

## Cahier des Charges d'un Site E-Commerce

Ce document vous permet de prendre en compte les points principaux à faire apparaître dans un cahier des charges, lors de la consultation de prestataires en vue de la création d'un site internet marchand.

Il est non exhaustif et a vocation d'exemple.

Faire apparaître les éléments suivants :

Nom de l'entreprise :

Adresse :

Tel :

Fax :

Email :

Personne à contacter dans l'entreprise :

## SOMMAIRE

<b>1</b>	<b>PRESENTATION DE L'ENTREPRISE .....</b>	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>PRESENTATION DU PROJET.....</b>	<b>3</b>
2.1	ROLES .....	3
2.2	A QUI S'ADRESSE LE SITE .....	3
2.3	CONTENUS.....	3
2.4	ARBORESCENCE.....	4
<b>3</b>	<b>PRESTATIONS ATTENDUES .....</b>	<b>4</b>
3.1	CHARTRE GRAPHIQUE ET CHARTRE EDITORIALE .....	4
3.2	CREATION ET RECUPERATION DE CONTENUS .....	4
3.3	DEVELOPPEMENT .....	5
3.4	MAQUETTE DU SITE.....	5
3.5	DEPOT DU NOM DE DOMAINE ET ADRESSES MAIL.....	5
3.6	HEBERGEMENT.....	5
3.7	REFERENCEMENT .....	6
3.8	MISES A JOUR .....	6
3.9	STATISTIQUES DE CONNECTIONS .....	7
3.10	OUTILS SPECIFIQUES E-COMMERCE .....	7
<b>4</b>	<b>LIVRABLES ATTENDUS.....</b>	<b>8</b>
<b>5</b>	<b>PROPRIETES ET DROITS.....</b>	<b>8</b>

## **1 PRESENTATION DE L'ENTREPRISE**

- à décrire (activité, marché, vous...)

## **2 PRESENTATION DU PROJET**

- faire connaître l'entreprise,
- donner à vos clients des conseils sur vos produits ou services,
- générer des contacts de nouveaux prospects.
- Vendre en ligne

### **2.1 Rôles**

L'entreprise s'engage à :

- valider le respect du cahier des charges,
- veiller au respect des délais,
- fournir les contenus de base (textes, plaquettes, logos, images, photos).

Rôle du prestataire :

- réaliser le site internet,
- respecter les délais,
- Proposer un planning de réalisation en accord avec le client.
- Proposer un suivi dans le temps

### **2.2 A qui s'adresse le site**

- La cible à toucher
- Les canaux de distribution envisagés

### **2.3 Contenus**

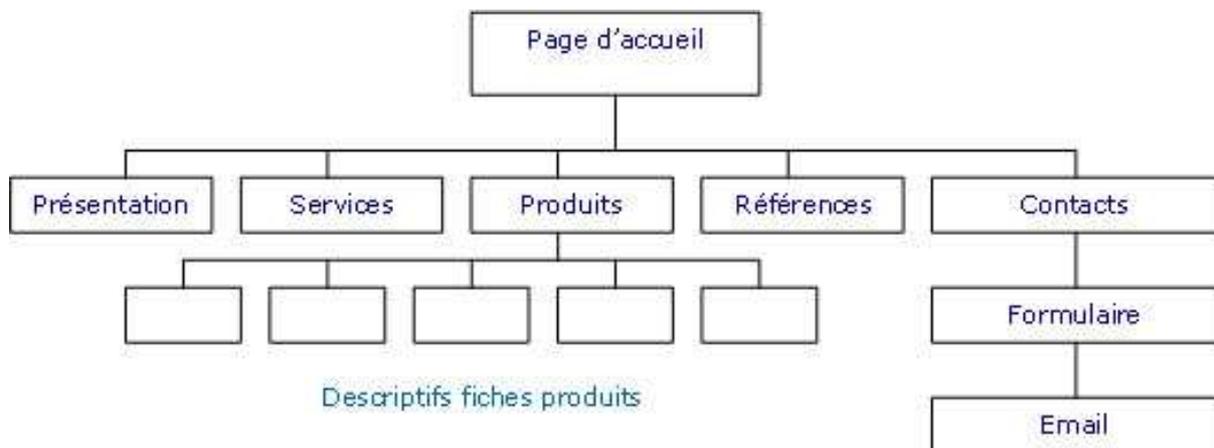
Image (logo), photos et textes sont fournis sur la base de la plaquette existante.

- 6 à 8 pages
- nombre de photos et images

## 2.4 Arborescence

Exemple :

Fournir un plan du site tel que ci-dessous :



Nb : veiller à faire apparaître sur le schéma une éventuelle base de données.

## 3 PRESTATIONS ATTENDUES

### 3.1 Charte graphique et charte éditoriale

- Le prestataire proposera 3 chartes graphiques parmi lesquelles le client choisira celle qui convient le mieux à son entreprise.

### 3.2 Création et récupération de contenus

Le prestataire devra :

- adapter à une présentation web les contenus fournis,
- numériser les données qui sont nécessaires,
- créer les éléments graphiques (fond de page, boutons, icônes...).

### **3.3 Développement**

- Le site sera développé sur la base d'un gestionnaire de contenu (CMS) respectueux des standards du W3C. Ainsi les pages générées vrépondront scrupuleusement aux normes des standards utilisés (html, xhtml etc..)
- XHTML 1.0 Strict
- CSS (niveau 1,2 ou 3)

Les langages utilisés pour les développements seront standards. Une documentation technique commentée des codes informatiques sera fournie.

### **3.4 Maquette du site**

Une maquette réalisée avec des liens statiques en HTML pour simuler l'affichage de tous les types de contenus sera présentée au client pour validation.

