

REFONTE DE SITE WEB : NOTRE CHECK-LIST

Voici une check-list des points de vigilance et des questions auxquelles il faut répondre pour monter un cahier des charges de refonte de site web. Elle ne prétend pas être exhaustive même si elle brasse assez large, et ne correspondra pas à tout le monde. C'est simplement une base de travail.

N'hésitez pas à commenter dans la marge, j'éditerai au fur et à mesure en vue de l'améliorer au service de tous ;-)

Laurent Chasset
Club Marcom
GEPIIA

Préambule stratégique

- Vision de la société dans l'exercice de mon métier
- Définition des personas

Quel discours de marque / Quelle image de marque ?

- Renforcer la notoriété de la marque avec un site web uptodate
Trouver le bon combo type de contenu (discours) + webdesign (identité graphique)

C'est là que typiquement on doit trancher sur parler d'abord des hommes qui font la marque où parler des produits et des machines qui font la marque.

(exemple avec 4cadgroup <https://www.4cad.fr/> qui font d'abord la promotion des hommes qui sont des « connexateurs » avant de parler de leurs produits ERP PLM IOT...)

- Quel type de site web ?
Vitrine et/ou e-commerce (consommable / pièces détachées)

Audit du site web existant

Qu'est-ce qui fonctionne déjà bien, ou pas ?

Quelle expérience utilisateur ? (UX design)

L'expérience utilisateur sur le site est primordiale. La navigation doit être simple et ergonomique. Notamment pour l'usage mobile. Ça demande aussi à tester le site sur plusieurs navigateurs, systèmes d'exploitation.

Quelle acquisition de trafic et comment ?

Se fixer des objectifs. (exemple multiplier par 2 mon trafic qualifié en 2 ans.)

- **Attention** : Ne pas perdre le trafic existant sur l'ancien site !
> Prévoir toutes les redirections de l'url des anciennes pages vers les nouvelles pages du nouveau site
- Améliorer son trafic par référencement naturel (SEO)
avec des pages par mots clés, images, video (travailler les cocons sémantiques) et une stratégie de netlinking interne et externe avec les partenaires de mon écosystème (comme le Geppia...)
Quelle stratégie de contenus (quel type ?). Elaborer un planning de publication de contenus.
- Améliorer son trafic en provenance des réseaux sociaux (contenus pour les réseaux/employee advocacy)
- Améliorer son trafic direct (= taper le nom de la société dans Google)
- Améliorer son trafic via emailing / Contenu à haute valeur ajoutée (livre blancs/webinar)

Objectif suivi des Lead & Conversion

Convertir le trafic des visiteurs en lead

- Quel suivi pour quel prise de décision sur analytics. Compétence interne ? Externe ?
Mise en place de solution de tracking à minima (tag management)
- Mise en place du solution de marketing automation,

Quels choix techniques ?

- le choix du CMS / importance de la gestion multi-langue.
- le choix du logiciel de marketing automation qui doit parler avec votre CRM...

Quel(s) choix de prestataire (s) ?

Quelles compétence en interne pour piloter la refonte, produire du contenu, analyser la performance jusqu'à la conversion.

- Un prestataire pour monter le cahier des charges ou compétence en interne ?
- Présentation du projet - Description charte graphique - Description fonctionnelle et technique
- Le choix du/des prestataire(s) intégrateur(s) : un freelance (accompagné si besoin de sous-traitants ou agence en extérieur par exemple pour la stratégie de référencement) ou une agence multi-tâches ?
- Quelle **méthode de travail en suivi de projet** (contraintes, agilité)

Quel budget... et en complément de cette check-list :

<https://www.lafabriquedunet.fr/refonte-site-internet/articles/cout-refonte-site-web/>

Et ci-après, pour vous éviter de le télécharger, un modele de CDC

N'hésitez pas à m'appeler en première approche,

Laurent Chasset
laurent.chasset@geppia.com
06 77 35 98 78

NB : Les prestataires référencés par le Geppia, **Mme Verbe** et **M. Image**, peuvent vous aider sacrément, pour monter votre CDC, et/ou pour produire... Ils le font pour le Geppia, ils peuvent le faire pour vous !

