

LE  
PRINTEMPS  
DU NUMÉRIQUE

CCI Toulouse – Printemps du Numérique – 2 avril 2026

# Réussir son projet web

budget, cahier des charges,  
méthodologie



Mailis Amalric & Cyrille Sanson



# Qui sommes-nous ?



**Mailis Amalric**  
Master IGSI  
Développeuse web



# WORDPRESS



**Cyrille Sanson**  
Ingénieur SI  
Expert WordPress

Artisans du web toulousain, engagés dans la communauté WordPress



# Le paradoxe du numérique (1/2)

- **Les chiffres** (AFNIC / France Num, 2024) :
  - **99 %** des TPE/PME savent qu'une présence sur internet est nécessaire
  - **70 %** ont un site web
- **La réalité :**
  - Des sites inefficaces : pas de leads, obsolètes, non maintenus
- **L'enjeu :**
  - Un site qui travaille pour vous 24/7



## Le paradoxe du numérique (2/2)

- Contexte actuel :
  - Multiplication des outils
- Le piège :
  - Algorithmes ou systèmes fermés
  - Construire sa maison sur un terrain loué
- L'enjeu :
  - Garder le contrôle de votre image et de vos données



## Les erreurs qui coûtent cher

- « Mon neveu/l'IA peut le faire. »
  - C'est un vrai métier, qui nécessite des expertises / compétences
- « On verra plus tard pour le référencement. »
  - Après c'est trop tard, à réfléchir au moment de la conception
- « Combien ça coûte de faire un site ? »
  - C'est au client de définir le budget, pas au prestataire

Un projet web réussi, c'est  
une question de cadrage !



# QUIZ ?



# Votre site web est un investissement

- Propriétaire ou Locataire ?
  - Réseaux Sociaux = Locataire, dépendance à l'algorithme
  - Site WordPress = propriétaire
- Commercial & Support
  - Disponibilité 24/7 = 1 commercial + 1<sup>er</sup> niveau de support (FAQ)
- Capitalisation & Valeur
  - Site maintenu = immobilisation à valoriser

Un site ne sert pas à « être sur internet »,  
c'est un investissement d'entreprise



# 6 étapes pour réussir son projet



## Étape 1/6 : Pour quoi ?

- Mon site doit faire quoi, concrètement ?
  - Recruter (formulaire RH) ?
  - Vendre des produits ou services ?
  - Demande de devis, prise de rendez-vous ?
  - Trouver des clients ?
  - Asseoir la crédibilité (références, certifications, témoignages...) ?
- Le livrable :
  - Transformer un « besoin flou » en objectif clair (chiffres clés).
    - Ex : on veut être plus visibles => Générer 15 contacts / mois sur le site



## Étape 2/6 : Pour qui ?

- Tout le monde = personne
- Le visiteur idéal (Persona)
  - Qui est-il ? Âge, secteur
  - Comment décide-t-il ? Seul, en comité, reco
  - Comment navigue-t-il ? Ordinateur, mobile, lecteur d'écran
  - Que cherche t-il sur votre site ? Produit, conseil, prestation

Connaître son client idéal  
permet de parler son langage



## Étape 3/6 : Quoi, exactement ?

- Lister les fonctionnalités (cahier des charges)
- Prioriser :
  - Vitrine simple ? E-commerce ? Espace membre ?
  - Formulaire de contact, prise de RdV en ligne
- Méthode efficace :
  - Lancer rapidement, faire évoluer ensuite
  - Affiner et ajouter des fonctions selon les retours clients
- Assurer la qualité →  opquast



## Étape 4/6 : Avec quoi ?

- Type de site :
  - Sur mesure, implique une dépendance au prestataire initial
  - Avec un CMS (+60, attention au choix)
- Pourquoi WordPress ?
  - **+43 %** du web mondial, écosystème immense
  - Vous êtes propriétaire et non dépendant, nombreux prestataires
  - Évolutif, long terme, maîtrise du budget



La meilleure solution technique,  
c'est celle dont vous n'êtes pas prisonnier.



