CAHIER DES CHARGES

# Création de site internet

Exemple rempli : Bovard Menuiserie Sàrl, Échallens (VD)

| Rubrique | Votre réponse |
|---|---|
| **Entreprise** | Bovard Menuiserie Sàrl (entreprise fictive) |
| **Personne de contact** | Julien Bovard, associé gérant, 021 000 00 00, julien@bovard-exemple.ch |
| **Version et date** | V1 du 10.11.2026 |
| **Destinataires** | 3 prestataires (une agence, un freelance, un studio) |
| **Réponse attendue le** | 04.12.2026 |

*Cet exemple montre un cahier des charges complet pour un site vitrine de PME. Les noms, chiffres et adresses sont fictifs.*

# Mode d'emploi

Ce document décrit vos besoins, pas la solution technique. Le choix des outils revient au prestataire. Votre rôle est d'expliquer votre activité, vos objectifs et vos contraintes.

Comptez environ 2 à 4 heures de rédaction pour un site vitrine, réparties sur plusieurs jours. Faites relire le document par une personne extérieure au projet avant de l'envoyer.

Envoyez le même document à 2 ou 3 prestataires. Un bon cahier des charges permet de comparer les devis ligne par ligne.

### Sommaire

1. Votre entreprise
2. Vos clients
3. Vos concurrents
4. Vos objectifs
5. Pages et contenus
6. Fonctions attendues
7. Style et ergonomie
8. Boutique en ligne (si concerné)
9. Refonte d'un site existant (si concerné)
10. Budget et calendrier
11. Après la mise en ligne
12. Ce que vous attendez dans le devis
13. Vérification avant envoi

# 1. Votre entreprise

**Conseil :** Dix à quinze lignes suffisent. Le prestataire ne vous connaît pas : cette section lui évite de deviner.

| Rubrique | Votre réponse |
|---|---|
| **Activité** | Menuiserie générale : cuisines, dressings, escaliers, fenêtres bois et rénovation intérieure. |
| **Date de création** | 2004 |
| **Zone d'activité** | Gros-de-Vaud, nord lausannois, Broye vaudoise. |
| **Équipe** | 8 personnes : 2 associés, 4 menuisiers, 1 apprenti, 1 assistante administrative. |
| **Site actuel** | www.bovard-exemple.ch, créé en 2015, non modifiable par nos soins. |
| **Ce qui vous plaît sur le site actuel** | Les photos de réalisations, le nom de domaine. |
| **Ce qui vous gêne** | Mal affiché sur téléphone, aucune demande de devis depuis le site, textes datés. |
| **Langues du site** | Français. Allemand envisagé en phase 2. |

# 2. Vos clients

**Conseil :** Décrivez vos clients en situation réelle. Si vous avez deux publics distincts, séparez-les.

| Public | Qui sont-ils ? | Comment vous trouvent-ils ? | Que cherchent-ils sur le site ? |
|---|---|---|---|
| Particuliers | Propriétaires de 35 à 65 ans, villas et PPE | Bouche-à-oreille, Google, panneaux de chantier | Photos de réalisations, délais, demande de devis |
| Professionnels | Architectes, régies, entreprises générales | Réseau, appels d'offres, recommandations | Références, capacité, certifications, contact direct |

# 3. Vos concurrents

**Conseil :** Citez les entreprises que vos clients comparent à vous, dans votre région, avec l'adresse de leur site.

| Concurrent | Site web | Ce qu'il fait mieux en ligne | Ce qu'il fait moins bien |
|---|---|---|---|
| Menuiserie A, Oron | www.concurrent-a.ch | Galerie photos classée par type de travaux | Pas de formulaire de devis |
| Menuiserie B, Moudon | www.concurrent-b.ch | Avis clients visibles, bon classement Google | Site lent, design vieillissant |
| Agencement C, Lausanne | www.concurrent-c.ch | Très belle présentation des cuisines | Aucune information sur les délais |

## 4. Vos objectifs

> **Conseil :** Classez vos objectifs par priorité. Pour chacun, indiquez comment vous saurez qu'il est atteint, avec vos propres chiffres.

| Priorité | Objectif | Indicateur | Situation actuelle | Cible |
|---|---|---|---|---|
| 1 | Recevoir des demandes de devis de particuliers | Formulaires reçus par mois | 1 à 2 | 8 dans les 12 mois |
| 2 | Être trouvé à Échallens et environs | Position Google sur « menuisier Échallens » | Page 2 | Top 3 |
| 3 | Recruter des apprentis | Candidatures via le site par an | 0 | 5 |

