

2021

cahier des charges
INTERFACE WEB

www.azcreations.fr

Ce document est un **brief client** qui permet d'exprimer vos besoins dans l'objectif de **concevoir d'un projet web** et/ou mobile. Le remplir avec soin nous permettra d'établir un premier devis avec précision.

AZ
CRÉATIONS

Réalisé par l'agence AZ Créations - Tous droits réservés
Ne pas jeter sur la voie publique

I. PRÉSENTATION

LA SOCIÉTÉ ET SON CONTEXTE

1. L'entreprise

Nom : Secteur d'activité :

Intitulé du projet : Salariés :

Etat d'avancement du projet (entre 1 et 10) :

2. Interlocuteur principal

Pour des raisons pratiques et confidentielles, **seules les personnes** qui figurent dans le tableau ci-dessous **seront informées** de l'avancement du projet et seront consultées pour avis et validation.



Nom : Prénom :

E-mail : Téléphone :

Fonction dans l'entreprise :

Mentionner plus de personnes ici :

3. Pitch de l'entreprise

L'entreprise (que fait l'entreprise, que propose-t-elle ?, à quel prix ?, sur quelle zone ? Son Slogan ?)

L'historique (chiffres clés, évolution d'entreprise, références, preuves, précédentes campagnes ...)

Le positionnement (quelle est sa valeur ajoutée ? Qu'est-ce qui la différencie de la concurrence ?)

L'environnement (qui sont les concurrents ? De quelle manière communiquent t-ils ? quel est l'état du marché ?)

La personnalité et valeurs de marque (ADN, perception, mission, valeurs)

La cible (à qui s'adresse l'offre ? quels sont ses bénéfices pour ses clients ?)



II. L'EXISTANT EN COM'

LES OUTILS DÉJÀ UTILISÉS DANS L'ENTREPRISE

1. Éléments graphiques

Si vous possédez déjà certains documents listés ci-dessous, merci de les joindre au brief. Ils nous seront utiles pour mieux comprendre votre activité, votre image, et vous soumettre des propositions pertinentes.



1.1 Le logotype

- Déjà existant, je souhaite le conserver tel quel
- Déjà existant, je souhaite le modifier / le refondre
- Non existant, je souhaite en créer un
- Non existant, je n'en veut pas

1.2 La charte graphique

- Déjà existante, je souhaite la conserver telle quelle
- Déjà existante, je souhaite la revoir / la corriger
- Non existante, je souhaite en réaliser une
- Non existante, je n'en veut pas



1.3 Produits imprimés

- Carte de visite
- Plaquette de présentation de l'entreprise
- Documents promotionnels, évènementiels (flyers, prospectus)

1.4 Le site Web

- Déjà existante, je souhaite le modifier / le refondre
- Non existante, je souhaite en créer un

Site / URL :

Autres précisions éventuelles : (liens réseaux sociaux, autres sites web...)

1.5 Hébergement

- J'en possède un
- Il m'en faut un

1.6 Nom de domaine

- J'en possède un
- Je n'en possède pas

III. SUPPORTS DÉSIRÉS

LE TYPE DE PRODUIT WEB ENVISAGÉ

1. Type de produit(s) désiré(s)

- Site « carte de visite » (une seule page, statique, peu d'informations)
- Site vitrine (site de présentation complet, plusieurs pages, médias)
- Site mobile (site uniquement dédié aux mobiles)
- Site blog (publication régulière d'articles, gestion des commentaires)
- Site e-commerce (vente de produits et/ou services en ligne)
- Site applicatif ou webapp (outil fonctionnel porté sur navigateur, API)
- Application mobile (téléchargeable depuis un store)
- Autre
- Je ne sais pas, conseillez-moi...



