FICHE

FOCUS

g. (Re-)penser son site web

Un site web est souvent la porte d'entrée vers votre organisation, votre « vitrine ». Il peut aussi devenir un véritable outil de travail quotidien. Pour vous aider à développer un site fonctionnel et attractif, nous avons rassemblé ici les éléments-clés à prendre en compte, depuis le souhait de créer ou revoir votre site web jusqu'à la rédaction de votre cahier des charges.

FOCUS

Le travail de **préparation**

1. Tout commence avec la définition des objectifs…

Listez les finalités de votre futur site de façon la plus précise possible, et idéalement par ordre de priorité.

Quelques exemples de finalités de sites web :

- Présenter l'association ;
- Visibiliser les activités de l'association ;
- Rendre accessibles des ressources ou des documents de référence ;
- Encourager les visiteuses et visiteurs à solliciter vos services (télécharger du contenu, s'inscrire aux formations, vous envoyer une demande…) ;
- Sensibiliser à un enjeu de santé ou favoriser l'adhésion à un programme ;
- Informer et permettre au public de trouver facilement des réponses claires à ses questions ;
- Donner des conseils pratiques…

2. Rêvez au site que vous souhaitez obtenir

Vous avez déjà un site et vous souhaitez le refondre ?

Prenez un moment pour faire le point sur l'état du site actuel et pourquoi vous souhaitez le revoir. Qu'est-ce qui vous plaît encore ? Qu'est-ce qui ne fonctionne pas ? En avez-vous fait une évaluation ? Si oui, quels sont les éléments saillants qu'il serait utile de retravailler ?

Par exemple : simplifier l'arborescence, faciliter la navigation au départ de la page d'accueil vers un contenu particulier, mettre en avant un contenu important, rendre le moteur de recherche plus performant, améliorer le référencement…

Comment imaginez-vous votre futur site : sa structure, les éléments qui le composent…? Pour ce faire, prenez le temps d'identifier les **besoins de votre public cible**. Réfléchir à la structure d'un site nécessite en effet de se projeter dans **les actions** que vous souhaiteriez voir vos visiteurs exécuter et **les contenus** qui pourraient leur être utiles.

Faites gagner du temps à votre visiteur en veillant à ce qu'il trouve facilement ce qu'il cherche. Dans ce cadre, **la page d'accueil** mérite une attention particulière car elle constitue souvent le premier contact de votre visiteur avec votre site. Tout comme **le menu**. Leur structure doit être claire et compréhensible au premier coup d'œil.

En matière d'accessibilité, le site devra tenter de répondre au maximum aux règles pour l'accessibilité des contenus web « WCAG 2.2 » et aux recommandations en matière de littératie numérique.

La fiche focus « Littératie pour le web » rassemble quelques conseils pour rendre votre site accessible et pratique.

N'hésitez pas à rassembler **des exemples de sites que vous aimez**, en notant ce qui vous plait exactement. Des exemples de sites qui ne vous plaisent pas peuvent aussi être utiles.

