

prosperis Cahier des charges : site web

Modèle à compléter avant de consulter des prestataires

tanguy mignot · juillet 2026 · prosperis

Ce modèle vous aide à cadrer votre projet de site internet avant de consulter des prestataires. Complétez ce que vous savez, laissez en blanc ce que vous ignorez : une case vide est une information utile, elle signale un point à trancher avec le professionnel que vous choisirez.

Huit rubriques, une règle : décrivez votre **besoin**, laissez la **solution** technique à ceux dont c'est le métier.

1. Votre entreprise et le contexte

Qui êtes-vous ? (activité, clients, zone d'intervention, effectif)

...

Pourquoi ce projet, et pourquoi maintenant ? (premier site, refonte, nouvelle activité, site vieillissant...)

...

Votre site actuel, si vous en avez un (adresse, ce qui va, ce qui ne va plus)

...

2. Les objectifs du site, classés

Classez de 1 (prioritaire) à 5. Un site qui vise tout ne réussit rien.

Priorité	Objectif
...	Générer des demandes de contact / devis
...	Rassurer et crédibiliser avant un rendez-vous
...	Vendre en ligne
...	Informier / réduire les appels répétitifs
...	Recruter

Comment jugerez-vous que le site est réussi dans 12 mois ? (nombre de contacts par mois, ventes, appels en moins...)

...

3. Les visiteurs visés

Décrivez 2 ou 3 profils concrets de visiteurs.

	Profil 1	Profil 2	Profil 3
Qui est-ce ? (métier, situation)	...	...	...
Qu'est-ce qui l'amène sur le site ?	...	...	...
Quelle question se pose-t-il en arrivant ?	...	...	...
Que doit-il faire avant de partir ?	...	...	...

4. Le périmètre : pages et fonctionnalités

Pages envisagées (liste indicative, le prestataire affinera l'arborescence avec vous)

...

Fonctionnalités attendues

Fonctionnalité	Attendu ? (oui / non / à discuter)	Précisions
Formulaire de contact / demande de devis	...	...
Prise de rendez-vous en ligne	...	...
Catalogue / portfolio de réalisations	...	...
Vente en ligne (paiement, livraison)	...	nombre de produits : ...
Espace client / zone privée	...	...
Blog / actualités	...	qui publiera, à quelle fréquence : ...
Multilingue	...	langues : ...
Autre	...	...

5. Les contenus

Le poste le plus sous-estimé des projets qui dérapent. Soyez honnête sur ce qui existe vraiment.

Contenu	Existe ?	Qui le produit ?	Pour quand ?
Textes des pages	oui / non / partiel	...	...
Photos (vos locaux, équipe, produits)	oui / non / partiel	...	...
Logo et charte graphique	oui / non / partiel	...	...
Vidéos, documents à télécharger	oui / non / partiel	...	...

Si des contenus manquent : le prestataire doit-il chiffrer leur production (rédaction, photo) ?

| oui / non

6. Le design et l'image

2 ou 3 sites que vous aimez, et pourquoi (concurrents ou non)

| ...

Ce que vous ne voulez surtout pas

| ...

Contraintes d'image (charte à respecter, couleurs, ton : sobre, chaleureux, technique...)

| ...

7. La technique et le juridique

Nom de domaine : lequel, et à qui appartient-il aujourd'hui ? (vérifiez : c'est votre actif, il doit être à votre nom)

| ...

Hébergement et messagerie actuels (prestataire, ce qui doit être repris ou conservé)

| ...

Existant à reprendre (contenus d'un ancien site, référencement acquis, outils à connecter : CRM, agenda, caisse...)

| ...

RGPD et juridique : mentions légales, politique de confidentialité, cookies, formulaires. Attendez-vous du prestataire qu'il les mette en conformité ?

| *oui / non / à discuter*

8. Budget, planning et critères de choix

Votre enveloppe budgétaire, même en fourchette. L'annoncer élimine les offres hors sujet et vous fait gagner un tour de négociation. Pensez au coût complet : création + hébergement + maintenance annuelle.

| ...

Échéance : y a-t-il une vraie date butoir (salon, ouverture, saison) ? Laquelle ?

| ...

Vos critères de choix du prestataire, classés (prix, proximité, références, accompagnement dans la durée, technologie...)

| ...

Qui décide, côté entreprise ? (interlocuteur du projet, validation finale)

| ...

Avant d'envoyer ce document

Trois vérifications :

1. Les objectifs (rubrique 2) sont **classés**, pas tous « prioritaires ».
2. La rubrique contenus (5) dit la vérité : un « on verra plus tard » ici est la première cause de projets à l'arrêt.
3. Le budget (8) est renseigné, même en fourchette.

Ce modèle est proposé par **prosperis**, agence web à Lille (prosperis.fr). Nous pouvons aussi mener ce cadrage avec vous en entretien : c'est l'objet du diagnostic gratuit de 20 minutes, sur prosperis.fr.