IV. LE BRIEF CRÉATIF

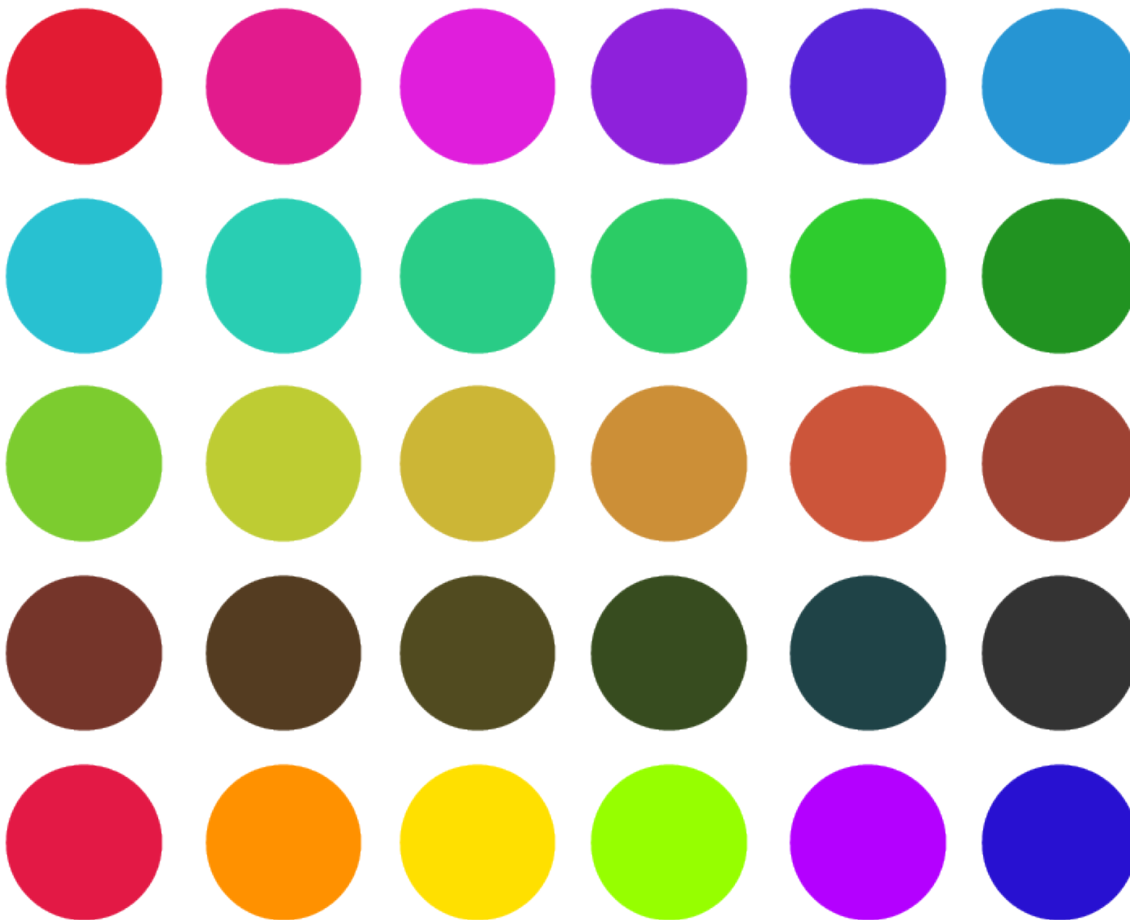
LES GOÛTS ET LES COULEURS...

1. Vos préférences colorimétriques

Votre sélection de couleurs va nous permettre de travailler autour d'un thème colorimétrique précis et de gagner du temps. Pensez à votre charte graphique actuelle si vous en avez une.



Cochez 4 couleurs qui se rapprochent de ce que vous voulez :



Formes, styles graphiques souhaités

Sobre, formes géographiques simples, coloré, rond, pétillant, jeune, frais, style vintage, vieilles illustrations, typographies sans sérif...



Modèles de sites qui vous inspirent (concurrents ou non)

V. L'ENTRETIEN

CONTENUS & MAINTENANCE OPÉRATIONNELLE

La création, les mises à jour des contenus de votre site web sont des **éléments clés** de votre site web. On peut vous **accompagner** dans ce processus.



1. Les contenus

1.1 Les contenus textuels

- Je vous les fournirai intégralement moi-même
- Je peux fournir une trame écrite que vous reformulerez au besoin
- Vous devrez intégralement les rédiger (ils seront soumis à ma validation)

1.2 Les images / photographies, vidéos

- Je vous les fournirai intégralement (dans un format numérique)
- J'en ai quelques-unes mais un apport banque d'images sera nécessaire
- J'aimerais que vous veniez réaliser un shooting photo

1.3 Mises à jour du contenu (Ajout, Modifications, Partage...)

- Je gérerai moi-même l'animation du contenu
- Vous vous chargerez de l'animation selon mes recommandations

1.4 Fréquence de mise à jour du contenu

- Quotidienne (de 1 à 3 fois par jour)
- Hebdomadaire (de 2 à 6 fois par mois)
- Mensuelle (de 4 à 12 fois par an)
- Annuelle/Trimestrielle (de 1 à 4 fois par an)
- Non régulier ou encore indéterminé

La maintenance est essentielle pour un site internet bien entretenu à l'abri des pirates informatiques.



