

eficiens



TEMPLATE DE CAHIER DES CHARGES

de la refonte d'un site
web assurance

Appliqué avec succès par Efficens sur les refontes des sites



STRUCTURE GÉNÉRALE - SOMMAIRE

I - PRÉSENTATION GÉNÉRALE DE L'ASSUREUR Page 3

Le contexte. Les enjeux. Description succincte

II - ÉTAT DES LIEUX DU SITE WEB EXISTANT Page 4

Présentation du site (son historique). Les objectifs passés et actuels du site
La cible adressée, l'audience. L'arborescence actuelle
Descriptions graphique / Technique / Fonctionnelle

III - OBJECTIFS ET SPÉCIFICITÉS DU PROJET Page 6

Objectifs du nouveau site / Objectifs et contraintes techniques
Objectifs quantitatifs (VU, souscriptions, devis, visites...)

IV - PÉRIMÈTRE DÉTAILLÉ DU PROJET Page 8

Cadrage général fonctionnel et technique / Plan de charge prévu chez l'assureur

V - CADRE FORMEL DE LA RÉPONSE Page 9

Critère de sélection du prestataire / Calendrier / Caractéristiques du marché

VI - LE RETOUR ATTENDU DE L'AGENCE Page 10

Proposition / Equipe allouée au projet / Planning / Livrable clefs / Éléments budgétaires et contractuels

I. PRÉSENTATION GÉNÉRALE DE L'ASSUREUR

a. Le contexte

Présenter l'activité assurance de l'entreprise au travers de quelques éléments significatifs : ses produits / services vendus, son positionnement stratégique, l'historique, CA, l'évolution du marché dans lequel l'assureur évolue (assurance de biens, de personnes, distributeur, réassureur...)

b. Les enjeux marketing et communication

Identifier les enjeux digitaux de l'entreprise (dans lequel s'inscrit le site) sur le long terme dans le cadre de la stratégie globale de l'entreprise. Selon les enjeux de l'entreprise, l'objectif du site sera différent (exemple : s'il y a un objectif de notoriété ou de conversion). Y a-t-il un sponsor au plus haut niveau ? Une implication du management ?

Cette section va permettre de légitimer la demande du projet et montrer à l'agence consultée que le projet ira à son terme.

II. ÉTAT DES LIEUX DU SITE EXISTANT

a. Présentation du site

Quel type de contenu est proposé sur ce site web ? Son historique. Ses forces et faiblesses.

b. Les objectifs du site

A quels objectifs le site existant répond-il actuellement ? Site de type transactionnel destiné à générer des devis, des adhésions ? Site vitrine pour présenter l'activité de l'assureur ? Site à plusieurs niveaux / objectifs (plaquette, devis souscription, espace client, blog, prévention)

c. La cible et produits adressés

Pour qui : BtoB ? BtoC ? Les deux ? Segments concernés : H/F, âge, CSP, PME, principales caractéristiques ou centres d'intérêt du ou des segments marché à qui vous vous adressez. Ne pas hésiter à hiérarchiser les cibles (cœur de cible, cible secondaire). Présenter des personas et des user journeys

Pour les produits, expliquer les produits vendus : assurance de bien ou de personne, distribution, modèle de vente (pur digital ou hybride), produits phares ou secondaires.

Expliquer les logiques d'omnicanalité suivies si elles existent. Comment le site s'inscrit-il dans ces logiques ? Quels parcours ?

d. Arborescence actuelle

Comment est construit le site internet ? A t-on une logique de navigation courte ou au contraire complexe à niveau N1/N2/N3/N4 ? La home présente-t-elle des particularités spécifiques ?

Il est recommandé d'ajouter en annexe l'arborescence afin d'avoir une vision globale de l'architecture du site

e. Historique du site

Mettre en exergue les faits marquants : Date de mise en ligne ? Le site a-t-il déjà subi des modifications majeures ? Différentes releases ? Comment est faite la TMA ? Y-a-t-il eu une historisation / traçabilité des évolutions ?

f. Description graphique et rédactionnelle

Quelle charte graphique et rédactionnelle est utilisée sur le site actuel ? Qui rédige actuellement ?

g. Description technique

Technologie utilisée sur le site actuel : type de CMS (système de gestion de contenu type WordPress, Drupal...) ou autre (langage propriétaire ou open-source, PHP, ASP..) ? Type d'hébergement ? Serveur dédié, mutualisé, cloud...