## 5. Pages et contenus

> **Conseil :** Une ligne par page : son rôle et son contenu. Chaque contenu a un responsable et une date de remise. Un projet en retard attend souvent des contenus côté client.

| Page | Rôle et contenu | Textes fournis par | Photos fournies par | Remise le |
|---|---|---|---|---|
| Accueil | Présenter le métier, montrer 6 réalisations, inviter au devis | Prestataire | Client | 15.01.2027 |
| Cuisines | Offre cuisine sur mesure, galerie, déroulement | Client, relu par le prestataire | Client | 15.01.2027 |
| Dressings et agencement | Offre, galerie | Client, relu par le prestataire | Client | 15.01.2027 |
| Escaliers et fenêtres | Offre, galerie | Client, relu par le prestataire | Client | 15.01.2027 |
| Réalisations | Galerie filtrable par type de travaux | Client | Client | 15.01.2027 |
| L'entreprise | Histoire, équipe, atelier, valeurs | Prestataire (interview) | Shooting à prévoir | 22.01.2027 |
| Apprentissage | Offre de places, déroulement, candidature | Client | Client | 22.01.2027 |
| Contact et devis | Formulaire, plan, horaires | Prestataire | Aucune | 15.01.2027 |
| Mentions légales, confidentialité | Obligations légales | Prestataire, validé par le client | Aucune | 22.01.2027 |

## 6. Fonctions attendues

> **Conseil :** Décrivez des usages, pas des outils. Écrivez par exemple « le visiteur peut réserver un créneau », pas le nom d'une extension.

| Fonction | Nécessaire ? | Précisions |
|---|---|---|
| **Formulaire de demande de devis** | ☒ Oui ☐ Non ☐ Plus tard | Avec envoi de photos du chantier, réception par e-mail |
| **Modifier soi-même textes et photos** | ☒ Oui ☐ Non ☐ Plus tard | Ajout de réalisations sans aide extérieure |
| **Affichage correct sur téléphone** | ☒ Oui ☐ Non ☐ Plus tard | Plus de 60 % de nos visiteurs sont sur mobile |
| **Prise de rendez-vous en ligne** | ☐ Oui ☐ Non ☒ Plus tard | Pour les visites de chantier |
| **Site en plusieurs langues** | ☐ Oui ☐ Non ☒ Plus tard | Allemand en phase 2 |
| **Blog ou actualités** | ☒ Oui ☐ Non ☐ Plus tard | 1 article par mois, rédigé par nos soins |
| **Avis clients affichés** | ☒ Oui ☐ Non ☐ Plus tard | Reprise de nos avis Google |
| **Inscription à une newsletter** | ☐ Oui ☒ Non ☐ Plus tard | |
| **Vente en ligne** | ☐ Oui ☒ Non ☐ Plus tard | |
| **Statistiques de fréquentation** | ☒ Oui ☐ Non ☐ Plus tard | Rapport simple, lisible sans formation |
| **Liaison avec un outil existant** | ☐ Oui ☒ Non ☐ Plus tard | |

### Protection des données (nLPD)

Le site collecte des données personnelles dès qu'il contient un formulaire ou des statistiques de visite. Plutôt que de fixer vous-même des exigences juridiques, posez ces questions au prestataire :

- Comment le site respecte-t-il la loi fédérale sur la protection des données (nLPD) ?
- Où sont hébergés le site et les données des formulaires ?
- Qui rédige la politique de confidentialité et la tient à jour ?
- Une bannière de consentement aux cookies est-elle nécessaire pour mes visiteurs ?

