



Cahier des charges

Fichier(s) utile(s) pour ce cours :

- [exemple_devis1.docx](#)
- [devis_Type.xlsx](#)
- [exemple_proposition_commerciale.docx](#)

01

Les étapes d'un projet Web

Votre site sur le web en 10 étapes

Voici les différentes étapes à respecter lors d'un projet web entre un client et une entreprise de service (*prestataire informatique ou agence web*).

Pour mener un projet sur le web, nous pouvons citer différentes étapes parmi lesquelles :

1. ➤ **Etude de marché**

L'étude de marché permet de mieux cerner les besoins de vos futurs clients, cela inclut également une étude concurrentielle et plus généralement une étude marketing du secteur.

2. ➤ **Cahier des charges**

Le cahier des charges permet de lister les travaux et les fonctionnalités attendus dans le futur site web. Généralement cela représente la demande précise du client : qu'est-ce qui doit être fait ? comment ? sous quels délais ? ...

3. ➤ **Devis / Proposition commerciale**

Après lecture du cahier des charges, l'entreprise de service informatique établit une proposition commerciale précisant notamment les technologies et outils utilisés pour créer le site web. Le temps de développement, la liste des livrables ainsi qu'un devis détaillé par action.

4. ➤ **Graphisme**

Pourquoi commençons nous par une maquette PhotoShop ? le design va être présenté sous forme d'image. Généralement certains ajustements ont lieu et il est plus rapide de modifier des calques photoshop que changer du code-source. D'autre part, une fois la maquette du site validé, cela permettra aux développeurs de construire le site en ayant une « photographie » de ce qu'ils doivent créer.

5. ➤ **Intégration / Développement Front**

L'équipe d'intégrateurs / Développeurs Front découpent la maquette (image du site) et en « produit » une page web au format HTML/CSS (la partie visible du site).

6. ➤ **Développement**

L'équipe des développeurs programme les fonctionnalités (la partie fonctionnelle du site web).

7. ➤ **Livraison & Hébergement**

La livraison peut se faire sur le serveur du client s'il possède un hébergement.

8. ➤ **Référencement**

A quoi ça sert d'avoir un site flambant neuf si personne ne connaît l'adresse url ? le référencement permettra de vous positionner sur certains mots clés des moteurs de recherche comme Google.

9. ➤ **Marketing / Communication / Community Management**

Comment allez vous assurer la publicité de votre site et de votre activité ? Il faut réfléchir à une stratégie, c'est une partie essentielle.

10. ➤ **Maintenance**

Une maintenance peut être intéressante pour mettre à jour et sécuriser le site web, envoyer une newsletter, etc.

Dans le cadre d'un projet (site web, application mobile, logiciel, etc.), il est capital d'écrire un cahier des charges pour lister les travaux devant être réalisés, cadrer et périmétrer le projet.

Le cahier des charges répond à la question : **Qui doit faire Quoi ? Comment ? en combien de temps ?**

Le cahier des charges est souvent écrit sous un logiciel de traitement de texte (type word).

On ne construit pas une maison avant d'avoir établi un plan, de la même manière pour 1 site web nous devons savoir dans quelle direction nous devons aller et quels sont les objectifs visés avant d'entreprendre sa construction.

Imaginons une situation sans cahier des charges et sans contrat :

Si le client se voit livrer un site web inachevé, il pourra difficilement demander réparation ou expliquer qu'il manque des fonctionnalités.

Du côté du prestataire, le cahier des charges va également lui rendre service car il aura une direction claire à suivre. Cela peut aussi protéger le prestataire si 1 client lui demande beaucoup plus d'actions que ce qui était prévu à l'origine. Les petits travaux complémentaires peuvent faire l'objet d'un geste commercial de la part du prestataire. Les gros travaux (non prévus dans le cahier des charges initial) peuvent faire l'objet d'une facture séparée.

Le cahier des charges peut être rédigé par le client s'il a une idée précise de ce qu'il veut faire et qu'il a du temps à consacrer à la formalisation de son besoin par écrit.

Dans l'idéal l'écriture du cahier des charges peut être confié à des chefs de projets (dans l'équipe du client, ou, dans l'équipe du prestataire). Les chefs de projet ont souvent un regard d'ensemble (autant technique que marketing).

Si le client éprouve des difficultés à écrire son cahier des charges ou qu'il n'en voit pas l'intérêt, le prestataire doit impérativement prendre le relais et lui proposer un premier document afin qu'ils puissent en discuter et rebondir ensemble.

L'écriture du cahier des charges peut rentrer dans le cadre d'une prestation rémunérée. Tout dépend de l'envergure et l'ampleur du document, est-ce 2h de discussion dans une réunion organisée ? ou est-ce plutôt 2 jours à temps plein non-stop avec un dialogue non structuré et des informations décousues ?

En tant que prestataire, si vous rédigez le cahier des charges de votre client, il vous parlera certainement de son activité dans les détails, il faudra que vous ayez une bonne capacité d'écoute et d'analyse afin de comprendre les enjeux et les problématiques liées à son métier.

Il est indispensable de s'intéresser à son univers en lui posant des questions de manière pour rentrer complètement dans son projet et mieux le comprendre.

Pour orienter sa demande, le client pourra vous transmettre des liens de site web sur le même secteur d'activité ou simplement des sites qu'il apprécie pour le graphisme, une fonctionnalité en particulier. C'est une bonne démarche pour avoir un tendance et s'inspirer des sites que le client affectionne.

Lors d'un RDV, si vous êtes dans le rôle du prestataire, vous devrez recueillir le besoin du client. Voici la démarche :

- Proposer une présentation à tour de rôle.
- Pouvez-vous m'en dire plus sur le projet que vous voulez mener sur le web ?
- Qu'attendez vous de votre site web ?
- Avez-vous des exigences particulières ?

A la suite de ces différentes questions, si c'est à vous de rédiger un cahier des charges (que vous soyez dans l'équipe du client ou du prestataire), il sera impératif de discuter avec le client, de l'écouter sans lui couper la parole, et de prendre un maximum de notes durant le RDV.

Prenons un exemple concret, dans le contexte d'une discussion avec un client courtier en assurance :

Client > « j'ai besoin d'un site d'informations, où je veux pouvoir changer les textes, et je veux aussi une page dédiée pour générer des taux d'assurance en fonction du profil du demandeur ».

