

Modèle de Cahier des charges E-Commerce



et



Sommaire : 6 étapes pour réaliser son cahier des charges

1ère partie : Présentation du projet	3
1.1) Présentation de votre entreprise :	3
1.2) Les objectifs :	3
1.3) La cible :	3
1.4) Le périmètre :	3
1.5) Vos concurrents :	3
2ème partie : Description fonctionnelle et technique du site	3
2.1) L'arborescence du site :	3
2.2) La description fonctionnelle du site :	4
2.3) La description fonctionnelle du back-office :	4
2.4) Les fiches produits et pages catalogues	4
2.5) Interconnexions	5
2.6) Nom de domaine	5
2.7) Hébergement	5
2.8) Les contraintes techniques autres :	5
3ème partie : Description graphique du site	5
3.1) Charte graphique :	5
3.2) Zoning & Maquettage	6
3.3) Exemples de sites :	6
4ème partie : Stratégie Webmarketing	6
5ème partie : Prestations attendues de la part du prestataire	7
6ème partie : Budget & Planning & Contacts	7
6.1) Votre budget	7
6.2) Le planning :	7
6.3) Les contacts :	7

1ère partie : Présentation du projet

1.1) Présentation de votre entreprise :

Présentez ici votre entreprise, son secteur d'activité, ses produits et services, votre modèle économique, la valeur ajoutée de votre offre, votre vision globale du projet...

1.2) Les objectifs :

Détaillez les objectifs attendus avec une notion de temps. Par exemple, nombre de visiteurs / mois au bout de 6 mois, de 1 an / 2 ans / 3 ans.

1.3) La cible :

Présentez votre cible client, son type, ses caractéristiques démographiques, ses habitudes d'achat... Détaillez vos persona.

1.4) Le périmètre :

Détaillez le contexte de votre future boutique : le nombre de produits à vendre, dans combien de catégories, quelles sont les déclinaisons produits, les filtres nécessaires. Le site doit-il être en Français uniquement ou en plusieurs langues ? Quelle est la devise principale du site, et y en a-t-il d'autres à accepter ?

1.5) Vos concurrents :

Présentez vos concurrents, leurs offres et produits, leurs gammes de prix, leurs principaux atouts, sur quels canaux sont-ils visibles, leur site web, vos avantages par rapport à eux...

2ème partie : Description fonctionnelle et technique du site

2.1) L'arborescence du site :

Définissez les différentes rubriques et sous-rubriques de votre site e-commerce qui constitueront le menu et le sous-menu.

2.2) La description fonctionnelle du site :

Précisez les fonctionnalités attendues sur votre futur site web coté front-office (coté visiteurs) :

2.3) La description fonctionnelle du back-office :

Les fonctionnalités back-office sont les fonctionnalités que vous voulez avoir dans votre interface d'administration pour gérer votre site.

Vous pouvez également ajouter les plugins nécessaires à des systèmes tiers pour le bon fonctionnement de votre boutique en ligne (Google Analytics, système d'emailing, ERP, Prestataire de paiement CB...).

Ces fonctionnalités peuvent concerner :

- Gestion du catalogue de produits : ajout/modification/suppression de produit, tri, recherche
- Gestion des stocks et logistique : gestion des quantités par produit, alertes stock, suivi réappro, gestion entrepôts multiples...
- Gestion des solutions de paiement : prestataire de paiement, raccord avec le compte bancaire...
- Gestion d'opérations promotionnelles : bon de réduction, remises, ...
- Gestion du SAV : création de ticket, assigner un ticket à un agent, gestion des RMA, ...
- Gestion comptes client : réinitialisation de mot de passe, programme de fidélité, ...
- Gestion du contenu : ajout/modification/suppression de catégories, gestion du template graphique, création articles de blog / news, modération avis clients, optimisation SEO, ...
- Gestion de la fidélité : programme de fidélité, bons de réduction programmés, ...
- Gestion des commandes : statistiques, édition de factures, édition de bons de livraison, envoi de commandes par email, produits virtuels, packs de produits, produits personnalisables, ...
- Gestion des taxes : mode de tva, tva OSS, ...
- Gestion des paiements : acompte, paiement en x fois, remboursements, ...
- ...

