

# Introduction

Bonjour et merci d'avoir téléchargé ce modèle de cahier des charges spécialement créé dans l'intention de vous aider à préparer votre projet de création de site Internet.

La rédaction d'un cahier des charges est une étape primordiale d'un projet de création de site Web.

Ce travail vous permettra de vous guider tout au long du projet, de ne rien oublier et de contrôler au mieux le budget du projet.

Le cahier des charges est un outil pour vous-même, mais aussi pour les prestataires avec qui vous allez travailler. Aussi bien dans la phase d'élaboration des devis, qu'en phase de création du site Internet.

Plus vous serez précis et plus vous détaillerez votre cahier des charges, plus vous allez clarifier votre projet, et vos prestataires pourront ainsi vous répondre de façon précise.

L'objectif n'est pas de rédiger un cahier des charges avec un nombre incalculable de pages ! Mais soyez le plus objectif et réaliste possible.

L'essentiel est d'avoir un "guide précis" afin de poser les bonnes questions au bon moment. L'ensemble des acteurs du projet doivent savoir où vous voulez aller.

Pour les projets les plus simples, vous pouvez rédiger le cahier des charges seul. Si vous avez une équipe, il est important de faire participer vos collaborateurs.

Le fait de discuter de votre projet avec les agences et les freelances vous permettra aussi de soulever des questions auxquelles vous n'auriez pas pensé.

Je suis Edouard de Laage, ancien chef d'entreprise, et développeur web freelance. Ces deux expertises me permettent de créer des sites Internet performants pour mes clients et de les accompagner dans leur présence digitale.

Les sites Internet ne sont qu'un outil de prospection, de communication et de marketing.

Ce modèle de cahier des charges a donc été créé sur la base de cette double expertise, et de mon retour d'expériences au quotidien avec mes clients.

Si vous avez des questions ou besoin d'aide, je reste bien évidemment à votre disposition pour vous accompagner.

J'ai peut-être oublié certaines choses, ou plutôt, il est difficile d'envisager toutes les situations. Je reste aussi à votre disposition pour toutes suggestions.

**Ce document est au format PDF, si vous le souhaitez, je pourrais vous l'envoyer en version Word ou Google Docs.**

Bon courage dans tous vos projets

Edouard de Laage.

# SOMMAIRE

<b>1) Présentation générale</b>	<b>4</b>
1.1) Présentation de votre entreprise	4
1.2) L'objectif du site Internet	8
1.3) Définition de la, ou des, cible(s) de votre site Internet	9
1.4) Caractéristique(s) des produits ou services présentés	10
1.5) Les objectifs quantitatifs	11
1.6) La zone géographique du site Internet	11
1.7) Description de l'existant	13
<b>2) Le design, l'ergonomie et le contenu du site Internet</b>	<b>16</b>
2.1) La charte graphique	16
2.2) Le contenu de votre site Internet	18
2.3) L'arborescence de votre site Internet	24
<b>3) Description fonctionnelle du site Internet</b>	<b>25</b>
3.1) Les fonctionnalités de votre site Internet	25
3.2) Hébergement, nom de domaine et adresse e-mail	27
3.3) Evolution future du site Internet	29
3.4) La maintenance de votre site Internet	31
<b>4) Le référencement, la promotion, l'analyse du trafic, et l'optimisation de votre site Internet</b>	<b>31</b>
4.1) Le référencement naturel de votre site Internet	31
4.2) La publicité Google, LinkedIn et Facebook	34
4.3) L'analyse du trafic de votre site Internet	35
4.4) Optimisation du site Internet en fonction des résultats	37
<b>5) Rôle de chacun, planning prévisionnel et méthodologie de suivi.</b>	<b>39</b>
5.1) Définitions des rôles de chacun dans le projet	39
5.2) Planning de création du site Internet	40
5.3) Méthodologie de suivi	40

# 1) Présentation générale

La présentation générale vous permettra de prendre du recul par rapport au projet, et de faire un bilan.

Pour les prestataires que vous allez interroger et qui vont travailler avec vous, cette présentation générale leur permettra d'avoir une vision globale du projet, de savoir qui vous êtes, et de répondre au mieux à vos besoins.