# Étape 5/6 : Combien ça coûte ?

- Acheter une maison → assurance, énergie, entretien...
  - Un site web, c'est pareil
- Pièges à éviter :
  - Tout mettre dans la création → rien pour la suite
  - Hébergement & nom de domaine → soyez le propriétaire
  - Choisir le devis le moins cher (coûts cachés)
- Budget global :
  - Investissement : création, structure, rédactionnel
  - Consommable : maintenance, SEA (publicité), mise à jour des contenus
- Conseil d'expert :
  - Consultez votre comptable pour l'amortissement. Site web = actif immobilisé



## Étape 6/6 : Et après le lancement ?

- Site non maintenu = risque X
  - Pour les données, l'image de marque, juridiques
- Assurance maintenance ✓
  - Mises à jour, sauvegardes déportées, surveillance
  - A anticiper avec le prestataire
- Attention au coût de l'inaction !
  - Réparer coûte plus cher que maintenir en bon état de fonctionnement



# Agence ou indépendant : comment choisir ?



	Agence	Indépendant
Interlocuteur	Variable selon les projets	Direct, toujours le même
Budget	Plus élevé, équipe pluridisciplinaire	Maîtrisé, peu de frais de structure
Réactivité	Process plus formalisés	Forte, réactivité directe
Expertise	Large, plusieurs métiers couverts	Pointue sur son domaine
Suivi	Turnover possible	Engagement personnel
Équipe projets	Équipe intégrée	Réseau de compétences complémentaires

< 20 k€ → l'indépendant.e offre souvent un meilleur ROI  
> 50 k€ → l'agence plus pertinente



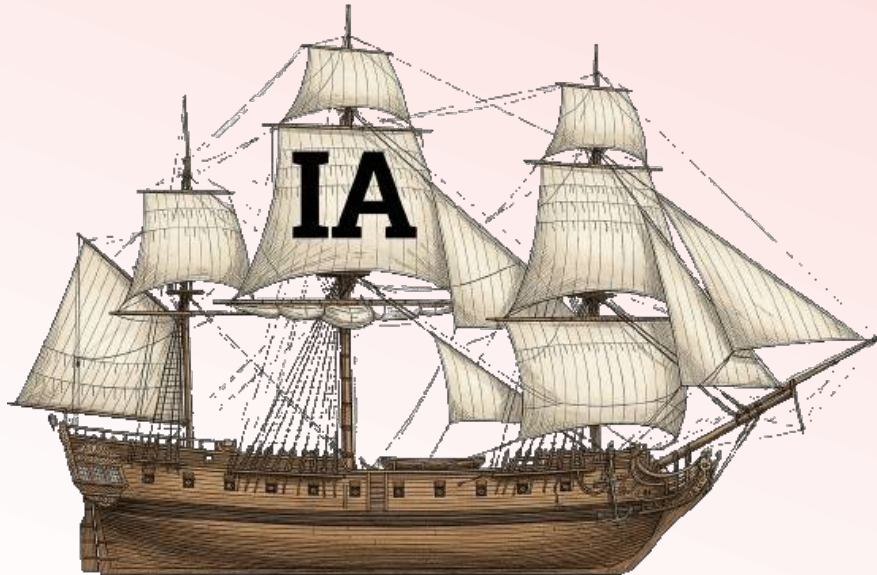
# La qualité web, ça se certifie

-  **opquast** (Open Quality Standards) : assurance qualité web de référence
    - Depuis 25 ans, 245 règles, 25 000 certifiés (95 % en France)
  - ✓ Accessibilité
  - ✓ Performance
  - ✓ Conformité RGPD
  - ✓ SEO
  - ✓ UX - Expérience utilisateur
  - ✓ Sécurité
- Prestataire certifié → preuve de maîtrise



# IA et WordPress, ça donne quoi ?

- Avec l'IA tu n'as plus de boulot ?
- L'IA est un assistant pour :
  - Contenu
  - Performance
  - Support
- L'IA accélère mais ne remplace pas



# La collaboration Client/Prestataire

- 1er contact : cahier des charges + budget
  - On peut vous aider à rédiger le cahier des charges
- La vitesse du projet dépend du client
- Un bon prestataire cadre le projet
- Un bon client s'y implique
- Un site qui sort → début de l'aventure



## Avant de signer : 5 points à valider

- **Vision** : Que doit apporter le site ?
- **Prix** : Quel budget a été prévu ?
- **Temps** : Suis-je disponible pour ce projet ?
- **Confiance** : Le prestataire peut-il fournir le résultat ?
- **Suite** : Le site peut-il évoluer avec mon entreprise ?



