

PERFORMANCE NUMÉRIQUE

Votre rendez-vous mensuel



Comment lire un devis de création de site web ?

En matière de création ou de refonte d'un site Internet, il apparaît souvent difficile de faire un choix parmi les propositions qui font suite à une consultation. Même en fournissant un cahier des charges précis, il est courant de constater d'importants écarts de prix d'un devis à l'autre.

Par ailleurs, certains postes comme le référencement ou la maintenance sont parfois peu détaillés et le vocabulaire employé se révèle trop technique.

Au final, le client a du mal à savoir ce qu'il achète !

Cette notice apporte les clés de lecture permettant de décrypter un devis.

● Préambule

Les prestataires de site web présentent différemment leur devis mais respectent une trame commune, en règle générale : un volet consacré à la création du site, et un second à son fonctionnement dans le temps. Chaque partie est elle-même découpée en plusieurs types de prestations (graphisme, développement informatique, hébergement,...) chiffrées de manière indépendante (en lots).

Il convient donc de rester vigilant et d'interroger le prestataire si :

- Le devis n'est pas détaillé : toutes les prestations fournies doivent être listées car dès lors qu'il est daté et signé par les deux parties, celui-ci revêt une valeur contractuelle.
- Les prestations sont estimées par lot. Même le devis d'un site vitrine de quelques pages doit être détaillé par type de coût car les prestations sont calculées différemment : la création graphique dépend du temps passé, l'hébergement quant à lui est chiffré

en fonction de caractéristiques techniques (volume de stockage, bande passante...)

Attention, il convient de se méfier des prestataires qui obligent le client à signer le devis immédiatement pour bénéficier d'un tarif avantageux. Cette pratique peut cacher une arnaque consistant à vendre un équipement en leasing (tel qu'un ordinateur portable ou une caméra vidéo) et d'offrir la création du site.

Si le client n'est pas satisfait de la prestation, il ne peut pas se retourner contre le prestataire car le contrat porte sur l'achat de matériel, pas sur la création d'un site web.

● Création du site

> Développement informatique

Le montant d'un devis varie principalement en fonction du temps consacré par le prestataire au développement informatique. Celui-ci est

fonction du degré de standardisation de l'architecture du site.

Chaque site est construit à partir d'un noyau standard comprenant des fonctions basiques. Les prestataires ajoutent à ce noyau des déve-

loppements spécifiques en fonction des besoins de leurs clients. Plus le site est personnalisé, plus le prestataire y consacre du temps et plus le montant de la prestation sera élevé.

Voici comment reconnaître les principales offres du marché d'après le devis.

1. Les offres packagées

Il s'agit de sites composés uniquement d'un noyau standard façonné par un éditeur (exemple : Powerboutique, Oxatis...).

 Ces offres sont présentées sous formes de packages selon le type de prestations choisi (3 ou 4 formules en général).

 L'architecture simple de cette solution en fait une des offres les moins chères du marché.

 Les offres packagées sont difficilement personnalisables.

2. Les solutions éditeurs

Il s'agit de solutions développées par des sociétés d'ingénierie informatique et vendues en direct, ou par l'intermédiaire d'une agence web partenaire. Les éditeurs de solution web proposent un noyau standard amélioré par leur soin et généralement personnalisable selon les besoins des clients.

Selon la renommée et la richesse fonctionnelle de la solution, les prix varient considérablement.

 Ce type d'offre est le plus difficile à reconnaître sur un devis car le nom de l'application utilisée est rarement mentionné. Le devis est chiffré de manière forfaitaire (montant global pour le développement informatique et les tests) ou selon les fonctionnalités choisies par le client.

 Le client bénéficie d'une solution fonctionnellement plus riche qu'une offre packagée

- Des développements spécifiques peuvent être réalisés pour s'adapter aux besoins et au contexte du client.
- L'éditeur fait évoluer sa solution de manière régulière.