Le prestataire doit traduire et comprendre :

Client	Prestataire
« j'ai besoin d'un site d'informations, où je veux pouvoir changer les textes »	Site vitrine avec mise à jour, nécessitant un BackOffice. Un cms type wordpress pourrait répondre à cette demande.
« je veux aussi une page dédiée pour générer des taux d'assurance en fonction du profil du demandeur »	Le développement d'un plugin spécifique avec un formulaire sera nécessaire afin que l'internaute puisse effectuer des simulations de taux d'assurance.

Pour les clients n'ayant pas ou peu de culture web, vous devrez également faire attention aux demandes exotiques.

Exemple avec un client souhaitant créer le site web d'une école : « je voudrai que le site web représente l'univers avec des planètes qui bougent continuellement et que l'on puisse cliquer dessus pour accéder aux différentes pages ».

OUCH ! au delà de la difficulté de la création graphique, ce n'est absolument pas pertinent de créer ce genre de site qui se doit institutionnel et non pas « exotique ».

Sans brusquer votre client, vous devrez avoir un rôle de conseil pour le ré-orienter vers une base de site web plus conventionnel, quitte à ajouter des parties plus originales afin de le démarquer des autres sites web et ne pas le contrarier.

Pour lui rendre service et éviter qu'il fasse fausse route, vous pouvez lui expliquer que vous ne souhaitez pas imposer vos goûts, mais que vous souhaitez lui proposer des types de graphismes ayant de bons retours sur le web, appuyés par des études marketing.

Demandes particulières

Il arrive parfois qu'un client vous demande d'établir un cahier des charges et de créer un graphisme prévisionnel avant la signature du contrat.

Si le projet promet un budget important (> 30 000 €), c'est à vous de voir si cette flexibilité vaut le coup, car le risque est de travailler gratuitement sans signer le contrat à la fin si le client demande cette action à plusieurs prestataires.

Pour ma part, je pense qu'il faut expliquer au client qu'une création graphique prend plusieurs jours et que cela ne peut pas se faire gratuitement.

En effet, un prestataire prend déjà du temps pour obtenir le contact du client, ensuite il en reprend par téléphone, en rdv physique, il doit ensuite établir un cahier des charges ou un devis (proposition commerciale, ce n'est pas le devis d'un serrurier en 3 coups de crayon), etc. et tout ceci mis bout à bout peut prendre facilement 1 journée entière sans savoir s'il décrochera le contrat.

Ca fait partie du jeu d'accord, "on a rien sans rien", c'est normal, mais de là à ajouter du travail graphique "gratuit", je pense que c'est refusable.

En revanche il est possible de mettre des WIREFRAME ou MOCKUP (schéma du site) afin de prévoir un agencement prévisionnel possible des informations. Cela ira plus vite que la création du graphisme tout entier dans photoshop.

Pour rédiger un cahier des charges, il est important de ne rien oublier et quantifier la charge de travail. Cela permettra plus tard d'évaluer les délais de réalisation et un tarif.

Pour cela, vous pouvez poser certaines questions à votre client :

Question > Combien est-ce que vous prévoyez de pages dans votre site web (environ) ? préciser l'arborescence si possible.

Question > Quelles sont les fonctionnalités dont vous aurez besoin ? (différentes des pages classiques avec texte + image).

Vous devrez réfléchir en terme d'actions, de fonctionnalités, ainsi que prendre en compte le nombre de pages.

Nous ne pouvons pas faire de généralités mais une règle est souvent appliquée :

- gros clients = gros cahier des charges
- petits clients = petit cahier des charges

Pour des budgets conséquents nous ferons des cahiers des charges très détaillés (cela rassure le client, il donne beaucoup d'argent et souhaite savoir précisément ce qu'il aura en retour).

Pour de petits budgets un simple devis avec listing d'actions très synthétique peut suffire (souvent ils ne prendront pas la peine de lire un document qui fait plus de 10 pages).

Pour mieux se rendre compte ce que représente les éléments d'un cahier des charges, voici une liste ci-dessous (regroupant des fonctionnalités, des actions, des questions).

Profil du client

Il est déterminant de cerner le profil du client pour pouvoir communiquer avec lui. Le client, connaît-il votre métier ou pas du tout ?

Souhaite t'il être autonome dans la gestion et l'évolution de son site ou souhaite t'il confier la réalisation ainsi que la gestion complète de son activité sur le web au prestataire ?

Type de site

Quel sera le type de site attendu ?

- Un site Vitrine : site permettant de présenter l'activité ainsi que les produits et services d'une entreprise
- Un site Institutionnel : site d'informations permettant de présenter une entreprise et d'avoir une visibilité sur le web
- Un site Ecommerce : site permettant la vente en ligne de produits 24h/24 et 7j/7.
- Un site Blog : site permettant de publier des contenus sur différents sujets et de collecter des commentaires auprès des internautes.
- Un site d'Annonces en ligne : site permettant de recenser des annonces le plus souvent postées par des internautes.
- Un site intranet : site permettant d'échanger des informations par ses employés au sein de son entreprise.
- Un site GED : site permettant la Gestion Electronique de Document.
- Un site Forum : site permettant des discussions sur de nombreux sujets entre internautes.

Solution Technique

- A la main (from scratch)
- à l'aide d'un CMS
- avec un FRAMEWORK

Le site est spécifique et nécessite un développement maison (à la main) ? Est-ce qu'un CMS peut faire l'affaire ? Un framework peut-il faire gagner du temps et être plus pertinent afin de prévoir les évolutions futures ?

Est-ce une reprise de projet existant ? est-ce une refonte ou un développement complémentaire ? est-ce que le projet est déjà développé à l'aide de certaines technologies / outils ?

Est-ce que le client a une exigence sur ce point ?

Design / Graphisme

Est-ce une création de maquette graphique sous photoshop ? ou une reprise de thème graphique ?

Combien de maquettes ? une page type et une page d'accueil ?

Combien de propositions différentes sont-elles prévues par maquette ? quel est le nombre d'aller/retour autorisé (pour effectuer des ajustements) par maquette ?

Y'a t'il des recherches de visuels à prévoir (type banque d'image fotolia) ?

La création (ou retouche) d'un logo est-elle nécessaire ?

