

GUIDE PRATIQUE

COMMENT RÉDIGER SON CAHIER DES CHARGES

pour une refonte de
sa plateforme web réussie ?



I - Introduction	3
II - Pourquoi et pour qui faire un cahier des charges ?	4
1 • Du besoin initial au document final : une construction par étape	4
2 • À qui s'adresse votre cahier des charges ?	4
3 • Quel type de projet pour quel type de prestataire ?	5
III - Que faire figurer dans mon cahier des charges ?	6
1 • Les chapitres indispensables du cahier des charges	6
2 • Les informations clés pour le prestataire	6
3 • Les enjeux du projet : un facteur clé de la compréhension du prestataire	7
IV - Quel niveau d'exhaustivité adopter lors de la rédaction du cahier des charges ?	8
1 • Comment décrire son besoin ?	8
2 • Comment cadrer le projet ?	8
3 • Équilibrer le contenu du cahier des charges	9
4 • Les échanges avec les prestataires	9
V - Comment préparer une évaluation des réponses équitable ?	10
1 • Pourquoi commencer par la fin ?	10
2 • Quels critères utiliser pour évaluer les réponses ?	10
3 • Faire de sa grille de notation un outil simple et efficace	11
VI - Faut-il se faire accompagner dans la rédaction de son cahier des charges ?	12
1 • Pourquoi se faire accompagner ?	12
2 • Quand et sur quels sujets se faire accompagner ?	12
VII - Conclusion	13

I - Introduction

Généralement, l'objectif de la rédaction d'un cahier des charges est de **mettre par écrit vos idées et vos besoins**, afin qu'ils soient compréhensibles par tous et mieux formalisés qu'à l'oral.

Pour ce faire, il est donc indispensable de définir à qui ce document s'adresse, mais aussi les enjeux et les objectifs du projet. Prenez soin également de clarifier vos besoins et vos contraintes, mais aussi, vos propres attentes.

Bien réfléchir à ces préalables vous permettra de présenter un cahier des charges clair et aidera les prestataires à mieux **répondre à vos besoins pour la refonte de votre plateforme digitale**.



A propos de l'auteur :

Ingénieur web de formation, Ludovic Lacaze est Directeur Conseil chez Kaliop. Il pilote depuis plus de 10 ans, de nombreux projets Open Source. Son rôle pivot chez Kaliop l'a amené à intervenir auprès des clients pour les conseiller sur des sujets aussi bien stratégiques qu'organisationnels ou techniques.

II - Pourquoi et pour qui faire un cahier des charges ?

Aux prémices d'un projet, un cahier des charges de site Internet traduit un besoin qui n'est pas encore formalisé : il va donc évoluer dans le temps. Par ailleurs, ce document s'adresse souvent à plusieurs cibles, et devra par conséquent s'adapter à ses destinataires.

1. Du besoin initial au document final : une construction par étape

La première version du cahier des charges émerge souvent d'une prise de note informelle.

Une fois le projet engagé, la deuxième version ajoute un volet financement et s'adresse souvent à des destinataires internes à l'entreprise, **les sponsors** (direction, métiers concernés).

Le cahier des charges inclut alors des éléments-clés :



Organisation



Actions



Idées



Budget



Délai de réalisation

Après la réponse favorable des sponsors, la version finale du cahier des charges est un document plus détaillé de 50 à 100 pages : **il s'adresse à des prestataires extérieurs** qui ne connaissent pas tout le contexte et ont besoin d'informations précises.

2. À qui s'adresse votre cahier des charges ?

Plusieurs types de prestataires peuvent vous accompagner pour la refonte de votre site Internet : agence de communication, entreprise de services du numérique (ESN), agence web, éditeur de solutions... Le type de prestataire dépendra de votre projet. En fonction du destinataire de votre cahier des charges, il vous faudra donc ajuster la manière de le présenter et de le rédiger. Par exemple, une ESN préférera un cahier des charges très précis d'un point de vue des spécificités techniques attendues, alors qu'une agence de communication sera particulièrement sensible aux messages à faire passer via votre site, au design attendu, etc.



En matière de graphisme, une agence de communication prendra plus de libertés et fera une proposition plus aboutie, alors qu'un éditeur de logiciels aura besoin de beaucoup de précisions pour cadrer et orienter sa réponse.