- 
- Il est difficile de jauger la performance de la solution et son adéquation avec les besoins de l'entreprise sur la base d'un devis. Il convient donc de tester la solution et de faire appel aux clients de l'éditeur pour affiner son point de vue sur la solution.
 - Le client n'est pas complètement propriétaire de son site car l'éditeur conserve ses droits d'auteur sur la solution. Aussi, toute migration vers une autre solution signifie qu'il faut recréer une nouvelle architecture.

3. Les solutions open source

Il s'agit de solutions créées par un éditeur et perfectionnées par une large communauté de développeurs. Beaucoup de sites ont ainsi été développés sur CMS Made Simple ou TYPO3. En matière de e-commerce OsCommerce et Joomla utilisés au début des années 2000 ont progressivement laissé place à des solutions open source dites « modulaires », telles que Magento et Prestashop. Ces solutions comportent un noyau de départ auquel on peut ajouter des modules standards, gratuits ou payants.

 Les devis mentionnent généralement le nom de la solution utilisée.

- 
- Une indépendance vis-à-vis du prestataire. En cas de migration, le client reste propriétaire de l'architecture du site.
 - Le client peut ajouter lui-même des fonctions à son site en achetant des modules conçus par des développeurs sur la place de marché de la solution.

- Des modules spécifiques permettent de s'interconnecter avec d'autres progiciels (ERP, gestion commerciale,...).

 Il faut provisionner un budget annuel pour faire intégrer par un développeur les mises à jour de la solution développées par la communauté.

4. Les offres sur-mesure

Il s'agit de sites dont les fonctions ont été spécifiquement développées pour couvrir les besoins du client. Ce type d'offre s'applique à des sites atypiques permettant, par exemple, à l'internaute de personnaliser un produit (couleur, accessoires...) ou de rechercher un produit dans un catalogue à l'aide d'un configurateur. Les offres sur-mesure s'adressent également aux demandes plus spécifiques comme la création d'une place de marché ou d'un réseau social.

 Les devis sont en général très détaillés car ils font intervenir plusieurs compétences spécialisées (chef de projet, directeur artistique, architecte technique...). Ils peuvent d'ailleurs être chiffrés en fonction du temps passé par chaque personne sur le site (coût à l'heure).

 Solution au plus près des besoins de l'entreprise et permettant de se démarquer des concurrents.

- 
- Solution la plus onéreuse du marché
 - Forte dépendance vis-à-vis du prestataire
 - Mises à jour plus difficiles et plus onéreuses que les solutions packagées, développées par un éditeur ou open source dont les mises à jour sont développées pour plusieurs clients.

> Graphisme

Cette prestation apparaît en général assez clairement dans un devis. Dans la plupart des cas, son montant correspond à une somme globale comprenant l'élaboration d'une ou plusieurs maquettes graphiques et de leur intégration au site, bien que ces deux prestations recouvrent des métiers différents.

Le coût du graphisme varie en fonction des éléments à créer. Faut-il créer une charte graphique / un logo ou adapter l'existant au format web ?

Le prestataire peut également créer des éléments de graphisme comme des pictogrammes ou acheter des images pour illustrer certaines pages.

De manière générale, plus l'entreprise apportera de contenu (images, logo, éléments graphique...), moins le montant sera élevé.

L'intégration du graphisme consiste ensuite à créer des gabarits ou modèles de pages : une page d'accueil et un gabarit de page intérieure, par

exemple. Le nombre de gabarits à créer augmentera d'autant la facture.

Il est possible de consulter une agence de communication indépendante du prestataire du site pour réaliser le graphisme. Il faut bien garder à l'esprit que cette agence doit avoir une spécialisation en web design : on ne produit pas un site comme une plaquette publicitaire.

