kreactive
digital studio

Cahier des charges

Que faut-il inclure dans le cahier des charges ?

Vous trouverez ci-dessous l'ensemble des questions essentielles qui vous permettront de rédiger votre cahier des charges.

Ces questions sont répertoriées dans quatre sections :

1. Introduction du projet : les objectifs de votre projet et de votre société.

2. Brief créatif : les designs et l'identité visuelle.

3. Périmètre fonctionnel et technique : les fonctionnalités à développer et les spécificités techniques.

4. Déroulement du projet : le calendrier du projet et les responsabilités de chaque partie prenante.



kreactive
digital studio

1. Introduction du projet

Présentation de votre société
- Décrivez votre entreprise en quelques paragraphes.

Le but du projet
- Quel(s) objectif(s) est-ce que ce projet va couvrir ?
- Si d'autres produits vous inspirent, détaillez pourquoi.
- Est-ce un nouveau projet ou s'agit-il de reprendre un actif déjà existant ?
- Décrivez votre projet.

La promesse de valeur

- Quelle est la promesse de valeur du produit ?
- Quelle est la valeur ajoutée qu'apportera le produit ?

Le business model

- Quel sera le modèle économique de votre produit ?
- Quelles seront les sources de revenus ?
- Si le produit n'a pas pour vocation de générer des revenus, qui percevra la valeur du produit ? Et qui financera le produit ? De quoi dépend la bonne poursuite des financements ?

Les utilisateurs ou bénéficiaires
- Décrivez qui seront les utilisateurs ou bénéficiaires de votre produit.

Conseil : vous avez très probablement plusieurs types d'utilisateurs. Si c'est le cas, prenez le temps de les présenter un par un. Entrez dans le détail pour chaque typologie d'utilisateurs. Vous pouvez par ailleurs utiliser le modèle des buyer personas pour présenter vos cibles.

Plus votre prestataire aura d'informations sur eux, plus il sera à même de créer le produit qui répondra au mieux à leur besoin.

Perspectives de développement
- Suivant quel(s) KPI(s) (Key Performance Indicator = Indicateur Clé de Performance) allez vous mesurer le succès de votre produit ?
- Quel est le nombre d'utilisateurs actifs que vous visez ?
- Après livraison du produit, quelles seront les prochaines étapes ? Quels seront vos enjeux ?

Conseil : déterminez vos KPIs en amont du projet. Cela aidera vos prestataires à, dès la phase d'amont, mettre tout en œuvre pour que le produit réponde à vos objectifs. Connaître le nombre d'utilisateurs visés permet par ailleurs d'anticiper techniquement la montée en charge de votre produit. Ainsi, les équipes techniques de votre prestataire pourront préparer votre produit aux défis techniques que celui-ci rencontrera lorsqu'il sera mis en ligne à disposition de ses utilisateurs.

2. Brief créatif

Votre identité visuelle

- Quelles sont vos valeurs ? Souhaitez-vous les faire retranscrire dans votre produit ? Comment ?
- Existe-t-il des produits existants dont vous vous inspirez ? Est-ce qu'il y a des éléments qui correspondent au style visuel que vous aimeriez retrouver dans votre produit ?

***Design system* ou charte graphique**

- Avez-vous déjà un *design system* ? Si c'est le cas, partagez le à vos prestataires.
- Partagez votre charte graphique : vos polices, codes couleur, logos et ses déclinaisons.

***User journey* ou parcours utilisateur**

Le parcours utilisateur est l'ensemble des étapes par lesquelles passe l'utilisateur de votre produit. Ajoutez une représentation visuelle du parcours type de vos utilisateurs pour apporter de la clarté à votre projet.

Si vous avez besoin d'un coup de main sur cette partie, les designers de Kreactive sont là pour vous aider.

Conseil : la partie graphique du cahier des charges est très importante pour la compréhension globale du projet. Vous trouverez toutes les informations nécessaires pour rédiger un bon design brief sur blog.kreactive.com dans notre article : "Comment rédiger un brief créatif si vous n'êtes pas designer ?"

kreactive
digital studio

3. Périmètre fonctionnel et technique

Périmètre fonctionnel
- Quelles sont les fonctionnalités attendues ? Liste exhaustive à hiérarchiser par ordre d'importance et d'urgence.

Pour vous faciliter la tâche, vous pouvez utiliser la méthode MoSCoW (Must, Should, Could, Won't) :

- **Must** : fonctionnalités essentielles et non négociables.
- **Should** : fonctionnalités à implémenter dans la mesure du possible.
- **Could** : fonctionnalités qui contribuent à la satisfaction client mais qui ne sont pas essentielles.
- **Won't** : fonctionnalités hors de la portée du projet, mais qui pourraient être intégrées plus tard.

Conseil : pour chaque fonctionnalité, ajoutez Must, Should, Could ou Won't dans la colonne de droite

Fonctionnalités	MoSCoW

kreactive
digital studio

Périmètre technique

- Comment s'articule la structure générale de votre produit ? Vous en avez a priori déjà mentionné une partie dans la présentation du projet et dans la section design. C'est le moment d'entrer dans le vif du sujet et de vous assurer de n'oublier aucun détail.

