



**Vous voulez faire réaliser votre site internet par une agence web ?
21 points à passer en revue pour rédiger votre cahier des charges**

Présenté sous forme de questionnaire, ce document vous aide à :

Préciser votre objectif afin de définir le type de site internet dont vous aurez besoin

Lister les principaux points que vous devrez aborder avec votre prestataire web

Vous guider étape par étape dans la rédaction d'un cahier des charges complet afin que votre prestataire web réponde précisément à votre besoin

Renforcer la qualité de vos relations avec votre prestataire lors de l'élaboration de votre site

Créer un site internet comprend plusieurs étapes qui peuvent être réalisées par une agence Web.

• **La création du site Internet**

Cette étape correspond à la création graphique du site. Mais, Déjà, vous devrez préciser un certain nombre de points à votre prestataire : Définition du type de site dont vous avez besoin et de sa structure. Définition de son contenu... Ces précisions sont importantes car elles détermineront la solution technique que votre prestataire vous proposera. Par exemple : si vous souhaitez faire du commerce en ligne, votre prestataire vous proposera un support technique plus élaboré que si vous souhaitez simplement présenter votre entreprise.

• **La réservation et la gestion d'un nom de domaine**

Votre site existe parce qu'il possède une adresse qui lui permet d'être retrouvé sur le web. Cette adresse, ou nom de domaine, doit faire l'objet d'une réservation qui devra être renouvelée. Là encore, cette prestation peut être réalisée par votre agence web.

• **L'hébergement et le référencement du site**

Les fichiers informatiques qui constituent votre site web sont, en général, stockés sur un serveur web spécialisé. Là encore, votre agence web vous conseillera la meilleure solution d'hébergement pour votre site.

PARTIE I du cahier des charges

Cette première partie de votre cahier des charges permettra à votre prestataire de mieux connaître votre entreprise et, ainsi, mieux comprendre votre besoin.

1 Vos coordonnées

Nom de l'entreprise.....
.....
adresse.....
.....
tél.
fax
courriel.....
SIRET :.....
Personne à contacter dans l'entreprise
.....

Conseil

En plus de vos coordonnées postales, n'hésitez pas, si nécessaire, à fournir vos coordonnées de géolocalisation. Si plusieurs adresses mail vous semblent nécessaires, indiquez-les toutes.

2 Activités de l'entreprise

Décrivez, en quelques mots, les activités principales de votre entreprise ainsi que les produits et/ou services vendus.
.....
.....
.....
.....
.....

Conseil

Soyez précis dans votre présentation. Par exemple, dans l'hôtellerie, n'oubliez pas de préciser le nombre de chambres de votre établissement, votre catégorie, vos labels et certifications...

3 Outils de communication existants

Possédez-vous ?
 une plaquette de présentation de votre entreprise
 un catalogue de vos produits
 un ou plusieurs autres documents de promotion
.....
.....

Conseil

Ces documents peuvent être joints au cahier des charges. Ils permettent à votre prestataire de retirer beaucoup d'informations utiles pour vous proposer une solution internet efficace.

PARTIE 2 du cahier des charges

Cette partie de votre cahier des charges aborde l'objectif de votre site :

- Un site pour quoi faire ?
- Un site pour qui ?

4 Objectifs de votre site

(il peut y avoir plusieurs objectifs)

- Faire connaître votre entreprise
- Vendre vos produits sur internet
- Fournir des conseils, des informations sur vos produits
- vendre vos produits/services sur Internet
- autre :

5 Cible de votre site

(les personnes que vous voulez atteindre)

- Particuliers
- Entreprises
- Un public précis (ex. retraités, enfants, femmes...), précisez

Le type de site envisagé

6

- Site de présentation : *site vitrine pour présenter l'entreprise, partager votre passion, montrer votre différence*
- Site de présentation des produits et services : *site catalogue*
- Site de vente en ligne

7 Le plan de votre site

(structure de votre site ou arborescence)

- Moins de 10 pages (ou onglets)
- De 10 à 20 pages
- Plus de 20 pages
- Vous ne savez pas et demandez à votre prestataire de vous proposer un modèle d'arborescence

8 Le contenu de votre site

(textes et images)

Qui écrira les textes ?