Devrons-nous passer par des wireframes / mockup pour personnaliser l'ergonomie et avoir la meilleure expérience utilisateur possible ?

Est-ce que le graphisme sera lié à l'achat d'un thème/template existant ? Combien coûte t'il ?

Est-ce que le graphisme avec la mise en page, les couleurs, sera déjà fourni par le client ? si oui, sous quel format ?

Intégration

L'intégration devra être compatible avec tous les navigateurs. Y'a t'il des contraintes à prendre en compte (type ie6, ie7) ?

Le site doit-il être responsive design et prévoir un affichage adaptable sur ordinateur de bureau, ordinateur portable, tablette et smartphone ? Le site doit-il prévoir une version mobile à part entière (à ne pas confondre avec une application mobile) ?

Arborescence

Nombre de niveaux et de rubriques dans le menu (estimé) ? illimité ?

Pages et contenu

L'intégration précise des contenus devra être réalisée par le prestataire ou par le client ? (préciser le nombre de contenus estimés si possible)

Hierarchie : Système de gestion par catégories et sous catégories ?

Interface de gestion / BackOffice

De nos jours, il est rare que les clients souhaitent seulement un FrontOffice, il faudra donc prévoir dans la grande majorité des cas une interface de gestion BackOffice.

Parties Administrable : liste des parties sur lesquelles le client doit avoir la main de manière autonome après la livraison du site.

Exemple : 2 formulaires sont prévus, mais le client a t'il le choix d'en créer d'autres à tout moment sans avoir recours au prestataire ?

- Possibilité d'ajouter/modifier/supprimer des pages sans limites
- Possibilité d'ajouter/modifier/supprimer des rubriques/liens dans le menu (possibilité de créer des menus)
- Mise en forme : textes, images, photos, vidéos, liens, couleurs, etc. (assisté par un éditeur de texte)
- Choix des url (adresses web), balise méta, titre
- Possibilité d'ajouter/modifier/supprimer des formulaires sans limites
- Possibilité d'ajouter/modifier/supprimer des pages de blog sans limites
- Possibilité d'activer les commentaires sur les parties choisies (+ modération).
- Gestion des membres, des droits, etc.
- Possibilité de créer des blocs d'informations sur les pages
- Rapport, analyse, statistiques

Formation

Doit-on prévoir la formation du client au BackOffice ?

Espace Membre

Un espace membre inclut généralement l'inscription, la connexion, un espace de profil, un lien mot de passe perdu, un listing des membres inscrits en BackOffice et des droits d'accès.

Formulaire

Quel seront les formulaires à prévoir sur le site web ?

Exemple : Formulaire de contact, formulaire de recrutement, formulaire de recherche, formulaire de satisfaction, etc.

Animation

Y'a t'il des animations ou de l'interactivité (mouvement, événements utilisant la technologie JavaScript) à prévoir ?

Exemple : Diaporama, Slide, Lightbox, etc.

Multilingue

Y'a t'il une ou plusieurs versions multilingues à prévoir ? Nombre de langues ? qui fournit les contenus traduits ?

Newsletter / Emailing

Que faut-il prévoir ? un espace d'abonnement ? L'envoi d'email ?

Faut-il prévoir l'intégration d'un modèle newsletter ? *préciser le besoin.*

Blog

Le client a t'il besoin d'un blog ?

Exemple : Publication, catégorie, agenda, commentaires, etc.

Forum

Préciser les besoins du forum en cas de nécessité. classique ou spécifique ?

Commentaire

Est-ce que les internautes pourront déposer des commentaire et des avis au sujet de votre site ou d'un contenu ?

Recherche

Moteur de recherche interne ? suggestion/autocomplétion ? tag ? filtres et tri ?

Boutique / ecommerce

Il y a boutique et boutique. qu'est-ce que les fonctionnalités de la boutique devront couvrir ?

- Produits : Fiches produits, caractéristiques attributs et déclinaison (ex: taille, hauteur, largeur, profondeur, poids, couleur, pointure), Fabricant / Fournisseur
- Panier : avoir, code promotion, chèque cadeau, Réduction spéciale anniversaire, panier abandonné, Taxe TVA
- Paiement : Panier & vente : paypal, cb banque, solution de paiement en 3 fois sans frais,
- Commande : Conversion dynamique facture PDF
- Gestion : Livraisons, Transporteurs et mode d'expédition, retour produit SAV, bon de livraison,
- Divers : Webservices MarketPlace, Bouton achat immédiat, listing produits favoris, Meilleures ventes, Page cadeau, Vente en lot, Suggestion de produit
- Fonctionnalités supplémentaires : email pour que l'internaute soit tenu au courant des nouvelles arrivées des nouveaux produits, relance -10% par email après abandon de panier
- Administration : Classification - Catégorie - Marque - Clients - Suivi des commandes

Portfolio

Un portfolio ? sous quelle forme ? Galerie d'images et vidéos ?

Multimédia

Element multimédia à intégrer : Vidéos, Photos, audios, animation flash, Icônes, googleMap ?

Autres fonctionnalités

D'autres demandes sont-elles à prévoir ?

- Flux Rss
- Plan du site
- Icône de partage, Réseaux Sociaux
- Partage a un ami par email
- Sondage / Vote
- Nuage de tags
- Fil d'ariane
- Favicon

Développement

Fonctionnalité spécifique ou inattendue ?

exemple : Je suis responsable d'un centre de formation et je dois aider au placement des étudiants en entreprise pour favoriser la signature de contrat de professionnalisation, j'aimerais qu'une partie soit créée sur le site web afin que les entreprises puissent simuler le coût d'un étudiant contrat pro ou stagiaire sur une année

Comme cela ne concerne que les centres de formation, il est peu probable de trouver le code d'un module déjà prêt. il faudra donc prévoir du développement spécifique. Il faut en estimer le temps de manière à pouvoir donner de bons délais et prix par la suite.

Hébergement

Pour les clients les moins connaisseurs, vous aurez certainement besoin de le conseiller sur le type d'hébergement à prendre, la durée et le nom de domaine ?

Sécurité

Sécurité générale du site et mise en place d'une sauvegarde automatisée ?

TMA

Tierce Maintenance Applicative (TMA)

Y'a t'il de la maintenance et mise à jour à prévoir ?

exemple : cela peut être de l'assistance dans la création de contenu, la création de template pour l'envoi périodique de newsletter, la mise à jour de modules, l'amélioration du positionnement sur Google (référencement), etc.