2. La maintenance

2.1 Maintenance (Mises à jour, début, sauvegardes)

- Je me chargerais de la maintenance technique (nécessite des compétences)
- Je souhaite que vous réalisiez la maintenance technique

VI. LA CIBLE

POUR QUEL TYPOLOGIE DE PUBLIC

1. Votre public ciblé

À **qui** va s'adresser ce projet ? **Pourquoi** s'adresse-t-on à cette cible ? A t-elle des **attentes**, des freins, des frictions ? Est-elle consommatrice ou prescriptrice ? Quel **langage** parle-t-elle ? Quelle est sa **relation** actuelle **avec l'offre**, la marque ? ...



- | | | | |
|--------------------------|------------------------------|--------------------------|-------------------------|
| <input type="checkbox"/> | Particuliers | <input type="checkbox"/> | National |
| <input type="checkbox"/> | Professionnels / Entreprises | <input type="checkbox"/> | International |
| <input type="checkbox"/> | Local | <input type="checkbox"/> | Autre public spécifique |

AZ

2. Décrivez la ou les cible(s) du projet

À qui va s'adresser le projet ?

(quelle est la cible principale, le cœur de cible et la cible secondaire ? indiquez l'âge, le genre, la catégorie socioprofessionnelle, les valeurs, les aspirations, les habitudes de consommation. Quel(le)s sont ses attentes, ses freins ? Est-elle consommatrice ou prescriptrice ? Quel langage parle-t-elle ? Par quel biais la toucher et lui parler ? Quelle est sa relation actuelle avec l'offre, la marque ?)



Quel est le message essentiel à adresser à la cible ?

C'est l'information clé sur laquelle va reposer tout le projet. Quel(le) est l'idée ou le concept qui sous-tend l'argumentation ? Qu'est-ce qui fait que le consommateur peut être séduit et faire confiance ?



VII. LE PROJET WEB

POURQUOI CE NOUVEAU PROJET ?



Dans quel contexte intervient le projet ? (quelle est la raison du projet ?)

Quelle est la problématique ? (qu'est ce que l'on veut résoudre ?)

Répond-il à un événement spécifique ? (Lancement d'un nouveau service, levée de fonds, redéfinition de marque ...?)



1. Décrivez en quelques lignes le projet

Quelle est la **raison du projet** ? Sa **problématique** ? S'inscrit-il dans la continuité de vos projets ? Est-il en rupture ? S'agit-il du lancement d'un **nouveau service/produit** ? D'une ambition de l'entreprise (redéfinition de l'identité de marque, levée de fonds, politique de conduite du changement) ?



2. Problématique(s) actuelle(s)



Objectif : Expliquer le pourquoi du projet et ce que vous attendez du futur site. Exemple : Nous n'avons pas de site, notre site est obsolète Nos clients nous demandent notre site et nous n'en avons pas Notre communication globale est incohérente Nous ne sommes pas visibles sur le web Notre référencement local est mauvais face à la concurrence



3. Adjectifs / mots-clés pour qualifier votre futur site

Dynamique, coloré, sobre, artistique, épuré, flamboyant...



VIII. LES OBJECTIFS

LES RAISONS DE CE NOUVEAU PROJET

1. Définir les objectifs

Quels sont les **objectifs** du futur site, au-delà de l'objectif purement opérationnel "Mettre en ligne un nouveau site" ?



- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Assurer une présence en ligne basique ? | <input type="checkbox"/> Servir de support de communication pour vos commerciaux ? |
| <input type="checkbox"/> Attirer des visiteurs ? | <input type="checkbox"/> Autre |

2. Les objectifs du projet de site web

Quels sont les résultats attendus ?

(augmenter la notoriété de la marque ? Driver du trafic en boutique ? Fidéliser vos clients ? Développer les ventes ? Créer une communauté ? Travailler la préférence de marque ? Quantifiez et datez au maximum vos objectifs.)



