

Infos Partenaire (Ces informations permettront aux différents intervenants de vous contacter dans le cadre de la réalisation de votre projet Web.)

Dénomination					
Adresse					
Gérant					
Contact Projet					
Tél. fixe :		Tél. portable :		Fax :	
Email					
Décrivez votre activité en quelques mots					

Objectifs de votre site

Décrivez l' objectif de votre site Internet en quelques mots	
Site Plaquette : <input type="checkbox"/> (Présenter l'activité renforcer l'image de marque de votre entreprise) Objectif : Présenter la société, mettre en valeur le savoir-faire. Communiquer sur l'activité. Obtenir des contacts.	Site Marchand : <input type="checkbox"/> ⁽¹⁾ (Charte graphique économe privilégiant l'affichage des produits) Objectif : Vendre en ligne. Comprend : Moteur de recherche, Mon compte, Mon panier - Autre : Paiement : TPE <input type="checkbox"/> - Banque à Banque <input type="checkbox"/> - Paypal <input type="checkbox"/> - Cheque <input type="checkbox"/> - Autre <input type="checkbox"/> : Page d'accueil : Sélections <input type="checkbox"/> - Nouveautés <input type="checkbox"/> - Promotions <input type="checkbox"/> - Autre <input type="checkbox"/> :
Cible(s)	

Autres Informations

Noms de domaines éventuels	
Vous avez déjà un site Internet Non <input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> SP <input type="checkbox"/> SM <input type="checkbox"/> www.	
Dans la mesure du possible garder le nom de domaine car son ancienneté et sa popularité auprès des moteurs de recherche [nombre de liens provenant d'autres sites Internet et conduisant vers le votre] est un atout pour la réussite du référencement)	
Remarques	

IDEP Multimédia - Agence : - Représentant / CP : - Date : - Signature :	Partenaire - Nom et prénom : - Qualité : - Date : - Signature et cachet :
--	--

Définition de la charte graphique (1/3)

Vos préférences. Ces informations donnent un axe de travail et nous permettront de réaliser un site Internet en accord avec vos souhaits.

Sites Web de références	1 -
	2 -
Sites Web que vous n'aimez pas	1 -
	2 -
Couleurs à proscrire sur votre site Internet.	1 -
	2 -

Orientation graphique

Thème (Service intellectuel, Immobilier, Alimentaire, Restauration)	
Aspect (Fun, luxueux, sobre, épuré, lumineux, sombre, coloré, etc....)	
Couleurs dominantes (<i>annexe 3</i>)	
Couleurs secondaires (<i>annexe 3</i>)	
Remarques	

Textes, visuels et menu

Logo	Existant <input type="checkbox"/>	A créer <input type="checkbox"/>
	Remarque :	
Slogans		
Visuels	Disponible : - Cd <input type="checkbox"/> - Docs <input type="checkbox"/> - Photos <input type="checkbox"/> - Mail <input type="checkbox"/> - Autre :	A trouver (type ...) :
Position du menu (haut, gauche ...)		
Traductions (1)		
Remarques		

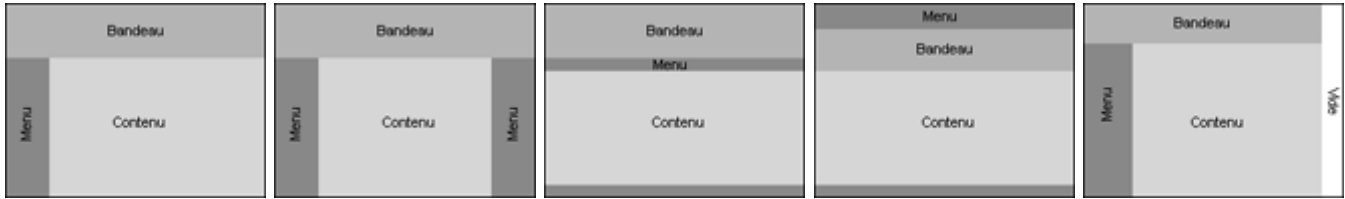
Supports joints

Cd-rom <input type="checkbox"/> Document <input type="checkbox"/> Photos <input type="checkbox"/> Autre :
Remarques

(1) Les éléments traduits sont à nous fournir dans leur intégralité pour que nous puissions les insérer dans votre site Internet. La société IDEP multimédia ne réalise pas les traductions. Si nécessaire nous pouvons vous mettre en relation avec un partenaire qui se chargera de la faire.