## 1.1) Présentation de votre entreprise

Date de création de votre entreprise :

Adresse de votre entreprise :

Nombre de salariés :

Chiffre d'affaires moyen sur les trois dernières années :

Vente à l'international ?

Si vente à l'international, liste des pays dans lesquels vous êtes présent :

---

---

---

---

---

Présentation de votre entreprise et de votre activité :

---

---

---

---

---



Quelle est votre cible (le type de client) ?

---

---

---

---

---

---

---

---

Qu'est-ce qui vous différencie de vos concurrents ?

---

---

---

---

---

Quels sont les points forts de votre entreprise ?

---

---

---

---

---

---

---





Précisez ici de façon détaillée le, ou les, objectif(s) du site Internet

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

### **1.3) Définition de la, ou des, cible(s) de votre site Internet**

La cible de votre site Internet peut être la même que votre activité physique ou complètement différente. En marketing, on parle de persona.

Âge, catégorie socio-professionnelle, masculin / féminin....

---

---

---

---

---

---

---

---





Si oui, quel est le nombre de langues ?

Lister ici, toutes les langues :

---

---

---

Comment envisagez-vous la traduction de votre contenu dans les différentes langues ?

---

---

---

Le site Internet doit-il être graphiquement adapté en fonction des langues ? (Si oui, détaillez)

---

---

---

---

---

---

---

---

## 1.7) Description de l'existant

Décrivez ici tout ce que vous avez, et qui pourra vous aider dans la création de votre site Internet.

ATTENTION, si vous aviez déjà un site Internet, il est PRIMORDIAL de le prendre en considération afin de ne pas perdre le référencement naturel déjà acquis (la position de vos pages dans les moteurs de recherche).

Existe-t-il une version précédente du site internet ?

---

Si oui, quelle est l'url :

---

Avez-vous déjà un, ou des, nom(s) de domaine(s) ?

---

Si oui, listez-les ici :

---

---

---

Avez-vous déjà un hébergement ?

---

Si oui, chez quel hébergeur ?

---





## 2) Le design, l'ergonomie et le contenu du site Internet

Le design, l'ergonomie et le contenu du site Internet vont traduire l'ADN de votre entreprise.

Ils sont l'image que vos visiteurs vont se faire de votre entreprise et de vos services.

Ils représentent un aspect important du budget de création d'un site Internet. Il est donc important que vous décriviez au mieux les éléments dont vous disposez déjà, et l'image que vous souhaitez dégager de votre site Internet.

### 2.1) La charte graphique

Avez-vous une charte graphique ?

- Oui
- Non

Si oui, joignez votre charte graphique en annexe du cahier des charges.

Avez-vous un logo (sous tous les formats et déclinaisons de couleurs) ?

- Oui
- Non

Si vous n'avez pas de logo, comment prévoyez-vous d'en faire un ?

---

---

---

Avez-vous, ou pensez-vous faire appel aux services d'un graphiste pour la maquette de votre site Internet ?

- Oui
- Non

Avez-vous des maquettes, comme par exemple des Wireframe (si oui, insérez-les en annexe)

- Oui
- Non

Si non, décrivez ici, les couleurs dominantes que vous souhaitez voir sur votre site Internet :

(Il est bon de savoir qu'il ne faut pas dépasser un maximum de 3 ou 4 couleurs)

---

---

---

Si vous utilisez déjà une police, quel est son nom ?

Si non, listez ici les polices que vous souhaitez utiliser pour votre site Internet :

---

---

---

---

---





Pour chaque rubrique, demandez-vous si vous avez déjà du contenu pour chacune d'elles.

(Si vous avez déjà du contenu, mettez-les en annexe du cahier des charges).

Nom de la rubrique (les catégories de votre site)	Avez-vous du contenu ? (Oui / Non)	Type de contenu (Texte, image, vidéo...)	Source du contenu (document commercial...)
Accueil			
Qui sommes-nous			
Nos produits			
....			



Avez-vous des images pour illustrer votre site Internet ?

- Oui
- Non

Si oui, de combien d'images disposez-vous ?

Si oui, vos images sont-elles de bonne qualité ?

- Oui
- Non

Si oui, vos images sont-elles optimisées pour le web ?

- Oui
- Non

Si oui, vos images sont-elles bien classées par thématiques ?

- Oui
- Non

Si non, comment comptez-vous créer et produire les images pour votre site Internet ?