Quel est le type d'objectif ?

(objectifs de notoriété ? d'image ? d'action ?)

Quelles sont les ambitions et motivations ?

(indiquez les motivations et ambitions: faire connaître, positionner, promouvoir, donner envie, recruter, générer du trafic, lancer le buzz, communiquer sur l'image ...)



3. Evaluation & Résultats attendus

Créer un site internet mobilise du temps, de l'énergie et du budget. Quels résultats concrets et mesurables en attendez-vous ?

Augmenter le nombre de participants/visiteurs, la fréquence des achats, le taux de conversion, les partages, les téléchargements...



IX. LE SITE WEB

CHAQUE SITE RÉPOND À UN BESOIN PRÉCIS

1. Qu'est ce qui défini le mieux votre projet Web ?

- Notre site internet est une "carte de visite en ligne" : Nous avons simplement besoin d'être présent en ligne, pour rassurer nos clients, mais nous ne comptons pas particulièrement sur le site pour attirer du trafic ou pour générer des prises de contact.
- Notre site internet est une "brochure en ligne". Nous comptons sur lui pour convaincre les clients potentiels qui le visitent, par exemple lorsque nous participerons à un appel d'offre ou lorsqu'un client nous recommandera. Mais nous ne comptons pas sur lui pour générer des leads, nous faire connaître ou attirer des visiteurs.
- Notre site internet est une source de leads. Nous comptons sur lui à la fois pour nous apporter des prospects et des clients potentiels (via les moteurs de recherche par exemple) ET pour convertir ces visiteurs en les invitant à la prise de contact.
- Nous voulons promouvoir et vendre nos produits en ligne. Notre site Internet doit être une source de revenus directs au même titre qu'un magasin physique.

2. Sur quels critères allez-vous juger que le site est une réussite ?

Comment allez-vous mesurer l'efficacité du projet ?

(il y a t-il des indicateurs de performance prioritaires ? sur quels délais ? sur quel zone géographique ? quels sont les secondaires ?)

Sur quels indicateurs précis vous basez-vous ?

(taux de satisfaction client, nombre de participants/visiteurs, fréquence des achats, taux de conversion, nombre d'occurrences d'une expression liée à l'action, de partages, de téléchargements, temps passé sur un site, nombre ventes ...)



X. L'ARBORESCENCE

UNE ÉTAPE QUI COMPTE POUR LE RÉFÉRENCIEMENT

1. Définir les thématiques

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 : toutes les pages de la rubrique "Nos services" seront construites 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.



1.1 Notez les mots clés et les thématiques

Notez ici tous les Adjectifs / mots-clés pour qualifier votre activité / vos produits / vos services



2. Les pages du site

2.1 La page d'accueil

Lister le contenu que vous aimeriez voir apparaître sur la page d'accueil de votre site.

Exemple : En-tête vidéo, actualité, partenaires, notre histoire...



2.3 Les autres pages

Thème ou titre de la page : imaginez un titre qui représente son contenu



Lister les éléments que vous aimeriez voir apparaître sur chaque autre page de votre site internet



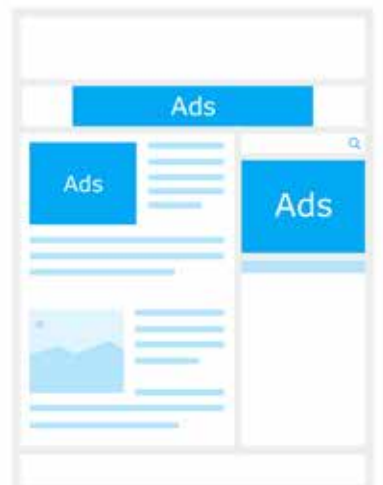
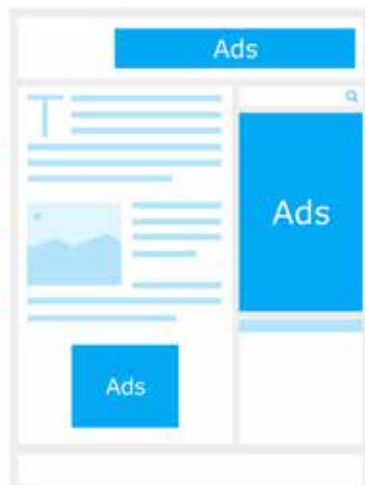
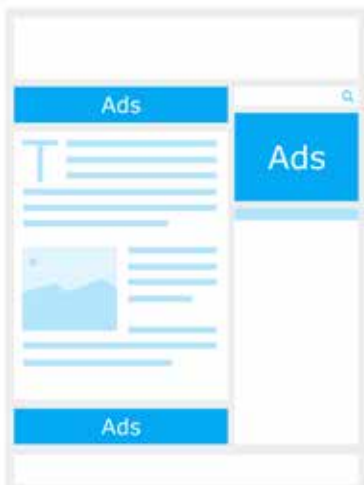
Page 2