Ce sont d'excellents pro dans leur domaine de compétence (au service du BtoB industriel), et surtout, ils ne coûtent pas le prix de la plupart des agences aux frais de structure parfois élevés.

Mme Verbe : Florence Denieul - 06 37 28 79 98
denieul.florence@me.com

M. Image : Henri de Castelbajac - 06 81 24 16 58
henri.decastelbajac@nexteo-interactive.com

Les sites des adhérents GEPPIA qui montrent l'exemple :

Serac : <https://www.serac-group.com>

Unista : <https://www.unista.fr>

Claranor : <https://www.claranor.com/fr/>

Ds Smith : <https://www.dssmith.com/>

Paccor : <https://www.paccor.com/>

Thimon : <https://www.thimon.com/>

Siemens : <https://www.siemens.com/global/en.html>

Rapidmanuf : <https://www.rapidmanuf.com/>

1. Présentation d'ensemble du projet

1.1 Présentation de l'entreprise :

- Présenter l'activité de l'entreprise : date de création, services ou produits vendus, nombre de salariés, CA, principaux axes de développement, principaux concurrents, ...
- Expliquer le rôle de votre projet web dans la stratégie de l'entreprise
- S'il s'agit d'une refonte d'un site internet existant, préciser : son trafic mensuel, quelques statistiques de performance (taux de rebond, taux de conversion, ...), le nombre de pages existantes à récupérer, les technologies utilisées, ...

1.2 Les objectifs du site :

Détaillez le ou les objectifs de votre site web. Préciser s'il s'agit :

- D'un site e-commerce destiné à vendre des produits
- D'un site vitrine pour présenter l'activité de votre entreprise
- D'un media en ligne
- D'un support promotionnel par exemple pour le lancement d'un évènement
- D'un logiciel en ligne

1.3 La cible adressée par le site :

- Ciblez-vous les entreprises ou les particuliers ?
- Quelles sont les caractéristiques et les centres d'intérêt de votre cible ?
- Identifiez les différents segments composant votre cible (par exemple PME et grandes entreprises) et hiérarchisez leur importance stratégique

1.4 Objectifs quantitatifs :

Ce type d'information doit donner une idée du niveau d'activité sur votre futur site, ce qui peut impacter le choix de l'infrastructure technique.

- Quel volume de trafic visez-vous sur votre site ?
- Dans le cas d'un site e-commerce, quel est votre objectif en termes de volume de ventes ?
- Quel volume mensuel de prospects espérez-vous collecter par vos formulaires ?

1.5 Périmètre du projet :

- Votre site doit-il être multilingue ?
- Quelles langues sont concernées ?
- Pour chaque langue le site doit-il subir des adaptations autres que la traduction du contenu ?
- Souhaitez-vous que votre site soit adapté pour les supports mobiles ?

1.6 Description de l'existant :

- Y a-t-il une déjà une précédente version du site en ligne ?
- Possédez-vous le nom de domaine que vous souhaitez utiliser ?
- Quand est-il de l'hébergement ?
- Y a-t-il des documents de présentation de l'entreprise ou de ses produits disponibles ?
- Quelles sont les ressources disponibles (logos, éléments graphiques, textes, ...) ?

- Y a-t-il des ressources humaines internes ou externes déjà allouées au projet (chef de projet, webdesigner, webmaster, ...) ?

2. Description graphique et ergonomique

2

2.1 Charte graphique :

Si vous avez des éléments graphiques que souhaitez réutiliser comme base de votre nouvelle charte graphique, n'hésitez pas à les inclure le cahier des charges de votre site internet.

- Quel sera le code couleur de votre site ? Quelle sera la couleur dominante ?
- Y a-t-il des variations du code couleur selon les sections ou les pages de votre site ?
- Y a-t-il des déclinaisons de votre logo en fonction du code couleur des pages ?
- Avez des éléments visuels à réutiliser ?
- Quelle police souhaitez-vous ? N'hésitez pas à donner des exemples de sites !

2.2 Design :

Avez-vous des exigences particulières concernant le design de votre futur site internet : flat design, effet parallaxe, ... ?

