

PRE-CAHIER DES CHARGES DE REALISATION DE SITE INTERNET

ENTREPRISE

Adresse :

Tel :

Fax :

Email :

Contact pour le projet de site Internet :

*Devis à remettre à M / Mme
pour le XX/XX/200X au plus tard*

Avertissement : Ce document n'a pas la vocation de se substituer à un cahier des charges final et/ou un cahier des charges fonctionnel. Il reprend des éléments qui, au regard des objectifs définis, pourraient permettre de cadrer le projet de l'entreprise.

SOMMAIRE

1	PRESENTATION DE L'ENTREPRISE.....	4
2	PRESENTATION DU PROJET.....	4
2.1	RÔLES.....	4
2.2	OBJECTIFS DU SITE.....	6
2.3	A QUI S'ADRESSE LE SITE.....	6
2.4	CONTENUS.....	6
2.5	ARBORESCENCE.....	8
3	PRESTATIONS ATTENDUES.....	9
3.1	CHARTER GRAPHIQUE ET CHARTER ÉDITORIALE.....	9
3.2	CRÉATION ET RÉCUPÉRATION DE CONTENUS.....	9
3.3	DÉVELOPPEMENT.....	9
3.4	MAQUETTE DU SITE.....	9
3.5	DÉPÔT DU NOM DE DOMAINE ET ADRESSES MAIL.....	9
3.6	HÉBERGEMENT.....	11
3.7	RÉFÉRENCIEMENT.....	11
3.8	MISES À JOUR.....	12
3.9	STATISTIQUES DE CONNEXIONS.....	13
4	LIVRABLES ATTENDUS.....	13
5	PROPRIÉTÉS ET DROITS.....	13

1 PRESENTATION DE L'ENTREPRISE

- a) Historique
- b) Effectif
- c) Activités principales
- d) Produits et services vendus
- e) Zone de chalandise
- f) Avantage concurrentiel / positionnement par rapport à la concurrence
- g) Niveau d'informatisation dans l'entreprise

2 PRESENTATION DU PROJET

- a) Objectifs globaux
- b) Date de mise en ligne prévisionnelle

2.1 Rôles

Rôle de votre entreprise :

- a) valider les phases de choix (graphisme, ergonomie, contenus, techniques)
- b) valider le respect du cahier des charges,
- c) veiller au respect des délais
- d) fournir les contenus de base (textes, plaquettes, logos, images, photos).

Rôle du prestataire :

- a) conseiller sur le mise en place du projet,
- b) concevoir et réaliser le site internet en adéquation avec les besoins de l'entreprise

- c) respecter les délais,
- d) proposer un planning de réalisation en accord avec le client.

2.2 Objectifs du site

Les principales orientations du site :

- a) site de vente,
- b) site d'information,
- c) support de communication,
- d) support de fidélisation,
- e) outil de prospection...

Les principaux résultats attendus :

- a) augmentation du chiffre d'affaire,
- b) augmentation du nombre de nouveaux prospects,
- c) fidélisation des clients existants,
- d) amélioration de l'image de l'entreprise

2.3 A qui s'adresse le site (par ordre d'importance)

Première cible :

- a) caractéristiques de la cible (entreprise, particulier, étudiant, retraité...),
- b) centres d'intérêts de la cible (recherche d'informations, besoins de services...)

Deuxième cible :

- a) caractéristiques de la cible (entreprise, particulier, étudiant, retraité...),
- b) centres d'intérêts de la cible (recherche d'informations, besoins de services...)

2.4 Contenus

Contenus fournis par l'entreprise :

- a) Images et photos
- b) Textes
- c) Éléments à scanner
- d) Films

2.5 Arborescence

Un parcours de navigation orienté « produits » ou « cibles »

Proposition d'arborescence :

Exemple :

- Page d'accueil
 - Qui sommes nous ?
 - Historique de l'entreprise
 - Notre activité
 - Regroupé par famille de produits ou selon les différentes cibles
 - Notre savoir-faire
 - Matériel de production
 - Une équipe à votre écoute
 - Nos réalisations
 - Qualité
 - Contactez-nous
 - Plan d'Accès
 - Pour en savoir plus - Formulaire de demande de documentation / rendez-vous / un devis gratuit / catalogue / échantillons
 - Contact sur chaque page
 - Nos heures d'ouverture
 - Promotions
 - Actualités
 - Participation salons
 - Livraisons et logistique
 - Service après-vente
 - Carrières et emplois
 - Vidéo et / ou animations

3 PRESTATIONS ATTENDUES

3.1 Charte graphique et charte éditoriale

- a) Recherche graphique basé sur la charte graphique de l'entreprise,
- b) recherche d'un système de navigation (schéma des différentes navigations possibles dans le site),
- c) propositions de mise en page et de charte éditoriale.