Webmarketing / Référencement / Reseaux Sociaux

Un site web fonctionnel et joli c'est bien mais ça ne fait pas tout, en effet vous pouvez avoir le meilleur site du monde mais s'il n'est pas visité, vous n'aurez pas de retombées commerciales.

C'est la raison pour laquelle votre client attendra peut-être des prestations au delà du site web que vous créerez comme du référencement google, la création de pages sur les réseaux sociaux, etc.

Référencement naturel ? Référencement payant ? les deux ?

Il faut avant tout avoir une stratégie et isoler des mots-clés et expression permettant un bon positionnement.

Quels sont les objectifs ? Assure t'on une garantie de résultat ?

Faut-il prévoir des prédispositions à un référencement naturel dans le site web ?

Qui s'occupe du suivi des statistiques (analytics) dans le site web ?

Cahier des charges : Parties indispensables

Dans le cahier des charges il est important de faire ressortir certaines parties comme :

- La solution technique utilisée
- Les délais de réalisation et éventuellement des dates de réunion en cours de projet
- Les livrables attendus
- La fourchette de budget (si elle est communiquée)

Et d'une manière générale le périmètre du projet, entendez par-là ce qui sera fait et ce qui ne sera pas fait.

Prévoir une partie du cahier des charges orientée marketing

Pour un document orienté vers une étude marketing, nous pourrions l'appeler « note d'intention » ou « étude de marché - benchmark » plutôt que « cahier des charges ».

En effet le cahier des charges liste vraiment les travaux à réaliser sur le site web tandis que l'étude marketing permet de parler du marché et du modèle économique.

Pour cela, il faudra plutôt viser les sujets suivants :

Présentation générale

Concept du produit ou du service

Cibles

Préciser quelles sont les cibles du projet.

Modèle économique

Expliquer la manière dont le projet pourra être viable et monétisé.

Etude de marché

Préciser comment se porte le marché sur un ou plusieurs produits (ou services) clairement identifiés.

Analyse concurrentielle

Qui sont les concurrents directs et/ou indirects ? quels sont leurs points fort ? leurs points faibles ?

Quels sont vos sources d'inspiration ?

Stratégie

Quelles seront les valeurs ajoutées de votre concept ? comment comptez-vous vous démarquer ?

Quel sera votre positionnement et votre stratégie ?

Description éditoriale

Quel sera la description éditoriale ?

Communication

Quelle communication comptez-vous mettre en place ?

WireFrame

N'hésitez pas à créer des wireframes pour schématiser votre projet sur le web

Personae

Préciser le parcours type d'utilisation d'un internaute

Univers graphique

...

Univers Technique

...

Promotion & animation du site web

Préciser la stratégie de référencement et les autres moyens mis en oeuvre.

Exemple : street marketing, marketing viral, reseaux sociaux, newsletter, campagne display, prospection offline, etc. ...

08

Audit de site

Lorsqu'un site est déjà existant, un audit permet de formuler une critique constructive d'un site web en mettant en avant des points faibles dans le but de les améliorer.

Cela peut être analysé à la fois d'un point de vue technique (validation code w3c, adéquation avec un référencement naturel) mais aussi du point de vue du parcours utilisateur (l'information est-elle claire, le site est-il bien proportionné, l'agencement est-il pertinent ? etc.)

09

Spécifications fonctionnelles

Le cahier des charges représente le recueil des besoins demandés par les utilisateurs, il décrit des règles de gestion et de traitement spécifique au métier (vue externe du système, c'est la vision utilisateur).

Des spécifications fonctionnelles détaillées sont rédigées par l'équipe de développement après réception et analyse du cahier des charges.

Les spécifications représentent la traduction du cahier des charges en termes techniques (données en entrée, données en sortie, description des écrans de l'IHM, règles de calcul, de transformation des données. Le but est de décrire de façon détaillée comment les besoins des utilisateurs vont être implémentés et donc permettre le développement du logiciel.

Devis

10

Comment définir le prix d'un site web ?

Le [cahier des charges](#) est une étape importante lors d'un projet web, il représente le besoin exprimé du client. Pour définir le prix d'un site web, vous devez faire la liste des travaux à réaliser et en estimer le temps.

Le temps de création sera un indicateur du prix facturé au client.

Un indépendant est souvent payé au résultat et non pas au temps passé. Si vous travailler en tant qu'indépendant "au forfait - à distance" (chez vous ou dans un bureau, comme une agence web), vous serez payé au résultat. Cela peut donc prendre 3 semaines comme 3 mois, il est donc important de ne pas se tromper sur l'estimation dans le devis de départ !

Si vous travaillez "en régie" en mission, sur place, dans une entreprise, vous serez payé à la journée (donc au temps passé).

11

Combien coûte un site web ?

C'est une grande question à laquelle peu de gens répondent en « tac o tac » car il y a une multitude d'informations à prendre en compte avant de pouvoir se prononcer.

C'est comme si je vous demandais « Combien coûte une voiture ? », les tarifs peuvent aller de 100 € à 200 000 € (voir plus pour les voitures de collections).

Il est impossible de donner des prix, c'est du cas par cas mais pour que vous ayez une fourchette, voici des exemples :

Site vitrine de petite envergure avec l'aide d'un CMS - administration avec configuration d'un thème graphique existant :

Prix maximum	Prix moyen	Prix minimum
6 000 €	3 000 €	1 000 €

Site vitrine de petite envergure, avec créa graphique photoshop et intégration responsive, dans l'environnement d'un CMS :

Prix maximum	Prix moyen	Prix minimum
11 000 €	7 500 €	3 500 €

Site vitrine de moyenne envergure, avec créa graphique photoshop et intégration responsive, ainsi que le développement de module spécifique, dans l'environnement d'un CMS :

Prix maximum	Prix moyen	Prix minimum
15 000 €	10 000 €	5 000 €

Ces tarifs sont à adapter selon :

- **le type de site** : un site vitrine n'est pas vendu au même prix qu'un site ecommerce.
- **la solution utilisée** : un site très spécialisé (développé en partant de 0 «from scratch») ne sera pas vendu au même prix qu'un site développé avec l'aide d'un CMS.
- **le client** : un site pour L'oreal n'est pas vendu le même prix que pour une jeune fille venant de créer sa collection de bijoux la semaine dernière.
- **le profil** : un client très exigeant ou un client cumulant les problématiques « *je ne sais pas ce que je veux, j'ai besoin de conseil, on valide a plusieurs, je suis exigeant* » sera facturé plus chère qu'un autre client.
- **l'expérience** : un développeur avec expérience, rapide et sûr de lui ne facturera pas le même prix qu'un développeur débutant.
- **le statut** : un auto-entrepreneur (avec de faibles charges) ne facturera pas le même prix qu'une société (agence web) qui a des coûts de structure (locaux), des salariés et des charges beaucoup plus fortes.

