[webdesigner]

GLOW JOURNEY

CAHIER DES CHARGES

Glow Journey: site vitrine

Travail de fin d’études - IFOSUP - Juin 2026

DROIT D'UTILISATION DE CE CAHIER DES CHARGES

Le présent cahier des charges a pour objectif de définir les besoins, les attentes et les orientations graphiques et fonctionnelles du site web Glow Journey, développé par le studio Exiled Games.
Les droits relatifs à la structure, à la forme, aux concepts, aux idées, ainsi qu'à la charte graphique présentés dans ce document restent la propriété de son auteur.

Le client se voit accorder un droit d'utilisation du cahier des charges exclusivement dans le cadre du projet décrit, sans transfert de propriété intellectuelle.

La cession éventuelle des droits d'exploitation définitifs interviendra uniquement après validation complète du projet et, le cas échéant, la signature d'un devis ou d'un contrat.
Toute modification ou réutilisation du contenu de ce cahier des charges en dehors du projet initial devra faire l'objet d'un accord préalable.

Ce cahier des charges a été accepté par le client, Exiled games

Date et Signature précédée de la mention « Lu et approuvé »:

Lu et approuvé



le 10/02/26

TABLE DES MATIÈRES

1. Description Cahier des charges
2. Analyse de site existant
3. Analyse de la concurrence
4. Public cible
5. Message et tonalité du site
6. Définition des fonctionnalités
7. Structure et contenu des pages
8. Calls to action
9. Identité visuelle existante
10. Iconographie et contenus visuels
11. Smartphones et tablettes
12. Technologies utilisées
13. Accessibilité et contraintes
14. RGPD & collecte de données
15. Choix du nom de domaine
16. Hébergement
17. Référencement du site
18. Campagne de lancement
19. Maintenance du site
20. Budget (fictif !)
21. Planning

CAHIER DES CHARGES DU SITE : GLOW JOURNEY

Conception et réalisation : [webdesigner]

Définition du Client/Commanditaire :

Exiled Games est un studio indépendant de développement de jeux vidéo. Le studio est notamment connu pour son jeu Glow Journey, un rogue-like à l'esthétique lumineuse dans lequel le joueur explore des niveaux générés de manière procédurale. Le studio développe des expériences orientées action et progression, avec un soin particulier apporté à l'ambiance visuelle et à la dynamique du gameplay.

Glow Journey est disponible sur la plateforme Steam, ce qui confirme son statut de jeu véritablement édité et commercialisé. Le site web commandé vise à offrir une présence en ligne unique, immersive et cohérente avec le style du jeu.

1. DESCRIPTION DE L'OBJET DU CAHIER DES CHARGES

L'objet de ce cahier des charges est la création du site web vitrine du jeu Glow Journey, développé par Exiled Games. Ce site a pour but de présenter le jeu de manière immersive et dynamique.

Le projet inclut :

- Création d'un site vitrine dédié au jeu
- Design inspiré directement de l'univers visuel du jeu
- Animation au scroll pour simuler la progression du personnage
- Présentation des mécaniques : gameplay, compétences, upgrades
- Intégration de visuels officiels du jeu
- Développement HTML/CSS/JS
- Site entièrement responsive
- Mise en avant d'un bouton de téléchargement redirigeant vers les stores officiels.

Objectif général du projet

Le site web Glow Journey a pour objectif principal de renforcer la présence en ligne du jeu en proposant une expérience immersive et cohérente avec son univers. Contrairement à une simple page de distribution, le site vise à plonger l'utilisateur dans l'ambiance lumineuse et évolutive du jeu grâce à une narration visuelle, des animations au scroll et une mise en scène inspirée du gameplay.
Le site doit permettre de comprendre rapidement les mécaniques du rogue-like, de valoriser l'identité graphique du jeu et d'inciter le visiteur à télécharger Glow Journey sur les plateformes officielles. Dans le cadre du projet scolaire, il constitue également un support de démonstration des compétences en webdesign, UX/UI et développement front-end.

