

Cahier des charges application mobile

Dix questions pour obtenir un devis précis pour votre application. Répondez avec vos mots, sans vocabulaire technique : quelques lignes par question suffisent.

Projet :

Votre nom :

Date :

1 Qui êtes-vous, et que doit apporter votre application ?

Votre activité en une phrase, puis ce que l'application doit changer : plus de réservations, des clients qui reviennent, moins d'appels, une équipe mieux organisée. Ce but décide de tout le reste. Ajoutez à quoi vous verrez que c'est réussi, en chiffres si possible.

2 Qui va l'utiliser, et dans quelles situations ?

Vos clients, votre équipe, vous : chaque type d'utilisateur a ses écrans et ses droits. Dites aussi où l'application sert, en déplacement, sur un chantier, au comptoir : c'est ce qui fixe l'ordre des écrans, la taille des boutons et le besoin de fonctionner avec peu de réseau.

3 Quels écrans pour la première version ?

Décrivez le parcours, de l'ouverture de l'application à l'action principale, puis la liste des écrans : c'est la base du devis. Séparez l'indispensable de ce qui peut attendre. Une première version réduite se lance plus tôt, puis s'enrichit à partir de vrais retours.

4 Comment vos utilisateurs se connectent-ils ?

Inscription par e-mail, avec un compte Google ou Apple, ou sans compte du tout. Listez aussi les informations demandées à l'inscription : le RGPD veut que chacune serve à quelque chose.

5 Quelles fonctions du téléphone ?

Notifications, position, appareil photo, paiement, usage hors ligne : chaque fonction se prévoit et se chiffre, comme une version tablette ou une deuxième langue. Pour le paiement, dites ce qui est vendu. Un service utilisé hors de l'application se paie par carte, un contenu utilisé dans l'application passe en principe par le système d'achat d'Apple et de Google.

6 Qui gère les contenus au quotidien ?

Horaires, tarifs, actualités, notifications à envoyer : dites ce que vous voulez changer vous-même, sans passer par un développeur. C'est l'espace d'administration, souvent utilisé sur ordinateur, à prévoir dès le départ.

7 Qu'avez-vous déjà, et que faut-il y connecter ?

Site, logiciel, fichier clients, moyen de paiement : ce qui existe se garde, se reprend ou se connecte. Pour une application déjà en ligne, ajoutez ce qui marche, ce qui bloque et qui détient les accès.

8 Comment sera-t-elle trouvée et installée ?

Le nom de l'application, les mots que tapent vos clients sur l'App Store et Google Play, et ce qui les mène à la télécharger : votre site, votre accueil, un QR code. Précisez aussi que les comptes développeur sont ouverts à votre nom, pour que l'application vous appartienne.

9 Quel style vous ressemble ?

Deux ou trois applications que vous aimez, votre logo, vos couleurs si vous en avez, vos maquettes si elles existent. Dites aussi ce que vous ne voulez pas voir.

10 Quels sont vos repères ?

Une date qui compte, un ordre de budget, qui valide de votre côté, une obligation propre à votre activité. Une fourchette suffit. Pensez aussi à l'après : iOS et Android changent chaque année, et une application se met à jour avec eux, c'est la maintenance.

Et ensuite ?

Gardez vos réponses pour l'appel, ou envoyez-les à l'avance à contact@beaspo.com. En 30 minutes, Clément les reprend avec vous. Sous 48 h, tout est posé par écrit : le périmètre, le budget et le délai.

Réserver un appel : beaspo.com/#projet

Exemple rempli

Un club de padel qui veut une application pour réserver ses terrains. Un cas type, pour voir le niveau de détail utile.

1 Qui êtes-vous, et que doit apporter votre application ?

Un club de padel de six terrains. L'application doit remplir les heures creuses et faire revenir les joueurs. Réussi si la moitié des réservations passent par elle après six mois.

2 Qui va l'utiliser, et dans quelles situations ?

Les joueurs, qui réservent sur leur téléphone, souvent le soir pour le lendemain. L'accueil, qui voit le planning du jour et encaisse sur place. Le gérant, qui fixe les tarifs et les horaires.

3 Quels écrans pour la première version ?

Au lancement : choisir un créneau, payer, recevoir la confirmation, annuler, retrouver ses réservations. Plus tard : trouver des partenaires de jeu et suivre ses résultats.

4 Comment vos utilisateurs se connectent-ils ?

Par e-mail, ou avec un compte Google ou Apple. On demande le nom et le téléphone, pour prévenir le joueur si un terrain ferme.

5 Quelles fonctions du téléphone ?

Le paiement par carte au moment de réserver. Une notification de rappel 2 h avant le match, et une autre quand un créneau se libère. Pas besoin de fonctionner sans réseau.

6 Qui gère les contenus au quotidien ?

Le gérant change les tarifs et ferme un terrain pour travaux. L'accueil ajoute une réservation prise par téléphone. Les deux depuis l'ordinateur du club.

7 Qu'avez-vous déjà, et que faut-il y connecter ?

Un site vitrine à garder, un logiciel de réservation dont on veut sortir et un fichier de 800 joueurs à reprendre. La caisse de l'accueil doit voir les paiements faits dans l'application.

8 Comment sera-t-elle trouvée et installée ?

Le nom du club, et « padel » avec le nom de la ville. Un QR code à l'accueil et sur chaque terrain. Les comptes Apple et Google ouverts au nom du club.

9 Quel style vous ressemble ?

Simple et sportif, aux couleurs du club. Une réservation aussi rapide que sur les grandes applications de sport. À éviter : devoir créer un compte avant de voir les créneaux libres.

10 Quels sont vos repères ?

En ligne avant le printemps. Un budget entre 10 000 et 15 000 €. Le gérant valide chaque étape et veut confier la maintenance.