Interfaçage avec systèmes tiers (CRM, ERP, ATS, GED, outils métier, systèmes de gestion...) via quel système (API, webservices, flux XML, JSON...) ? Niveau de documentation existant

Un focus particulier sera fait sur les connexions propriétaires (formulaires reliés aux systèmes métier) et sur les store locator (agences physiques)

Pour les parcours devis souscription, fournir l'intégralité des API utilisées (signature électronique, GED, paiement CB, scoring) avec idéalement leur documentation technique.

Focus sur l'hébergement (solution actuelle, niveau de performance et de disponibilité constaté, soucis techniques rencontrés)

h. Description fonctionnelle

Est-ce qu'il y a des fonctionnalités propres et inédites au site internet ? En faire une description fonctionnelle et technique. Des schémas ? Existe-t-il une documentation du site et de ses évolutions ?

i. Chiffres d'audience (recommandé)

Donner quelques indicateurs clés sur les performances du site : nombre de visiteurs, pages vues, durée moyenne d'une session, taux de conversion, taux de rebond, SEO. Tableau analytics

III. OBJECTIFS ET SPÉCIFICITÉS DU PROJET

a. Objectifs généraux du nouveau site

Quel type de site internet est attendu ? Site vitrine, catalogue, informatif, institutionnel, marchand (devis/adhésion) ?

Expliquer quel va être le rôle du site internet dans la stratégie générale et marketing de l'entreprise : donner une meilleure visibilité à l'entreprise ? Augmenter les recrutements et développer la marque employeur ? Améliorer le processus de fidélisation ? Renforcer l'image d'expertise sur un sujet et le positionnement institutionnel ? Réaliser de la prévention ? Et bien sûr vendre !

b. Objectifs quantitatifs

Quels chiffres à atteindre dans le cadre de cette refonte ? Donner quelques chiffres en matière du nombre de visites, volume des devis / adhésions, nombre d'adresses mails collectées...

Bon à savoir : la construction de cette section sera propre à la nature du projet. Les types d'objectifs peuvent différer d'une refonte à une autre. Tout va dépendre des attentes de l'assureur.

c. Environnement technique cible

Quelles solutions sont exigées dans la refonte de ce site ? CMS (WordPress, Drupal...) ou solution plus propriétaire ou open-source (codée en PHP, ASP...) ?

Points d'attention, attentes et pré-requis - Qui prend en charge l'hébergement ? Quels sont vos process de déploiement ? Y a t il du versionning (GIT) ?

Avez-vous un niveau d'attente particulier sur l'accessibilité du site ?

Doit-on prévoir une traduction du site (prise en compte du multilingue) ?

d. Environnement graphique et rédactionnel cible

Quelle est la charte graphique future à utiliser ? Existe-t-il une charte digitale, un design system ? Doivent-ils être créés ? Doit-on reprendre une typo spécifique ? Avez-vous accès à une banque d'images, des sources à nous transmettre ? Est-il possible d'utiliser des images issues de solutions IA génératives (Midjourney, Dall-E) ?

Si vous avez des éléments graphiques que souhaitez réutiliser comme base de votre nouvelle charte graphique, n'hésitez pas à les inclure dans le cahier des charges de votre site internet. Cela peut-être des visuels, des icônes, des pictos, des animations...

Y a-t-il une charte rédactionnelle à respecter (ton, niveau de langage) ? Le contenu actuel doit-il être conservé in extenso, faire l'objet d'un nettoyage ou réécrit ? Qui doit s'en charger ? Cette partie impact la migration des pages à prévoir.

IV. PÉRIMÈTRE DÉTAILLÉ DU PROJET

a. Cadrage général

Définir précisément ce que doit contenir et prendre en compte le projet : quelles sont les prestations attendues ? Les fonctionnalités à prévoir ? Les parcours devis-adhésion font-ils partie de la mission ?

Conception, Développement, UX design, maquettage, intégration, maintenance, SEO, Aussi, pour une meilleure compréhension, les prestations attendues peuvent être découpées en lot (recommandé).

Point souvent oublié : souhaitez-vous que l'agence prenne en charge la rédaction des contenus du site (ou de la retouche rédactionnelle), ou pourriez-vous fournir les textes ? Faut-il prévoir du re-writing, de l'UX writing ? Quid de l'iconographie (illustrations visuelles) ?

Quel niveau de tracking analytics attendez-vous sur le nouveau site ? Avec quelle solution ? Avez-vous un outil CMP existant ? Tableaux de bord à prévoir ?