Architecture

- Quelle sera l'architecture technique de votre produit ? Où seront hébergées les données ?
- Est-ce que je souhaite que mon produit suive un modèle architectural particulier ? Comme la *clean architecture* par exemple ?
- Est-ce que je souhaite implémenter le CI/CD dans mon projet ?

Précisions techniques

- Quelles sont les spécificités techniques du projet ? Choix des technologies, compatibilités (choix des OS, des navigateurs et des dispositifs), contraintes techniques, maintenance, sécurité, traitement des données, etc.

Ressources

- Quelles sont les ressources, humaines ou non, dont vous disposez pour ce projet ? Quels sont leurs rôles et leurs disponibilités ?

4. Déroulement du projet

Ce qui est attendu
Décrivez ce que vous attendez de la part des prestataires :
- Quelles typologies de prestations ?
- Quelles compétences ?
- Quel niveau d'expertise pour chaque compétence ?
- Quel livrable attendez-vous ?
- Est-ce que vous attendez que les designs soient faits sur la base d'un modèle ou *from scratch* (= de zéro) ?
- Souhaitez-vous que l'équipe du prestataire se déplace dans vos locaux ? À quelle fréquence ?
- Souhaitez-vous que l'équipe du prestataire opère principalement depuis vos locaux ou les siens ?
- Décrivez les différentes responsabilités du projet. Qui sera responsable de chaque sous-partie ? Quelle(s) métrique(s) permettront de mesurer le résultat fourni ?

Conseil : Cette partie est très importante. Elle sera un point d'entrée fort de votre collaboration avec votre prestataire. Prenez le temps d'entrer dans le plus haut niveau de précision possible sur ce que vous attendez de votre futur prestataire. Prenez le temps de définir les responsabilités des différentes parties prenantes. Vous retrouverez ici des espaces afin que vous puissiez alimenter ce document de questions qui seront spécifiques à votre projet.

Planning du projet

- Quelles seront les dates clés du projet ?
- Quand arriveront-elles ?
- Comment seront suivies les avancées du projet ?
- Si le projet venait à prendre du retard, quelle serait la procédure à suivre ?
- Quel est le délai nécessaire pour que vous puissiez valider les avancées réalisées par le prestataire ?

Conseil : vous allez indiquer tout au long de ce document les responsabilités des différentes parties prenantes. Assurez-vous d'inclure aussi vos responsabilités dans la conduite de ce projet.

Critères de sélection du prestataire

- Listez tous les critères qui seront pertinents au moment de choisir le prestataire avec lequel vous voudrez collaborer.
- Ajoutez à chacun de ces critères une pondération entre 1 et 5. 1 étant le niveau de pondération le moins important et 5 étant le niveau le plus important.

Ce tableau vous aidera à rédiger vos critères de décision. Il sera d'une aide très précieuse lorsque vous devrez prendre la décision du prestataire avec lequel vous souhaiterez travailler pour ce projet.

Critères	Pondération

Budget du projet

Lorsque vous ne connaissez pas votre budget

Vous ne savez pas encore quel budget affecter au projet ? Ne vous inquiétez pas, vous pouvez demander aux prestataires en lice dans votre appel d'offre de vous faire des propositions budgétaires. Cela vous aidera à dimensionner le projet.

Attention :

- Regardez bien ce qui se cache derrière chaque budget. Certains prestataires pourraient vous proposer un budget à la baisse pour se démarquer et augmenter leurs chances de remporter le projet. Si vous sentez que leur proposition est incomplète ou manque de réalisme, challengez ces propositions. Autrement ces propositions alléchantes en amont, pourraient vous coûter cher en aval.

Lorsque vous connaissez votre budget

Vous avez un budget fixe à ne pas dépasser ? Communiquez-le aux prestataires dès maintenant. Cela les aidera à formuler une proposition qui corresponde à vos moyens financiers.

Attention, Le budget maximum que vous vous êtes fixé ne reflète peut-être pas ce que coûte réellement le besoin que vous avez exprimé :

- Il est possible que vous ayez sous-estimé le coût du projet. Pour palier à cela, ne vous fiez pas uniquement aux budgets que vous proposeront les prestataires, mais aussi à ce que contient leur proposition. Est-ce qu'elle vous semble réaliste ? Est-elle complète ?
- Vous avez peut-être sur-estimé le coût du projet. Dans ce cas, les prestataires pourraient potentiellement exprimer dans leur réponse ce qui répond à votre besoin, et des suppléments qui bonifieront votre projet, mais qui ne sont pas forcément indispensables pour le moment. Veillez à porter une attention particulière au contenu de la proposition pour vous assurer de ne pas entrer dans une situation de sur-qualité projet.

Condition de paiement

Vous avez peut-être des conditions de paiement spécifiques à respecter ? Si c'est le cas, partagez-les aux prestataires. Autrement, cet aspect reste optionnel, il pourra en effet être discuté dans une phase plus avancée. Lorsque vous entrerez en négociation avec le prestataire que vous aurez choisi.

Besoin d'aide pour rédiger votre cahier des charges ?

Si vous avez besoin d'aide dans la rédaction de votre cahier des charges, Kreactive peut vous aider en mobilisant ses experts à votre service.

Vous pouvez nous contacter ici ou directement nous appeler au **04 26 70 03 51**.

Nous espérons que ce document vous aidera à structurer votre projet.



Pierre Harington
Marketing Manager, Kreactive
p.harington@kreactive.com