3. Quel type de projet pour quel type de prestataire ?

Il existe **plusieurs types de plateformes web**, dont les plus courants sont les sites vitrines orientés marketing et communication, les plateformes orientées besoins métiers ou e-business et les progiciels – par exemple en comptabilité.

► **Un projet de création de site vitrine** « marketing » s'adressera naturellement à une agence de communication, qui travaillera à la fois l'image de l'entreprise et sa communication sur le web. Il sera possible de faire un pack adapté à cette typologie de projets. Une agence web peut également convenir si elle dispose de compétences en marketing. Pour ce type de projet, l'ESN ou l'éditeur apparaissent peu adaptés.

► **Un projet de plateforme web** possède une identité graphique plus ou moins importante : pour un site e-business à forte composante communicationnelle et aux enjeux business très forts, le choix d'une agence web est pertinent. Certaines agences web sont plus communicantes, d'autres plus techniques : des compétences en marketing et design seront un atout. Une ESN est également indiquée pour ce type de projet. En effet, la bonne maîtrise des développements permet d'obtenir une plateforme web de qualité. Un éditeur de logiciel peut également être consulté pour certaines briques spécialisées du projet, comme par exemple une brique paiement ou une brique dédiée à l'emailing.

► **Pour un projet de progiciel**, nécessitant moins de communication, l'agence de communication et l'agence web ne sont adaptées que si elles sont spécialisées dans le développement sur-mesure. L'ESN apparaît comme une bonne solution pour un projet très spécifique (logiciel métier par exemple). Si les besoins restent plus classiques, un éditeur de logiciel sera parfaitement compétent.



Il est possible de découper un projet en plusieurs lots : un éditeur de logiciel fournit une brique de la solution, une agence web réalise le développement et une agence de communication se charge du graphisme. La meilleure solution reste toutefois de confier l'ensemble des lots à un même prestataire, possédant plusieurs spécialités et qui sera en charge de piloter l'ensemble du projet. Cela présente également l'avantage de n'avoir qu'un seul interlocuteur qui maîtrise toutes les dimensions du projet.

III - Que faire figurer dans mon cahier des charges ?

Le cahier des charges doit permettre aux prestataires de mieux connaître votre entreprise, le projet et ses enjeux. Il est donc fondamental de faciliter la compréhension de ces informations.

1. Les chapitres indispensables du cahier des charges

Un premier chapitre **présente l'entreprise et les grandes lignes du projet** : objectifs, attendus, enjeux et KPI (indicateurs clés de performance).

Un deuxième expose **les besoins fonctionnels**, les attendus techniques et les contraintes organisationnelles qui nécessiteraient un engagement particulier de la part du prestataire.

Enfin, le cahier des charges mentionne les **informations administratives**, parmi lesquelles on trouve le planning, le budget, l'organisation de la réponse (soit le déroulement de la consultation), les contacts et modalités de contact.

Entreprises et Enjeux 	Besoins 	Administratif 
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Présentation de votre entreprise ▶ Présentation de l'existant / de votre projet ▶ Présentation de vos enjeux et KPI 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Besoins fonctionnels ▶ Besoins techniques ▶ Besoins organisationnels 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Planning et pénalités ▶ Budget ▶ Organisation de la réponse (planning, livrables...) ▶ Contacts et modalités de contact

2. Les informations clés pour le prestataire

Les premières informations consultées par un prestataire concernent **le périmètre de la mission** (le savoir-faire demandé) et le budget. Ces deux éléments peuvent dès le début exclure certains prestataires. Les technologies souhaitées doivent être précisées, car chaque prestataire possède des compétences particulières.

Le planning, qui inclut les dates des livrables, permet au prestataire de vérifier s'il est réaliste par rapport à ses propres disponibilités.

Le besoin est spécifié à la fin : en effet, il ne sera possible de le satisfaire que si tous les éléments précédents sont validés au préalable. Néanmoins, c'est l'étude du besoin qui, souvent, prend le plus de temps pour le prestataire et représente la plus grande valeur ajoutée pour le client.

3. Les enjeux du projet : un facteur clé de la compréhension du prestataire

Cette partie permet de se faire mieux connaître des prestataires, de leur présenter **les enjeux et besoins du projet digital**, ainsi que le contexte de la démarche. La présentation des besoins généraux leur offre donc une compréhension globale, en trois parties : l'entreprise, le projet et les enjeux.

