

12 INFORMATIONS À NE PAS OUBLIER DANS LE CAHIER DES CHARGES DE VOTRE SITE WEB



01

Ce qui a MOTIVÉ le LANCEMENT du PROJET

Que voulez-vous changer, améliorer, réparer, résoudre... en vous lançant dans ce projet ? Soyez aussi détaillé que possible.

Listez les points forts de votre site actuel et ses défauts : il sera plus facile ainsi de cerner les priorités du projet.



02

Les RÉSULTATS CONCRETS que vous en ATTENDEZ

Plus de visiteurs. Moins d'abandon dans le tunnel de commande. Une image neuve.

Identifiez dès le début du projet des objectifs clairs et mesurables. Cela facilitera chaque décision que vous aurez à prendre ensuite.



03

Les PROFILS DE VISITEURS que vous comptez ATTIRER

Qui sont-ils, quel est leur problème ou leur besoin auquel votre site va brillamment répondre ?

Dressez le profil type de votre visiteur et imaginez ses besoins, ses envies, ses doutes, ses questions, ses réticences....



04

Les SITES WEB de vos CONCURRENTS

Quels sont les principaux, lesquels vous plaisent et pourquoi, quels sont leurs réussites et leurs échecs, etc.

Étudiez les sites de vos concurrents. Mettez-vous à la place d'un internaute type et repérez les bonnes pratiques et les erreurs à éviter.



05

Votre BUDGET

Entrez chez un garagiste sans budget et on vous proposera aussi bien une Lamborghini qu'une Tata Nano. Pas pratique pour faire votre choix.

Définissez au moins une fourchette de budget : cela permettra aux prestataires d'ajuster leur proposition à vos ressources (et non l'inverse).



06

Le CADRE TECHNIQUE de votre ENTREPRISE

Sécurité, hébergement, connexion avec des applications ou services en interne, limites éventuelles de votre parc informatique, etc.

Consultez les services techniques de votre société et vérifiez que vous n'avez pas de contraintes particulières.



07

L'IDENTITÉ GRAPHIQUE de votre ENTREPRISE

Images emblématiques, logo, palettes de couleurs, exemplaires de vos dernières communications (plaquettes, flyers, dossiers, etc.)

Consultez les services communication et marketing en interne. Récoltez les documents utiles aux webdesigners du futur site.



08

Ce que vous attendez PRÉCISÉMENT du PRESTATAIRE

La conception et la réalisation de votre site de A à Z ? Ou uniquement le design ? La réalisation technique ? La rédaction des contenus ?

Déterminez les tâches que vous souhaitez confier à vos équipes en interne (attention à ne pas surévaluer leurs expertises !).



09

L'ORGANISATION du PROJET de votre côté

Les services qui seront consultés, les intervenants qui valideront l'avancée du projet...

Déterminez rapidement qui en interne aura un droit de regard sur le site. Le prestataire pourra ajuster ses plannings.



10

Comment sera ADMINISTRÉ le site

Qui en sera chargé, quelle expérience cette personne a dans ce domaine, quels éléments devront être mis à jour, à quelle régularité, etc.

Définissez le plus précisément possible vos besoins en matière d'espace d'administration du site : l'impact sur le budget peut être considérable.



11

La DATE de MISE EN LIGNE du site

Pourquoi cette date précise, le périmètre du projet qui doit impérativement être disponible à cette date.

Fragmentez au besoin le projet en lot et indiquez quel lot doit prioritairement être mis en ligne et à quelle date.



12

Le CADRE de l'APPEL d'OFFRE

Combien de prestataires avez-vous consultés, quels éléments de réponse attendez-vous de chaque prestataire, pour quelle date...

N'hésitez pas à préciser vos doutes, vos inquiétudes et les aspects du projet qui vous paraissent complexes ou à risque.



IMPALAWEBSTUDIO

www.impala-webstudio.fr
contact@impala-webstudio.fr