

W P F O R M A T I O N

DU WORDPRESS, RIEN QUE DU WORDPRESS

Cahier des charges

Site web

Modèle à remplir, prêt à l'emploi

par Fabrice Ducarme, formateur WordPress depuis 2012

Un cahier des charges précis protège autant le prestataire que le client.

Comment utiliser ce modèle

Remplissez chaque rubrique avant de demander le moindre devis. Plus vous êtes précis, plus les devis que vous recevrez seront comparables et justes. Les passages en italique sont des indications : effacez-les une fois la rubrique remplie. Tout ce qui n'est pas écrit ici ne fait pas partie du projet.

Conseil : ne laissez aucun champ vide. Un « à voir plus tard » dans un cahier des charges, c'est un aller-retour garanti pendant le projet.

0. Informations générales

- **Entreprise / porteur du projet** : _____
 - **Personne référente (nom, rôle)** : _____
 - **Email / téléphone** : _____
 - **Date de rédaction** : _____
 - **Version du document** : _____
 - **Type de projet** : ☐ Création ☐ Refonte ☐ Évolution d'un site existant
-

1. Contexte et objectifs

Présentez votre activité en quelques lignes, puis ce que le site doit faire gagner. Un objectif mesurable, pas « être moderne ».

- **Présentation de l'activité** : _____
 - **Pourquoi ce projet maintenant** : _____
 - **Objectif principal du site** : ☐ Vendre ☐ Générer des contacts ☐ Informer ☐ Recruter ☐ Autre : _____
 - **Objectif chiffré sur 12 mois (exemple : 30 demandes de devis / mois)** : _____
 - **Site actuel s'il existe (URL)** : _____
-

2. Cibles

À qui parle le site ? Un site pour des artisans ne se construit pas comme un site pour des acheteurs grands comptes.

- **Cible principale (qui, secteur, niveau de maturité)** : _____
 - **Cible secondaire** : _____
 - **Ce que la cible vient chercher sur le site** : _____
 - **Sites concurrents ou de référence (URL + ce qui vous plaît)** : _____
-

3. Périmètre fonctionnel

Le cœur du document. C'est ici qu'on tue le flou. Détaillez chaque fonctionnalité : une ligne par fonctionnalité produit deux lectures différentes.

Pages prévues

Page	Objectif	Contenu attendu
Accueil		

Fonctionnalités

Cochez et précisez. Pour chaque case cochée, décrivez le comportement attendu (et ce qui se passe en cas d'erreur).

- ☐ Formulaire de contact : champs : _____
- ☐ Prise de rendez-vous / réservation : détail : _____
- ☐ Espace membre / connexion : détail : _____
- ☐ Blog / actualités : détail : _____
- ☐ Multilingue : langues : _____
- ☐ Newsletter : outil : _____
- ☐ Autre : _____

Priorisation des fonctionnalités (méthode MoSCoW)

Toutes les fonctionnalités n'ont pas la même priorité. Rangez chacune dans une case. La colonne « Pas cette fois » dit clairement ce qui est HORS périmètre : reporté à plus tard, traité en avenant si besoin. C'est cette ligne qui désamorce le « tant qu'on y est ».

Fonctionnalité	Priorité	Dans le périmètre ?
(ex. paiement en ligne)	Indispensable	Oui
(ex. avis clients)	Important	Oui
(ex. chat en direct)	Souhaitable	Si le budget le permet
(ex. application mobile)	Pas cette fois	Non, reporté en V2

Les 4 cases : Indispensable (sans ça, le site ne sert à rien) / Important (compte, mais le site vit sans le jour de la mise en ligne) / Souhaitable (si le temps et le budget le permettent) / Pas cette fois (hors périmètre, et on l'assume).

E-commerce (si applicable)

- Nombre de produits / références à intégrer : _____
- Qui saisit les fiches produits (vous ou le prestataire) : _____
- Moyens de paiement souhaités : _____
- Livraison / transporteurs : _____
- Gestion des stocks, TVA, factures : _____

4. Arborescence et parcours

Comment les pages s'organisent et comment le visiteur circule. Un schéma simple suffit.

- Menu principal (liste des entrées) : _____
 - Parcours visiteur clé (de l'arrivée à l'action voulue) : _____
-

5. Contraintes techniques

Tout ce qui contraint la construction. Si vous ne savez pas, écrivez « à valider avec le prestataire » plutôt que de laisser vide.