### **3.5 Dépôt du nom de domaine et adresses mail**

Le ou les noms de domaine seront déposés par le client ou par le prestataire. Le devis doit préciser les montants relatifs au dépôt de domaine (montant annuel), à l'hébergement (montant annuel), à la maintenance (fréquence à définir) et au développement initial.

Le nom de domaine doit être la propriété de l'entreprise qui commande le site.

### **3.6 Hébergement**

Le prestataire précisera la nature de l'hébergement :

- l'architecture et le débit de son lien avec l'internet,
- le service de hot line client,
- l'espace disque attribué,
- la périodicité des sauvegardes,
- délai de rétablissement en cas de coupure de service,

### **3.7 Référencement**

Le site internet visible par le client et les moteurs de recherches sera optimisé pour le référencement (notamment le référencement naturel sur Google) :

- Les URL seront constituées de mots-clefs liés au titre de la page (URL Rewriting)
- Les titres de page (balise <title>) seront constituées de mots-clefs différents selon les pages
- Un texte alternatif est obligatoire pour chaque image.
- Une carte du site « google site map » sera mise à jour régulièrement (minimum une fois tout les deux mois)
- Le site sera soumis aux principaux moteurs de recherche et annuaires
- **La feuille de style utilisée pour le site respectera les standards (exemple : H1, H2, ...) pour que les robots d'indexation puissent estimer l'importance relatives des mots-clefs.**
- **Le site sera compatible avec les normes W3C en fonction du standard de la page (html, xhtml etc..)**

Modifier ces exigences en fonction de la concurrence sur les groupes de mots clef choisis :

Le prestataire s'engage en termes de résultat sur les expressions suivantes : « mot\_clef\_1 mot\_clef\_2 mot\_clef\_3 » :

Position sur Google après 1 mois : entre page 1 et page 5

Position sur Google après 3 mois : entre page 1 et page 3

Position sur Google après 6 mois : entre page 1 et page 2

Position sur Google après 12 mois : position sur la première page

### **3.8 Mises à jour**

Une formation à l'outil de mise à jour (back-office) sera assurée par le prestataire.

Le système de back office doit permettre la mise à jour de l'ensemble du contenu du site.

Exemple : mise à jour du référentiel : fiches articles, prix, photos.., mise à jour de la page d'accueil : texte, photos, coordonnées...

### **3.9 Statistiques de connections**

Un accès en ligne aux statistiques de fréquentation du site sera fourni et sera accessible dans l'espace d'administration

Celles-ci doivent comprendre :

- nombre de visiteurs uniques,
- mots clés tapés par les internautes,
- moteurs et annuaires de provenance,
- pages d'entrée,
- page de sortie,
- jours et tranches horaires des visites,
- navigateurs utilisés

### **3.10 Outils spécifiques e-commerce**

Les outils suivants seront proposés dans le back-office du site :

- Gestion
  - Gestion des paiements et interface avec logiciels comptable (export des données comptable)
- Marketing
  - Solution de gestion de newsletter
    - Liste de clients et caractéristiques de ces clients (panier moyen, total achats, nombre de parrainage ...)
    - Mise en page HTML wysiwyg de la newsletter
    - Outil de suivi statistique de l'efficacité de la newsletter
  - Solutions d'offre promotionnelles (couponing)
    - Offre de bienvenue
    - Offre de parrainage
    - Points de fidélité
  - Mise en avant produit
    - sur la page d'accueil
    - sur les pages d'entrée de catégorie
  - Vente additionnelles / ventes croisées (exemple : les clients ayant acheté ce produit ont aussi acheté ...)
- Logistique
  - Suivi des commandes chez le transporteur

Il est important en cas de gros référentiel (+ de 5000 articles ou clients) avec front et back-office, de se pencher sur les aspects techniques du projet.

Exemple : base sql ? Oracle ? Administration de cette base et des transactions ? Gestion des files d'attente ? Sauvegarde ?

## 4 LIVRABLES ATTENDUS

Les pièces à livrer par le prestataire internet pendant et après la réalisation du site sont les suivantes :

- planning de réalisation avec un engagement sur la date de mise en ligne,
- arborescence détaillée du site,
- fichiers informatiques source (pages HTML, graphismes, bases de données, programmes...)
- documents décrivant le site, son fonctionnement et son hébergement,
- version du code HTML utilisée,
- version des navigateurs compatibles,
- preuves des déclarations (récépissé CNIL),
- identifiant et mot de passe pour accéder au serveur.

Tous ces livrables peuvent être demandés sur CD-Rom, à jour si nouvelle version.

## 5 PROPRIETES ET DROITS

Le client est propriétaire de son nom de domaine, de l'ensemble des images, graphismes, icône et autres contenus créés pour le site.

Ce contenu fourni sur CD-Rom doit être actualisé en accord avec la version du logiciel utilisé pour son élaboration.

Afin de vous accompagner dans cette démarche, la CCI de Montpellier met à votre disposition un guide e-tourisme et un guide e-commerce.

De nombreux conseils y sont prodigués afin de vous aider à dynamiser votre activité. Par ailleurs, un conseiller expert en TIC au sein de la CCI peut répondre à vos interrogations sur simple rendez-vous, et ce de la réalisation du cahier des charges à la mise en place de projets.

Cependant, le fait d'être présent sur le web nécessite des compétences informatiques avancées. Faire appel à des prestataires web peut selon votre structure apparaître comme une réponse plus adaptée.

L'annuaire des prestataires web mis à disposition par la CCI de Montpellier, vous aidera à identifier rapidement, près de chez vous, le professionnel dont vous avez besoin.

**Contact :**

[www.montpellier.cci.fr](http://www.montpellier.cci.fr)

**Tél. 04 99 51 52 00**