- un prestataire extérieur
- vous-même
- vous fournissez les textes mais un travail de réécriture est demandé au prestataire

Souhaitez-vous mettre des vidéos sur votre site ?

- Oui
- Non

Qui doit fournir les documents, images, photos et vidéos liés aux textes ?

- un prestataire extérieur
- vous-même

Si vous fournissez les images et les photos, sous quelles formes les remettrez-vous ?

- fichiers numériques (types JPEG, Gif, PDF...)
- supports physiques (tirages papier...)

Conseil

Attention si vous souhaitez vendre sur internet. Au delà du site, vous devrez réfléchir aux moyens logistiques à mettre en place dans votre entreprise pour répondre aux demandes et expédier vos produits. Certains produits (frais ou fragiles) imposent des restrictions d'envoi.

Conseil

Votre cible est-elle plutôt locale, nationale ou internationale ? Si votre cible concerne les entreprises, pensez à l'éventualité d'un espace professionnel sur votre site. Par exemple en hôtellerie, vous pourriez préciser dans cet espace le matériel que vous pouvez mettre à disposition, les locations de salles, des plannings de réservation, des tarifs dédiés...

Conseil

Si vous envisagez d'afficher les tarifs de vos prestations ou produits, pensez à être précis et n'oubliez pas qu'ils doivent pouvoir être mis à jour facilement. Par exemple en hôtellerie : les prix des chambres doit être complet (prix par catégorie, par période...)

Conseil

Vous pouvez utiliser des feuilles de papier pour visualiser l'ensemble du site tel que vous l'imaginez. A partir de cet exercice, faites un schéma, de type organigramme que vous pourrez joindre à votre cahier des charges.

Attention : lors de l'élaboration de votre arborescence, ne multipliez pas les niveaux. On doit pouvoir trouver l'information recherchée en 3 clics maximum.

Votre prestataire peut vous conseiller sur l'organisation des informations.

Conseil

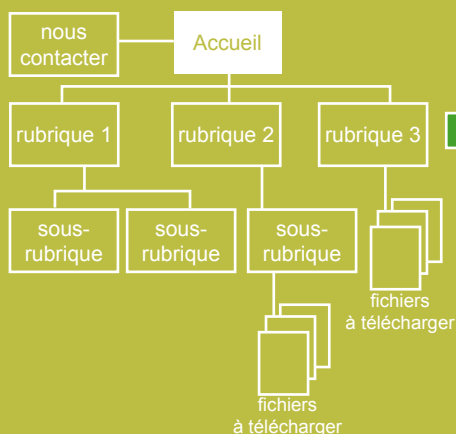
Que vous fournissiez les illustrations à votre prestataire ou que celui-ci s'en occupe, vous devez respecter la législation concernant l'utilisation et l'exploitation des images et des illustrations, notamment concernant la propriété intellectuelle. Dans ce domaine, votre prestataire saura vous conseiller.

Définition

Arborescence

Il s'agit du plan du site, de son architecture, généralement sous forme d'arbre ou d'organigramme.

Exemple :



PARTIE 3 du cahier des charges

Dans la troisième partie du cahier des charges, vous abordez la description de la prestation attendue de la part de votre prestataire.

Définition

Éléments de navigation

Les éléments de navigation sont des outils permettant au visiteur de savoir où il se situe dans le site, de revenir d'où il vient et de se déplacer dans les rubriques. quelques exemples :

Le fil d'ariane. Constitué d'une suite de liens hiérarchisée, le fil d'Ariane représente le chemin de navigation et permet à l'utilisateur de se repérer dans le site et de remonter facilement aux rubriques principales. archie.