2.4) Les fiches produits et pages catalogues

Décrivez les fiches produits et leur contenu (exemple : titre du produit, nombre de photos max. par produit, description, choix d'une couleur, d'une taille, d'une quantité, prix, etc.). Décrivez également les pages catalogues et leurs fonctionnalités spécifiques. Précisez quel prix s'affiche sur le site, sur le panier (HT, TTC, les deux) ?

- Êtes-vous en mesure de fournir la totalité des informations produits (textes, options et images) dès le début du projet ?

2.5) Interconnexions

Lister les outils à interconnecter et les workflows à prendre en compte : comptabilité, fournisseurs, plateforme logistique, facturation, emailing, marketing, CRM, webanalyse ...). Détaillez les besoins exacts et les flux existants.

2.6) Nom de domaine

- Avez vous déjà un domaine ou connaissez-vous le(s) nom(s) de domaine que vous souhaitez déposer ? Si oui, les lister :
- Sont-ils déjà déposés ?
 - Si oui, chez quel registrar ?

2.7) Hébergement

Décrivez vos besoins et/ou contraintes spécifiques dans le choix de l'hébergement du site. Quel type d'hébergement souhaitez-vous ? Quel niveau de backup (détaillez) ?

Souhaitez-vous mettre en place un plan de Reprise d'Activité (PRA) ? Oui Non

Que souhaitez-vous comme maintenance corrective et évolutive du site ?

2.8) Les contraintes techniques autres :

- _____
- _____
- _____

3ème partie : Description graphique du site

3.1) Charte graphique :

Décrivez et donnez les éléments de votre charte graphique si elle existe déjà. Sinon, décrivez ce que vous souhaitez (charte, logo, polices de caractères, style...).

Précisez ce qui est fourni par vous et ce que doit prévoir le prestataire (logo, photos, contenu textuel...).

3.2) Zoning & Maquettage

Si vous avez déjà formalisé votre réflexion sur l'agencement du contenu des différentes pages du site, ou une maquette graphique, fournissez les éléments.

3.3) Exemples de sites :

Donnez quelques exemples de sites qui vous plaisent :

A Contrario, donnez quelques exemples de sites qui ne vous plaisent pas du tout :

4ème partie : Stratégie Webmarketing

Décrivez votre stratégie de marketing digital si elle est définie.

Si oui, précisez et détaillez chaque point que doit prendre en charge le prestataire :

- SEO
- SEA
- Marketplaces
- KPIs
- Fidélisation, Automation
- Mail marketing
- Marketing de contenu
- Community management

Si aucune stratégie n'est définie souhaitez vous que le prestataire prenne en charge sa définition ?

5ème partie : Prestations attendues de la part du prestataire

Décrivez les tâches attendues du prestataire :

6ème partie : Budget & Planning & Contacts

6.1) Votre budget

- Avez-vous défini un budget pour votre projet ? Oui Non Est-il précis ?

Si oui, précisez la répartition par poste de charge (technique, marketing...) :

Si, non, quel est votre budget technique estimé ?

- Quel est votre budget mensuel marketing :

6.2) Le planning :

Détaillez le planning souhaité : date limite de remise des devis, date de choix du prestataire, date de livraison des éléments de base, date de livraison du site, date de mise en ligne du site.

6.3) Les contacts :

Quels sont les interlocuteurs autour du projet ?

Vous souhaitez un modèle de cahier des charges plus détaillés, être accompagné dans la rédaction de celui-ci, dans le choix de votre prestataire, ou carrément un accompagnement global pour votre projet e-commerce ?

Un expert du e-commerce vous accompagne dans toutes les phases de votre projet, pour un besoin ponctuel ou un accompagnement global. Voir nos offres sur <https://www.les-experts-du-net.com/>