Page 3

Page 4

Page 5

Page 6



XI. LES FONCTIONS

OPTIONS & FONCTIONNALITÉS

1. Cochez les fonctions souhaitées

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.



- | | | | |
|--------------------------|---|--------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> | Multilingue | <input type="checkbox"/> | Moteur de recherche |
| <input type="checkbox"/> | PortFolio | <input type="checkbox"/> | Système d'annonce |
| <input type="checkbox"/> | Blog | <input type="checkbox"/> | Générateur de devis en ligne |
| <input type="checkbox"/> | Forum | <input type="checkbox"/> | Simulateur et calculette |
| <input type="checkbox"/> | Type de Contenu personnalisé | <input type="checkbox"/> | Médiathèque |
| <input type="checkbox"/> | Avis Clients – Commentaires – Témoignages | <input type="checkbox"/> | Les contenus de vos réseaux sociaux apparaissent sur le site |
| <input type="checkbox"/> | Catalogue de produits (sans vente) | <input type="checkbox"/> | Publier automatiquement des articles du site sur vos réseaux sociaux |
| <input type="checkbox"/> | Plateforme E-Commerce | <input type="checkbox"/> | Boutons de partage réseaux |
| <input type="checkbox"/> | Réservation en Ligne, Événementiel, Prise de Rdv | <input type="checkbox"/> | Espace presse |
| <input type="checkbox"/> | Newsletter | <input type="checkbox"/> | Espace recrutement |
| <input type="checkbox"/> | Gestionnaire d'abonnements | <input type="checkbox"/> | Livechat |
| <input type="checkbox"/> | Carte Google Maps | <input type="checkbox"/> | Bouton Rappel par téléphone |
| <input type="checkbox"/> | Espace client | <input type="checkbox"/> | FAQ – Questions Fréquentes |
| <input type="checkbox"/> | Galerie photos | <input type="checkbox"/> | Popup fenêtres contextuelles |
| <input type="checkbox"/> | Contenu contre email | <input type="checkbox"/> | Autre(s) |
| <input type="checkbox"/> | Annuaire des magasins géolocalisés | | |

XII. CADRE TECHNIQUE

LE DÉVELOPPEMENT DE VOTRE PROJET

C'est quoi un CMS en informatique ?

Le système de gestion de contenu (SGC) ou Content Management System (CMS) en anglais regroupe une catégorie de logiciels qui permettent de concevoir, gérer et mettre à jour des sites Web ou des applications mobiles de manière dynamique.



1. Le CMS

1.1 Souhaitez-vous utiliser un CMS (Content Management System) tel que WordPress, Drupal, Joomla, etc. ?

- Oui
- Non
- Je ne sais pas

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

- Oui
- Non
- Je ne sais pas

1.3 Le site doit-il être relié à un autre service en ligne ou un logiciel que vous utilisez en interne ? (ERP, CRM, etc.)

- Oui
- Non
- Je ne sais pas



XIII. RÉFÉRENCIEMENT

DE LA VISIBILITÉ POUR GAGNER FACE À LA CONCURRENCE

1. Vos attentes en matière de visibilité

Il existe beaucoup de méthodes pour être visible sur internet. C'est tellement dense que l'on s'y perdrait presque. 2 ressortent néanmoins : le référencement SEO (dit naturel) qui s'appuie sur du ciblage de mots clés, et le référencement payant qui permet la publication d'annonces localisées