- Je le fais moi-même
- Je prends des images sur des banques d'images libres de droit (Pixabay, Unsplash...)
- Je vais les acheter (par exemple sur Adobe Stock ou autres)
- Je dois faire appel à un photographe
- Mon agence va s'en occuper
- Mon prestataire s'en occupe

Avez-vous des vidéos pour dynamiser votre site Internet et créer de la proximité avec vos visiteurs ?

- Oui
- Non

Si oui, de combien de vidéos disposez-vous ?

Si oui, avez-vous une chaîne Youtube ?

Si oui, vos vidéos sont-elles de bonne qualité ?

- Oui
- Non

Si oui, vos vidéos sont-elles optimisées pour le web ?

- Oui
- Non

Si non, souhaitez-vous intégrer la vidéo sur votre site Internet ?

- Oui
- Non

Comment comptez-vous créer et produire les vidéos pour votre site Internet ?

- Je le fais moi-même
- Je dois faire appel à un prestataire spécialisé
- Mon agence va s'en occuper
- Mon prestataire s'en occupe

Décrivez ici votre stratégie de vidéo dans votre site Internet :  
(comment comptez-vous les produire, dans quels objectifs voulez-vous intégrer la vidéo....?)

---

---

---

---

---

---

---

---

## **2.3) L'arborescence de votre site Internet**

L'arborescence de votre site Internet est l'architecture de votre site et la façon dont vos visiteurs vont trouver le contenu dont ils ont besoin dans l'ensemble de votre site Internet.

Attention, d'une façon générale, le contenu le plus profond de votre site web ne doit pas être à plus de 3 clics de la page d'accueil.

Attention, l'architecture et la façon dont votre contenu est organisé, a une forte incidence sur votre référencement naturel. A ce stade, cela n'a pas trop d'importance. Mais il faudra bien l'affiner avec votre prestataire au moment de la création du site Internet.

Avez-vous l'arborescence de votre site Internet ?

Prenez 30 minutes à 1 heure pour dessiner à main libre l'arborescence qui pourrait vous convenir.

Votre prestataire vous aidera, par la suite, à l'affiner en fonction de son expertise.

## 3) Description fonctionnelle du site Internet

### 3.1) Les fonctionnalités de votre site Internet

Les fonctionnalités front-end de votre site Internet (ce que vos visiteurs vont voir) :

- Un formulaire de contact
- Être multilingue
- Doit-il y avoir un espace membre (espace privé) ?
- Doit-il y avoir un système d'achat en ligne ?
- Présence de bouton de partage sur les réseaux sociaux
- Système de commentaires
- Système d'Opt-in (pour capturer les adresse mails de vos visiteurs)
- Système de newsletter
- Autres

Cette liste n'est pas exhaustive et vous pouvez décrire ici les fonctionnalités dont vous aurez besoin.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Les fonctionnalités back-end de votre site Internet (les fonctionnalités dont vous avez besoin mais que vos visiteurs ne verront pas) :

- Gestion des utilisateurs
- Approuver les commentaires
- Créer des articles de blog
- Administrer des ventes
- Gestion du contenu dynamique
- Créer des produits téléchargeables
- Autres

Décrivez ici les autres fonctionnalités dont vous aurez besoin et qui ne sont pas présentées ci-dessus.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

### **3.2) Hébergement, nom de domaine et adresse e-mail**

L'hébergement va dépendre de la taille de votre site Internet et du nombre de visites que vous prévoyez d'avoir.

Hébergement :

Savez-vous, ou avez-vous, déjà un hébergeur pour votre site Internet ?

- Oui
- Non

Si oui, quel est le nom de votre hébergeur, ou chez qui souhaitez-vous héberger votre site Internet ?

---

---

Qui va gérer votre hébergement ?

- Vous-même
- Votre prestataire

Avez-vous déjà un nom de domaine ?

- Oui
- Non

Le nom de domaine de votre site Internet :

Avez-vous une idée du nom de domaine pour votre site Internet ?

- Oui
- Non

Prévoyez-vous de vous protéger contre le cybersquattage ?

(le cybersquattage est le fait de réserver un nom de domaine dans le but de vous nuire).