Les onglets. Ils permettent de distinguer des rubriques dans un site web et de passer facilement de l'une à l'autre.

Plan du site, il permet aux internautes d'appréhender le site dans sa globalité en un seul coup d'oeil.

Définition

Newsletter

La newsletter est un e-mail envoyé périodiquement et gratuitement (il suffit de fournir une adresse e-mail lors de l'inscription) à des prospects ou clients abonnés. La newsletter informe l'internaute sur l'actualité, sur les nouveautés ou sur un sujet particulier et renvoie sur le site internet.

La newsletter est souvent rédigée sous forme de brèves. De nombreux sites proposent cet outil afin de fidéliser les internautes.

Définition

Paiement sécurisé

Interface entre un site et un établissement bancaire. La mise en place d'un paiement sécurisé nécessite l'adhésion à un contrat entre votre entreprise et un établissement bancaire. Ce service est facturé par la banque à l'année. Ces frais sont à votre charge.

9 L'aspect visuel de votre site

(son style, graphisme...)

Possédez-vous un logo ?

- oui non

Possédez-vous une charte graphique ?

- oui non

Indiquez les adjectifs qui pourraient qualifier «l'ambiance» que vous souhaitez obtenir pour votre site (ex. chaleureux, luxueux, frais, dynamique, sérieux, technique...)

.....

10 La mise en page de votre site et son système de navigation

(création de la maquette du site)

réalisé par un prestataire extérieur
vous-même

11 Intégration des contenus

Si vous fournissez les textes et les images de votre site, qui s'occupera de les intégrer dans le site ?

- un prestataire extérieur
 vous-même

12 Besoins spécifiques

Souhaitez-vous pouvoir constituer un fichier de prospects à partir de votre site ?

- oui non

Souhaitez-vous pouvoir envoyer des e-mailings ou une newsletter à partir de votre site ?

- oui non

Souhaitez-vous que votre site soit traduit en plusieurs langues ?

- oui non

Si oui à la question précédente, qui traduira les textes ?

- un prestataire extérieur
 vous-même

Souhaitez-vous proposer un système de paiement en ligne ?

- oui non

Conseil

L'aspect de votre site véhicule votre image et définit votre identité. Vous pouvez naviguer sur d'autres sites pour vous donner des idées. N'hésitez pas à citer les exemples qui vous plaisent au prestataire afin qu'il comprenne plus facilement vos attentes.

Si vous possédez une charte graphique, pensez à la faire appliquer à votre site. N'oubliez pas les logos de vos partenaires (ex en hôtellerie : les labels comme Gîtes de France

Conseil

Certaines caractéristiques se retrouvent souvent sur les sites :

- Logo de l'entreprise en haut à gauche. Un clic sur ce logo permet de retourner directement à la page d'accueil du site
- Lien vers la page d'accueil présent sur chaque page du site...

Lorsque votre prestataire vous présentera une proposition graphique pour votre site, faites-vous bien expliquer le système de navigation retenu.

Conseil

Si vous souhaitez utiliser votre site pour contacter vos clients et identifier des prospects, certains outils doivent être mis en place dès la conception de votre site (ou ajoutés ultérieurement). Là encore, parlez-en avec votre prestataire.

N'oubliez pas votre déclaration à la CNIL

PARTIE 4 du cahier des charges

Une fois votre site créé, celui-ci doit être stocké sur un serveur et doit être accessible aux internautes. Cette partie traite donc de l'hébergement et du référencement de votre site.

Définition

Nom de domaine

C'est une «adresse» qui permet de trouver un site internet. Il est formé de la racine (ex. voila), et d'une extension séparée par un point (ex. .fr) racine + extension = nom de domaine (ex : voila.fr).