Pour définir le prix d'un site web, l'idéal est d'en définir le temps en listant les prestations, exemples : design - intégration - développement - référencement - community management - gestion de projet.

Pour plus de transparence et une bonne compréhension par le client, voici un exemple de devis détaillé avec : Une action, un temps associé, un prix déterminé.

Cela permettra au client de retirer certaines actions plus facilement s'il souhaite travailler avec vous mais ne pas dépasser un certain budget.

Ce sera toujours plus professionnel d'apporter de la clarté et des informations détaillées au devis plutôt que dire « voila ça fait 15 000 € » sans justifier la répartition par action de cette somme d'argent.

Tarif de base (appelé aussi TJM = Tarif Journalier Moyen) : 420 € / jour.

Contexte : Site vitrine.

id	action	temps (heure)	temps (jour)	prix (HT)

1	Design / Création d'une maquette graphique, recherche de visuels, personnalisation couleur, mise en page, etc. --- 2 propositions graphiques maximum	28	4	1680
2	Intégration / Création de toutes les pages (et contenu), texte, image, menu, etc. Site Internet compatible tous navigateurs récents Site Compatible Version Mobile Intégration des pages en général et des fichiers multimédia : Vidéos / Photos / icônes / googleMap	35	5	2100
3	Configuration / Installation du CMS, Base de données, Interface d'administration BackOffice pour paramétrer le site web facilement et administration complète.	2	0.29	120
4	Configuration - Développement / Création d'un formulaire de contact et création des contenus	7	1	420
5	Hebergement : Accompagnement dans l'inscription à un type d'hébergement, durée et nom de domaine.	2	0.29	OFFERT
6	Référencement / Prédiposition au référencement naturel : mots-clés, url, balises meta/title, sitemap, code valide w3c, robots, gestion erreurs 404, maillage interne, intégration réseaux sociaux, analytics.	3	0.43	180
7	Gestion de projet / Conduite, échange, suivi du projet sur 1 mois et ajustements en cours de projet.	7	1	420
8	Formation / Formation sur l'outil CMS (demi journée)	3	0.43	OFFERT
9	Sécurité / Sécurité général du site et mise en place d'une sauvegarde automatisée	3	0.43	OFFERT
-	Total	90	12.86	4920
Total HT				4920 €
Total TVA (si applicable, hors AE)				984 €
Total TTC				5904 €

Pour votre utilisation personnelle, vous pouvez télécharger une simulation de devis en suivant ce lien :



Pour l'envoyer à vos clients, vous pouvez télécharger un exemple de devis en suivant ce lien :

Commentaire général		TVA appliquée	Date de début (premier) / Date de fin (premier)
		43,00%	// /
Id	Activité	Temps (heures)	Prix (HT)
1	Design / Création d'une maquette graphique, recherche de visuels, personnalisation couleur, mise en page, etc. --- 2 propositions graphiques maximum	28	1 680,00 €
2	Intégration / Création de toutes les pages (et contenu), texte, image, menu, etc. Site Internet compatible tous navigateurs récents Site Compatible Version Mobile Intégration des pages en général et des fichiers multimédia : Vidéos / Photos / icônes / googleMap	35	2 100,00 €
3	Configuration / Installation du CMS, Base de données, Interface d'administration BackOffice pour paramétrer le site web facilement et administration complète.	2	120,00 €
4	Configuration - Développement / Création d'un formulaire de contact et création des contenus	7	420,00 €
5	Hebergement : Accompagnement dans l'inscription à un type d'hébergement, durée et nom de domaine.	2	0,00 €
6	Référencement / Prédiposition au référencement naturel : mots-clés, url, balises meta/title, sitemap, code valide w3c, robots, gestion erreurs 404, maillage interne, intégration réseaux sociaux, analytics.	3	180,00 €
7	Gestion de projet / Conduite, échange, suivi du projet sur 1 mois et ajustements en cours de projet.	7	420,00 €
8	Formation / Formation sur l'outil CMS (demi journée)	3	0,00 €
9	Sécurité / Sécurité général du site et mise en place d'une sauvegarde automatisée	3	0,00 €
Total		90	4 920,00 €
Total HT			4 920,00 €
Total TVA			984,00 €
Total TTC			5 904,00 €

Et voici une proposition commerciale regroupant cahier des charges + devis :



➤ Bon à savoir

Lors d'un devis, vous pouvez demander un acompte de départ (généralement entre 25 et 40 % du prix de vente total)

Modèle email pour envoi de devis

Lorsque vous enverrez une proposition commerciale, il faudra toujours mettre quelques lignes accompagnant votre email.

Vous n'allez pas écrire "bonjour, proposition commerciale en pièce jointe, au revoir".

Voici un exemple :

"Bonjour XXX,

Suite à notre rencontre, vous trouverez en pièce jointe notre proposition commerciale au sujet de la création de votre Site Web.

Lors de la collaboration, nous mettrons en place un lien provisoire afin que vous puissiez suivre l'évolution de la conception jour après jour. Le site web possèdera une interface de gestion backoffice (système cms wordpress ou drupal) afin que vous puissiez être autonome dans le temps. Il sera également compatible entre les différents navigateurs/supports, rapide en temps de chargement, et nous porterons une attention particulière afin de le rendre évolutif.

Si vous comparez d'autres offres et que vous recevez des tarifications très inférieures, je vous recommande de vérifier le listing des actions proposées de manière à comparer des prestations équivalentes.

Dans l'attente de votre retour, je vous souhaite un excellent week-end et reste à votre disposition pour toutes informations complémentaires.

Bien cordialement,

NOM + SIGNATURE"

Modèle email pour vous présenter

Lorsque vous aurez un contact avec une entreprise, vous devrez certainement vous présenter et envoyer un CV.