3.2 Création et récupération de contenus

- a) Adaptation à une présentation web les contenus fournis,
- b) numérisation des éléments fournis si nécessaire,
- c) création des éléments graphiques (fond de page, boutons, icônes...).

3.3 Développement

- a) Réalisation d'un site statique en html ou dynamique avec bases de données,
- b) moteur de recherche interne au site,
- c) formulaire(s) de collecte d'information,
- d) boutique électronique,
- e) interface de mise à jour du site (outil d'administration)

3.4 Maquette du site

Le but de la maquette est de vérifier que le site est conforme aux objectifs. Elle permet également de valider la navigation dans le site.

3.5 Dépôt du nom de domaine et adresses mail

- a) Dépôt du nom ou des noms de domaine auprès de l'organisme compétent,
- b) Indication du montant de la redevance annuelle pour chacun des noms de domaine.

Cas particulier : vous êtes déjà propriétaire d'un nom de domaine. Précisez au prestataire de se charger du transfert du nom de domaine auprès de l'hébergeur du site.

3.6 Hébergement

Lieu d'hébergement à spécifier par le prestataire

Durée de l'hébergement :

Détail de l'infrastructure d'hébergement :

- l'espace disque attribué,
- la bande passante partagée disponible,
- le service de hot line client,
- la protection des pages et applications hébergées,
- la périodicité des sauvegardes,
- délai de rétablissement en cas de coupure de service,
- etc.

3.7 Référencement

Stratégie de référencement :

- a) Pour les moteurs de recherche :
 - a) mots clés du site,
 - b) descriptif du site,
 - c) texte indexé.
- b) Pour les annuaires :
 - a) catégorie choisie,
 - b) description.

Référencement initial :

- a) Liste des annuaires et moteurs sélectionnés.
- b) Méthodologie : référencement manuel ou automatique

Suivi du référencement :

- a) Durée
- b) Fréquence des rapports de positionnement
- c) Réinscription dans les moteurs et annuaires lorsque cela sera nécessaire.

3.8 Mises à jour

- a) Durée
- b) Moyens mis à la disposition pour mettre à jour les pages du site (Exemple : accès FTP, interface de mise à jour par le web, logiciel à acquérir)
- c) Formation à l'outil de mise à jour pour X personnes

- d) En cas de mises à jour effectuées par le prestataire spécifiez la tarification.

3.9 Statistiques de connections

Accès en ligne aux statistiques de fréquentation du site. Le prestataire doit spécifier lesquelles. Par exemple :

- a) nombre d'accès visiteurs,
- b) mots clés tapés par les internautes,
- c) moteurs et annuaires de provenance,
- d) nombre de visites,
- e) pages visitées,
- f) provenance géographique des internautes,
- g) jours et tranches horaires des visites,
- h) types de navigateurs utilisés,
- i) fournisseurs d'accès d'origine.

4 LIVRABLES ATTENDUS

- a) planning de réalisation avec un engagement sur la date de mise en ligne,
- b) arborescence détaillée du site,
- c) fichiers informatiques source (pages HTML, graphismes, bases de données, programmes...)
- d) documents décrivant le site, son fonctionnement et son hébergement,
- e) version des navigateurs compatibles,
- f) preuves des déclarations (récépissé CNIL, copies d'écrans des déclarations annuaires et moteurs, fiche descriptive du nom de domaine),
- g) identifiant et mot de passe pour accéder au serveur, si nécessaire.

Tous ces livrables peuvent être demandés sur CD-Rom.

5 PROPRIETES ET DROITS

L'entreprise doit acquérir la propriété de l'ensemble des images, graphismes, icônes et autres contenus créés pour le site.