La **présentation de l'entreprise** est relativement courte et indique le lien entre le projet et l'activité (qui n'est pas toujours évident à comprendre). On peut aussi mentionner rapidement le secteur d'activité et la concurrence, ou pourquoi ce projet sera différenciant.

La **description du projet** comporte l'existant, les données éventuelles à reprendre, puis les connexions à effectuer avec le système d'information interne. La description précise ensuite les grands axes fonctionnels, les cibles marketing, et enfin les fonctionnalités différenciantes imaginées à partir du retour des équipes ou des utilisateurs.

Pour la **présentation des enjeux**, on mentionnera les KPI, les facteurs-clés de succès, ainsi que les enjeux SEO. Ces données permettent au projet de répondre aux attentes de l'entreprise, mais aussi à celles des sponsors.



IV - Quel niveau d'exhaustivité adopter lors de la rédaction du cahier des charges ?

Après avoir décrit les besoins globaux, le cahier des charges spécifie le besoin et entre dans les détails.

1. Comment décrire son besoin ?

Il existe trois grandes catégories de besoins : fonctionnel, technique et organisationnel.



► **Le besoin fonctionnel** concerne l'ergonomie, le design, les enjeux de navigation, les fonctionnalités, la priorisation du besoin ainsi que les KPI.



► **Le besoin technique** concerne le modèle de données (par exemple s'il existe déjà un contenu, des bases de données...), les technologies envisagées (Open-source, CMS...), les connexions au SI, les outils tiers (authentification ou sécurité par exemple), le niveau des normes à respecter (accessibilité, W3C...), l'hébergement et les performances attendues.



► **Le besoin organisationnel** concerne la méthodologie préférée, votre disponibilité, les interlocuteurs (équipes et décideurs), l'organisation du projet (ateliers, jalons), et la nécessité de transfert de connaissance.

2. Comment cadrer le projet ?

Le cadre global du projet comporte des informations indispensables, qui ne doivent pas être sous-évaluées.



► **Le planning et le budget** : cette partie inclut un planning général, les livrables attendus pour que le prestataire puisse les prévoir, le budget des lots, les allotissements possibles et le mode de fonctionnement (budget forfaitaire, méthode agile, temps passé...).



► **L'organisation du projet** mentionne le planning de la réponse et les étapes de la soutenance, les livrables attendus, puis les grilles de notation qui informent le prestataire sur les critères d'évaluation. Elle inclut aussi les fonctionnalités différenciantes, les étapes de la consultation ainsi qu'une date (ou un créneau) de soutenance.



► **D'autres informations** sont importantes comme les contacts, les modalités de paiement et de facturation, mais aussi d'exécution, certains prestataires ne pouvant respecter certaines d'entre elles (régie, offshore, sous-traitance...).

3. Équilibrer le contenu du cahier des charges

Pour décrire le contenu d'un cahier des charges de refonte ou création de site Internet, l'enjeu est de **trouver un juste milieu entre un besoin trop vague et trop détaillé**. Ainsi, quelques notes ne seront pas suffisantes pour que le prestataire réalise une proposition. Si vous rencontrez des difficultés pour formaliser votre besoin, une mission de conseil peut aider à les définir. Inversement, un cahier des charges de 700 pages complique beaucoup la réponse. De plus, un excès de détails amène souvent une réponse d'exécution sans créativité ni conseil.

Pour trouver un équilibre dans la description du contenu, on peut tout d'abord **explicitement les grandes fonctionnalités** sans trop les détailler. Ensuite, un exemple précis permettra de chiffrer en détail une ou deux fonctionnalités du projet, permettant de comparer finement les tarifs des réponses et leur précision. Enfin, la réponse chiffrée sur une petite partie du périmètre permettra d'ajuster le pilotage par prix ou délai.



Notez qu'un besoin spécifique pourra s'inspirer des fonctionnalités d'un autre site ou d'une autre plateforme (même dans un secteur d'activité très éloigné), appréciée par exemple pour sa navigation. N'hésitez pas à vous inspirer de ce qui vous a marqué pour votre propre site.

4. Les échanges avec les prestataires

Plusieurs types d'échanges sont possibles avec les prestataires.

Des **questions publiées sur une plateforme** accessible à tous les répondants ont l'inconvénient de brider certains échanges, mais offrent l'avantage d'une égalité de traitement entre prestataires.

Inversement, un **échange direct avec chaque prestataire** améliore la qualité de la réponse, mais une égalité totale n'est plus assurée.

