

Modèle de cahier des charges site internet, boutique en ligne, CRM

Un modèle gratuit à remplir pour décrire votre projet avant de demander des devis. Pensé pour les TPE et PME : une dizaine de pages suffit, pas besoin d'être technicien. Tapez vos réponses dans les cases grisées.

Nom de l'entreprise

Projet (ex. : refonte du site vitrine, création d'une boutique PrestaShop, CRM de suivi des clients)

Personne à contacter, e-mail

Date et version du document

Comment utiliser ce modèle

1. **Remplissez les parties 1 à 10**, dans l'ordre. Répondez avec vos mots : c'est au prestataire de traduire vos besoins en solutions techniques.
2. **Ajoutez l'annexe qui vous concerne** : boutique en ligne (A), refonte d'un site existant (B), CRM ou logiciel métier (C). Supprimez les autres.
3. **Décrivez des besoins, pas des solutions** : « le client doit pouvoir demander un devis en deux clics » plutôt que « un bouton rouge en haut à droite ».
4. **Laissez vide ce que vous ne savez pas** et notez « à définir » : un bon prestataire vous posera la question.
5. **Envoyez le même document à chaque prestataire** : leurs devis seront enfin comparables.

Sommaire

- | | |
|--------------------------------|-----------------------------------|
| 1. L'entreprise et le contexte | 6. Les contenus |
| 2. Les objectifs du projet | 7. Le design |
| 3. Les cibles | 8. Les contraintes techniques |
| 4. L'arborescence | 9. Le référencement |
| 5. Les fonctionnalités | 10. Budget, planning et périmètre |

Annexes : A. Boutique en ligne — B. Refonte d'un site existant — C. CRM ou logiciel métier — Liste de vérification avant envoi.

1. L'entreprise et le contexte

Le prestataire doit comprendre votre activité avant de proposer quoi que ce soit.

Votre activité en quelques lignes (ce que vous vendez, depuis quand, combien de personnes)

Votre zone de clientèle (ville, département, France entière, international)

Votre site actuel, s'il existe (adresse, date de création, ce qui fonctionne, ce qui ne va plus)

Pourquoi lancer ce projet maintenant ?

2. Les objectifs du projet

Un objectif chiffré permet de savoir, six mois après, si le projet a réussi.

Objectif	Comment le mesurer	Cible à 6 mois
Recevoir plus de demandes de devis	Formulaires reçus par mois	10 par mois

3. Les cibles

Qui vient sur le site, et qu'est-ce qu'il doit pouvoir y faire ?

Type de visiteur	Ce qu'il vient chercher	Ce qu'il doit pouvoir faire
Gérant de TPE, 40-60 ans	Un prestataire local, des prix	Voir les tarifs, prendre rendez-vous

Deux ou trois concurrents ou sites que vous aimez, et pourquoi

4. L'arborescence

La liste des pages et leur organisation. Une ligne par page suffit.

Page	Ce qu'elle contient
Accueil	Présentation, 3 services, avis clients, contact
Services > Rénovation	Description, photos de chantiers, prix indicatifs

Faut-il une version dans une autre langue ?

5. Les fonctionnalités

C'est la partie qui pèse le plus sur le prix. Classez chaque fonctionnalité : indispensable au lancement, utile plus tard, ou simple idée.

Fonctionnalité	Détail	Priorité
Formulaire de contact	Reçu par e-mail, anti-spam	Indispensable
Prise de rendez-vous en ligne	Relié à mon agenda Google	Plus tard

CONSEIL — Tout vouloir dès la première version est la première cause de dépassement de budget. Lancez avec l'indispensable, ajoutez le reste une fois le site en ligne.

6. Les contenus

Les textes et les photos en retard sont la première cause de retard d'un site internet.

Contenu	Qui le fournit	Existe déjà ?	Pour quand
Textes des pages			
Photos, vidéos			
Logo, charte graphique			
Traductions			
Mentions légales, CGV			

Qui mettra le site à jour après la mise en ligne, et à quelle fréquence ?

