Briefing conception web

# A quoi sert ce briefing ?

Le briefing de conception web (appelé familièrement brief’ dans le milieu du design web) est la transmission de vos souhaits concernant la conception de votre site web au designer qui en sera chargé.

Ce briefing est très important pour vous comme pour le designer !

* **pour vous** : cela permet de structurer vos besoins et ainsi de ne rien oublier
* **pour le designer** : cela lui permettra d’estimer les travaux à effectuer et de rédiger son devis

# Comment utiliser ce document ?

Chaque question est suivie d’une case où vous pouvez ajouter votre texte.

Lisez attentivement les questions posées. Si elles ne concernent pas votre entreprise ou si vous n’avez pas de réponse, laissez-les simplement vide.

# Présentation de l'entreprise et du site Web

Votre entreprise cherche à :

* Faire ceci
* Faire cela
* Faire autre

|  |
| --- |
| [Entrez votre texte ici] |

La première chose que vous devez expliquer lors de la rédaction de votre briefing de conception Web, c'est votre entreprise et le secteur dans lequel vous travaillez.

Essayez de répondre aux questions suivantes :

* Que faites-vous et comment gagnez-vous votre argent ?
* Comment les clients achètent-ils actuellement à votre entreprise ?
* Qu'est-ce qui rend votre entreprise unique sur le marché ?

|  |
| --- |
| [Entrez votre texte ici] |

Et si vous êtes une entreprise existante qui redéfinit votre site Web, répondez aux questions ci-dessus et :

* Quel est le problème avec notre site Web actuel ?
* Avons-nous suffisamment de retours pour apporter de réelles améliorations ?
* Notre fournisseur de site Web existant opposera-t-il une résistance ?

|  |
| --- |
| [Entrez votre texte ici] |

# Objectifs du projet

Votre objectif pour un projet de conception Web, pourrait simplement être quelque chose comme :

« Nous avons besoin d'un nouveau site Web qui aide à présenter notre entreprise. Nous opérons dans un marché bondé, mais la qualité du service que nous offrons nous place tête et épaules au-dessus de nos concurrents. Pour le montrer, nous souhaitons utiliser des études de cas et des témoignages qui témoignent de la qualité de notre service. »

Incluez également vos mesures de succès :

1. Facteur de succès
2. Facteur de succès
3. Facteur de succès

|  |
| --- |
| [Entrez votre texte ici] |

# Public cible / Marchés

En dehors des traits démographiques et psychographiques, posez-vous les questions suivantes à propos de vos clients :

* A quoi ressemble leur structure familiale ?
* Quel type de voiture conduisent-ils ?
* Sont-ils propriétaires d'animaux ?
* Quels journaux / magazines lisent-ils ?
* Quels sites Web visitent-ils? Et dans quel but ?

Essayez d'inclure ici 3 exemples de personnalités de clients.

|  |
| --- |
| [Entrez votre texte ici] |

# Le problème auquel vous faites face

Les buts et les objectifs se concentrent là où vous voulez être.

Le problème auquel vous êtes confronté se concentre sur l'ici et maintenant.

Essayez de partager autant d'informations que possible sur les problèmes que vous rencontrez.

Par exemple :

* ce qui fonctionne avec votre site Web par rapport à ce qui ne fonctionne pas
* ce que vous aimez par rapport à ce que vous n'aimez pas
* ce que vous aimeriez conserver et ce qui peut aller

|  |
| --- |
| [Entrez votre texte ici] |

# Informations spécifiques au projet

Les informations spécifiques au projet peuvent être difficiles à décrire dans un brief de conception Web.

Jetons un coup d'œil à la création d'un nouveau site Web à titre d'exemple :

* qu'est-ce que vous voulez montrer sur votre site Web ?
* avez-vous de l'expérience avec une plate-forme de site Web particulière ?
* le contenu est-il entièrement écrit et prêt à l'emploi ?

|  |
| --- |
| [Entrez votre texte ici] |

Les autres éléments à prendre en compte parallèlement à votre projet de conception Web sont les suivants :

* à quoi ressemble votre stratégie marketing ?
* votre image de marque et votre identité de marque sont-elles en place ?
* avez-vous une stratégie de marketing numérique en place ?

|  |
| --- |
| [Entrez votre texte ici] |

# Informations sur les concurrents

Il est bon d'inclure des informations sur les concurrents. Essayez de lister :

* nommez-le
* lien du site Web
* ce que vous aimez à leur sujet
* ce que vous n'aimez pas à leur sujet
* comment vous vous voyez par rapport à eux

|  |
| --- |
| [Entrez votre texte ici] |

# Fonctionnalités et finalités du site Web

Pour rendre votre conception Web aussi brève que possible, vous devez énumérer tout élément spécial, caractéristiques et exigences.

Ceux-ci peuvent inclure :

* des intégrations avec un système CRM ou un fournisseur de liste de diffusion
* formulaires de contact traçables
* fonctionnalité de commerce électronique
* zone membre ou portail
* modèle d'abonnement
* compatibilité avec certains types de fichiers

|  |
| --- |
| [Entrez votre texte ici] |

# Pages clés ou plan du site

Quelles pages voulez-vous sur votre site Web ?