Pour diminuer ces risques, la qualification en plusieurs étapes est une méthode judicieuse, à condition de prévenir les prestataires en amont : demande de conseils sur les grandes briques, pré-soutenance, soutenance, dialogues en final...

V - Comment préparer une évaluation des réponses équitable ?

Paradoxalement, l'évaluation des réponses doit être pensée **dès le début** de la rédaction du cahier des charges, afin de mieux prioriser les critères retenus.

1. Pourquoi commencer par la fin ?

Il est important de déterminer dès le début les **critères d'évaluation des prestataires**, ainsi que leur pondération. Ceci permet de mettre en avant les critères préférentiels et aide le prestataire à comprendre les priorités. Il existe différents types de critères à pondérer et choisir en quantité raisonnable, afin de ne pas lisser les résultats. Par exemple, si la réalisation des maquettes est très importante, ce critère doit être mis en avant, d'où l'importance d'y réfléchir en amont de la réalisation du cahier des charges.

LES 4 GRANDES FAMILLES DE CRITÈRES D'ÉVALUATION

La réponse d'un prestataire peut être jugée sur 4 grandes familles de critères d'évaluation, même si d'autres critères peuvent être imaginés en fonction des besoins.



L'organisation : l'équipe, la méthodologie et le découpage du projet.



Le périmètre : les maquettes, la compétence référencement, le webmarketing, la connaissance métier, le développement, l'infogérance.



La technique : l'expertise, la connexion avec le SI et les compétences spécifiques (normes, sécurité, performance...).



Le prix : coût à la journée (TJM), budget global, offshore ou nearshore.

2. Quels critères utiliser pour évaluer les réponses ?

À l'intérieur de ces grandes catégories de critères d'évaluation des prestataires, donnons quelques exemples.



Pour l'organisation, on peut baser son évaluation sur l'expérience de l'équipe, les références du prestataire, son expérience de la méthodologie ou de l'intégration continue.



Les critères de marketing peuvent inclure la démarche, la qualité des wireframes ou écrans, les références métier ou les résultats SEO ou ROI lors de précédents projets.



Sur le plan technique, l'expérience de l'équipe se révèle assez pertinente, comme ses références dans les technologies concernées, ses compétences en Web performance ou sécurité.



Quant au prix, les critères sont le taux horaire moyen par profil, le budget par poste, la répartition des profils ou la répartition offshore / nearshore.



3. Faire de sa grille de notation un outil simple et efficace

La matrice suivante est un exemple de grille de notation utilisée en assistance à maîtrise d'ouvrage (AMO).

Critère	Pondération	Candidat 1			Candidat 2		
		Commentaire	Page de l'offre	Note sur 10	Commentaire	Page de l'offre	Note sur 10
Compréhension du besoin	0,20	Bien mais manque de détails	12 à 16	6			
Méthodologie proposée	0,10	Organisation agile, beaucoup de co construction	20 à 24	8			
Qualité des maquettes et démarche	0,15	Joli design mais pas forcément adapté à notre marché mais la démarche de création est intéressante	25 à 28				
Compétences de l'équipe	0,10	Équipe junior ayant peu travaillé ensemble	32 à 35	3			
Garanties techniques	0,15	Bon process qualité, références dans les technologies demandées	38 à 40				
Prix	0,30	Le moins cher mais offshore	45 à 47	8			
THM	0,5	Très compétitif (435€ en moyenne)	45	10			
Qualité du prix	0,5	Le moins cher mais offshore	46	6			

Les critères sont d'abord **listés avec leur pondération**. Des commentaires permettent de moyennner plusieurs évaluations. Puis, figurent les pages de l'offre correspondant à chaque critère, ainsi que la note. L'évaluation finale est la moyenne des notes pondérées. Ce résultat est objectif et permet une **comparaison exacte des prestataires**.

Il est important d'avoir à l'esprit les bonnes pratiques : une grille de notation doit rester un outil simple et efficace. On évitera, par exemple, un trop grand nombre de critères : une grille avec 6 grands critères, qu'on peut aussi détailler avec des sous-critères, correspond à un projet très volumineux. Ensuite il est pertinent que **chaque spécialiste évalue la partie dans laquelle il est expert** : par exemple le DSI évalue la technique, ou les équipes métier l'ergonomie. Enfin, **identifier dès le départ les décideurs finaux** (sponsors) permet de les impliquer dans l'élaboration de la grille.



