

Plan du rapport de conception

Les réponses aux questions ci-dessous constitueront le plan du rapport de conception ; la plupart d'entre elles sont fournies par le questionnaire client, les recherches et les entretiens menés au cours du processus de découverte.

Synthèse - Informations générales sur le projet, ses objectifs et son contexte. Description en quelques phrases de la globalité de la mission.

1. Grandes lignes du projet et de son contexte.
2. Objectif principal du site rénové.
3. Objectifs secondaires.
4. Objectifs à long terme.

Public visé - Présentation détaillée du public cible (statistiques démographiques, etc.). L'objectif est de répondre aux questions suivantes : quel est l'utilisateur type ? Quelles sont ses attentes et la typologie de son comportement en ligne ?

1. Quelle est l'audience cible ? Décrivez un utilisateur type en indiquant notamment sa classe d'âge, son sexe, sa fréquence de connexion, ses habitudes d'utilisation, etc. Si nécessaire, vous pouvez établir plusieurs profils types.
2. Quelle opération type les utilisateurs effectueront-ils sur le futur site (s'inscrire, s'identifier, rechercher des informations, acheter un produit, communiquer son adresse électronique, solliciter des informations complémentaires, etc.) ?

Perception, style, principes - Quelle doit être la première réaction des visiteurs face au nouveau site ?

1. Perception du site actuel par le public potentiel et impressions ressenties.
2. Objectif de perception et de satisfaction du site réaménagé.
3. En quoi le nouveau site permettra-t-il d'atteindre cet objectif ?
4. Quels adjectifs décrivent le mieux la façon dont le site et l'entreprise doivent être perçus par le public ?
5. Objectifs visuels spécifiques

Stratégie de communication - Comment convaincre le public cible ?

1. Quel est le premier message adressé aux utilisateurs (économie, sécurité, efficacité, fiabilité, etc.) ?
2. Comment transmettez-vous ce message générique (messengerie, cheminement dirigé, offre spéciale en page d'accueil, etc.) ?
3. Indiquez, si nécessaire, les phases de développement requises par ces objectifs.
4. Quels vont être les critères de mesure du succès du site rénové ?

Positionnement concurrentiel - Facteurs de différenciation et de succès.

1. Particularités du positionnement Web de la société par rapport à ses concurrents.
2. Facteurs de différenciation entre la société et ses concurrents.
3. Parties du site actuel ayant le plus grand succès. Raisons.

Mot d'ordre - Description du nouveau site en un mot ou en une phrase.