- Hébergement souhaité ou existant : _____
 - Nom de domaine (existe déjà ? à acheter ?) : _____
 - Technologie imposée (WordPress, autre) : _____
 - Intégrations tierces (CRM, newsletter, paiement, agenda) : _____
 - Conformité RGPD (mentions, cookies, formulaires) : _____
 - Reprise de l'existant (contenus, redirections SEO) : _____
-

6. Charte graphique et design

Ce qui plaît, et ce qui déplaît : les deux sont utiles.

- Logo et charte existants (oui / à créer) : _____
 - Couleurs imposées : _____
 - Sites dont le design vous plaît (URL + pourquoi) : _____
 - Sites dont le design vous déplaît (URL + pourquoi) : _____
 - Ton souhaité : ☐ Sobre ☐ Chaleureux ☐ Premium ☐ Technique ☐ Autre : _____
-

7. Contenus

La question qui plombe les plannings quand on l'oublie : qui rédige, qui fournit les photos ?

- Textes : fournis par vous ☐ / rédigés par le prestataire ☐
 - Photos / visuels : fournis par vous ☐ / banque d'images ☐ / shooting ☐
 - Nombre de pages à rédiger : _____
 - Date à laquelle les contenus seront prêts : _____
-

8. Référencement, performance, accessibilité

Remplacez chaque adjectif vague par un critère vérifiable.

- Le site doit-il être livré optimisé pour les moteurs de recherche ? ☐ Oui, optimisation de base incluse (balises title et meta description, structure des titres, sitemap, indexation) ☐ Non, à ma charge ☐
Prestation SEO avancée, à chiffrer séparément
 - Mots-clés / requêtes visés : _____
 - Objectif de vitesse (exemple : chargement < 2,5 s sur mobile) : _____
 - Redirections 301 en cas de refonte (pour ne pas perdre le référencement existant) : ☐ Oui ☐ Sans objet (création neuve)
-

- Niveau d'accessibilité visé (RGAA / WCAG) : _____
 - Suivi analytics souhaité : _____
-

9. Budget et planning

- Enveloppe budgétaire (fourchette) : _____
 - Date de mise en ligne visée : _____
 - Jalons / étapes de validation : _____
 - Contrainte de date impérative (salon, lancement) : _____
-

10. Maintenance et reprise des accès

Ce qui se passe après la livraison. À cadrer dès le départ, pas le jour où le site casse.

- Maintenance souhaitée après livraison : ☐ Oui ☐ Non ☐ À décider
 - Si oui : mises à jour, sauvegardes, sécurité, dépannage attendus : _____
 - Si non : remise de tous les accès + copie complète du site + décharge signée à la livraison.
 - Hébergement et nom de domaine : à votre nom ☐ / au nom du prestataire ☐
-

11. Formation et prise en main du site

Un site livré n'est utile que si quelqu'un sait le faire vivre. À cadrer dès le départ, pas après la mise en ligne.

- Le client doit-il être formé à gérer son site WordPress ? ☐ Oui ☐ Non
 - Si oui : nombre d'heures, format (visio / présentiel), nombre de participants : _____
 - Documentation de prise en main fournie (guide écrit, vidéos) : ☐ Oui ☐ Non
 - Qui met à jour le contenu après la livraison (textes, photos, produits, prix) : _____
-

12. Recette et critères de validation

Les critères qui disent « le site est conforme, on valide ». Sans ça, la validation traîne indéfiniment.

- Liste des points à vérifier avant mise en ligne : _____
 - Qui valide, côté client : _____
 - Délai de recette accordé après livraison : _____
 - Modalités de correction des éventuels défauts : _____
-

Annexe : Demandes hors périmètre

La clause qui protège les deux parties. Une demande qui n'est pas dans ce document n'est pas dans le projet : elle fait l'objet d'un avenant chiffré, validé par écrit avant d'être réalisée.

- **Procédure pour toute demande supplémentaire :** avenant écrit + devis + accord avant réalisation.
- **Personne habilitée à valider un avenant, côté client :** _____

Modèle proposé par WPFormation : Fabrice Ducarme, formateur WordPress depuis 2012. Un cahier des charges précis protège autant le prestataire que le client. Retrouvez d'autres ressources et outils gratuits sur wpformation.com.