

Checklist : que préparer avant la création d'un site

Cochez ce que vous avez déjà. Ce qui reste vide, apportez-le au premier entretien — c'est la partie utile de la liste.

Entreprise :

Date :

Personne qui valide :

INDISPENSABLE AVANT DE COMMENCER

- ☐ La dénomination complète de l'entreprise, telle qu'elle doit figurer sur le site
Elle apparaît à une dizaine d'endroits — la corriger plus tard coûte plus cher qu'il n'y paraît.
- ☐ Les coordonnées : téléphone(s), e-mail, adresse ou zone d'intervention
Y compris la décision de rendre public ou non le numéro de portable.
- ☐ Les horaires, avec les jours fériés et les exceptions saisonnières
- ☐ La liste des prestations ou des produits qui vont sur le site
Avec deux ou trois phrases par ligne — c'est la matière première des textes.
- ☐ La décision sur les prix : prix complets, prix « à partir de », ou sur demande
- ☐ Une seule personne qui valide le contenu et le design
- ☐ La date de mise en ligne souhaitée, s'il y a une échéance
- ☐ L'action attendue du visiteur : appeler, demander un devis, écrire, réserver
- ☐ Ce qui ne doit pas figurer sur le site

PEUT SUIVRE PENDANT LE TRAVAIL

- ☐ Les photos — 10 à 20 prises utilisables
Réalizations, locaux, équipe, processus. Un téléphone avec une bonne lumière suffit.
- ☐ Le logo, dans la meilleure version dont vous disposez
- ☐ Les références et exemples de réalisations, en précisant ce qui peut être montré publiquement
- ☐ Les avis clients, avec l'accord de la personne citée
- ☐ Les liens vers les réseaux sociaux que vous tenez réellement à jour
- ☐ Deux ou trois sites qui vous plaisent, et pourquoi

ACCÈS — FOURNIS PAR LE CLIENT

- ☐ Le domaine : où il est enregistré, à quel nom, quand il expire
- ☐ L'hébergement existant : prestataire et identifiants
- ☐ La messagerie professionnelle existante : prestataire et administrateur
- ☐ L'accès à l'ancien site, s'il est remplacé
- ☐ Les comptes Google : Analytics, Search Console, fiche d'établissement
Vérifiez si vous en êtes propriétaire ou simple utilisateur.

CES POINTS DEMANDENT LA VALIDATION DU CLIENT

- ☐ Les mentions légales et les informations d'entreprise publiées
Le client valide le contenu. La vérification juridique relève d'un juriste.
- ☐ La politique de confidentialité et les cookies : ce qui est collecté et pourquoi
- ☐ Les droits d'utilisation des photos et des contenus
- ☐ L'autorisation de publier les avis et les noms des clients

CE QUE BIRO 404 PEUT PRENDRE EN CHARGE

- ☐ La rédaction et la relecture des textes
Poste distinct — dites-le d'emblée pour qu'il entre dans le planning et le prix.
- ☐ Le traitement et la préparation des photos
- ☐ L'enregistrement du domaine et la mise en place de l'hébergement et de la messagerie professionnelle
- ☐ La configuration d'Analytics et de la Search Console, sur le compte du client
- ☐ Retrouver où se trouve le domaine et qui le paie, si personne dans l'entreprise ne le sait

Notes

Il s'agit d'un document de travail issu de la pratique du studio, et non d'un document juridique. Il ne constitue pas un conseil juridique.