Suivi du projet

Responsable du suivi

- Nom : [webdesigner]
- Rôle : Designer / Développeur du site (projet scolaire)

Équipe de suivi

- Étudiant : conception, design et développement
- Enseignant : suivi pédagogique et validation

Réunions

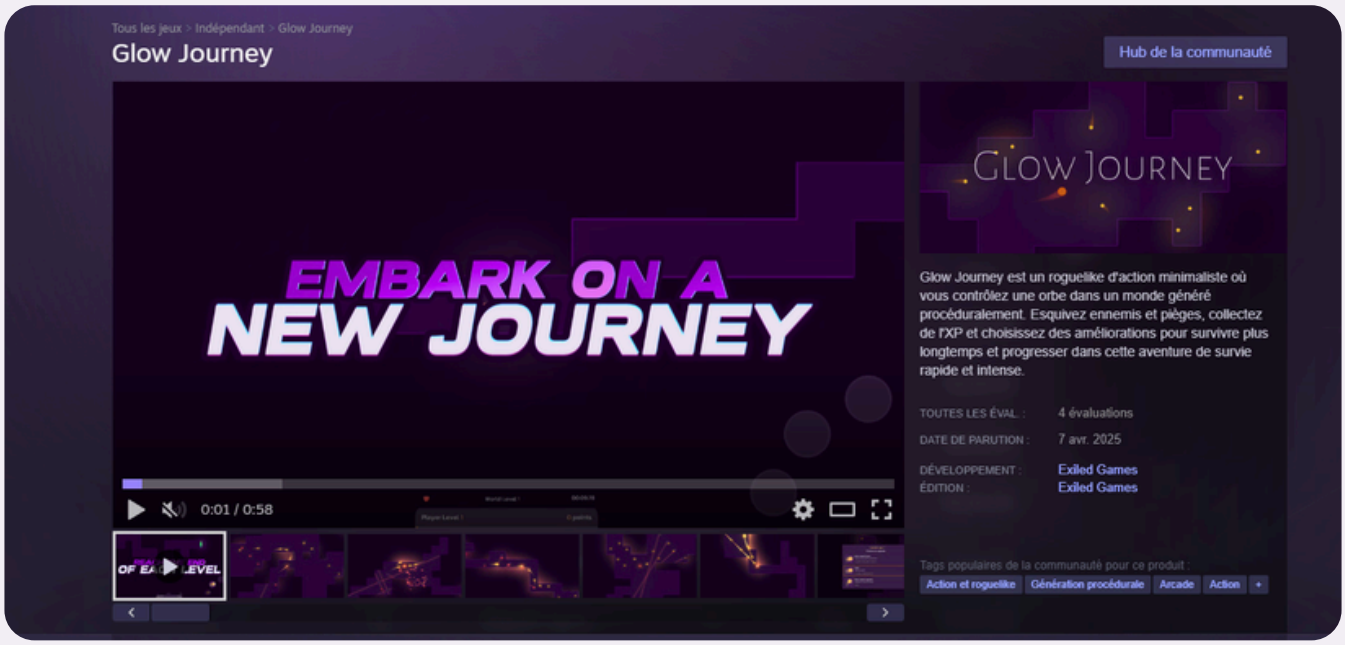
- Suivi pendant les cours et points réguliers selon l'avancement

2. ANALYSE DU SITE EXISTANT

Le seul site existant pour Glow Journey est une page de publicité sur Steam. Cette page ne fonctionne pas comme un vrai site web : limitée à ce que Steam permet de présenter et n'est pas modifiable à 100 %. Elle propose des visuels du jeu, une description, des tags et des captures d'écran "store", mais ne permet pas une navigation ou une expérience web immersive.

La page Steam présente clairement le concept du jeu, avec son gameplay de rogue-like, les niveaux générés, la progression via des orbes XP et les upgrades. Les visuels lumineux, aux tons néon et orbes, correspondent bien à l'ambiance du jeu, et la présence d'Achievements suggère un engagement des joueurs et une dimension "objectifs" intéressante.

En revanche, Steam ne permet pas de mettre en avant de manière immersive le lore ou l'univers du jeu. L'expérience web reste statique, sans animations ni effets interactifs comme le parallax ou le scroll. La navigation est également limitée, sans menus spécifiques dédiés aux upgrades, compétences ou autres aspects du gameplay qui pourraient être développés sur un site dédié.



3. ANALYSE DE LA CONCURRENCE

3.1) Dead Cells

Site web : Dead-Cells

Dead Cells est un action-roguelite mêlant Metroidvania et plateforme 2D, développé par Motion Twin. Le jeu propose des niveaux générés procéduralement dans un château en constante évolution, des combats rapides avec armes variées, et une progression où les compétences et équipements débloqués rendent chaque tentative unique. La mort est permanente, mais chaque run permet d'accéder à de nouvelles zones et capacités, ce qui augmente la rejouabilité. Dead Cells est très bien accueilli sur Steam avec des critiques « Overwhelmingly Positive », ce qui en fait une référence dans le genre roguelike/plateforme exigeant.

