

Exemple de cahier des charges d'un site internet



Comment utiliser ce document ?

Ce document peut vous servir de point de départ pour **rédiger un cahier des charges efficace pour la refonte d'un site web simple comme pour le développement d'un système complexe** (plateforme collaborative, système de mise en relation, application métier ...). Selon le besoin il peut être adapté pour faire :

- un brief court et concis dans l'objectif de recueillir de devis
- un cahier des charge global métier interne à votre entreprise
- un cahier des charges fonctionnel
- un cahier des charges techniques

Ce cahier des charges sera le point de départ de votre projet. Nos consultants AMOA peuvent vous accompagner dans la refonte de votre outil, n'hésitez pas à nous [contacter](#) pour discuter de votre projet.

Cet exemple de cahier des charges de site web est sous [licence Creative Commons](#). Vous pouvez l'utiliser, le reproduire et le diffuser librement pour toute utilisation non commerciale en citant la source [qodop.com - Agence web à Paris](#) (voir la rubrique [Licence](#))

Vous pouvez également vous servir de [notre dictionnaire en ligne du développement web](#).

Table des matières

Comment utiliser ce document ?	1
Table des matières	2
Votre entreprise en quelques mots	3
Votre structure	3
Votre métier et votre expertise	3
L'équipe projet	3
Présentation de l'existant	3
L'outil existant	3
Ses fonctionnalités	4
Les autres systèmes qui interagissent avec votre outil	4
Votre audience	4
La problématique	4
Périmètre du projet	5
Objectifs métier	5
Description des livrables	5
Prestations attendues	5
Fonctionnalités attendues	6
Planning	7
Autres contraintes	7
Données et documents à la disposition des prestataires	8
Listez les éléments à la disposition des prestataires pour répondre à l'appel d'offre	8
Listez les éléments à la disposition des prestataires pour réaliser le projet :	8
Licence Creative Commons	8

Versions

Objectif : le cahier des charges, qu'il soit fonctionnel ou technique, va évoluer tout au long du projet. Cette partie permet de différencier les versions du documents. Cette méthode traditionnelle de versionning n'est plus utile si vous utilisez un système de partage de document en ligne comme Google Document qui permet de versionner et commenter le document.

Version	Date	Auteur	Modifications

Votre entreprise en quelques mots

Objectif : expliquer succinctement votre savoir-faire, le prestataire comprendra mieux votre problématique et fera une proposition plus pertinente.

1. Votre structure

Entreprise, association, syndicat, ONG décrivez en quelques mots sa localisation, quelques chiffres clés (date de création, nombre de salariés, chiffre d'affaire) et son secteur d'activité.

2. Votre métier et votre expertise

Votre prestataire doit comprendre la valeur ajoutée que vous apportez, ce qui vous distingue de vos concurrents.

3. L'équipe projet

La taille et les profils de l'équipe projet permettront aux prestataires d'évaluer le poids des différents postes (gestion de projet, design, développement, administration système...)

Vous pouvez aussi mentionner ici qui répondra aux questions des prestataires et donner son contact.

Présentation de l'existant

Objectif(s) : dans le cas d'une refonte vous devez décrire l'existant pour que les prestataires évaluent ce qu'il faut reprendre et ce qu'il faut développer. De manière générale, vous devez décrire rapidement votre système d'information qui interagit avec l'outil que vous voulez développer.

1. L'outil existant

Décrivez simplement l'outil :

- ses principales fonctionnalités.
- les technologies utilisées.
- son hébergement.

2. Ses fonctionnalités

Vous n'avez pas besoin de décrire les fonctionnalités visibles de votre outil. Par exemple dans le cas de la refonte d'un site web vous pouvez simplement faire référence à l'url, **par contre il est impératif de décrire les fonctionnalités non visibles par les prestataires** avec des copies d'écran.

- url publique du site et éventuellement un sitemap
- description des espaces privés, outil métier ou intranet : fonctionnalités par fonctionnalité et écran par écran.

3. Les autres systèmes qui interagissent avec votre outil

Votre outil s'inscrit dans un environnement digital plus ou moins complexe. Pensez à décrire les interactions de votre outil avec l'extérieur (au sein de votre réseau ou ailleurs via des API).