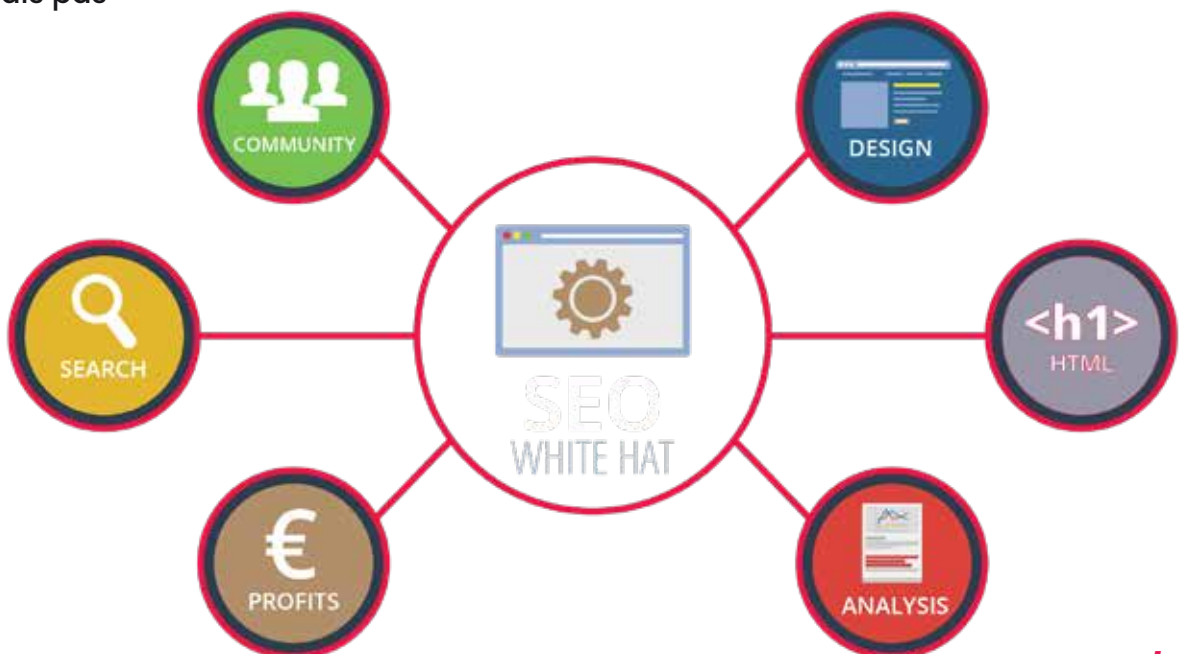


1.1 Quels sont vos besoins ?

- Le strict nécessaire, afin que les internautes nous trouvent lorsqu'ils recherchent notre nom dans les moteurs de recherche
- Tout ce qui est possible et envisageable : optimisation maximale des temps de chargement, blog, CDN, etc. Chaque cm de terrain gagné compte.
- A mi-chemin : nous profitons de la refonte pour améliorer le SEO (Référencement naturel), mais nous avons peu de concurrence ou pas d'enjeu d'acquisition. Nous voulons simplement un cadre "propre" pour le nouveau site.

1.2 Voulez-vous intégrer un outil de suivi et d'analyse du trafic sur votre site ?

- Oui
- Non
- Je ne sais pas



XIV. CONTRAINTES

LE CONTEXTE DANS LEQUEL NOUS COLLABORERONS

1. Votre budget

Nous avons un budget de

Vous devez préciser toutes les contraintes auxquelles vous, et nous allons devoir être confrontés.



2. Délais et impératifs

Date de début du projet ?

Date de livraison du projet ?

Précisez...

Exemple : Le site doit être en ligne avant la rentrée, nos portes ouvertes, notre événement annuel - 3 propositions de page d'accueil pour le mois prochain, - Nous sommes en travaux/vacances les 2 premières semaines d'août... - Toutes les données techniques devront être validées par mon collègue...



3. Livrables attendus pendant le développement

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Arborescence détaillée du site | <input type="checkbox"/> Maquette de 1 page de conte- |
| <input type="checkbox"/> Zoning, wireframe, prototype | <input type="checkbox"/> Autre(s) |
| <input type="checkbox"/> Maquette de la page d'accueil | |

PRENEZ CONTACT AVEC NOUS



prodazcreations@gmail.com



+33 7 49 63 89 00



7 rue du général Leclerc
54640 TUCQUEGNIEUX

AZ
CRÉATIONS

Réalisé par l'agence AZ Créations - Tous droits réservés
Ne pas jeter sur la voie publique

www.azcreations.fr