3. Des fonctionnalités qui facilitent la navigation… mais font gonfler la note

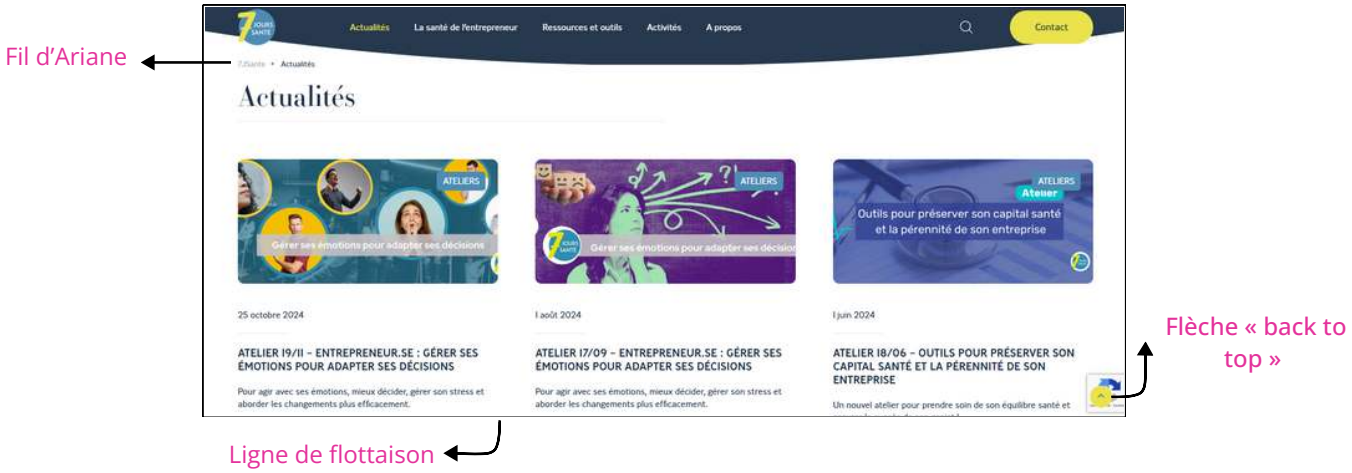
Listez ensuite **les fonctionnalités** que vous souhaitez voir apparaître sur votre site. Gardez cependant en tête que, plus votre site sera complexe et aura de fonctionnalités, plus cela augmentera le travail de codage et donc le coût total.

Les aspects les plus coûteux sont généralement le travail autour de l'identité visuelle, les modules de type « formulaires », les moteurs de recherche, le travail sur le SEO (optimisation pour les moteurs de recherche), les modules de vente…

Quelques exemples de fonctionnalités que nous vous conseillons d'inclure à votre site :

- Faciliter le retour à la page d'accueil ;
- Faire en sorte que le menu du site soit accessible à tout moment lors de la navigation sur la page ;
- Prévoir un fil d'Arianne ;
- Faire apparaître un bouton flèche « back to top » dès que l'on passe sous la ligne de flottaison ;
- Prévoir différents niveaux de titres (hiérarchisation) ;
- Prévoir différents niveaux de segmentation des contenus (mise en exergue, accordéons, encadrés, ancres…) ;

- Prévoir l'intégration de différentes ressources multimédias (vidéo, infographie, PDF…) ;
- Prévoir le partage de contenus sur les réseaux sociaux ;
- Prévoir un plan du site ;
- Prévoir un pied de page reprenant les mentions RGPD, les mentions légales, des logos ;
- Adapter le site à différents types d'écran, y compris aux smartphones et aux tablettes, sur tous les navigateurs les plus utilisés. La technique utilisée doit être suffisamment flexible pour s'adapter aux évolutions technologiques futures et sur différentes versions de ces navigateurs. Vous pouvez demander que le prestataire effectue des tests utilisateurs et délivre un rapport de ces tests avant la mise en ligne officielle.



Quelques exemples de fonctionnalités supplémentaires :

- Prévoir la possibilité d'inscription aux événements ou la prise de rendez-vous en ligne ;
- Afficher un calendrier ;
- Incruster une carte Google Maps dans la rubrique « Contact » ;
- Prévoir l'apparition d'infobulles pour la définition de certains termes, ainsi qu'une page de glossaire ;
- Prévoir le téléchargement en PDF de certaines parties ;
- Faire en sorte que chaque page soit imprimable selon une mise en page adaptée qui facilitera la lecture des contenus imprimés ;
- Mettre en place un système de liseuse pour la consultation des documents PDF ;
- Conditionner l'accès à une partie du site aux utilisateurs disposant d'un login ;
- Prévoir un site multilingue ;

- Prévoir un moteur de recherche pour l'ensemble du site. Un moteur de recherche performant va, entre autres, répondre aux exigences suivantes :
  - Case à remplir facile à utiliser ;
  - Mots clés insensibles à la casse ;
  - Anticipation des erreurs grammaticales fréquentes.