3.2) Hades

Site web : Hades sur Steam (n'as pas de site web)

Hades est un action-roguelike narratif développé par Supergiant Games, où le joueur tente de s'échapper du royaume des morts à travers une série de combats dynamiques. Le jeu combine un système de progression roguelike avec une forte narration intégrée, des interactions riches avec les personnages et des améliorations permanentes entre les runs. Il est souvent salué pour sa qualité de design, son ambiance immersive et son haut niveau de rejouabilité, ce qui le place parmi les titres roguelike les plus influents sur Steam.



Conclusion

L'analyse des sites de jeux indépendants comparables montre une grande hétérogénéité : certains projets se limitent à des plateformes comme Steam, tandis que d'autres disposent de sites marketing plus structurés, mais rarement immersifs. Peu de studios exploitent pleinement les possibilités du web en termes d'animations, de narration et d'expérience interactive.

Cette situation représente une opportunité pour Glow Journey, dont le site peut se démarquer en proposant une véritable expérience de découverte inspirée du gameplay, allant au-delà d'une simple présentation fonctionnelle du jeu.

---

4. PUBLIC CIBLE

Le site web Glow Journey a pour objectif principal de présenter le jeu, immerger le visiteur dans son univers et l'inciter à télécharger le jeu.
Le site s'adresse principalement à des joueurs mobiles âgés de 16 à 35 ans, amateurs de jeux indépendants, de rogue-like et d'univers immersifs.

Public cible n°1 – Joueurs mobiles amateurs de rogue-like (prioritaire)

Ce public comprend des jeunes de 16 à 30 ans, étudiants ou jeunes actifs, intéressés par les jeux mobiles et les rogue-like. Ils souhaitent découvrir rapidement le gameplay, comprendre le principe du rogue-like et être rassurés sur la qualité et le fun du jeu. Le service proposé est un jeu mobile avec niveaux générés aléatoirement et une expérience dynamique et rejouable. Les moyens de communication utilisés sont Steam, les réseaux sociaux et les plateformes de téléchargement de jeux. L'action attendue sur le site est le téléchargement du jeu, avec pour objectif de convertir le visiteur en joueur. Ces utilisateurs sont très à l'aise avec le numérique et habitués aux sites web interactifs.

Public cible n°2 – Joueurs sensibles à l'univers visuel et artistique.

Ce public comprend des jeunes adultes de 20 à 35 ans, souvent dans des professions créatives ou étudiants en art, graphisme ou communication. Ils recherchent une immersion dans l'univers graphique du jeu, avec une ambiance lumineuse et artistique, et souhaitent explorer le concept visuel avant de télécharger. Le service proposé se concentre sur une expérience visuelle forte et immersive, avec une direction artistique originale. Les moyens de communication privilégiés sont les réseaux sociaux, les plateformes de jeux indépendants et le bouche-à-oreille. L'action attendue est la découverte du jeu et le partage auprès de leur réseau, avec pour objectif de valoriser l'identité visuelle et accroître la notoriété du jeu. Ces utilisateurs ont un bon niveau digital et sont sensibles au design et à l'expérience utilisateur.

Public cible n°3 – Joueurs expérimentés et stratégiques.

Ce public est constitué de joueurs de 25 à 40 ans, majoritairement masculins, avec des professions techniques ou cadres. Ils s'intéressent à la profondeur du gameplay, aux systèmes d'upgrades et de compétences, et évaluent la rejouabilité du jeu. Le service proposé met en avant un jeu à forte progression avec un système d'améliorations variées. Les moyens de communication utilisés sont Steam, les forums spécialisés et les recommandations communautaires. L'action attendue est le téléchargement du jeu après analyse du gameplay, avec pour objectif de convaincre les joueurs exigeants. Ces utilisateurs ont une expertise élevée et une analyse critique des jeux.

Conclusion

Le projet vise un public large et international de joueurs mobiles et PC. Le volume exact n'est pas quantifiable pour ce projet scolaire, mais le marché des jeux indépendants et des rogue-like mobiles est en croissance. Le site cible les utilisateurs des plateformes de téléchargement de jeux ainsi que les visiteurs provenant de Steam et des réseaux sociaux.