La plupart des sites Web comprennent au moins :

* Accueil
* À propos des
* Services / Offre / Formations
* Blog
* Contact

Ces pages sont importantes car les utilisateurs s’attendent à les trouver sur un site et savent ainsi retrouver facilement l’information qu’ils cherchent.

Ensuite, il s'agit de le créer pour votre propre cas unique à partir de là. Énumérez ici les éléments et la structure du menu telle que vous la voyez.

|  |
| --- |
| [Entrez votre texte ici] |

# Exigences relatives au contenu

Il y a plusieurs catégories dans lesquelles vous pourriez tomber ici :

* vous ne voulez pas écrire le contenu et vous voulez embaucher un rédacteur
* vous n'avez aucun contenu prêt et vous voulez que votre agence vous aide
* vous avez tout un tas de copies prêt, et juste besoin d'être examiné
* votre site web existant contient du contenu que vous souhaitez actualiser

Il existe d'innombrables options. Mais c'est une bonne idée d'inclure où vous en êtes dans votre briefing de conception Web.

Et n'oubliez pas que le contenu s'étend également aux images et aux photos !

|  |
| --- |
| [Entrez votre texte ici] |

# Appels à l'action

Un appel à l'action est « l'action principale que vous voulez que vos visiteurs entreprennent » sur votre site Web.

Lors de la liste de vos pages clés, vous pouvez essayer de mentionner l'appel clé à l'action sur chaque page.

|  |
| --- |
| [Entrez votre texte ici] |

# J'aime et j'aime pas

Essayez de lister :

* 3 sites Web que vous aimez
* leur adresse Web
* ce que vous aimez dans chacun d'eux

|  |
| --- |
| [Entrez votre texte ici] |

Et puis faites l'inverse.

|  |
| --- |
| [Entrez votre texte ici] |

# Génération de trafic

Allez-vous diffuser toute une série d'annonces au paiement par clic ?

Peut-être que vous faites de la publicité sur un immense panneau d'affichage du centre-ville.

Encore une fois, vos plans de marketing numérique alimentent votre projet de conception de site Web.

Vous cherchez à configurer rapidement de nombreuses pages de destination, alors une sorte de constructeur de page de destination est probablement une fonctionnalité indispensable.  
Listez vos idées pour générer du trafic ici.

|  |
| --- |
| [Entrez votre texte ici] |

# Nom de domaine et hébergement

Il convient de noter les domaines que vous possédez et celui que vous prévoyez d'utiliser comme nom de domaine principal.

Faites également savoir à votre agence quel est votre plan pour l'hébergement de votre site Web et si elle peut vous aider.

|  |
| --- |
| [Entrez votre texte ici] |

# Analytics et gestion

La plupart des gens utilisent par défaut Google Analytics et l'ont installé.

Mais il existe une gamme d'autres outils que les gens aiment avoir installés sur leur site.

Certaines personnes aiment utiliser Hotjar, CrazyEgg, VWO pour suivre les clics et les défilements.

Ensuite, vous avez des options de chat en direct telles que Drift et Intercom.

Si vous souhaitez installer des outils de site Web supplémentaires, répertoriez-les ici.

|  |
| --- |
| [Entrez votre texte ici] |

# **Gestion du temps du projet**

Utilisez un tableau comme celui ci-dessous pour décrire les échelles de temps de votre projet.

|  |  |
| --- | --- |
| Date limite pour les soumissions brèves | [Entrez votre texte ici] |
| Agences invitées à présenter une proposition | [Entrez votre texte ici] |
| Agence désignée | [Entrez votre texte ici] |
| Projet prêt | [Entrez votre texte ici] |
| Mise en service (le cas échéant) | [Entrez votre texte ici] |

# Budget du projet

Inclure un budget suggéré si possible, sinon une fourchette budgétaire.

|  |
| --- |
| [Entrez votre texte ici] |

# Coordonnées

Liste des personnes impliquées dans le projet ici. Voici ce que vous devez inclure :

* Nom
* Téléphone
* Email
* Heures disponibles
* Est-il approprié de les contacter ?

|  |
| --- |
| [Entrez votre texte ici] |

# Comment le projet sera attribué

En général, les gens attribuent un pourcentage des critères d'attribution aux éléments suivants.

* Coût / rapport qualité-prix
* qualité du travail
* expérience antérieure
* alignement sur la conception bref
* adéquation de l'agence

|  |
| --- |
| [Entrez votre texte ici] |

# Réponse requise

Vous devez informer votre agence de ce que vous attendez en retour, quand et comment le soumettre.

Cela pourrait être aussi simple que :

* une réponse écrite au bref
* exemples de travaux pertinents
* témoignages de clients satisfaits

Assurez-vous également d'inclure l'adresse e-mail à laquelle soumettre le devis et la date à laquelle vous espérez recevoir celui-ci.

|  |
| --- |
| [Entrez votre texte ici] |

# Et c'est tout !

Un bon brief de conception Web n'est pas difficile à rédiger, en particulier lorsque vous disposez d'un modèle comme celui-ci :-).

## Des problèmes dans la rédaction de ce briefing ?

Contactez-moi, je serai ravi de vous aider !

[christophe@coussement.info](mailto:christophe@coussement.info)

