<b>Motivations</b>	<b>7</b>
<b>Objectifs</b>	<b>7</b>
<b>Cibles</b>	<b>8</b>
<b>Fonctionnalités</b>	<b>8</b>
<b>Suivi / organisation</b>	<b>9</b>
<b>Temporalité</b>	<b>9</b>
<b>Budget</b>	<b>10</b>
Charte graphique	11
<b>Valeurs</b>	<b>11</b>
<b>Historique</b>	<b>12</b>
<b>Spécificités</b>	<b>12</b>
Architecture du site	13
<b>Arborescence</b>	<b>13</b>
<b>Benchmark</b>	<b>14</b>
<b>Contenu</b>	<b>14</b>



# Présentation de l'entreprise

Présentez-vous, votre entreprise ou l'entité que vous représentez en quelques lignes. Voici quelques items pour vous aider : date de création, services ou produits vendus, nombre de salariés, chiffre d'affaires, principaux axes de développement, principaux concurrents, valeurs de l'entreprise.



# Description du projet

## © Motivations

---

*Quelles sont les raisons qui ont mené au lancement de ce projet?  
Pourquoi ce nouveau projet?*

Les motivations peuvent être multiples et propres à chaque projet. Il est très utile de bien les identifier. Elles pourront éclairer le projet à différents moments de sa réalisation et seront également utiles au prestataire afin d'identifier certains besoins ou points à surveiller de près.

## © Objectifs

---

*Quel est le but principal? Un but secondaire?  
Qu'attendez-vous de ce nouveau projet?*

Fixer des objectifs à courts, moyens et longs termes pour votre projet vous aidera à prioriser vos besoins et à gérer plus précisément votre budget. Je vous conseille de définir des objectifs chiffrés et datés. En précisant un chiffre concret et des échéances pour chacun d'entre eux, vous pourrez suivre leurs évolutions et mieux appréhender la suite du projet.

## © Cibles

---

### *Quelles sont les cibles? Qui va consulter/utiliser votre site?*

Les cibles sont les personnes susceptibles de visiter votre site et d'y opérer certaines actions (inscriptions / achats / consultations fréquentes...)

Pour que vos visiteurs apprécient votre site, il est important de les connaître. Ainsi, le discours employé, la charte graphique et l'interface pourront être adaptés afin de proposer la meilleure expérience pour chacun.

Voici quelques exemples d'informations utiles pour présenter vos cibles : tranches d'âge, catégories socioprofessionnelles, lieu de résidence, réseaux sociaux favoris.

## © Fonctionnalités

---

### *Quelles sont les fonctionnalités qui sont attendues sur le site? (Prendre le point de vue d'un visiteur)*

Connaître ses cibles est un bon début, mais identifier leurs attentes est encore mieux! Le site doit apporter quelque chose à vos visiteurs. La concurrence est rude et l'attention des visiteurs est très volatile. Pour donner l'envie de rester ou de revenir sur votre site, il faut être le plus pertinent possible. Pour cela, il faut connaître leurs besoins, leurs envies et quels sont vos atouts pour y répondre.

Quelques exemples de fonctionnalités les plus courantes : site multilingue (FR, EN, ES, DE...) gestion d'évènements, newsletter...

Votre site doit-il également remplir certaines obligations?



## © Suivi / organisation

---

*Avez-vous pensé à la suite? Quels sont les moyens que vous mettrez en place pour faire vivre ce projet une fois réalisé?*

Avoir un site est essentiel aujourd'hui, mais si celui-ci est vide ou statique, il a de fortes chances d'avoir un effet négatif pour votre entreprise. Il faut bien avoir conscience qu'un site est un support de communication et de représentation qui a besoin de vivre. Avoir un joli site est une chose, avoir un contenu intéressant et attractif en est une autre. Il ne faut pas négliger le travail à fournir pour animer un tel support. Cela implique de rédiger des contenus, prendre de belles photos, et savoir y consacrer suffisamment de temps et de moyens. Comment envisagez-vous la suite de ce projet?

## © Temporalité

---

*Quelle est la date envisagée pour le lancement public du site?*

Fixer une date de lancement aide chacune des parties à s'organiser pour que le projet avance à bon rythme. Une date précise n'est pas obligatoire, mais déterminer un mois ou une semaine sera apprécié.

Quel temps êtes-vous prêt à accorder à la réalisation du projet? (Plusieurs heures par semaine, une heure de temps en temps, aucune entre le début et le lancement du projet...)  
Connaitre votre disponibilité permet au prestataire de planifier le projet et d'avancer au meilleur rythme pour travailler en adéquation avec vous.

## © Budget

---

### *Quels moyens avez-vous prévus pour la réalisation de ce projet ?*

Les tarifs proposés pour un site internet varient énormément d'un prestataire à l'autre. Il est parfois difficile de s'y retrouver. À défaut de connaître les prix et les prestations de chacun, vous pouvez vous fixer un budget ou une estimation du montant que vous êtes prêt à investir.