5. MESSAGES ET TONALITÉ DU SITE

Type de site : Site vitrine

Le site Glow Journey doit véhiculer l'image d'un jeu mobile indépendant immersif, dynamique et visuellement lumineux, centré sur l'exploration, la progression et la rejouabilité. L'utilisateur doit percevoir dès les premières secondes qu'il ne s'agit pas d'un simple jeu mobile, mais d'une expérience évolutive où chaque partie est unique.
Le message essentiel du site repose sur l'idée que chaque partie est une nouvelle aventure, portée par le slogan officiel : "Every run is a new light."

Tonalité du site

La tonalité du site Glow Journey est ludique, fantastique et orientée vers l'évasion. Elle s'inspire directement de l'univers lumineux et mystérieux du jeu afin de susciter la curiosité et l'envie d'exploration chez le visiteur.
L'approche n'est pas purement commerciale : l'accent est mis sur l'expérience utilisateur, la découverte progressive de l'univers et la mise en valeur du gameplay, tout en conservant une navigation claire et professionnelle.

6. DÉFINITION DES FONCTIONNALITÉS

L'objectif principal est de retranscrire l'univers du jeu et de présenter ses mécaniques de gameplay, tout en donnant un aperçu immersif des upgrades et améliorations disponibles pour le joueur.

- Multilingue : Le site sera conçu en français et anglais. Une évolution future pourra permettre d'ajouter d'autres langues.

- Portée : Le site aura une portée internationale, visant principalement les joueurs mobiles intéressés par les rogue-likes et les jeux d'aventure.

Fonctionnalités attendues

1. **Animations au scroll** pour simuler le gameplay et rendre le site immersif.
2. **Présentation interactive** des upgrades : chaque amélioration du jeu sera illustrée avec des images, textes explicatifs et éventuellement des mini-animations.
3. **Menu de navigation** clair et fixe pour accéder rapidement aux différentes sections : Accueil, Gameplay, Upgrades, Téléchargement, Contact.
4. **Choix des langues** : possibilité de passer du français à l'anglais et inversement.
5. **Call-to-action** : bouton pour inviter les visiteurs à télécharger le jeu sur mobile.
6. **Démonstration vidéo** du gameplay.
7. **Responsive design** : le site doit être utilisable sur ordinateur, tablette et mobile.
8. **Formulaire de contact** pour les retours ou questions des visiteurs.
9. **Optimisation SEO** pour améliorer la visibilité du site sur les moteurs de recherche.

Possibilité de mise à jour future des contenus et des upgrades sans refaire tout le site.

7. STRUCTURE ET CONTENU DES PAGES

La structure du site Glow Journey est conçue pour offrir une navigation claire et immersive, inspirée de la progression du jeu. Les contenus sont organisés de manière hiérarchisée afin de guider le visiteur vers les informations essentielles et le téléchargement du jeu.

Accueil

- Logo du jeu
- Slogan ou message de présentation
- Choix de la langue
- Bouton call-to-action : "Télécharger le jeu"
- Optionnel : date de dernière mise à jour

Gameplay

- Présentation du concept du rogue-like
- Explication des mécaniques de jeu
- Illustration animée ou vidéo du gameplay

Upgrades

- Liste complète des améliorations et bonus du jeu
- Images, descriptions et animations interactives

Téléchargement

- Boutons vers App Store et Google Play
- Instructions rapides pour installer le jeu

Contact / Informations

- Formulaire de contact
- Adresse e-mail de contact
- Liens vers les réseaux sociaux du jeu