Une adresse Internet (www.voila.fr) est le nom de domaine, généralement précédé par trois W

Définition

Hébergement

Une fois conçu, votre site internet doit être «stocké» sur un serveur web, afin d'être accessible aux internautes. On dit qu'il doit être «hébergé». La principale activité de l'hébergeur internet consiste à installer des sites sur ses serveurs et à en assurer l'accès permanent, en les sécurisant, les tenant à jour, les réparant en cas de panne...

Définition

Référencement

Le référencement désigne le fait d'inscrire un site dans les moteurs de recherche et les annuaires pour que les internautes puissent y avoir accès.

Plus largement, le référencement recouvre aussi les techniques visant à optimiser la visibilité d'un site dans ces différents outils de recherche.

Définition

mots clés

Les mots clés, ou keywords en anglais, sont des mots ou groupe de mots qui caractérisent le contenu d'un document. Dans l'univers du référencement, les mots clés sont les termes définissant au mieux un site. Avec votre prestataire, vous devrez définir une liste de ces mots-clés susceptibles d'être utilisés par les internautes.

13 Le nom de domaine de votre site

Disposez-vous déjà d'un nom de domaine pour votre site ?

- oui
 non

Qui se chargera de l'enregistrement de votre nom de domaine ?

- un prestataire extérieur
 vous-même

14 L'hébergement de votre site

Qui se chargera de l'hébergement de votre site ?

- un prestataire extérieur
 vous-même

15 Le référencement de votre site

Qui va se charger de faire référencer votre site sur les principaux moteurs de recherche, ainsi que sur les annuaires ?

- un prestataire extérieur
 vous-même

Quels mots-clés vous semblent pertinents pour identifier votre site ?

.....
.....
.....
.....
.....

Connaissez-vous des entreprises, des commerces ou des organismes disposant d'un site internet, qui accepteraient de créer un lien entre votre site et le leur ? Si oui, listez-les

.....
.....
.....
.....
.....

Votre site accueillera-t-il des sites amis ou partenaires ?

- Oui
 Non

Conseil

Bien que le choix du nom de domaine soit libre, il ne peut être acheté à vie, mais seulement loué auprès d'un «registrar» pendant une période variant de 6 mois à 10 ans ou directement auprès du registre. Votre prestataire peut se charger de ce dépôt.

Plus d'informations sur www.nom-domaine.fr

Conseil

Le référencement peut être payant : à voir avec votre prestataire et à quelle fréquence sera-t-il réactivé ?

Conseil

Lorsque vous constituez votre liste de mots clés, n'oubliez pas les mots en langues étrangères si vous avez un site bilingue. Votre prestataire peut vous conseiller. Il est possible de faire des campagnes de promotion de votre site à l'aide de mots clés achetés spécialement.

Conseil

Les sites communautaires sont appréciés des internautes, notamment ceux qui fréquentent les hôtels et les restaurants. Pour les CHR, vous pouvez créer un lien entre votre site et ceux des offices du tourisme de votre région

PARTIE 5 du cahier des charges

Après sa mise en ligne, votre site devra être mis à jour.
Afin de maîtriser votre budget annuel de gestion de votre site, pensez à préciser ce point avec votre prestataire.

Définition

Mesure d'audience sur Internet

Les mesures d'audience et de fréquentation sur Internet permettent de quantifier l'audience et la fréquentation d'un site en fonction d'indicateurs tels que le nombre de visiteurs uniques, les pages vues, les visites, la durée moyenne des visites etc.

Exemples d'indicateurs :

Page Vue : la page vue est la quantité unitaire d'information, il s'agit d'une page (d'un écran) affiché sur un navigateur.

Visite : La visite est une succession de pages vue consultées à partir d'un même ordinateur dans un laps de temps défini.

Temps moyen par visite : c'est la moyenne des temps des visites mesurées sur un site. Cette moyenne ne prend en compte que les visites d'au moins deux pages vues.

16 Les mises à jour des informations sur votre site

Qui se chargera des mises à jour de votre site Internet ?

- un prestataire extérieur
- vous-même

Si vous prévoyez de réaliser les mises à jour vous-même, quelle proposition votre prestataire vous fait-il ?