Définition de la charte graphique (2/3)

Modèles



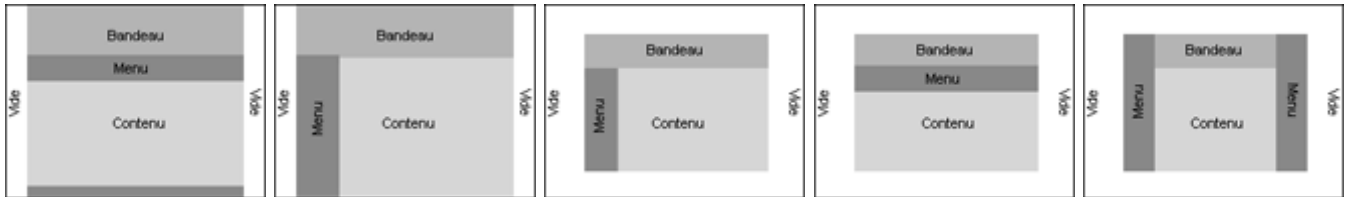
Model 1
100% de largeur

Model 2
100% de largeur

Model 3
100% de largeur

Model 4
100% de largeur

Model 5
Largeur : [px] [%]



Model 6
Largeur : [px] [%]

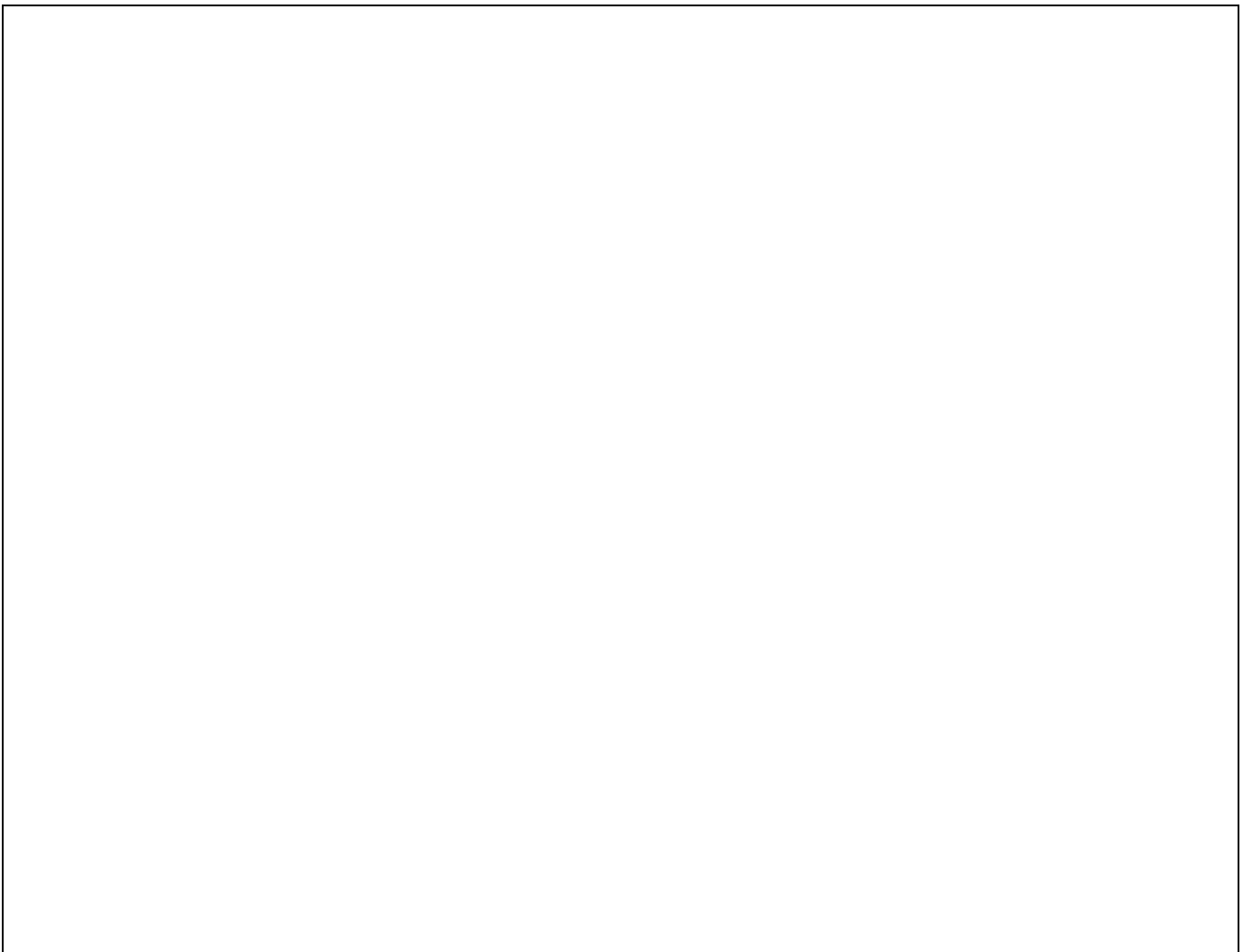
Model 7
Largeur : [px] [%]