Vous n'allez pas écrire "bonjour, cv en pièce jointe, au revoir".

Voici un exemple :

"Bonjour XXX,

Suite à notre échange téléphonique, je vous confirme être très motivé à l'idée de travailler sur de nouveaux projets. Vous trouverez mon CV en pièce jointe, mon tarif se situe entre xxx et xxx € / jour HT selon la durée et le projet. En ce qui concerne les références vous pourrez en trouver quelques-unes sur l'adresse url suivante : www.site.com

Je suis habitué à travailler seul ou avec quelques collègues développeurs fiables (pour des clients directs et aussi pour des agences qui ont besoin de renfort sur la partie technique), notre expérience nous permet de connaître les différentes problématiques pouvant survenir : délai, budget, changement d'avis de dernière minute, estimation des temps de dev, besoin de réactivité, favoriser une bonne communication, obtenir la satisfaction client, etc. Je serais heureux de vous rencontrer lors d'un RDV afin d'évaluer vos besoins et de vous proposer un accompagnement technique sur vos projets.

Dans l'attente de votre retour, je vous souhaite une excellente soirée et reste à votre disposition pour toutes informations complémentaires.

Bien cordialement,
NOM + SIGNATURE"

13

Comment accepter les clients avec un faible budget ?

Cela arrive régulièrement que les clients aient une somme limitée à investir dans leurs sites web.

Faut-il les refuser pour autant ? je ne le pense pas, vous pouvez très bien proposer aux clients de passer par un thème graphique pour éviter l'étape de création d'un design sous photoshop et d'intégration responsive.

C'est une solution parmi d'autres pour réduire votre temps de travail et par conséquent le coût du site web pour votre client.

Prenons le cas suivant : Une cliente vient vous voir et vous dit « je n'ai que 1500 €, j'ai besoin d'une boutique en ligne pour vendre les bijoux que je crée depuis 3 mois avec une amie »

Vous pouvez lui proposer de créer son site web avec un CMS type wordpress ou prestashop (cela vous fera gagner beaucoup de temps).

Vous pourrez également lui proposer l'achat d'un thème graphique, cela est en général peu onéreux et vous évitera la création graphique sous photoshop et l'intégration responsive html/css. ce qui n'est pas négligeable.

14

Comment qualifier le besoin et le profil du client ?

Qui est le client ?

Lors d'un RDV, il faut déterminer si le projet du client est sérieux et s'il compte le réaliser rapidement.

Est-ce un professionnel déjà établi (avec n° SIRET et structure type société) ? Est-ce un particulier ayant une idée qu'il souhaiterait exploiter pour devenir professionnel ?

Êtes-vous seul sur le contrat ou en concurrence avec 1 ou 10 autres prestataires ?

Si vous êtes seul (ou peu) de prestataires à vous disputer le contrat il est conseillé de faire votre maximum pour remporter l'affaire.

En revanche s'il s'agit d'un appel d'offres ou que cela est très incertain dans le dénouement, ne perdez pas trop de temps derrière 1 contrat qui a peu de chance d'être signé !

Quel prix appliqué ? Cerner le profil du client

Concernant le prix à appliquer, il faut qualifier le projet mais aussi qualifier le client !

Il faut détecter la personnalité du client (cadable ou pas), car s'il est très très pointilleux ou d'humeur changeante, cela vous fera plus d'allers/retours et vous demandera plus de travail.

On ne facture pas à la tête du client mais on adapte les prix en fonction du profil du client.

C'est souvent le temps qui détermine le prix d'un site mais aussi l'exigence du client sur son produit et le travail à réaliser qui en découle.

En effet, nous pouvons distinguer plusieurs types de clients :

1. Certains clients sont très flexibles sur la manière dont vont être réalisés les actions et vous demanderont très peu de modifications (votre 1ère proposition sera souvent la bonne)
Ce sont souvent les meilleurs projets/clients, rapides, simples, efficaces.
Il est parfois préférable de signer 3 projets à 5 000 € (avec plus de flexibilité) plutôt qu'un seul projet à 15 000 € (avec plus d'exigence).
2. Certains clients ne savent pas ce qu'ils veulent mais sont ouverts aux conseils pour être orientés.
On avance souvent ensemble pas à pas, cela permet de nouer une relation de confiance avec le client.
3. Certains clients savent ce qu'ils veulent et attendent un travail précis et minutieux de votre part, c'est carré dès le départ.
On sait ce que l'on doit faire, même si c'est parfois long, nous avons tous les éléments pour avancer et c'est agréable
4. Certains clients ne savent pas du tout ce qu'ils veulent, ils vont avoir besoin que vous réfléchissiez avec eux et sont susceptibles de changer d'avis plusieurs fois pour une même page ou fonctionnalité. Ils valident parfois à plusieurs (alors que dans l'idéal nous devons avoir qu'un seul interlocuteur pour 1 projet) et mette du temps à communiquer les éléments ainsi que leurs demandes.
Hormis si le budget couvre toutes leurs exigences (ce qui n'est pas souvent le cas), c'est précisément le type de client à fuir, tous les contrats ne sont pas bons à prendre !
Certains vous diront que si vous n'avez rien d'autre sous la main, « il ne faut pas faire la fine bouche », mais moi je vous dirais plutôt que des clients il y en a partout et plutôt que vous engager dans 1 développement sans fin, vous devriez tranquillement mettre ce temps à profit pour trouver d'autres clients avec des profils plus intéressants.

En d'autres termes, n'attendez pas que votre client vous dise « je suis chiant ». c'est à vous de le sentir et de le cerner.

A vous d'avoir de bonnes capacités d'analyses. N'attendez pas que l'on vous prévienne ; Gardez l'oeil ouvert et l'oreille à l'écoute pour comprendre à quel type de clients vous avez à faire.

Le but n'est pas de "faire banquer" votre client mais d'être payé à un prix juste pour un projet.

Toujours demander un acompte en début de projet

Si un client refuse de vous payer un acompte de départ, là aussi je vous conseillerai de ne pas démarrer le travail. C'est quelque chose de normal. S'il ne le fait pas, c'est certainement qu'il ne compte pas du tout vous payer. Même s'il vous met en confiance, je vous conseille de ne pas réaliser la prestation. Vous pouvez également demander l'acompte par chèque sans l'encaisser immédiatement, le temps de voir quelle tournure la relation peut prendre.