4. Qui va faire quoi ?

C'est le moment de faire le point sur vos ressources en interne et la façon dont vous pourrez vous investir dans votre site. Si vous confiez le développement à un prestataire, voici quelques questions à vous poser… car il vous les posera certainement au moment de préparer son offre de prix.

- Qui va chercher/acheter **les images** d'illustration ?

- Qui écrit **les textes** ?

- Avez-vous besoin que le prestataire fasse une **relecture** de vos textes et/ou une réécriture afin d'**améliorer le SEO** (c-à-d. l'optimisation de vos pages pour améliorer la position du site dans les résultats des moteurs de recherche) ?

- Et s'il s'agit d'une refonte de votre site existant, comment envisagez-vous la **migration des contenus** depuis l'ancien vers le nouveau site ? Qui se chargera de cataloguer les anciennes URLs afin de programmer un renvoi automatique vers les nouvelles pages créées ? Cette démarche indispensable garanti, en effet, la préservation de votre **référencement**.

- Le prestataire devra-t-il se baser sur une **identité graphique** existante ou est-elle à créer ? Le développement de l'identité graphique peut consister par exemple à dessiner un nouveau logo, proposer les typographies, le style graphique global des visuels… Précisez vos attentes en termes d'identité graphique, les valeurs à refléter (sobre, dynamique, attractif, moderne, scientifique, sérieux, chaleureux, simple, crédible, accessible, genré ou non…) et les stéréotypes à éviter.

Pour le référencement comme pour l'interaction avec votre public, il est important d'avoir **un site qui vit**. Il s'agit donc de déjà **envisager la suite de votre projet** : prévoir de faire des mises à jour régulières, d'ajouter du contenu régulièrement (par exemple, des actualités ou des « Questions fréquentes »), de notifier de façon bien visible un changement d'horaire, un évènement… Comment envisagez-vous de procéder ? **Avez-vous les ressources en interne pour gérer votre site ou aurez-vous régulièrement besoin de déléguer ces tâches ?**

5. Veiller à la sécurité des données

Votre site devra répondre aux exigences du nouveau règlement en vigueur sur la protection des données personnelles : approbation de la politique en matière de cookies et consultation facile de la déclaration de respect de la vie privée.

N'oubliez pas de réfléchir à qui, au sein de votre équipe ou chez votre prestataire, va rédiger les conditions d'utilisation du site, le texte de la politique de confidentialité « RGPD », etc.

6. Déjà envisager l'évaluation

Au stade de la conception de votre site, prenez un moment pour **réfléchir aux indicateurs d'évaluation** dont vous allez avoir besoin par la suite. Par exemple, quelles statistiques souhaitez-vous récolter pour améliorer votre travail futur ? Que souhaitez-vous inscrire dans votre rapport d'activités ? Quelle application allez-vous utiliser pour récolter ces informations (Google Analytics ou autre) ?

7. Prévoyez le temps nécessaire en interne.

Elaborer une ébauche de planning global en partant de la date à laquelle vous souhaiteriez mettre en ligne votre site. Prévoyez le temps nécessaire pour ces différentes étapes.

En amont
Il est préférable de **consulter les membres de votre équipe** dès la réflexion sur votre nouveau site. Ont-ils des souhaits particuliers en matière de fonctionnalités, des idées pour l'agencement des informations, des envies en matière d'identité visuelle… ?

Pendant le développement
Même si vous faites développer votre site par un prestataire externe, ne négligez pas le **temps de gestion de projet** que cela va vous demander également en interne : conception du projet, rédaction/relecture, tests, formation technique… **la réalisation d'un nouveau site web est un projet à long terme** qui s'étale souvent sur un semestre, voire une année pour les plus complexes.