Model 8
Largeur : [px] [%]
Hauteur : [px] [%]

Model 9
Largeur : [px] [%]
Hauteur : [px] [%]

Model 10
Largeur : [px] [%]
Hauteur : [px] [%]

Schéma



Définition de la charte graphique (3/3)

Animation

Remarque

Définition de la fiche produit **indispensable pour un site marchand / un catalogue**

Elle permet à l'infographiste de maquetter une page produit. Indiquer les éléments qui caractérisent un produit.
Ex : référence, x image(s), désignation, prix, couleur, taille, etc ...

Annexe 1 : Moyens et Obligations

1) IDEP s'engage :

- A respecter le cahier des charges élaboré avec le partenaire / client.
- A présenter une maquette graphique (projet).
- Après validation écrite de la charte graphique du partenaire / client, à réaliser l'intégration à partir des textes, photos, médias et base de données fournis par le partenaire / Client.

- Après validation écrite par le partenaire / client du site Internet finalisé, à procéder à la mise en ligne du dit site afin de le rendre accessible à tous les internautes sous 48 h (sous réserve de disponibilité du Nom de Domaine sur nos serveur)

2) LE PARTENAIRE / CLIENT s'engage :

- A fournir l'ensemble des éléments (logo / slogan / photos, etc...) nécessaires à la réalisation des points ci-dessus ; le délai de réalisation du site Internet par IDEP dépendant de la fourniture de ces éléments.
- A procéder à la validation par signature du cahier des charges lors du RDV technique fixé d'un commun accord avec le commercial ou le chef de projet.
- En cas de désaccord ou de divergence sur la présentation de la maquette graphique, à faire part de ses

- réserves et/ou propositions d'aménagements ou de modifications sous huitaine de la notification de sa mise en ligne provisoire.
- Cette notification se fera valablement par fax, mail ou LRAR.
- En l'absence de toute contestation notifiée dans les formes et délais ci-dessus mentionnés, le Partenaire/Client sera présumé avoir accepté la maquette et aucune réclamation ne pourra être acceptée par IDEP.

Annexe 2 : Objectif de votre site Internet

1) STRATEGIE

Site Plaquette

- Mettre en valeur la société (métier, savoir-faire, institutionnel...), valoriser mon image.

