

ressources / 01 · création de site web

Cahier des charges création de site web

Une trame claire pour préparer votre projet, identifier les priorités et faciliter les échanges avant la conception du site.

à prévoir

Objectifs · Cibles · Contenus · Fonctionnalités · E-commerce · Domaine · Hébergement · Référencement · Publicité
· Maintenance

10 à 15 minutes

À compléter directement à l'écran ou à imprimer. Si un point n'est pas encore tranché, laissez-le simplement vide.

Bien commencer

Un bon site part d'un cadrage clair, pas d'une liste de fonctionnalités.

Poser les bonnes questions avant de parler technique.

Comptez environ 10 à 15 minutes. Il n'est pas nécessaire d'avoir toutes les réponses : laissez simplement les points incertains de côté. Le but est de distinguer ce qui est indispensable au lancement, ce qui est souhaitable et ce qui pourra évoluer plus tard.

01

cadrer

Votre activité, vos cibles et vos objectifs.

02

choisir

Le bon type de site, les contenus et les fonctionnalités.

03

prévoir

Visibilité, hébergement, suivi, maintenance et évolution.

Avant de commencer

Je crée un nouveau site

Je refonds un site existant

nom de l'entreprise / projet

site actuel (si existant)

En une phrase, que doit permettre votre futur site ?

Exemple : présenter clairement nos services, générer des demandes qualifiées et rassurer une clientèle internationale.

conseil dadzcover

Ne cherchez pas à tout mettre dans la première version. Un site efficace peut évoluer si son architecture, ses accès et ses contenus essentiels sont correctement structurés dès le départ.

ressources / cahier des charges

Votre activité

Comprendre l'entreprise avant de dessiner le site.

nom / raison sociale

contact projet

e-mail

téléphone

secteur d'activité

zone géographique / marchés

Que proposez-vous ?

Décrivez vos produits, services ou expertises avec vos mots, sans chercher à écrire un texte marketing.

Qu'est-ce qui vous distingue ?

Savoir-faire, méthode, positionnement, localisation, expérience, spécialisation, qualité de service, technologie...

Votre situation aujourd'hui

Pas encore de site

Site difficile à administrer

Image de marque à faire évoluer

Peu de demandes via le site

Site vieillissant

Site lent ou peu performant

Visibilité Google insuffisante

E-commerce à créer / améliorer

Besoin & objectifs

Le site est un outil : on définit d'abord ce qu'il doit accomplir.

Quel type de projet envisagez-vous ?

Site vitrine / corporate

Site e-commerce

Landing page / campagne

Espace privé / extranet

Portfolio / réalisations

Catalogue sans paiement

Réservation / prise de rendez-vous

À définir ensemble

Objectifs prioritaires

Présenter l'entreprise

Générer des demandes de contact

Vendre en ligne

Être mieux trouvé sur Google

Être mieux compris par les moteurs et assistants IA

Recruter

Renforcer la crédibilité

Obtenir des appels / rendez-vous

Présenter un catalogue

Développer la visibilité locale

Soutenir des campagnes Google / Meta

Autre

Quels seraient les 3 résultats qui vous feraient dire « le site fonctionne » ?

Niveau de priorité

Indispensable pour le lancement

Peut évoluer après mise en ligne

J'ai besoin d'être conseillé sur le périmètre

repère

Le bon type de site se choisit selon les actions attendues des visiteurs et les processus métier à soutenir, pas seulement selon la taille de l'entreprise.

Cibles & parcours

À qui parle-t-on, et quelle action voulons-nous faciliter ?

Vos publics principaux

Clients particuliers, entreprises, prescripteurs, partenaires, investisseurs, candidats, clientèle locale ou internationale...

Les visiteurs doivent pouvoir rapidement...