Par exemple, vous pourriez avoir le nom de domaine "monentreprise.com" et l'un de vos concurrents pourrait réserver "monentreprise.fr".

Vous devez donc prévoir de réserver les noms de domaine avec plusieurs extensions et les orthographes proches.

- Oui
- Non

Les adresses mail de votre site Internet.

De combien d'adresses mail aurez-vous besoin ?

---

Listez ici l'ensemble des adresses mail dont vous pourrez avoir besoin :

---

---

---

---

---

---

---

Qui vont gérer ces adresses mail ?

- Vous-même
- Quelqu'un de votre équipe
- Votre prestataire

### **3.3) Evolution future du site Internet**

Comment voyez-vous votre site Internet dans 1 an, 3 ans, 5 ans et plus ?

Décrivez ici, les évolutions futures de votre site Internet dans les années à venir.

Cela peut être en terme de nombre de visites, de son internationalisation (prévoir des langues supplémentaires), des fonctionnalités supplémentaires (dont vous



### **3.4) La maintenance de votre site Internet**

Pour donner au site Internet toutes les chances d'avoir une longue durée de vie, il faut le maintenir.

Qui va s'occuper de la maintenance de votre site Internet ?

- Vous-même ?
- Une personne en interne ?
- Votre prestataire ?

## **4) Le référencement, la promotion, l'analyse du trafic, et l'optimisation de votre site Internet**

Trop d'entreprises pensent à tous les aspects ci-dessus pour le budget de leur site Internet. Or, c'est une erreur. 92 % des pages du web n'ont pas de visites. Dans tout projet de création de site Internet, vous devez penser à sa promotion, pour générer un trafic qualifié sur le site Internet. Vous devez penser à l'analyse du trafic et à l'analyse du comportement de vos visiteurs sur le site Internet et donc, à l'optimisation de ce site Internet en fonction des ses résultats.

### **4.1) Le référencement naturel de votre site Internet**

Avez-vous des notions et des connaissances pour le suivi et l'optimisation de votre référencement naturel ?

- Oui
- Non

Si oui, décrivez ici les ressources dont vous pensez disposer pour effectuer ce travail :

---

---

---

---

---

---

---

---

Pensez-vous faire appel aux services d'un prestataire pour votre référencement naturel ?

- Oui
- Non

Avez-vous un besoin d'un suivi et d'une optimisation de votre référencement naturel au niveau :

- International
- National
- Local

Pensez-vous utiliser un logiciel de suivi du positionnement de votre site Internet dans les moteurs de recherche et d'analyse de vos concurrents ?

---



Savez-vous faire un audit technique de votre site Internet pour diagnostiquer d'éventuels freins au référencement naturel ?

- Oui
- Non

---

Vous pouvez noter ici toutes les remarques que vous jugez utiles concernant votre référencement naturel et qu'il serait bon de traiter plus tard.

---

---

---

---

---

---

## **4.2) La publicité Google, LinkedIn et facebook**

En attendant que le référencement naturel fasse son travail, et à des occasions ponctuelles dans l'année, il est nécessaire de mettre en place des campagnes publicitaires sur les moteurs de recherche et les réseaux sociaux ciblés.

Prévoyez-vous de mettre en place des campagnes publicitaires ?

- Oui
- Non

Si oui, savez-vous sur quelles plateformes vous souhaitez réaliser vos campagnes publicitaires ?

- Oui
- Non

Avez-vous les compétences pour gérer des campagnes publicitaires ?

- Oui
- Non

Pensez-vous avoir besoin d'aide dans la mise en place, la gestion, et le suivi de ces campagnes publicitaires ?

- Oui
- Non

Si oui, à qui pensez-vous confier vos campagnes publicitaires ?

- Une agence spécialisée
- Un spécialiste du référencement naturel
- A votre webmaster
- 

### **4.3) L'analyse du trafic de votre site Internet**

Mon prestataire doit impérativement connecter mon site internet à Google Analytics et Google Search Console !

Pensez-vous avoir les connaissances pour l'analyse du trafic et du comportement des visiteurs sur votre site Internet ?

- Oui
  - Non
- 
-

Savez-vous utiliser, lire et paramétrer Google Analytics ?

- Oui
  - Non
- 
- 

Si non, voulez-vous que votre prestataire paramètre votre Google Analytics en fonction de vos besoins ?