Avez-vous un objectif SEO important ? Quelle organisation rédactionnelle est prévue ?

b. L'équipe en charge de la refonte côté assureur

Anticiper également le nombre de personnes ou les ressources impactées par sa mise en place. Spécifier les ressources disponibles (en JH) ainsi que leurs niveau de séniorité

Quelle équipe interne prévue ? Quels cycles et phases de validation ? Y-a-t-il un interlocuteur unique de votre côté, un chef de projet dédié ? Gouvernance projet ? Une comitologie ? Comment vous organisez-vous ? Avez-vous l'habitude des CMS, des sites / pages builder (Gutenberg, Divi...)

c. Travaux préparatoires

Avez-vous déjà travaillé sur la conception en amont ? Avez-vous réalisé des ateliers de co-conception internes ? Des sources UX (Figma) ou créa à communiquer à l'agence ?

Avez-vous déjà travaillé sur une arborescence pour ce nouveau site ? N'hésitez pas à détailler s'il y a des pages à mettre en avant, des rubriques à privilégier, etc... Idem en termes de parcours / end user journey / user flow

V. CADRE FORMEL DE LA RÉPONSE

a. Critères de sélection du prestataire

Comment sera choisi le prestataire ? Sur quelles bases ? Quelle pondération des critères de choix ? Y a-t-il une grille objective de notation ?

b. Calendrier

Quelle est la date limite de soumission de candidature pour les prestataires ? Les dates pour d'éventuelles soutenances orales ? Date de sélection du prestataire ? Démarrage et fin du projet. Jalons impératifs ?

c. Caractéristiques administratives de la consultation

Marché public ou non - ouvert ou avec pré-sélection ? Formalisme de la réponse (CCTP). Durée pour répondre ? Délai d'exécution ? Pièces techniques et administratives de la réponse. Composition du dossier de candidature. Phase de questions / réponses - écrites ou orales. Contacts. Modalités d'examen des candidatures. Communication des réponses. Liste détaillée des documents à fournir.

Préciser si un modèle de contrat sera imposé par l'assureur. En fournir une trame si besoin.

VI. LE RETOUR ATTENDU DE L'AGENCE

a. L'équipe affiliée au projet

Côté agence, présenter l'équipe projet. mini-CV. Expliquer la configuration et méthode de suivi du projet (COPIL/COPROJ...). Comitologie.

b. Planning

Quelles sont les principales deadlines intermédiaires du projet selon les différents lots envisagés ? Quelle est la date butoir pour la livraison finale du projet ?

c. Livrables clefs attendus pour la consultation

Quels sont les principaux livrables attendus dans le cadre de la consultation ? Sous quelle forme ? Quantitatif et qualitatif ? Détailler les livrables techniques, métiers, et les livrables institutionnels (éléments juridiques et sociaux). Demander des références et projets similaires. Clarifier la méthodologie suivie.

d. Éléments budgétaires

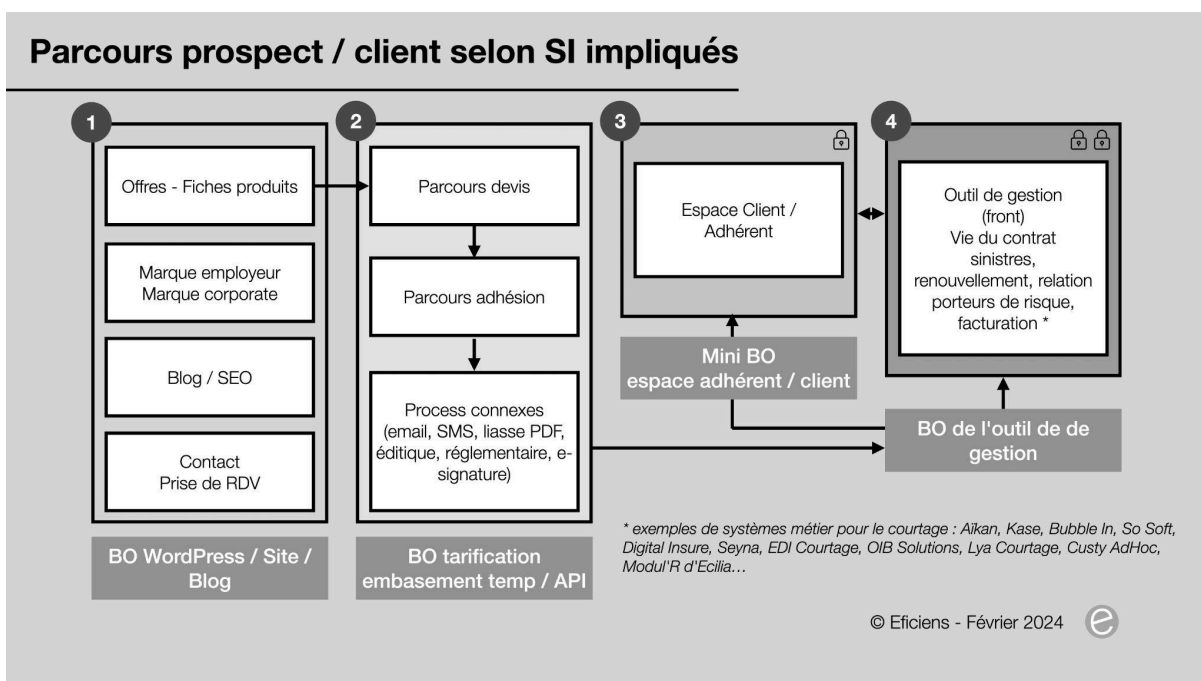
Comment doit être faite la remise de prix ? Faire préciser les éléments au forfait ou en JH. Faire détailler une grille tarifaire en JH (format Excel par exemple) et sa durée de validité dans un contexte d'inflation. Côté donneur d'ordre une enveloppe budgétaire est-elle communiquée (préférable - voir des budgets type en annexe) ? Un dédommagement est-il prévu pour les agences non retenues ?