Mener la négociation

Si vous pensez qu'un site web coûte 3 500 €, il est vivement conseillé de le proposer à 3 900 € car cela vous permettra d'avoir une petite marge de négociation, attendez-vous à ce que le client négocie votre prix.

De cette manière vous redescendrez sur le prix que vous aviez en tête soit 3 500 €.

Vous ne devez pas être fermé à la négociation. La négociation fait partie du jeu et de la relation commerciale.

Si un client vous dit « est-ce que tu me fais un prix ? j'ai plein d'autres amis intéressés que je pourrais te présenter et qui pourrait devenir tes clients » (*sous entendu je ne souhaite pas négocier mais j'aimerais quand même que tu baisses ton prix*), il peut être sincère mais la plupart du temps c'est une technique utilisée pour négocier (il y a beaucoup de beaux parleurs). Vous pourrez toujours faire un geste commercial plus tard.

En ce qui concerne la partie devis, si vous pensez que la création d'un site web coûte environ 10 000 €, il est de bon augure de le proposer à 9 900 € (barrière psychologique à 5 chiffres).

Marge sécurité

Dans la budgétisation d'un site web, vous devez inclure une marge sécurité.

Cette marge peut vous servir en cas d'imprévu ou de contraintes techniques. Elle peut également vous servir pour assurer des développements complémentaires pour votre client. Il est normal que certaines idées viennent en cours de projet, une partie de ces idées devront être acceptées

gracieusement pour ne pas lui faire mauvaise impression et montrer de la flexibilité. Pour anticiper au mieux, ne visez pas un prix serré, visez un prix confort.

Respecter vos délais

Imaginons que nous sommes lundi et que votre client vous demande de réaliser une action.

Avant d'annoncer « ce sera fait demain mardi », réfléchissez ! Même pour une petite action il est préférable de dire « ce sera fait mercredi ». Pourquoi ?

- Si vous annoncez mercredi et que vous le faites quand même le mardi, cela fera une bonne surprise à votre client, il trouvera que vous êtes rapide, efficace, il sera content puisqu'il ne s'y attendra pas.
- Si vous annoncez mardi et que vous le faites mardi, cela restera normal.
- Si vous annoncez mardi et que vous le faites le mercredi avec du retard, cela fait très peu sérieux.

Parfois les projets peuvent avoir tendance à s'éterniser dans le temps, les allers/retours peuvent être nombreux, il faudra donc que vous soyez vous même irréprochable dans vos délais si vous souhaitez plus tard « faire bouger » votre client.

Comment faire face à 1 client qui vous en demande toujours plus ?

Vous devez réaliser les actions présentes dans le cahier des charges.

Si un client vous demande de petites actions annexes, il est de bon augure de les réaliser également pour maintenir une bonne relation commerciale et montrer de la flexibilité.

Si un client vous demande de actions annexes importantes à outrance, sans que cela ait été prévue, vous devez le facturer en conséquence.

Vous ne devez pas prendre une intonation qui fait sentir au client que ça vous dérange ou employer des mots qui sont désagréables. Pas de phrase du type « Ce n'était pas prévu dans le contrat ».

En effet le client ça lui est égal que ça ne soit pas prévu dans le contrat initial, il vous demande quelque chose il en a besoin ! Et il ne se rend pas toujours compte des heures de travail que cela entraîne lorsqu'il vous formule une simple demande. Il vaut mieux le lui faire comprendre en disant une phrase du type « oui, avec plaisir, je vous envoie un devis pour ce nouveau développement, et je démarre dès que j'ai votre signature ou confirmation écrite ».

L'action et non la réflexion

Si votre client vous demande de réfléchir avec lui, qu'il sollicite souvent votre avis (que vous avez un rôle de conseil), ça montre qu'il vous fait confiance et c'est plutôt positif.

Néanmoins vous (l'exécutant) êtes présent pour être dans l'action, et pas forcément dans la réflexion. Si la part de réflexion est trop importante, il faudra peut-être songer à inclure un accompagnement dans votre devis.

Les projets sont subjectifs

Il peut être de bon augure de proposer des améliorations à vos clients.

Cependant vous ne devez pas les forcer pour autant car les goûts et les couleurs ne se discutent pas. Quelque chose de bien pour vous ne le sera pas forcément pour la personne en face.

Forfait

Pour une activité pérenne, il est intéressant d'avoir des contrats récurrents sous forme de forfait afin de fidéliser votre clientèle.

Voici quelques exemples d'abonnement :

➤ **FORFAIT** Référencement - x € / mois

Selon la stratégie, le besoin et les objectifs de votre client les tarifs peuvent vraiment varier. Si vous avez des compétences dans ce domaine cela peut être intéressant de proposer une prestation sur le long terme à votre client, car on peut faire un super site mais s'il n'a pas de visite, il ne décollera pas.

► FORFAIT Maintenance TMA - x € / mois

Vous pouvez proposer 1 journée de prestation chaque mois à votre client, celui-ci peut vous confier tous types de travaux (mise à jour de module, renforcement de la sécurité, création d'une nouvelle page ou d'une newsletter, installation et configuration d'un nouveau module, etc.).

Cela consitute des exemples de contrats (facturables mensuellement ou trimestriellement), il y'en a d'autres. Il faudra surtout vous demander « de quoi a t'il réellement besoin ? comment est-ce que je pourrais lui rendre service ? ».

Comment vous protéger dans vos contrats ?

N'oubliez pas qu'en tant qu'entrepreneur indépendant vous n'êtes pas salarié. En cas de litige sans solution amiable, un client peut vous assigner et vous demander réparation auprès du tribunal de commerce.

Voici quelques mentions très importantes à prévoir dans vos contrats :

Développement : Il en va de la responsabilité du client de vérifier que la présente proposition répond bien à sa demande et à ses attentes et que rien ne manque à cette proposition établie. Le prestataire s'engage à réaliser les différents points cités dans ce présent contrat. En cas de contrainte technique, le prestataire proposera des solutions alternatives au client. Les actions à réaliser sur le site seront configurées à l'aide du CMS choisi par le prestataire et accepté par le client. La personnalisation 'type' prévue par chaque module sera systématiquement choisie. Lorsqu'un comportement différent est souhaité pour l'une des fonctionnalités (par le client), le prestataire s'engage à proposer d'autres alternatives possibles offertes par le module concerné. Dans le cas où un module ne correspond pas à l'attente du client, il est possible d'effectuer un développement spécifique, celui-ci donnera lieu à une nouvelle facturation séparée.