Quelques systèmes qui peuvent interagir avec votre outil :

- CRM (Salesforce...)
- ERP (SAP, Odoo...)
- Mailer externe (Mailchimp, SendinBlue...)
- API internes (web services au sein de votre réseau d'entreprise)
- API externes (web services d'autres systèmes d'informations, Google Maps par exemple)
- Imbrication des réseaux sociaux

4. Votre audience

Décrivez les profils types de votre audience, leurs objectifs et leurs problématiques. Vous pouvez décrire votre audience et les objectifs par profil utilisateur : rassembler les données issues des ateliers que vous aurez faits avec votre équipe.

Pour une phase de prise de besoin poussée dans votre entreprise, vous pouvez faire appel à **nos consultants AMOA**.

5. La problématique

Pour quelles raisons souhaitez vous développer ou refondre cet outil ?

Expliquez :

- votre problématique métier en général
- votre problématique fonctionnelle (besoin de fonctionnalités nouvelles ou améliorées que vous avez définis avec vos équipes)
- votre problématique marketing (identité graphique datée, pas de suivi statistique, référencement naturel mauvais)
- votre problématique technique (technologie dépassée, maintenance impossible, licence expirée)
- votre problématique ergonomique (mauvaise utilisabilité de votre système avec les résultats de vos éventuels [audits d'ergonomie](#))
- votre problématique d'accessibilité (mobile, sécurisation, accessibilité handicap)

Périmètre du projet

1. Objectifs métier

Décrire vos objectifs métier symétriquement à vos problématiques identifiées dans la partie précédente :

- votre objectif principal (augmenter mon trafic ...)
- vos objectifs en matière de nouvelles fonctionnalités (pouvoir me connecter à un espace privé...)
- vos objectifs marketing (avoir une identité graphique moderne, augmenter de 50% ma base de leads...)
- vos objectifs techniques (utiliser une solution open source)
- vos objectifs ergonomiques (rapidité, utilisabilité, performance)
- vos objectifs d'accessibilité (+50% d'audience mobile)

2. Description des livrables

Prestations attendues

Définissez le type de prestation que vous cherchez :

- du conseil en conception (prise de besoin, ateliers, rédaction des spécifications et maquettes)
- du design,
- du développement,

- l'hébergement (nom de domaine, certificat SSL et serveur web)
- de la création de contenus textes, images et/ou vidéos,
- du référencement SEO
- de la **TMA**
- des séances de formation (techniques ou fonctionnelles)

Astuce : demandez aux prestataire de fournir un prix jour homme par type de prestation, cela vous permettra d'éviter d'éventuelles surprises.

Fonctionnalités attendues

Listez les livrables et les fonctionnalités attendues. :

- Charte graphique
 - vous pouvez fournir un pitch rapide et demander de faire ou non une proposition graphique
 - responsive avec 3 breakpoints
 - nouveau du logo
 - liste des templates nécessaires (ne pas oublier les templates de newsletter)
- Exemple de liste de fonctionnalités classiques :
 - système de création de compte, login et gestion de compte personnel
 - import de la base existante avec nettoyage des archives
 - système d'inscription à newsletter
 - envoi d'une newsletter
 - gestion des demande de devis en ligne
 - mise en relation d'un utilisateur avec un autre
 - paiement sécurisé
 - connexion à un espace privé
 - multilinguisme
 - sécurisation (https, double authentification, SSO oAuth...)
 - usine à site
 - partage réseaux sociaux
 - algorithme de mise en relation
 - ...
- Liste des types de contenus, classiquement nous pouvons trouver :
 - actualités
 - portfolio,
 - agenda,
 - communiqué de presse
 - faq
 - ...
- Liste des templates
 - page d'accueil
 - page d'actualité
 - listes d'actualités
 -

Astuce : structurez votre liste en numérotant les fonctionnalités pour inciter le prestataire à la reprendre telle quel pour le chiffrage. Votre travail de comparaison des offres sera moins fastidieux.