N'oubliez pas de préciser également les moyens financiers que vous prévoyez pour l'après-projet. Des frais peuvent être récurrents pour votre site. (Abonnements pour l'hébergement, des services spécifiques, ou l'achat d'espace publicitaire en ligne comme Facebook ou Google Adwords...)

Avez-vous connaissances de subventions ou aides financières ?

# Charte graphique

Si vous possédez d'ores et déjà une identité visuelle, transmettez-la avec ce cahier des charges. Plus elle sera détaillée, plus le travail graphique sera en adéquation avec celle-ci.

Si vous n'en avez pas ou que vous souhaitez en créer une nouvelle, sachez qu'une charte graphique se compose de plusieurs éléments. En voici une liste non exhaustive :

- Un logo
- Une palette de couleur
- Des typographies
- Des formes
- Des motifs
- Un ton éditorial
- Des exemples de mise en page (cartes de visite, lettre à en-tête, présentation PowerPoint, signature de mail...)

Une charte graphique peut dépasser le simple aspect visuel. Elle peut devenir un vrai outil d'identification de l'entreprise, notamment si celle-ci contient la présentation des valeurs de l'entreprise ainsi que le ton qu'elle emploiera pour ses communications.

Des éléments peuvent également varier en fonction des cibles; par exemple entre une communication interne et une communication externe.

Plus la charte graphique sera construite, plus la communication sera guidée et unifiée.

La conception d'une identité graphique demande de solides bases sur lesquelles il faudra s'appuyer pour construire une identité de marque forte.

## © Valeurs

L'un des points de départ essentiel pour donner vie à une marque est de bien cerner les valeurs que l'on souhaite lui insuffler. Ces valeurs forment l'ADN de l'entreprise et doivent être claires et explicites. Elles doivent être présentées à chaque collaborateur.

Listez les valeurs que vous avez déjà définies.

Si vous n'avez pas encore réalisé ce travail, je pourrais vous accompagner pour les choisir et les définir.

## © Historique

---

*Quelle est l'histoire de la marque? Avez-vous déjà une charte graphique?*

Connaitre le passé d'une entreprise permet de mieux la cerner et de comprendre ses évolutions. Cela permet également de connaître le cheminement qu'a parcouru l'identité de celle-ci et d'en fixer une nouvelle sans la décorrélér de son passé.

## © Spécificités

---

*Y'a-t-il des contraintes spécifiques à respecter?*

Parfois, il est important de respecter certaines contraintes liées aux statuts de l'entreprise ou de l'association.

# Architecture du site

## © Arborescence

Avez-vous réfléchi à une arborescence précise? Savez-vous quel contenu vous souhaitez proposer sur votre site?

Listez les différents types de contenus et pages que vous souhaitez voir présents sur votre site. Une liste exhaustive (voire ordonnée) facilitera la compréhension et la conceptualisation du projet.

## © Benchmark

---

Apporter quelques références de site que l'on apprécie est toujours un plus. Cela permet au prestataire de connaître vos envies et vos attentes.

Faites une liste des sites qui vous ont marqué, par leur design, par une fonctionnalité, un effet, un mode de navigation. Cette liste peut également contenir des sites de concurrents directs ou indirects. Essayez d'ajouter un commentaire avec chaque lien pour expliquer vos choix et préciser sur quelle partie du site il faut porter son attention.



## © Contenu

---

*Savez-vous quoi dire sur votre site? Avez-vous les textes, images et vidéos nécessaires?*

Avoir un site internet aux graphismes époustouflants est une chose, mais cela n'en fera pas un site d'exception. C'est son contenu qui lui donnera sa force. Avoir une belle coquille, c'est bien, mais il faut la remplir.

### Les textes

Les textes sont importants à plusieurs titres. C'est leur pertinence qui fera revenir un visiteur sur votre site. C'est grâce à eux qu'un premier lien de confiance avec votre marque se crée. Il ne faut pas les négliger. Ils vont également jouer un rôle primordial dans le référencement de votre site. Ce sont les textes que vont lire les moteurs de recherche. En fonction du sujet, de votre pertinence à le traiter et de ses spécificités, vous pourrez arriver au plus haut dans les résultats de recherche.

### Les images

Les images jouent, elles aussi, un rôle important. C'est la première chose que verra votre visiteur en arrivant sur le site. Ce sont elles qui mettront en valeur vos produits. Elles doivent être impeccables, bien éclairées, bien construites et adaptées au sujet et au site.

### Les vidéos

Elles peuvent être de vrais atouts pour capter un visiteur et permettent de présenter un projet très facilement. Mais, s'il est facile de se filmer et de poster une vidéo en ligne, avoir un rendu professionnel est bien plus compliqué. Cela demande de la préparation en amont, le matériel adéquat et un vrai savoir-faire pour le montage.

Pour construire un site internet, il est important de connaître ses ressources en matière de

contenu.

*Serez-vous prêt à rédiger de nombreux textes ? Avez-vous d'ores et déjà une médiathèque avec des photos et /ou vidéos exploitables rapidement ?*

Si ce n'est pas le cas, il est préférable de prévoir un budget dédié au contenu.