- Oui
  - Non
- 
- 

Savez-vous utiliser et interpréter les données de la Google Search Console ?  
(la Google Search Console est un outil méconnu de la plupart de mes clients, or, c'est un outil ABSOLUMENT indispensables pour les propriétaires de site Internet et les professionnels du web. Cet outil permet, notamment, de surveiller la bonne indexation des pages d'un site Internet)

- Oui
- Non

Pensez-vous être capable, ou avez-vous les compétences en interne, pour corriger le site Internet en fonction des données de la Google Search Console ?

- Oui
- Non

Si non, pensez-vous faire appel à un professionnel pour la gestion et l'analyse de la Google Search Console ainsi qu'à la correction du site Internet ?

- Oui
- Non

Prévoyez-vous un accompagnement ou une préention pour faire ce travail et obtenir périodiquement des rapports détaillés ?

- Oui
  - Non
- 
- 

Si oui, à qui souhaitez-vous confier ces tâches :

- En intern
  - Mon prestataire en référencement naturel
  - Mon agence
  - Mon freelance qui va faire mon site Internet
- 
- 

## **4.4) Optimisation du site Internet en fonction des résultats**

Toutes ces analyses sont importantes pour comprendre comment se positionne votre site Internet sur les moteurs de recherche et comment se comportent vos visiteurs sur votre site Internet.



## 5) Rôle de chacun, planning prévisionnel et méthodologie de suivi.

### 5.1) Définitions des rôles de chacun dans le projet

Il est important de bien définir qui fait quoi.

- De quoi vous occupez-vous personnellement ?
- Que confiez-vous à votre prestataire ?

Il est tout à fait possible que vous ayez des compétences dans certains domaines du projet et que souhaitez vous en occuper vous-même pour différentes raisons. Par ailleurs, peut-être travaillez-vous déjà depuis longtemps avec un graphiste à qui vous faites confiance pour créer et designer les maquettes du site web ? Dans d'autres cas, vous voudrez peut-être que ce soit le prestataire qui s'en occupe, ou un spécialiste, qu'il vous faudra alors trouver.

Le fait de préciser dans ce document qui fait quoi, permettra aux différents prestataires de savoir qui fait quoi, de se concentrer sur sa partie, et de vous proposer un budget précis.

Voici un exemple :

Joignez votre tableau en annexe de votre cahier des charges

Action	Qui	A faire
Logo du site	Un graphiste	Trouver un graphiste
Graphisme du site Internet	le webmaster	
Création du contenu	En interne	A créer
Respect des délais	Moi-même	


## 5.2) Planning de création du site Internet

Définissez un planning prévisionnel de réalisation du site Internet.

Précisez clairement une deadline pour la mise en production du site Internet.

Quelles sont les grandes étapes de développement du site Internet, et à quelles dates doivent-elles être livrées ?

Vous pouvez faire cela à l'aide d'un simple tableau excel que vous glisserez en annexe de votre cahier des charges.

Il y a souvent des dépassements de délais, mais le fait d'établir un planning de développement permettra de les limiter et de savoir où vous en êtes.

## 5.3) Méthodologie de suivi

Généralement, votre prestataire sera à votre côté et vous précisera la façon de travailler.

Mais si vous avez des souhaits particuliers, il est bon de les préciser.

---

---

---

---

# Conclusion

Nous arrivons à la fin de ce modèle de cahier des charges.

J'espère sincèrement n'avoir rien oublié et que ce document vous sera utile. Comme je l'ai dit en introduction, ce n'est qu'un modèle, et il est difficile de prévoir tous les cas de figures.

Il est donc primordial de discuter avec différents prestataires pour bien comprendre tous les tenants et aboutissants d'un tel projet.

Ce modèle vous permettra d'avoir une bonne base de travail pour discuter avec eux.

Je suis l'un d'eux, et je reste bien évidemment à votre disposition pour vous aider et vous accompagner dans votre projet.

Très bon courage dans tous vos projets.

Edouard

Par Edouard de Laage

Webmaster, référenceur SEO et coach digital freelance

Tel : 06 07 73 62 26

Email : [contact@edouarddeLaage.com](mailto:contact@edouarddeLaage.com)

Site Internet : [edouarddeLaage.com](http://edouarddeLaage.com)