Pensez à choisir entre subjectivité et objectivité. En ne choisissant que des critères chiffrés (par exemple le nombre d'années d'expérience de l'équipe), les résultats sont indiscutables. Néanmoins, tout aspect humain est écarté, ce qui n'est pas toujours pertinent car le relationnel avec le prestataire est essentiel.

VI - Faut-il se faire accompagner dans la rédaction de son cahier des charges ?

Il n'est pas toujours possible de mener à bien un projet digital du début à la fin. Si des obstacles se présentent, se faire accompagner peut être une bonne solution.

1. Pourquoi se faire accompagner ?

Un projet qui s'inscrit en plus de la charge de travail habituelle peut générer des problèmes en raison d'un **manque de disponibilité**, même s'il s'agit d'un projet important. Une **expertise métier** peut également se révéler nécessaire, afin de bénéficier de bons conseils sur les meilleurs choix business ou technologiques. Enfin, on peut faire appel à une **expertise projet** expérimentée si l'activité de gestion de projet n'est pas habituelle.

2. Quand et sur quels sujets se faire accompagner ?

L'accompagnement peut concerner différentes étapes du projet. On peut soit solliciter une seule AMOA, ou en solliciter une différente à chaque étape.

- ▶ **Avant la consultation**, l'accompagnement peut porter sur l'audit interne, l'interview métier, la sélection des prestataires à consulter, la rédaction du cahier des charges, la notation ou les besoins techniques.
- ▶ **Pendant la consultation**, l'accompagnement peut concerner la gestion des échanges avec les prestataires (par souci de neutralité par exemple), l'organisation des soutenances (qui est assez chronophage), la pré-évaluation des offres ou le choix du prestataire.
- ▶ **Au cours du projet**, l'AMOA peut aider au suivi du prestataire, au reporting, à la recette, ainsi qu'au suivi budgétaire ou technique.

VII - Conclusion

Avant même de **commencer la rédaction d'un cahier des charges**, il est important de définir à qui il s'adresse, de prévoir les critères de sélection de sorte que les besoins soient prioritaires et d'y associer les décideurs et sponsors. De même, il est essentiel de **bien identifier les livrables** (par exemple des maquettes) aussi bien pendant la sélection des prestataires qu'au cours du projet. Le **périmètre du besoin actuel** peut être défini ensuite, sans oublier d'évoquer le besoin futur, dans la mesure où la plupart des projets sont aujourd'hui évolutifs.

Valider le déroulement de la consultation est également important, en définissant la nature des échanges avec le prestataire, vos disponibilités, l'existence d'une éventuelle pré-consultation et **les modalités du choix des prestataires**, mais aussi en préparant l'organisation des soutenances (notamment en invitant les personnes pertinentes).

À chaque étape, analysez aussi si vous avez **besoin d'accompagnement** ou non, une AMOA étant possible sur certaines parties comme pour l'ensemble de votre projet.

Vous avez un projet de création ou de refonte et souhaitez des conseils ou un accompagnement ? Notre équipe d'expert se tient à votre disposition.

[Prendre contact](#)

Kaliop est également organisme formateur. Vous souhaitez vous former sur des sujets métiers ou techniques ? Découvrez notre offre de formation.

[Découvrez Kaliop Training](#)

À PROPOS DE KALIOP

Le groupe Kaliop est un spécialiste de la transformation numérique et de l'innovation. L'excellence technique est à la source de notre ADN, l'agilité est au cœur de notre méthodologie. L'open-source est une valeur centrale de nos choix technologiques. Grâce à ces engagements, Kaliop a mené à bien depuis plus de 15 ans des centaines de projets digitaux stratégiques, en associant l'expertise technique à une vision fonctionnelle centrée sur la création de valeur pour l'utilisateur final.

kaliop.com - 01 80 49 30 00

Copyright © 2020 Kaliop

Tous droits réservés. Cet ouvrage ne peut en aucune manière être reproduit en tout ou partie, sous quelque forme que ce soit ou encore par des moyens mécaniques ou électroniques, y compris le stockage de données et leur retransmission par voie informatique sans autorisation de Kaliop. La citation des marques est faite sans aucun but publicitaire. Les erreurs ou les omissions involontaires qui auraient pu subsister dans cet ouvrage malgré les soins et les contrôles de Kaliop ne sauraient engager leur responsabilité.