- achat d'un logiciel ou développement d'une solution spécifique
- formation à l'outil de mise à jour
- autre solution

A quelle fréquence les mises à jour devront-elles être réalisées sur votre site Internet ?

- Mises à jour quotidiennes
- Mises à jour périodiques (hebdomadaires, mensuelles, semestrielles)
- Mises à jour ponctuelles (annuelles ou lors d'un événement particulier)

17 Statistiques de consultation de votre site

Des statistiques de fréquentation de votre site vous seront-elles fournies ?

- oui
- non

Quels seront ces indicateurs ?

.....
.....
.....
.....

Assistance

Votre prestataire vous propose-t-il une solution en cas d'un dysfonctionnement technique ?

- oui
- non

PARTIE 6 du cahier des charges

Une fois votre site créé, celui-ci doit être stocké sur un serveur et doit être accessible aux internautes. Cette partie traite donc de l'hébergement et du référencement de votre site.

Définition

Mentions légales

Les mentions légales obligatoires à faire figurer sur un site internet sont spécifiées dans la LCEN (Loi pour la Confiance dans l'Economie Numérique) de juin 2004. Cette loi vise à protéger les internautes et leur permet d'identifier et d'entrer en contact avec les auteurs de tout site internet. L'éditeur d'un site web peut être tenu responsable de tout ce qui est accessible sur son site, y compris les commentaires laissés par les internautes, qu'il a l'obligation de contrôler et de «modérer».

18 Propriété

Qui sera propriétaire du site ?

Qui sera propriétaire des codes html ?

19 Mentions légales

- Numéro certifiant votre inscription à la CNIL
- Nom du responsable éditorial
- Nom et coordonnées de l'hébergeur
- Nom du webmaster
- Note sur la propriété intellectuelle...

20 Date de mise en ligne

A quelle date votre site sera-t-il mis en ligne ?

21 Que comprend le prix du site sur votre devis ?

- Conception + graphisme + rédaction des textes
- Hébergement
- Référencement + mise à jour
- L'ensemble de ces prestations
- Autre

Conseil

Lors de votre consultation d'un prestataire, un certain nombre de points concernant la propriété intellectuelle, le copyright et les droits d'usage du site seront à préciser.

Conseil

La date de mise en ligne est à déterminer dans le contrat avec le prestataire

Demandez à signer un bon de livraison attestant de la fin du travail conformément au cahier des charges.

Le cahier des charges peut faire office de contrat. Dans ce cas, il doit être signé et évoluer, si besoin, au cours de la réalisation. Toute évolution devra être validée.

Conseil

La création d'un site Internet comprend un certain nombre d'étapes. Au final, sur votre devis, que comprend le prix du site ?

Il est souhaitable de dissocier le prix de la conception du site du prix du nom de domaine et de l'hébergement.

Enfin, évaluez bien le coût mensuel de votre site (hébergement, prestations de mises à jour, abonnements et ou inscription sur des annuaires payants etc.)

Arborescence (cf partie 2)

Il s'agit du plan du site, de son architecture, généralement sous forme d'arbre ou d'organigramme.

Éléments de navigation (cf partie 3)

Les éléments de navigation sont des outils permettant au visiteur de savoir où il se situe dans le site, de revenir d'où il vient et de se déplacer dans les rubriques. quelques exemples :

Le fil d'ariane. Constitué d'une suite de liens hiérarchisée, le fil d'Ariane représente le chemin de navigation et permet à l'utilisateur de se repérer dans le site et de remonter facilement aux rubriques principales. archie.

Les onglets. Ils permettent de distinguer des rubriques dans un site web et de passer facilement de l'une à l'autre.

Plan du site, il permet aux internautes d'appréhender le site dans sa globalité en un seul coup d'oeil.