e. Autres éléments

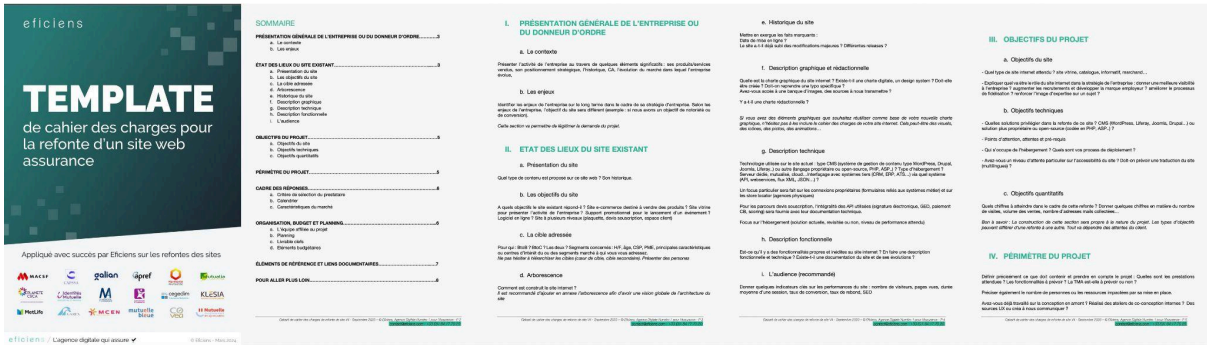
Cadre juridique de collaboration (propriétés intellectuelles) . Sous-traitance. Garantie (période et scope). Réversibilité. Traitement de la sécurité. Hébergement éventuel. Maintenance ultérieure (modalités, durée, montant)

ANNEXES

SCHÉMAS SYNOPTIQUES D'UN SITE WEB ASSURANCE



TÉLÉCHARGER LA VERSION PDF DE CE DOCUMENT



TÉLÉCHARGER LA MÉTHODOLOGIE DÉTAILLÉE DE REFONTE DE SITE



TÉLÉCHARGER LA MÉTHODOLOGIE DÉTAILLÉE DE REFONTE DE PARCOURS DEVIS-ADHÉSION



ÉLÉMENTS DE RÉFÉRENCE & LIENS DOCUMENTAIRES

Tout savoir sur la refonte de site

<https://www.eficiens.com/prestations-refonte-site-web-assurance/>

Concevoir son parcours devis-adhésion :

<https://www.eficiens.com/le-parcours-devis-souscription-en-assurance-et-mutuelles/>

Grille tarifaire Eficiens 2024

<https://www.eficiens.com/grille-tarifaire-agence-de-communication/>

Toutes nos méthodologies à télécharger

<https://www.eficiens.com/la-bibliotheque-de-ressources-eficiens-methodologies/>

Nous contacter (30 minutes de visio conseil offerte) :

<https://www.eficiens.com/contact-eficiens/>

CE TEMPLATE VOUS EST PROPOSÉ PAR

eficiens

L'agence digitale
qui **ASSURE** ✓