

Cahier des charges application web et SaaS

Dix questions pour obtenir un devis précis pour votre logiciel. 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 le logiciel doit changer : du temps gagné, des ventes en ligne, un service que vos clients font seuls, des abonnés. 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, avec quels droits ?

Chaque type d'utilisateur, vous compris pour l'administration, a ses écrans et ses droits : ce qu'il voit, crée, modifie ou supprime. C'est l'un des premiers facteurs du budget. Dites aussi sur quel écran chacun s'en sert, ordinateur au bureau ou téléphone en déplacement.

3 Quels écrans pour la première version ?

Décrivez le parcours principal, de l'arrivée au résultat attendu, 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 entrent-ils ?

Inscription libre ou sur invitation, connexion par e-mail ou avec un compte Google, premiers pas guidés ou non. Pour un logiciel vendu à des entreprises, dites qui crée le compte et qui invite les autres.

5 Qui paie, et comment ?

Un abonnement, un paiement à l'acte, rien du tout : dites ce qui est vendu, à quel rythme et à qui. Pour un abonnement, ajoutez les formules et l'essai gratuit s'il y en a un. L'encaissement peut aussi attendre la deuxième version.

6 Que doit-elle vous montrer et vous envoyer ?

Tableaux de bord, exports, e-mails automatiques, alertes : listez les chiffres que vous voulez suivre et les messages que le logiciel envoie, à qui et à quel moment.

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

Fichiers, logiciels, agenda, comptabilité : ce qui existe s'importe, se connecte ou se remplace. Pour une application déjà en ligne, ajoutez ce qui marche, ce qui bloque et qui détient les accès.

8 Quelles données, et quelles règles ?

Les informations que le logiciel garde, qui peut les voir, combien de temps elles sont conservées, comment elles sont sauvegardées et comment on les récupère. Le RGPD veut que chaque donnée serve à quelque chose, et que vos clients puissent emporter les leurs.

9 Quel style vous ressemble ?

Deux ou trois logiciels 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 : un logiciel en ligne se met à jour et se surveille, 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 logiciel de suivi des candidatures, vendu par abonnement aux cabinets de recrutement. Un cas type, pour voir le niveau de détail utile.

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

Ancien recruteur, je lance un logiciel de suivi des candidatures pour les petits cabinets, qui travaillent encore sur tableur. Réussi si 30 cabinets sont abonnés au bout d'un an.

2 Qui va l'utiliser, avec quels droits ?

Les recruteurs, sur ordinateur, qui suivent chaque poste. Le dirigeant, qui invite son équipe. Les candidats, qui postulent par un lien, sur téléphone. Et moi, pour gérer les abonnés.

3 Quels écrans pour la première version ?

Au lancement : créer un poste, recevoir les candidatures, les faire avancer d'étape en étape, noter chaque échange. Plus tard : la diffusion sur les sites d'emploi.

4 Comment vos utilisateurs entrent-ils ?

Le dirigeant crée le compte du cabinet en ligne, puis invite ses recruteurs par e-mail. Connexion par e-mail ou avec un compte Google.

5 Qui paie, et comment ?

Un abonnement mensuel par recruteur, payé par carte, avec 14 jours d'essai gratuit. Une facture chaque mois, envoyée automatiquement.

6 Que doit-elle vous montrer et vous envoyer ?

Pour le dirigeant : le nombre de candidats par poste et le délai pour le pourvoir. Un e-mail au candidat à chaque étape, et un récapitulatif chaque lundi au recruteur.

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

Les cabinets pilotes ont leurs candidats dans des tableurs, à importer. Les entretiens doivent apparaître dans l'agenda Google ou Outlook des recruteurs.

8 Quelles données, et quelles règles ?

Des CV et des coordonnées de candidats : hébergés en Europe, visibles du seul cabinet, supprimés après deux ans sans contact. Chaque cabinet peut exporter ses données.

9 Quel style vous ressemble ?

Sobre et dense, pour des journées entières sur ordinateur, avec les candidats en colonnes, d'une étape à l'autre. À éviter : des écrans chargés de graphiques.

10 Quels sont vos repères ?

Trois cabinets pilotes en mars, ouvert à tous en juin. Un budget entre 15 000 et 25 000 €. Je valide seul, et je veux confier la maintenance.