> Gestion de projet

Cette prestation est nécessaire pour garantir le bon déroulement du projet et le respect du planning. Le chef de projet est chargé notamment de faire le lien entre le client et les différentes compétences qui interviennent sur le site (infographiste, développeur...). Il tient le client informé de l'avancement du projet, spécifie les besoins et les principes de navigation, fait valider les livrables (maquette fonctionnelle, charte graphique, ergonomie...) et accompagne le déploiement du site (formation, communication).

Le coût de la gestion de projet est calculé sur la base d'un forfait jour. Le devis fait donc apparaître un nombre de jours.

> Formation

Ce volet est assez courant dans un devis mais pas obligatoire. Il consiste à facturer quelques heures de formation d'une ou plusieurs personnes de l'entreprise sur l'utilisation du back-office du site.

Cette prestation peut être réalisée dans l'entreprise ou par téléphone. Elle inclue parfois quelques heures d'assistance téléphonique.

● Charges de fonctionnement

Cette partie du devis porte sur des prestations récurrentes annuelles.

> Référencement

En général, la ligne « référencement » comprend l'optimisation du référencement naturel à la création du site et dans le temps. Cette prestation doit être détaillée dans la proposition commerciale qui l'accompagne. A défaut, il convient de vérifier auprès du prestataire s'il a prévu à minima :

- D'optimiser les balises¹ (titre, meta description, H1, H2, attributs Alt)
- De fournir des statistiques sur le trafic
- De proposer des pistes d'amélioration en matière de référencement : contenu éditorial, échange de liens, ...

Cette ligne est parfois assortie d'une prestation de référencement payant

sur Google Adwords incluant la création des annonces et le suivi des statistiques par le prestataire.

Habituellement, cette prestation n'intègre pas les coûts inhérents à l'utilisation du service de Google Adwords (coûts des clics).

> Hébergement

La prestation « hébergement » peut être facturée à l'année ou au mois. Elle couvre l'hébergement du site chez un professionnel du domaine et la gestion des sauvegardes. Son coût varie selon plusieurs critères :

- le volume de données, qui pourra être important pour un site marchand comportant beaucoup de photos.
- les besoins en bande passante, importants si le site doit faire face à de forts pics de connexions simultanées d'internautes.

- le type de développement du site. Un site sur Magento, par exemple, implique nécessairement un hébergement dédié²

• ...

Selon ses caractéristiques, l'hébergement varie entre 4€ et 800€ par mois.

Par ailleurs, la prestation d'hébergement peut intégrer l'achat du nom de domaine (à partir de 6€ par an). Si tel est le cas, il convient de s'assurer que l'entreprise reste propriétaire du nom de domaine.

> Maintenance

Il convient de distinguer maintenance corrective et maintenance évolutive.

La maintenance corrective consiste à corriger les défauts de fonctionnement du site. Elle est en principe facturée de manière forfaitaire.

¹ Ces balises contiennent les mots clés qui vont être indexés par les moteurs de recherche.

² Hébergement dédié : le site possède son propre serveur contrairement à l'hébergement mutualisé où plusieurs sites sont hébergés sur un seul serveur.

S'agissant de solutions open source, cette prestation n'est pas automatique. Il convient néanmoins de la budgéter dès la création du site et de la renouveler chaque année.

La maintenance évolutive consiste à faire évoluer la solution en l'enrichissant de fonctions ou de modules supplémentaires, ou en remplaçant une fonction existante par une autre.

Dans le cas d'une solution développée par un éditeur, deux fonctionnements sont envisageables : soit le prestataire intègre la maintenance évolutive à la maintenance corrective, soit le client devra payer une prestation complémentaire pour bénéficier des évolutions de la solution.

Concernant les solutions open source, toute évolution fait l'objet d'une prestation supplémentaire. C'est pourquoi il est conseillé de budgéter chaque année une somme consacrée à l'évolution du site.

Votre prochain rdv numérique :
« **Mesurer le trafic de son site web** »



VOTRE CONTACT

Samuel COSTE

05 53 35 80 31 - 06 20 42 97 58

s.coste@dordogne.cci.fr

www.dordogne.cci.fr

