

## DOSSIER DE CRÉATION/QUESTIONNAIRE

Les réponses aux questions ci-dessous constitueront le plan du dossier de création ; la plupart d'entre elles proviendront du questionnaire client, des recherches et des entretiens menés lors de la phase d'exploration.

**Résumé du projet** – Informations générales sur le projet, ses objectifs et son contexte. Description en quelques phrases de l'ensemble de la mission.

1. En quoi consiste le projet ? (décrivez brièvement le contexte si pertinent)
2. Quel sera l'objectif principal du site rénové ?
3. Quels seront les objectifs secondaires du site rénové ?
4. Quels en seront les objectifs à long terme.

**Public visé** – Présentation détaillée du public visé (statistiques démographiques, etc.). Fournissez suffisamment de détails, notamment le profil démographique, afin que chacun comprenne bien quel est le public visé. Utilisez ces questions comme point de départ, ajoutez-y les vôtres.

1. Quel est le public visé ? Décrivez un utilisateur-type en indiquant notamment sa classe d'âge, son sexe, sa fréquence de connexion, ses habitudes d'utilisation, etc. Établissez plusieurs profils-types si nécessaire.

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.) ?
3. Quels sont les centres d'intérêt des visiteurs du site ? En quoi le produit proposé par le site les intéresse-t-il ? Pourquoi viennent-ils/reviendront-ils ?

**Perception, tonalité, orientation** – Quelle doit être la première réaction des visiteurs face au nouveau site ?

1. Comment le public potentiel ressent-il et perçoit-il l'entreprise et son site actuel ?
2. Que souhaite-t-on leur faire ressentir ?
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 atteindre nos objectifs mesurables ?

1. Quel est le message global adressé aux utilisateurs (rapport qualité-prix, sécurité, efficacité, fiabilité, etc.) ?
2. Comment transmettez-vous ce message générique (messagerie, accès direct à la rubrique, offre spéciale en page d'accueil, etc.) ?
3. Indiquez, si nécessaire, les phases de développement requises par ces objectifs.
4. Quels seront 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.