Voici un exemple de présentation des fonctionnalités sous forme de tableau, réutilisable par le prestataire pour faire son chiffrage. Ce tableau devra sûrement être complété dans la suite du document par une description détaillée de chaque fonctionnalité selon la complexité du projet et le degré de précision que vous souhaitez obtenir.

Votre projet peut éventuellement se diviser en lots, dans ce cas exprimez clairement les fonctionnalités de chaque lot tout en gardant en tête que le prestataire découpera sûrement le projet légèrement différemment suivant ses contraintes techniques.

Pour déterminer la liste précise des fonctionnalités et des templates (si vous n'êtes pas à l'aise avec la notion de template, c'est par [ici](#) !) vous pouvez faire appel à [un consultant AMOA](#) qui pourra mener un étude de conception, prioriser et budgéter les différentes fonctionnalités et templates nécessaires à votre projet.

Fonctionnalités

ID	Fonctionnalité	Description	Lot	Priorité
F1	Création de compte utilisateur	Création de compte par double optin pour le mail ou par un des réseaux sociaux (Google, Facebook et Twitter)	1	1
F1.2	Connexion à un espace sécurisé	Système d'identification par mail et mot de passe ou par une API des réseaux sociaux (Google, Facebook et Twitter)	1	1
F2	Formulaire de demandes de devis			optionnel

Templates

ID	Page	Description	Lot	Priorité
T1	Home	Accueil affichant les blocs	1	1
T2	Actualité		1	1

3. Planning

Définissez un planning indicatif souhaité en accord avec votre agenda pour chaque lot. Il faut prévoir les phases de recette pour vos équipes.

- date départ du projet (le [kickoff](#))
- date de fin de la conception
- date de livraison de chaque lot
- date de mise en production de chaque lot

Nos [consultants AMOA](#) peuvent vous aider à faire la recette des livrables ! C'est une tâche parfois très technique, chronophage et difficile à caser dans l'agenda de vos équipes. N'hésitez pas à nous contacter à l'adresse mail contact@qodop.com

Définissez également une date limite de réponse à l'appel d'offre avec une date raisonnable pour laisser le temps de répondre mais pas trop grande car de toute façon les prestataires attendent le dernier moment pour répondre !

Astuce : le planning doit aussi être réaliste pour le prestataire. Un planning irréaliste risque de faire fuir les meilleurs prestataires !

4. Autres contraintes

N'oubliez pas de définir précisément d'autres contraintes inhérentes au projet comme :

- des contraintes budgétaires
- des contraintes particulières de planning (lancement d'une campagne pub déjà calée...)
- des contraintes de sécurité particulières (localisation de l'hébergement des données)
- des contraintes graphiques (réutilisation de logo, de charte)
- des contraintes [d'accessibilité](#) (niveaux WCAG2)
- une demande de travailler en méthodologie Agile (il est parfois utile de demander au moins un mode de livraison par [sprint](#))

Astuce : vous pouvez explicitement demander une proposition graphique ou choisir au contraire de ne pas en demander.

Données et documents à la disposition des prestataires

Listez les éléments à la disposition des prestataires pour répondre à l'appel d'offre

- les statistiques d'accès du site
- un export partiel de votre base
- un accès aux espaces privé
- votre charte graphique
- ...

Listez les éléments à la disposition des prestataires pour réaliser le projet :

- l'export de votre base sous forme csv
- une librairie photo
- une audit de votre offre
- la documentation de votre outil actuel
- ...

Licence Creative Commons

Ce documents est partagé gratuitement avec vous et il est protégé par licence Creative Commons <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.fr>



ATTRIBUTION / PAS
D'UTILISATION COMMERCIALE /
PARTAGE DANS LES MÊMES
CONDITIONS



Attribution + Pas d'Utilisation Commerciale + Partage dans les mêmes conditions (BY NC SA): Le titulaire des droits autorise l'exploitation de l'œuvre originale à des fins non commerciales, ainsi que la création d'œuvres dérivées, à condition qu'elles soient distribuées sous une licence identique à celle qui régit l'œuvre originale.

Merci de citer la source en faisant un lien vers notre site web : qodop.com - Agence web à Paris

Nous sommes à l'écoute de vos suggestions, remarques et questions à l'adresse : contact@qodop.com