Comprendre votre activité

Comparer vos offres

Voir vos réalisations

Connaître vos tarifs

Demander un devis

Prendre rendez-vous

Acheter

Appeler / WhatsApp

Trouver votre adresse

Télécharger un document

S'inscrire / laisser un contact

Contacter une personne précise

action principale souhaitée (cta)

action secondaire

Freins ou questions fréquentes de vos prospects

Prix, délais, confiance, fonctionnement, zone d'intervention, disponibilité, complexité de l'offre, choix entre plusieurs solutions...

langue principale

autres langues

Contenus & structure

Un site clair repose sur des contenus utiles et une hiérarchie lisible.

Contenus déjà disponibles

Logo / charte graphique

Textes existants

Photos professionnelles

Vidéos

Réalisations / cas clients

Avis clients

Brochures / PDF

Catalogue produits

Tarifs

Équipe / portraits

FAQ

Aucun contenu prêt

Pages envisagées

Accueil

À propos

Services / expertises

Réalisations / projets

Actualités / blog

FAQ

Contact

Équipe

Recrutement

Ressources / téléchargements

Boutique / catalogue

Mentions légales / confidentialité

Autres pages ou contenus spécifiques

Sites que vous appréciez / références

Indiquez les liens et, si possible, ce que vous aimez : rythme, sobriété, navigation, typographie, animations, mise en valeur des images...

en cas de refonte

Avant de supprimer ou fusionner des pages existantes, il est utile d'identifier celles qui génèrent déjà du trafic, des liens ou des demandes afin de préparer les redirections nécessaires.

Fonctionnalités

On distingue les besoins métiers des fonctionnalités réellement utiles.

Fonctions possibles

Formulaire de contact

Prise de rendez-vous

Newsletter

Galerie / portfolio

Filtres / catégories

Espace membre

Connexion outil métier / API

Avis Google

Formulaire avancé / devis

Carte / itinéraire

Blog / actualités

Recherche interne

Téléchargements PDF

Multilingue

Chat / WhatsApp

Réseaux sociaux intégrés

Si e-commerce

Produits physiques

Services / réservations

Click & collect

Gestion de stock

Comptes clients

Produits variables / options

Paieement en ligne

Livraison

Codes promo

Import / synchronisation catalogue

dimension du catalogue

Moins de 20 produits

20 - 100

100 - 500

500 +

vente & logistique

Monaco / France

Europe

International

ERP / caisse / stock

Fonction ou contrainte métier particulière

Exemple : devis selon plusieurs critères, synchronisation d'un catalogue, accès réservé, règles de livraison ou tarification spécifiques.

repère e-commerce

Le nombre de produits, les variantes, les zones de vente, la livraison et les outils de stock influencent directement le périmètre technique d'un site marchand.

Image & expérience

Le site doit être reconnaissable, lisible et cohérent avec votre niveau de gamme.

Direction visuelle recherchée

Minimaliste	Éditoriale
Premium / luxe	Institutionnelle
Technique	Créative
Chaleureuse	Très visuelle
Sobre et rassurante	À définir ensemble

3 mots pour décrire l'image souhaitée

Éléments à préserver

Logo actuel	Couleurs
Typographies	Photographies
Structure / contenus	Rien n'est figé

Expérience & animation

Navigation très simple	Animations discrètes
Micro-interactions	Vidéo / motion
Galleries immersives	Priorité absolue à la vitesse
Mobile prioritaire	Accessibilité renforcée

Ce qu'il faut absolument éviter

Styles, couleurs, effets, concurrents trop proches, ton rédactionnel, fonctionnalités ou habitudes que vous ne voulez pas retrouver.

Domaine, .mc & hébergement

Les actifs techniques doivent rester identifiés, récupérables et sous votre contrôle.