Jusqu'à la phase finale

Enfin, il est vivement conseillé de **tester le site au cours de son processus** de réalisation. Pour ce faire, n'hésitez pas à faire appel à votre équipe. Vos collègues pourront mettre en avant certaines incohérences ou suggérer des améliorations. En phase finale, il est également conseillé de **tester votre site auprès de votre public-cible**. Question Santé peut vous aider dans la mise en place de votre pré-test.

La rédaction de votre **cahier des charges**

Réaliser un cahier des charges pour développer votre futur site web vous permettra d'obtenir un devis précis et de sélectionner un prestataire.

Le cahier des charges reprend en effet toutes les informations qui permettront au prestataire d'évaluer le temps et la charge de travail que représentera la réalisation de votre projet.

Bon à savoir !
Voir la check-list à la fin de cette fiche.

1. Quel niveau de détail mettre dans mon cahier des charges ?

Le niveau de détail de votre cahier des charges **dépend de l'état d'avancement de votre réflexion**. Peut-être avez-vous déjà une idée très précise de ce que vous souhaitez obtenir ? Au contraire, vous avez besoin d'un éclairage de la part de votre prestataire afin de penser votre site ? Il est toujours intéressant de **laisser au prestataire une marge de proposition** suffisante. Grâce à son œil de professionnel, il pourra suggérer des alternatives, améliorations ou modifications pertinentes.

Quoi qu'il en soi, le but du cahier des charges est de **décrire le mieux possible vos besoins**. Plus celui-ci est détaillé, plus il permet d'obtenir une estimation budgétaire précise (et d'éviter les petits extras !). Par la suite, le cahier des charges servira de base de discussion avec votre prestataire et de cadre commun, afin d'obtenir un site qui réponde à vos attentes.

2. Check-list pour votre cahier des charges

Voici quelques éléments à préciser dans un cahier des charges en vue d'un appel d'offre pour le développement d'un site web.

A. Le contexte général de la demande

- Présentez votre organisation, vos publics cibles et votre demande de base, ainsi que ses enjeux.
- Présentez les finalités de votre futur site de façon la plus précise possible.
- Le prestataire devra-t-il se baser sur une identité graphique existante ou est-elle à créer ?

B. Précisez votre demande

- Décrivez la façon dont vous imaginez votre futur site : sa structure, les éléments qui le composent…

Si vous êtes déjà bien avancé dans votre réflexion, vous pouvez par exemple déjà proposer une arborescence du site (les rubriques et sous-rubriques principales), la quantité de pages de contenu que vous envisagez, etc. Ajoutez votre plan en annexe.

- Formulez le niveau d'accessibilité souhaité.
- Listez les fonctionnalités souhaitées : formulaires, calendrier, carte interactive, glossaire, login, newsletter…
- Un lien est-il à prévoir avec des systèmes que vous utilisez ou souhaitez utiliser (base de données, application pour les newsletters…) ?
- De quelles applications avez-vous besoin pour récolter les statistiques d'évaluation de votre site (Google Analytics ou autre) ?

Bon à savoir !
Vous pouvez demander de chiffrer certaines fonctionnalités en option, pour prendre votre décision en fonction du budget global.

Une fonctionnalité que vous souhaiteriez développer plus tard ?
Par exemple, vous comptez investir un nouveau réseau social l'année prochaine ? Ou lancer une newsletter ? Ou encore vous préparez une cartographie de vos partenaires en Belgique ?

Précisez-le. Il peut être moins coûteux d'envisager les fonctionnalités en amont du développement. Même si vous ne les mettez pas en place immédiatement, le site peut déjà être conçu pour faciliter leur intégration plus tard.

C. Décrivez les tâches que vous souhaitez confier à votre futur prestataire

Votre cahier des charges comprendra bien sûr les développements et la réalisation du site, mais vous pouvez également lui confier d'autres tâches.