- L'enjeu repose sur le visuel et l'information (le message à faire passer)

Site Marchand

- Mettre en valeur ses produits et faciliter l'immersion dans son site.

- Optimiser le processus d'achat en ligne.
- L'enjeu repose sur l'ergonomie (aspect pratique et intuitif)

2) LES BONNES QUESTIONS

Quel est mon positionnement ?

- En fonction de mon client (particulier, professionnel, secteur d'activité, tranche d'âge)
- En fonction de mon image (positionnement par le prix, pénétration, alignement, haut de gamme...)

- En fonction du positionnement de mes concurrents (benchmarking)
- En fonction de mon produit et activité (basic, technologie, service, fun...)

Quel est mon existant en communication ?

- Code couleur.
- Plaquette.

- Logo.
- Slogan, symbole.

Que dois-je réunir ?

- Le plus de support possible afin de cerner votre activité.
- Logo, carte de visites, plaquettes, textes de présentation, publicités diverses (magazines...)

- Catalogue, cd-rom.
- Sites concurrents, ancien site.

Le site doit répondre aux questions suivantes :

- Qui je suis.
- Mon métier / savoir-faire.
- Mes services.
- Mes produits.
- Mes forces, mes qualités.

- Mes références.
- Mon actualité.
- Où me trouver.
- Me contacter.

3) LES RUBRIQUES

Toutes les rubriques de votre site Internet doivent être réfléchies et légitimées pour assurer la cohérence de l'ensemble et ne pas altérer l'image que vous souhaitez communiquer à l'internaute.

1) La création d'une rubrique ou d'une sous rubrique doit être justifiée par la quantité d'informations (textes, images et médias) qui pourra lui être associée.

Si vous sentez qu'un sujet sera peut agrémenté, il faut créer un paragraphe dédié et mis en valeur par un titre à la typographie

valorisée dans une page généraliste au contenu plus conséquent et de ce fait mieux adapté.

2) Les rubriques dynamiques sont modifiables par vos soins ou par l'internaute. Le plus souvent elles vous permettent de mettre à jour votre site Internet sans avoir besoin de passer par l'un de nos techniciens spécialisés. Ce qui permet une grande réactivité. Ces rubriques sont justifiées par leur fonctionnalité (livre d'or...) et par la fréquence des mises à jour (news, actualité, événement...)

4) LE REFERENCEMENT

Les moteurs de recherche nourrissant leurs bases de données de contenus texte, chaque rubrique et chaque page du site Internet devra comporter du texte (au moins 100 mots). Il est donc important de mettre en valeur les 2 ou 3 expressions les plus stratégiques pour chacune des pages (affichage sous forme de titre de paragraphe, en gras ou sous forme de liens) exemple : <http://www.gc-renovation.com/platerie.php>.

Par ailleurs le nommage des rubriques a un impact important sur le référencement, exemple : www.preference-lingerie.fr

Concernant les sites e-commerce la facilité d'accès aux produits et les informations pour rassurer l'internaute sont très importantes :

- affichage sur la page d'accueil des informations incontournables pour une boutique en ligne (informations sur le paiement sécurisé, sur la création de compte client, sur le type de livraison, liens vers les Conditions Générales de Vente et les informations relatives à la société telles le N°SIRET)

- accessibilité rapide et facile aux fiches produit (1 à 2 clics depuis la page d'accueil).

La mise en valeur de produit doit se faire selon trois axes :

- des photos de qualité pour motiver l'achat (visualisation du produit sous plusieurs angles),
- une possibilité de zoom vous un gros plan sur le produit,
- l'affichage de liens vers les produits complémentaires,
- la mise en place de formulaire permettant d'envoyer l'adresse de la fiche produit à un ou une amie.

Par ailleurs la motivation de l'achat doit aussi se faire par un titre de fiche produit judicieusement choisi (**type produit, nom marque, nom modèle**, exemple : http://www.preference-lingerie.fr/detail.php?id_article=692&ref=&nom=Francoise%20de%20Frange_VARIATION_Robe)

Pour une agence immobilière le titre de la fiche produit devrait comporter : **type de bien, état du bien et localisation du bien**.