Nom de domaine (NDD)	Hébergement
C'est l'adresse de votre site, par exemple dadzcover.mc. Elle se réserve et se renouvelle généralement chaque année, indépendamment de l'hébergement.	C'est le service qui permet au site d'être accessible en ligne. Il reste actif tant que le site existe, avec un abonnement généralement mensuel ou annuel.
Nom de domaine	
J'ai déjà un domaine	Je souhaite conserver le domaine actuel
Je cherche un nouveau domaine	Je souhaite un domaine en .mc
Je ne sais pas qui gère mon domaine	À définir ensemble
nom de domaine actuel	domaine souhaité
Hébergement & e-mails	
Hébergement déjà en place	Hébergement à prévoir
E-mails professionnels existants	E-mails à créer / migrer
Sauvegardes à prévoir	Je ne connais pas mes accès actuels
hébergeur actuel (si connu)	prestataire qui gère le domaine (registrar)

À prévoir dans la durée : nom de domaine, hébergement et, selon le prestataire, e-mails professionnels. Ces frais récurrents sont distincts du coût de création du site.

Un domaine en .mc ?

DADZCOVER est bureau d'enregistrement accrédité auprès du NIC Monaco pour les démarches liées aux noms de domaine en .mc. Une ressource dédiée permettra de préparer les informations et pièces nécessaires.

nic.mc →

Propriété & accès

Je souhaite que le domaine et les comptes restent sous le contrôle de mon entreprise.

Référencement & acquisition

SEO, présence locale, visibilité dans les assistants IA et campagnes publicitaires.

SEO	Visibilité IA	Ads
Être trouvé naturellement dans les moteurs grâce au contenu, à la structure et à la qualité technique.	Rendre l'activité et ses preuves claires pour les assistants. Aucune citation ne peut être garantie.	Acheter de la visibilité sur Google ou Meta avec un budget média distinct de la prestation.
Référencement naturel (SEO) Je veux travailler le SEO dès la création		SEO local / zone géographique
Pages services dédiées		Contenus / actualités
Recherche de mots-clés		Migration SEO d'un ancien site
Redirections à prévoir		Je souhaite un accompagnement éditorial
Présence dans les moteurs et assistants IA Le terme GEO est parfois utilisé pour désigner ce travail de lisibilité et de structuration.		
Clarifier les services / entités		Structurer FAQ et réponses utiles
Documenter les réalisations		Renforcer les preuves / sources
Créer des ressources utiles		Relier contenus, profils et présence locale
Je veux comprendre les priorités		À définir ensemble
Publicité (SEA / Social Ads) Google Ads		Meta Ads (Facebook / Instagram)
Landing pages dédiées		Suivi des conversions
Campagnes prévues au lancement		Campagnes envisagées plus tard
Budget média déjà défini		Besoin d'être conseillé
zone(s) ciblée(s)		concurrents / acteurs à surveiller

à savoir

SEO, visibilité locale et visibilité IA gagnent à être pensés dès l'architecture du site. Aucun prestataire ne peut toutefois garantir une position précise dans Google ni une citation par un assistant d'IA.

Mesure, conformité & outils

Ce qui n'est pas mesuré reste difficile à améliorer.

Outils et suivi

Google Analytics	Google Search Console
Google Business Profile	Google Tag Manager
Suivi formulaires / leads	Suivi appels / clics
Pixels Meta	Conversions Google Ads
Tableau de bord / reporting	Aucun outil actuellement
Conformité & données	
Politique de confidentialité	Gestion des cookies / consentement
Mentions légales	CGV / conditions
Formulaires avec consentement	Données sensibles / contraintes spécifiques
Prestataire juridique déjà identifié	Besoin d'être orienté

Outils déjà utilisés

CRM, newsletter, réservation, facturation, ERP, outils métier, réseaux sociaux, services Google / Meta...

Indicateurs que vous souhaitez suivre

Demandes de contact, appels, réservations, ventes, panier moyen, trafic local, téléchargements, inscriptions, visibilité sur certaines requêtes...

Après la mise en ligne

Un site doit rester maintenu, sécurisé, documenté et transmissible.