Hébergement (cf partie 4)

Une fois conçu, votre site internet doit être «stocké» sur un serveur web, afin d'être accessible aux internautes. On dit qu'il doit être «hébergé». La principale activité de l'hébergeur internet consiste à installer des sites sur ses serveurs et à en assurer l'accès permanent, en les sécurisant, les tenant à jour, les réparant en cas de panne...

Mentions légales (cf partie 6)

Les mentions légales obligatoires à faire figurer sur un site internet sont spécifiées dans la LCEN (Loi pour la Confiance dans l'Economie Numérique) de juin 2004. Cette loi vise à protéger les internautes et leur

permet d'identifier et d'entrer en contact avec les auteurs de tout site internet.

L'éditeur d'un site web peut être tenu responsable de tout ce qui est accessible sur son site, y compris les commentaires laissés par les internautes, qu'il a l'obligation de contrôler et de «modérer».

Mesure d'audience sur Internet (cf partie 5)

Les mesures d'audience et de fréquentation sur Internet permettent de quantifier l'audience et la fréquentation d'un site en fonction d'indicateurs tels que le nombre de visiteurs uniques, les pages vues, les visites, la durée moyenne des visites etc.

Exemples d'indicateurs :

Page Vue : la page vue est la quantité unitaire d'information, il s'agit d'une page (d'un écran) affiché sur un navigateur.

Visite : La visite est une succession de pages vue consultées à partir d'un même ordinateur dans un laps de temps défini.

Temps moyen par visite : c'est la moyenne des temps des visites mesurées sur un site. Cette moyenne ne prend en compte que les visites d'au moins deux pages vues.

Mots clés (cf partie 4)

Les mots clés, ou keywords en anglais, sont des mots ou groupe de mots qui caractérisent le contenu d'un document. Dans l'univers du référencement, les mots clés sont les termes définissant au mieux un site. Avec votre prestataire, vous devrez définir une liste de ces mots-clés susceptibles d'être utilisés par les internautes.

Newsletter (cf partie 3)

La newsletter est un e-mail envoyé périodiquement et gratuitement (il suffit de fournir une adresse e-mail lors de l'inscription) à des prospects ou clients abonnés. La newsletter informe l'internaute sur l'actualité, sur les nouveautés ou sur un sujet particulier et renvoie sur le site internet.

La newsletter est souvent rédigée sous forme de brèves. De nombreux sites proposent cet outil afin de fidéliser les internautes.

Nom de domaine (cf partie 4)

C'est une «adresse» qui permet de trouver un site internet. Il est formé de la racine (ex. voila), et d'une extension séparée par un point (ex. .fr) racine + extension = nom de domaine (ex : voila.fr).

Une adresse Internet (www.voila.fr) est le nom de domaine, généralement précédé par trois W

Paiement sécurisé (cf partie 3)

Interface entre un site et un établissement bancaire. La mise en place d'un paiement sécurisé nécessite l'adhésion à un contrat entre votre entreprise et un établissement bancaire. Ce service est facturé par la banque à l'année. Ces frais sont à votre charge.

Référencement (cf partie 4)

Le référencement désigne le fait d'inscrire un site dans les moteurs de recherche et les annuaires pour que les internautes puissent y avoir accès. Plus largement, le référencement recouvre aussi les techniques visant à optimiser la visibilité d'un site dans ces différents outils de recherche.



Chambre de Commerce et d'Industrie de Rochefort et de Saintonge

DES HOMMES D'ENTREPRISE



CCI
La Rochelle

Chambre de commerce et d'industrie de Rochefort et de Saintonge

Corderie Royale - BP 20129
17306 Rochefort Cedex
Tél. 05 46 84 11 84
Fax 05 46 99 13 28
ccirs@rochefort.cci.fr
www.rochefort.cci.fr

Chambre de commerce et d'industrie de La Rochelle

21 chemin du Prieuré
17000 La Rochelle
Tél. 05 46 00 54 00
Fax 05 46 00 54 02
xxxx@larochelle.cci.fr
www.larochelle.cci.fr