# Votre site est votre premier commercial

- Définissez vos objectifs avant de parler technique
- Prévoyez le coût total → pas juste la création
- Impliquez-vous → ne subissez pas le web, pilotez-le !



# Échangeons !

## Place aux questions



**Mailis Amalric**  
06 85 62 87 59  
mailis@mailisamalric.fr



Télécharger le support  
et les ressources

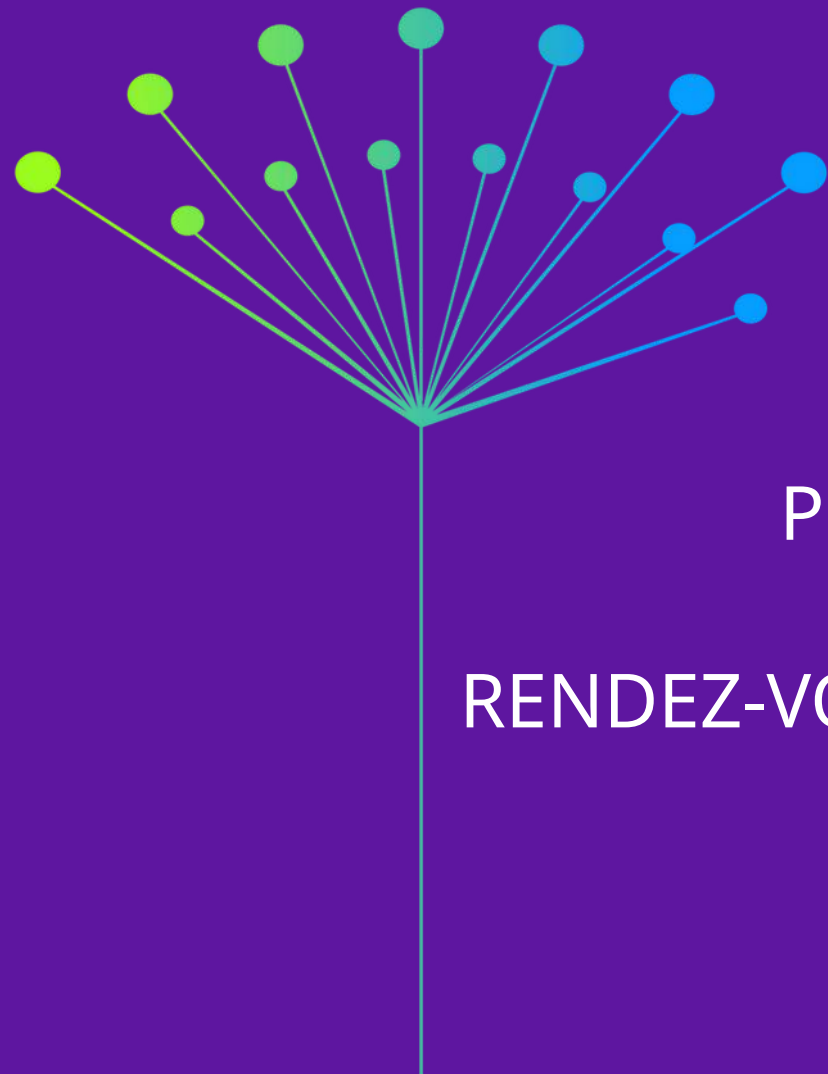


**Cyrille Sanson**  
06 63 78 02 34  
cyrille@100son.net

Merci à :

- Amel Saadi Cherif – migration du site wp-toulouse.fr
- Jean-Baptiste Jumeau – design diapo





PROLONGEONS NOS ÉCHANGES !

RENDEZ-VOUS DANS LES ESPACES DE CONVIVIALITÉ.