Graphisme : Après avoir défini vos besoins, vos goûts et vos attentes en termes de graphisme, nous réaliserons une maquette graphique qui vous sera présentée sous forme d'images ou de mockup. Nous pourrons la modifier si nécessaire (2 propositions maximum). Si celle-ci ne vous convient pas, nous pourrons aussi vous présenter des thèmes graphiques établis que nous pourrons personnaliser de manière à rendre le graphisme « à votre image ».

Hébergement : Le site se fera exclusivement avec la technologie suivante : Accouplement de PHP / MYSQL avec le cms XXX. Si la livraison se fait sur le serveur du client, il doit posséder un hébergement et au besoin une base de données supportant ces deux technologies. Nous assurons la livraison du dossier contenant le code-source et le fichier représentant la base de données au format SQL.

Responsabilité du client : Il en va de la responsabilité du client de vérifier que la présente proposition répond bien à sa demande et ses attentes et que rien ne manque à cette proposition établie. Le client doit vérifier chaque point du présent contrat afin de s'assurer qu'il ne manque rien dans le détail des fonctionnalités citées. Lors du déroulement du projet, certaines idées arrivent et il est normal de vouloir aller dans le sens de l'amélioration. Sauf modification des éléments cités dans la proposition, les nouveaux éléments n'apparaissant pas dans cette proposition commerciale devront faire l'objet d'une nouvelle facturation séparée.

« Des clients il y'en a partout »

Par où commencer ?

Parler en autour de vous

Vous pouvez parler de votre activité à vos amis, aux amis de vos amis et plus généralement à vos connaissances (message sur FaceBook par exemple) ou vos anciens collègues de travail.

Discutez en avec tout le monde !

Prospection et Phoning

Vous pouvez prospecter et faire une session phoning, repérer de bon contacts sur viadeo ou linkedin et téléphoner leur pour leur proposer vos services.

Pour cela, essayez d'avoir un discours bien rodé (entraînez-vous avant sur 1 ami), et posez des questions ouvertes à votre interlocuteur pour récupérer de l'information sur le mode de fonctionnement, leurs besoins éventuels présents ou futurs.

Doublez chaque appel téléphonique par un email de présentation comprenant vos coordonnées.

Si vous pouvez être recommandé, ce serait l'idéal.

PlateForme de mise en relation

Vous pouvez proposer vos services et suivre les projets postés sur des plates-formes comme Codeur ou HopWork.

Comment faire face à toutes les demandes ?

Si l'on vous demande des prestations complètes : design - intégration - développement - référencement - community management - gestion de projet.

Vous pouvez tenter de trouver d'autres prestataires experts dans les sujets que vous ne maîtrisez pas.

Ainsi vous garderez les prix d'un auto-entrepreneur avec la complémentarité d'une petite équipe comme pour une agence web.

Prendre un nom commercial

Si vous vendez des sites web, il vous faudra absolument votre propre site web.

Pour avoir plus de poids, vous pouvez prendre un nom commercial (que vous pourrez déposer auprès de l'INPI), cela évitera de facturer seulement en votre nom et prénom et pourra faire plus sérieux auprès de certaines entreprises.

Vous pourrez faire imprimer des cartes de visites (sur VistaPrint ou ailleurs) afin d'apparaître comme professionnel.

Comment se comporter en RDV afin de signer un contrat ?

Lorsque vous serez en rendez-vous avec un client, vous devrez l'écouter mais aussi le convaincre sur le fait que vous êtes l'Homme (ou la Femme :p) de la situation !

Généralement les rendez-vous démarrent par une présentation rapide de chacun.

Ensuite il y a souvent quelqu'un qui mène la discussion, soit le client vous dira rapidement ce qu'il attend de vous, soit il faudra amorcer la réunion en posant des questions ouvertes « qu'est-ce que vous attendez de moi? comment je pourrai vous aider? Pouvez-vous me parler de votre projet web ? »

Essayez d'être rassurant et ne pas parler trop de technique durant le RDV afin que le client puisse vous suivre.

Si vous êtes client, il est recommandé de faire deux ou trois devis différents. un peu comme si vous deviez emmener votre voiture au garage pour une grosse réparation

Cela vous permettra de voir les différents prix et prestations que l'on vous propose.

Lorsque vous serez en contact avec des prestataires, et à plus forte raison en l'absence d'un cahier des charges, il est important de préciser votre besoin. Le but est d'être le plus clair possible car cela évite des facturations "surprise" supplémentaires en cours de projet.

Le prestataire peut vous aider à construire le cahier des charges. cela vous permettra d'avoir un premier contact professionnel avec lui.

➤ **Délais** : Quels seront les délais de réalisation ? le prestataire garantit les délais qu'il annonce ?

➤ **Référence** : De quelle référence dispose le prestataire ? Avez-vous vu les sites qu'il a déjà réalisés (coté Front pour l'apparence mais surtout Back pour le mécanisme !)

➤ **Technologies** : Quelle solution technique vous propose t'il pour la création du site ? Quels outils compte-il utiliser ? cet outil est t'il connu ? l'interface de gestion (Back) vous permettra t'elle de faire des modifications facilement ?

➤ **Réactivité** : Est-ce que le prestataire est facilement joignable et communique régulièrement (mail, tel, rdv physique) ? Est-ce qu'il vous propose un lien permettant de voir le suivi dans la construction du site jour après jour ?

➤ **Accompagnement** : Est-ce que le prestataire prévoit une journée de formation ainsi qu'une documentation technique et fonctionnelle (manuel d'utilisation du site) afin que vous soyez autonome une fois que le site sera terminé et livré ?

Il ne faut pas viser le prestataire le moins cher (ou low cost) mais le prestataire le plus sérieux, le plus cohérent dans son discours et dans ses actes.

© Copyright *Aucune reproduction, même partielle (textes, documents, images, etc.), ne peut être faite sans l'accord de son auteur.*

Liam TARDIEU

EVOGUE.fr - EPROJET.fr