## 7. Style et ergonomie

| Rubrique | Votre réponse |
|---|---|
| **Ton souhaité** | Chaleureux et artisanal, sans faire rustique. |
| **Charte graphique** | Logo vectoriel disponible. Couleurs : vert sapin et bois clair. |
| **Création** | Modèle adapté, personnalisé à nos couleurs. |
| **Photos** | Environ 80 photos de réalisations. Shooting de l'équipe et de l'atelier à prévoir. |

> **Conseil :** Citez trois ou quatre sites que vous aimez, y compris hors de votre secteur, et dites précisément pourquoi.

| Site qui vous inspire | Ce qui vous plaît |
|---|---|
| Site d'un ébéniste français | Grandes photos plein écran, peu de texte |
| Site d'une boulangerie lausannoise | Ton simple et chaleureux, équipe mise en avant |
| Site d'un architecte genevois | Galerie de projets claire, filtrable |

## 8. Boutique en ligne (si concerné)

> **Conseil :** C'est la partie où les oublis coûtent le plus cher. Détaillez autant que possible.

| Rubrique | Votre réponse |
|---|---|
| **Nombre de produits** | Non concerné |
| **Moyens de paiement** | Non concerné |
| **Livraison** | Non concerné |
| **TVA** | Non concerné |
| **Retours** | Non concerné |
| **Liaison avec vos logiciels** | Non concerné |

## 9. Refonte d'un site existant (si concerné)

> **Conseil :** Une refonte mal préparée peut faire perdre la visibilité acquise sur Google. Demandez au prestataire comment il l'évite.

| Rubrique | Votre réponse |
|---|---|
| **Pages bien positionnées** | Page « Cuisines », page « Escaliers ». |
| **Adresses (URL) à conserver ou rediriger** | À analyser par le prestataire. |
| **Contenus à reprendre** | Photos de réalisations, textes de l'historique. |
| **Accès actuels** | Domaine chez nous. Hébergement chez l'ancien prestataire, accès à récupérer. |

## 10. Budget et calendrier

> **Conseil :** Indiquer une fourchette de budget n'affaiblit pas votre position. Elle permet au prestataire de proposer une solution adaptée au lieu de deviner.

| Rubrique | Votre réponse |
|---|---|
| **Budget de création** | CHF 8 000 à 12 000, hors TVA. |
| **Budget annuel après la mise en ligne** | CHF 1 000 à 1 500 par an, hors TVA. |
| **Mise en ligne souhaitée** | 01.03.2027 |
| **Pourquoi cette date ?** | Début de la saison des rénovations de printemps. |
| **Interlocuteur unique côté client** | Julien Bovard |

| Jalon | Date visée | Validé par | Délai de réponse |
|---|---|---|---|
| Choix du prestataire | 11.12.2026 | Julien Bovard | 1 semaine |
| Maquettes | 22.01.2027 | Julien Bovard | 5 jours ouvrables |
| Version de test | 12.02.2027 | Julien Bovard | 5 jours ouvrables |
| Mise en ligne | 01.03.2027 | Julien Bovard | 2 jours ouvrables |

## 11. Après la mise en ligne

> **Conseil :** Ces points se négocient facilement avant la signature, rarement après. Le nom de domaine et les accès doivent rester à votre nom.

| Rubrique | Votre réponse |
|---|---|
| **Hébergement** | Hébergement en Suisse souhaité, proposé par le prestataire. |
| **Nom de domaine** | Au nom de Bovard Menuiserie Sàrl. |
| **Accès administrateur** | Oui, avec un compte administrateur à notre nom. |
| **Maintenance** | Contrat de maintenance mensuel souhaité. Sauvegardes quotidiennes. |
| **Formation** | 1 séance de 2 heures pour 2 personnes. |
| **Documentation** | Oui, guide simple en PDF ou vidéo. |

## 12. Ce que vous attendez dans le devis

Pour comparer les offres sur une base identique, demandez à chaque prestataire :

- un prix détaillé par poste (conception, développement, contenus, photos, formation) ;
- ce qui est inclus et ce qui sera facturé en plus ;
- le coût annuel après la mise en ligne (hébergement, maintenance, licences) ;
- le planning proposé et les conditions de paiement ;
- deux ou trois références de projets comparables ;
- une référence explicite à ce cahier des charges dans l'offre.

## 13. Vérification avant envoi

> **Conseil :** Faites lire le document à quelqu'un qui ne connaît pas votre projet. Chaque hésitation signale un passage à reformuler.

☒ Chaque objectif est mesurable et classé par priorité.
☒ Chaque page a un rôle et un responsable de contenu.
☒ Chaque fonction est décrite par un usage, pas par un outil.
☒ Les jalons ont une date et un valideur.
☒ Le budget est indiqué en fourchette.
☒ Aucun terme technique n'est laissé sans explication.
☒ Le document est daté et porte un numéro de version.

**Test final : un prestataire qui ne vous connaît pas peut-il vous remettre un devis avec ce seul document, sans vous poser de question de fond ?**