Gestion quotidienne

Je veux pouvoir modifier les textes

Je veux ajouter des actualités

Je veux gérer mes produits

Je préfère déléguer les mises à jour

Formation / tutoriels souhaités

Plusieurs collaborateurs doivent intervenir

Maintenance / infogérance

L'infogérance, simplement

C'est le suivi technique après la mise en ligne : mises à jour du CMS et des extensions, sauvegardes, sécurité, surveillance et intervention en cas de problème.

Pourquoi mettre le site à jour ?

Même si les contenus ne changent pas, les logiciels du site et le serveur évoluent. Les mises à jour réduisent les failles, incompatibilités et risques de panne.

Mises à jour techniques

Sauvegardes régulières

Sécurité / surveillance

Assistance ponctuelle

Évolutions fonctionnelles

Mise à jour des contenus

Suivi SEO / visibilité

Reporting

Je gère en interne

À définir selon le projet

L'infogérance concerne la vie technique du site ; la modification régulière des textes, images ou produits peut relever d'un accompagnement éditorial distinct. Le suivi peut être mensuel, annuel ou ponctuel selon les besoins.

Accès à prévoir / vérifier

Nom de domaine

Hébergement

WordPress / CMS

Google Analytics

Search Console

Google Business Profile

Google Ads

Meta Business / Ads

E-mail principal de récupération

Comptes sociaux

Qui doit pouvoir administrer le site ?

principe de maîtrise

Les accès essentiels doivent pouvoir être récupérés par l'entreprise, avec des rôles adaptés aux intervenants. Une documentation et des tutoriels adaptés facilitent ensuite l'autonomie, la maintenance et les changements de prestataire.

ressources / cahier des charges

Planning, budget & priorités

Dernière étape : poser un cadre réaliste pour prendre les bonnes décisions.

date souhaitée de mise en ligne

événement / contrainte liée à cette date

Budget envisagé pour la création du site

Hors nom de domaine, hébergement, maintenance et budget média, sauf mention contraire au devis.

3 500 - 5 000 € HT

5 000 - 10 000 € HT

10 000 - 20 000 € HT

20 000 € HT et +

Budget à définir selon le périmètre

Je souhaite d'abord être conseillé

Vos 5 priorités

Image / design

Clarté de l'offre

Conversion / contacts

Performance

SEO

Visibilité locale

Présence dans les outils d'IA

E-commerce

Autonomie

Maintenance

Multilingue

Rapidité de mise en ligne

Informations, contraintes ou questions à ajouter

Votre brief est prêt.

Ce document constitue une base de discussion pour définir le périmètre, l'architecture, les contenus, les options techniques et le niveau d'accompagnement réellement utiles à votre projet.

Parler de votre projet →

8 repères

pour partir sur de bonnes bases.

01 objectif avant fonctionnalités

Chaque fonctionnalité doit répondre à une action utile pour le visiteur ou à un besoin métier identifiable.

02 propriété des accès

Le domaine, l'hébergement et les comptes essentiels doivent rester récupérables par l'entreprise.

03 contenus structurés

Une arborescence claire aide les visiteurs, les moteurs de recherche et les outils d'IA à comprendre l'activité.

04 refonte sans perte

Avant de supprimer une page existante, vérifiez son trafic, ses liens et préparez les redirections nécessaires.

05 multilingue pensé

Un site multilingue se conçoit comme une structure éditoriale cohérente, pas comme une simple duplication automatique.

06 visibilité dès le départ

SEO, visibilité locale, campagnes et mesure sont plus efficaces lorsqu'ils sont anticipés dans l'architecture du site.

07 e-commerce cadré

Catalogue, variantes, paiements, livraison, stock et outils existants doivent être clarifiés avant le développement.

08 prévoir la vie du site

Domaine, hébergement, maintenance, documentation et accès doivent être anticipés pour garder un site durable et transmissible.

À propos de DADZCOVER

DADZCOVER est un studio indépendant de communication, design graphique et création de sites web à Monaco. Il accompagne les entreprises dans la conception de leur identité, de leurs supports numériques et dans leur visibilité en ligne.