7. Le design

Avez-vous un logo, des couleurs, des polices imposés ?

Trois mots qui décrivent l'image voulue (ex. : sobre, chaleureux, haut de gamme)

Des maquettes existent-elles déjà (réalisées par un graphiste) ?

8. Les contraintes techniques

Répondez « je ne sais pas » si besoin : c'est au prestataire de vous conseiller.

Nom de domaine (déjà réservé ? à quel nom ? chez quel registrar ?)

Hébergement (actuel ou souhaité, à votre nom ?)

Outils à connecter (agenda, logiciel de facturation ou de caisse, CRM, newsletter)

Données personnelles collectées (formulaires, comptes clients : RGPD)

Accessibilité (obligation légale pour certaines entreprises et les services publics)

9. Le référencement

Comment vos clients doivent-ils vous trouver sur Google et dans les assistants IA ?

Ce que vos clients tapent pour vous trouver (ex. : « plombier Perpignan », « boutique thé bio »)

Avez-vous une fiche Google Business Profile ?

Pages de votre site actuel qui attirent des visiteurs (à conserver ou à rediriger, voir annexe B)

10. Budget, planning et périmètre

Sans fourchette de budget, un prestataire ne peut pas proposer la bonne solution : il devine.

Budget envisagé (fourchette en € HT, création et coût mensuel)

Date de mise en ligne souhaitée, et pourquoi (salon, saison, lancement d'un produit)

Qui valide les étapes chez vous ?

Inclus dans le projet	Hors projet (ou plus tard)
<i>Création des 8 pages</i>	<i>Rédaction des textes</i>

Après la mise en ligne : maintenance, mises à jour, sauvegardes (qui s'en occupe ?)

A. Annexe : boutique en ligne

Catalogue (nombre de produits, déclinaisons tailles/couleurs, import depuis un fichier ?)

Paielement (carte, virement, PayPal, paiement en plusieurs fois)

Livraison (transporteurs, zones, tarifs, retrait en magasin)

Gestion (stocks, logiciel de caisse ou de comptabilité, facturation électronique)

Relation client (comptes clients, codes promo, avis, e-mails automatiques)

Vente aux professionnels (prix HT, remises par client, paiement à 30 jours)

B. Annexe : refonte d'un site existant

Une refonte mal préparée peut faire perdre en quelques semaines le référencement construit en plusieurs années.

Pages les plus visitées (Google Search Console ou statistiques du site)

Adresses qui vont changer ou disparaître (à rediriger une par une)

Données à reprendre (clients, commandes, articles, produits)

Fonctionnalités actuelles réellement utilisées, et celles à abandonner

C. Annexe : CRM ou logiciel métier

Ici, on décrit votre façon de travailler plutôt que des pages.

Utilisateur	Nombre	Ce qu'il voit et ce qu'il modifie
Commercial	3	Ses clients, ses devis ; pas la facturation

Le parcours d'un client, du premier contact à la facture (étape par étape)

Les outils utilisés aujourd'hui et ce qui coince (fichiers Excel, ancien logiciel, cahier papier)

Automatisations souhaitées (relances, alertes, e-mails, tâches répétitives)

Données existantes à reprendre (volume, format)

Liste de vérification avant envoi

- ☐ Chaque objectif a un chiffre et une échéance
- ☐ Chaque fonctionnalité a une priorité
- ☐ On sait qui fournit chaque contenu, et pour quand
- ☐ Une fourchette de budget est indiquée
- ☐ Ce qui est hors projet est écrit noir sur blanc
- ☐ Le document a été relu par une deuxième personne de l'entreprise

Besoin d'aide pour le remplir ?

Je rédige votre cahier des charges avec vous : environ 2 heures d'échange en visio, puis le document rédigé et un chiffrage ferme, pour 290€ HT, déduits du devis si vous me confiez le projet dans les 3 mois. Le document vous appartient.

nicolas@datapet.fr — détails sur datapet.fr/cahier-des-charges-site-internet