De même la fiche produit devra comporter :

- un descriptif avec les caractéristiques techniques du produit,
- un « argumentaire » mettent en avant les plus du produit (facilité d'utilisation, bien immobilier contrôlé récemment, conseils pratiques ou techniques).

Pour tous les sites destinés à obtenir des devis il nécessaire d'insister sur :

- la gratuité des devis
- sur toutes les pages du site Internet la facilité d'accès à ce formulaire de devis

1) La création d'une rubrique ou d'une sous rubrique doit être justifiée par la quantité d'informations (textes, images et médias) qui pourra lui être associée.

Si vous sentez qu'un sujet sera peut agrémenté, il faut créer un paragraphe dédié et mis en valeur par un titre à la typographie valorisée dans une page généraliste au contenu plus conséquent et de ce fait mieux adapté.

2) Les rubriques dynamiques sont modifiables par vos soins ou par l'internaute. Le plus souvent elles vous permettent de mettre à jour votre site Internet sans avoir besoin de passer par l'un de nos techniciens spécialisés. Ce qui permet une grande réactivité. Ces rubriques sont justifiées par leur fonctionnalité (livre d'or...) et par la fréquence des mises à jour (news, actualité, événement...)

Annexe 3 : Les couleurs

ROUGE CH **Secteur** : Publicité, Média, la Mode, le Luxe. **Symbolique** : Danger, Chaleur, Urgence, Appel à l'attention, Interdiction. **Caractère** : Chaleur, Vigueur, Instinct, Combativité, Passion, Conquête. **Complémentaire** : Vert. **Accords harmonieux** : Bleu, Jaune

BLEU FR **Secteur** : Nouvelles technologies, Haute technologie, Informatique, Médicale. **Symbolique** : le Froid, l'Eau, Détente, Liberté, Confiance. **Caractère** : Conservateur, Sensitif, Sérieux. **Complémentaire** : Orange. **Accords harmonieux** : Jaune, Rouge.

VERT FR **Secteur** : Loisirs, Détente, Tourisme, Nature. **Symbolique** : Autorisation, Succès, Sûreté, Argent, Santé. **Caractère** : Tolérant, Confiant, Calme. **Complémentaire** : Rouge. **Accords harmonieux** : Orange, Indigo.

JAUNE CH **Secteur** : Immobilier, Tourisme, Divertissement, Jeux, Sport, Récréation. **Symbolique** : Alerte, Attente, Tièdeur. **Caractère** : Entraîné, Audace, Intuition, Sens de l'adaptation. **Complémentaire** : Violet. **Accords harmonieux** : Rouge pourpre, Bleu-vert.

VIOLET **Secteur** : Communication institutionnelle classique, Art, Domaines culturels. **Symbolique** : Calme, Réflexion, Méditation, Repos, Mystère, Délicatesse. **Caractère** : Tempéré, Réfléchi, Sensible. **Complémentaire** : Vert clair. **Accords harmonieux** : Or, Bleu.

ORANGE CH **Secteur** : S'applique au même domaine que le jaune **Symbolique** : Activité, Survie, Alerte, Energie, Equilibre, Chaleur. **Caractère** : Sociable, Enjoué, Ouvert. **Complémentaire** : Bleu. **Accords harmonieux** : Pourpre, Vert.

BRUN CH **Secteur** : Neutre, Associé à la nature. **Symbolique** : Terre, Confiance, Confort, Endurance - **Accords harmonieux** : Kakis, Or

GRIS FR **Symbolique** : Intelligence, Futurisme, Élégance, Modestie, Tristesse

NOIR FR **Secteur** : Design, Luxe, Photo, Milieu alternatif - **Symbolique** : Pénombre, Mystère

BLANCS **Symbolique** : Pureté, Propreté, Précision, Innocence