Cahier des charges de votre site internet

Modèle gratuit proposé par Lyode, développeur WordPress à Lyon · lyode.fr

Comment l'utiliser. Répondez avec vos mots, comme vous le diriez à un client au téléphone. Remplissez ce que vous pouvez et laissez vide ce que vous ne savez pas encore : les questions du brief compléteront le reste. Pour un site vitrine, deux ou trois pages remplies suffisent.

Vous refaites un site existant ? Remplissez aussi la dernière partie, « Variante refonte ».

Projet	
Entreprise ou association	
Votre nom et votre fonction	
Date	

1. Votre activité

Trois ou quatre phrases suffisent. C'est ce que la page d'accueil devra dire en premier.

- Que faites-vous, pour qui, où et depuis quand ?
- Qu'est-ce qui vous distingue de vos concurrents ?

2. L'objectif du site

Une phrase, un verbe. Puis comment vous saurez que le site marche.

- Obtenir des demandes de devis, vendre en ligne, prendre des réservations, recruter, rassurer… ?
- Quel résultat attendez-vous ? Par exemple un nombre de demandes par mois.

3. Vos visiteurs

Qui cherche votre site et ce qu'il veut trouver en arrivant.

- Particuliers, entreprises, partenaires, futurs salariés ?
- Plutôt sur téléphone ou sur ordinateur ?
- Quelles questions vos clients vous posent-ils au téléphone ?

4. Les pages

Une liste approximative suffit, avec les pages placées sous d'autres si vous le savez. Indiquez quelles pages se ressemblent : le prix dépend surtout du nombre de pages types.

Page	Ce qu'elle doit contenir	Se construit comme…
Accueil		
Contact		

Les services et les villes à mettre en avant : ils donneront les titres des pages et les bases du référencement.

5. Les fonctionnalités

Nommez chaque fonctionnalité. Ce qui n'est pas écrit n'est pas chiffré. Cochez la colonne qui convient.

Fonctionnalité	Indispensable au lancement	Peut attendre
Formulaire de contact	☐	☐
Formulaire de devis (avec photos ou plans joints ?)	☐	☐
Prise de rendez-vous en ligne	☐	☐
Paiement en ligne	☐	☐
Espace client	☐	☐
Plusieurs langues (lesquelles ?)	☐	☐
Blog ou actualités	☐	☐
Inscription à une lettre d'information	☐	☐
Lien avec un outil existant (nom exact :)	☐	☐

Autre :	☐	☐

6. Les contenus

Pour chaque contenu, qui le fournit et pour quand. C'est ce qui tient le calendrier.

Contenu	Fourni par (vous ou le prestataire)	Pour quand
Textes		
Photos		
Logo (fichier vectoriel ?)		
Réalisations ou références		
Vidéos		
Mentions légales et politique de confidentialité		

7. Le style graphique

Deux ou trois sites que vous aimez, en précisant ce qui vous plaît. Ceux que vous n'aimez pas sont aussi utiles. « Moderne et épuré » ne suffit pas.

- Avez-vous un logo, une charte graphique, des couleurs imposées ?

Adresse du site	Ce qui me plaît ou me déplaît

8. L'existant : domaine, hébergement, e-mails

La rubrique qui évite les pires surprises le jour de la mise en ligne.

Question	Votre réponse
Nom de domaine : chez qui, à quel nom, qui a les codes ?	
E-mails professionnels : où sont-ils hébergés ?	
Site actuel : adresse et hébergeur (s'il existe)	
Réseaux sociaux et fiche Google	

9. Le budget et la date

Une fourchette suffit. Elle permet de vous dire ce qui tient dedans et ce qui peut attendre une deuxième phase.

Question	Votre réponse
Budget (fourchette, HT)	
Date souhaitée de mise en ligne	
Date impérative ? Pourquoi (salon, ouverture, saison) ?	

10. Après la mise en ligne

Le dire dès le départ évite les frais que personne n'avait prévus.

Question	Votre réponse
Qui modifiera le site, et à quel rythme ?	
Souhaitez-vous une formation ?	
Hébergement : chez vous ou chez le prestataire ?	
Maintenance : à prévoir ou non ?	

Variante refonte

À remplir en plus des dix rubriques si votre site existe déjà. Ces informations protègent ce que votre site a déjà gagné, à commencer par son référencement.

A. Ce qui marche et ce qui ne marche plus

- Sur quel outil tourne le site actuel : WordPress, Wix, Squarespace, un autre ?
- Quelles pages vous amènent des clients ?
- Lesquelles personne ne lit ?
- Qu'est-ce qui vous agace dans l'administration du site ?

B. Les pages actuelles

Chaque ancienne adresse devra être redirigée vers la nouvelle (redirection 301). Joignez la liste des adresses ou donnez un accès à la Search Console.

C. Les accès

Accès	Disponible	À demander à
Administration du site	☐	
Hébergeur	☐	
Nom de domaine	☐	
Search Console	☐	
Outil de statistiques	☐	
Fiche Google	☐	

D. Les contenus

Page ou contenu	À garder	À réécrire	À supprimer

E. Les fonctionnalités en place à conserver

Y compris celles qu'on oublie : un formulaire relié à un logiciel, un catalogue à télécharger, un espace réservé.

Et ensuite ? Envoyez ce document, complet ou non, depuis la page lyode.fr/contact/. Je reviens vers vous avec mes questions puis un devis gratuit, détaillé poste par poste, sous 48 h après notre premier échange.