Les **tâches** à confier au prestataire pourraient être, par exemple :

- Un accompagnement pour la conception du site ;
- Une proposition d'identité visuelle ;
- La recherche d'images (précisez si vous disposez d'un budget supplémentaire pour l'achat d'images ou s'il faut travailler avec des visuels libres de droits) ;
- Les développements et la réalisation du site ;
- Un travail d'optimisation SEO ;
- La rédaction de textes, une relecture ou réécriture pour adapter vos textes au format web ;
- L'intégration de contenus…

A penser également :

- Précisez si vous possédez déjà le **nom de domaine** ou s'il faudra le créer (c'est-à-dire l'adresse du site web, par exemple : « questionsante.org »).

- Mentionnez d'éventuelles contraintes d'hébergement. Souvent, pour plus de facilité, c'est l'agence qui développe le site qui en assure l'**hébergement et la maintenance**, mais ce n'est pas une obligation.

- Si vous souhaitez alimenter le site par vous-même, demandez par exemple que le développement privilégie **une interface intuitive** facile à alimenter et à administrer de manière autonome, et que le prestataire prévoie **une formation pour votre personnel** ainsi que suffisamment de temps pour le **support technique**.

En général, le cahier des charges pour la création d'un site web couvre **jusqu'à environ 3 mois après la mise en ligne** du site (phase où l'on corrige les derniers bugs et les « maladies de jeunesse »). Un nouveau contrat est ensuite réalisé pour la maintenance du site. Mais il est utile de déjà parler ici de vos futurs besoins de support à moyen et long terme.

Votre prestataire doit se charger de créer des visuels ou logos ?

Demandez à ce que ceux-ci puissent être déclinables sur différents supports de communication en ligne et imprimés. Cela vous permettra de créer par la suite des supports de communication cohérents avec votre site. Idéalement, demandez à les recevoir dans différents formats (png, jpeg, eps…), en noir et blanc, en négatif et en couleur.

D. Prévoyez les étapes de la collaboration

Veillez à laisser suffisamment de temps entre le lancement de l'appel d'offre et la **date de réception des devis** pour que le prestataire puisse y répondre et rassembler les documents nécessaires. On compte généralement **4 à 5 semaines** en fonction de l'ampleur du projet.

Intégrez à votre cahier des charges un **calendrier estimatif** de réalisation de votre projet. Il peut par exemple reprendre les grandes étapes suivantes :

Etape	Période
Réunion de lancement : cadrage, planification et méthodologie de collaboration	
Elaboration d'une maquette du site (structure)	
Graphisme du site (design)	
Livraison de la version bêta du site (une version de travail, pas encore accessible au public)	
Phase de test du site et correction des bugs	
Mise en ligne	
Période de suivi et correction des bugs	

Précisez **la façon dont vous souhaitez suivre le projet**. Par exemple : si vous voulez que des réunions soient planifiées tout au long du processus de réalisation ou si vous préférez travailler le plus possible à distance.

Précisez également si vous souhaitez rencontrer toutes les agences répondantes avant de choisir votre prestataire.

E. Les contraintes légales et administratives

N'oubliez pas d'ajouter une mention sur la **cession des droits intellectuels**. Pour éviter des problèmes par la suite, il est conseillé d'être propriétaire de votre site et de demander à votre prestataire une copie des éléments du site. Ou a minima d'obtenir, à la fin du travail, les droits de propriété intellectuelle portant sur les œuvres et ce compris le travail préparatoire, vous permettant de procéder à des modifications raisonnables de l'œuvre.

Par ailleurs, des **éléments formels** sont à ajouter par rapport à la procédure de sélection elle-même, qui peuvent être obligatoires dans certains contextes. Par exemple, mentionner les critères d'attribution du marché et la répartition des points correspondants… Parmi ces critères, on demande souvent de fournir un ou plusieurs exemples de créations qui sont pertinent par rapport à la demande.

Retrouvez plus d'informations sur les aspects formels d'un appel d'offre, ainsi qu'un modèle de cahier des charges :

Fiche focus « Comment lancer un appel d'offre à faible montant ? ».