2.3 Maquettes :

Avez-vous fait réaliser des maquettes graphiques pour décrire l'organisation des principales pages de votre site web ? Ce n'est pas obligatoire, notamment si vous voulez laisser beaucoup de liberté à votre prestataire. Mais si vous avez une idée précise de ce que vous attendez, il est peut-être temps de vous initier à l'utilisation d'un logiciel de mockup pour réaliser vos maquettes.

3. Description fonctionnelle et technique

Si vous disposez de spécifications fonctionnelles détaillées ou de tout autre document utile n'hésitez pas à les ajouter en annexe de votre cahier des charges.

3

3.1 Arborescence du site :

Présenter l'arborescence de votre site sous la forme d'un schéma est souvent une bonne idée !

- Quelle sont les grandes sections de votre site ?
- Comment sont organisées les différentes rubriques ?
- Quelles sont les pages principales ?

3.2 Description fonctionnelle :

- Votre site comprend-t-il une boutique en ligne ? Si oui, essayer de préciser les modes de livraison et de paiement envisagés, la présence de fonctionnalités de cross-selling, ...
- Doit-il y avoir un espace client sécurisé par mot de passe ?
- Souhaitez-vous un back office de suivi d'activité ? Précisez les besoins en termes de droits d'administration, illustrez vos processus métiers par des schémas
- Votre site doit-il intégrer un moteur de recherche interne ? Un blog ? Un module d'inscription newsletter ?
- ...

3.3 Informations relatives aux contenus :

- Quels ont les différents types de contenus que vous comptez présenter sur votre site : articles, images, vidéos, ressources téléchargeables, ... ?
- Précisez vos besoins en termes de modification des contenus et création de pages
- Indiquez que vous souhaitez que la code HTML respecte les standards SEO notamment en matière de balises titres et de meta-informations ?

3.4 Contraintes techniques :

- Quelles sont les éventuelles technologies imposées ou privilégiées : langages, frameworks, CMS, ... ?
- Avec quels navigateurs votre site doit-il être compatible ?
- Souhaitez-vous que le prestataire prenne en charge l'hébergement ?
- Quelles sont les intégrations à des systèmes tiers à prévoir : réseaux sociaux, comptabilité, facturation, emailing, marketing automation, CRM, webanalyse, ... ?

4. Prestations attendues et modalités de sélection des prestataires

4

4.1 Prestations attendues :

Précisez ici la liste de toutes les prestations que vous souhaitez sous-traiter à votre futur prestataire et pour lesquelles vous souhaitez que les candidats vous soumettent de devis :

- Développement
- Design
- Intégration
- Migration de base de données ou autres actifs existants
- Achat du nom de domaine et gestion de l'hébergement
- Maintenance et mises à jours
- Formation à la gestion du site
- Accompagnement marketing : plan marketing, SEO, SEA, webanalyse, ...)
- ...

4.2 Planning :

- Quelle est la date limite soumission de candidature pour les prestataires ?
- Quelles sont les dates prévues pour d'éventuelles soutenances orales ?
- A quelle date sera sélectionné le prestataire ?
- Quelles sont les principales deadlines intermédiaires du projet selon les différents lots envisagés ?
- A quelle date souhaitez-vous la livraison finale du projet ?

4.3 Méthodologie de suivi :

- Souhaitez-vous que le prestataire recourt à une méthodologie de développement agile ?
- Comment voulez-vous organiser le suivi du projet : échanges téléphoniques hebdomadaires, présentation physique régulière des avancées, ... ?
- Souhaitez-vous avoir accès à un environnement de pré production ?

4.4 Modalités de sélection du prestataire :

- Quels éléments souhaitez-vous que le prestataire intègre à sa réponse : présentation de la société avec références, préconisations techniques, difficultés identifiées, méthodologie proposée, présentation de l'équipe projet, devis détaillé, ... ?
- Avez-vous établi une grille de critères pour évaluer les réponses des prestataires ?
- Indiquez le ou les contacts en cas de question sur le cahier des charges ainsi que la date limite de réponse
- Si vous disposez d'une estimation de budget pour votre projet vous pouvez également le mentionner