Footer

- Informations légales
- Mentions sur la confidentialité et copyright

8. CALLS TO ACTION

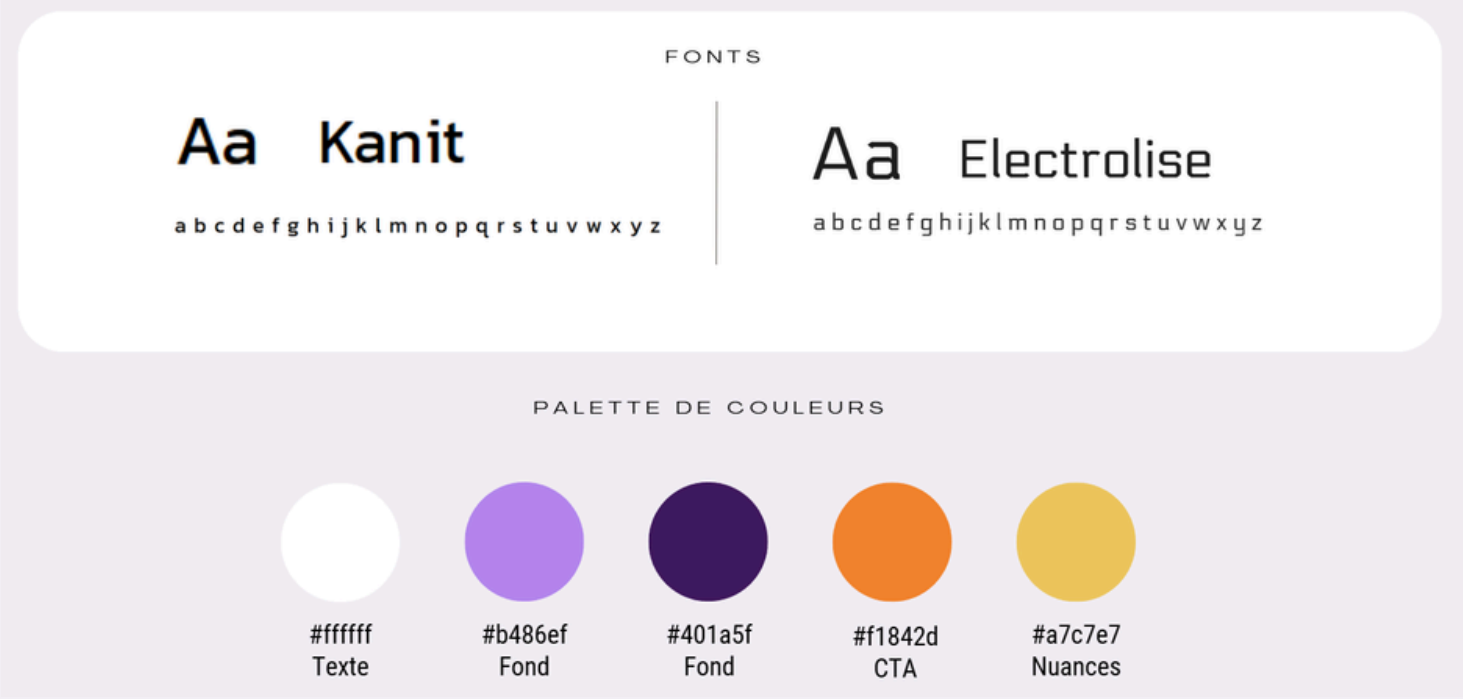
1. **Télécharger le jeu**
   - Pages concernées : Accueil, Gameplay, Histoire, Footer
   - Public cible : Joueurs mobiles, amateurs de rogue-like, gamers occasionnels et réguliers
   - Objectif : Inciter au téléchargement du jeu sur mobile (App Store / Google Play)
2. **Ajouter Glow Journey à sa wishlist (Steam)**
   - Pages concernées : Accueil, Section présentation du jeu
   - Public cible : Joueurs PC, fans de jeux indépendants, communauté Steam
   - Objectif : Augmenter la visibilité et l'engagement autour du jeu
3. **Découvrir le gameplay**
   - Pages concernées : Accueil, Page Gameplay
   - Public cible : Nouveaux visiteurs, joueurs hésitants
   - Objectif : Comprendre rapidement les mécaniques du jeu et son intérêt
5. **Suivre le jeu sur les réseaux sociaux**
   - Pages concernées : Footer, Page Contact
   - Public cible : Communauté de joueurs, fans du studio Exiled Games
   - Objectif : Développer la communauté et l'engagement sur les réseaux sociaux
6. **Contacter le studio**
   - Pages concernées : Page Contact
   - Public cible : Presse, partenaires, créateurs de contenu
   - Objectif : Faciliter les prises de contact professionnelles

9. IDENTITÉ VISUELLE EXISTANTE

Le studio Exiled Games dispose d'un logo officiel pour le jeu Glow Journey. Ce logo est utilisé sur les supports de communication existants (notamment sur Steam) et sera repris sur le site web vitrine afin d'assurer une cohérence visuelle avec l'identité du jeu.

Une charte graphique officielle existe pour Glow Journey. Elle définit les éléments visuels principaux du jeu, notamment les couleurs principales et secondaires, les typographies utilisées, l'univers graphique général (lumineux, immersif et dynamique) ainsi que le style des illustrations et des interfaces. Cette charte servira de base pour la conception du site web afin de respecter l'identité visuelle existante du jeu.

Charte Graphique

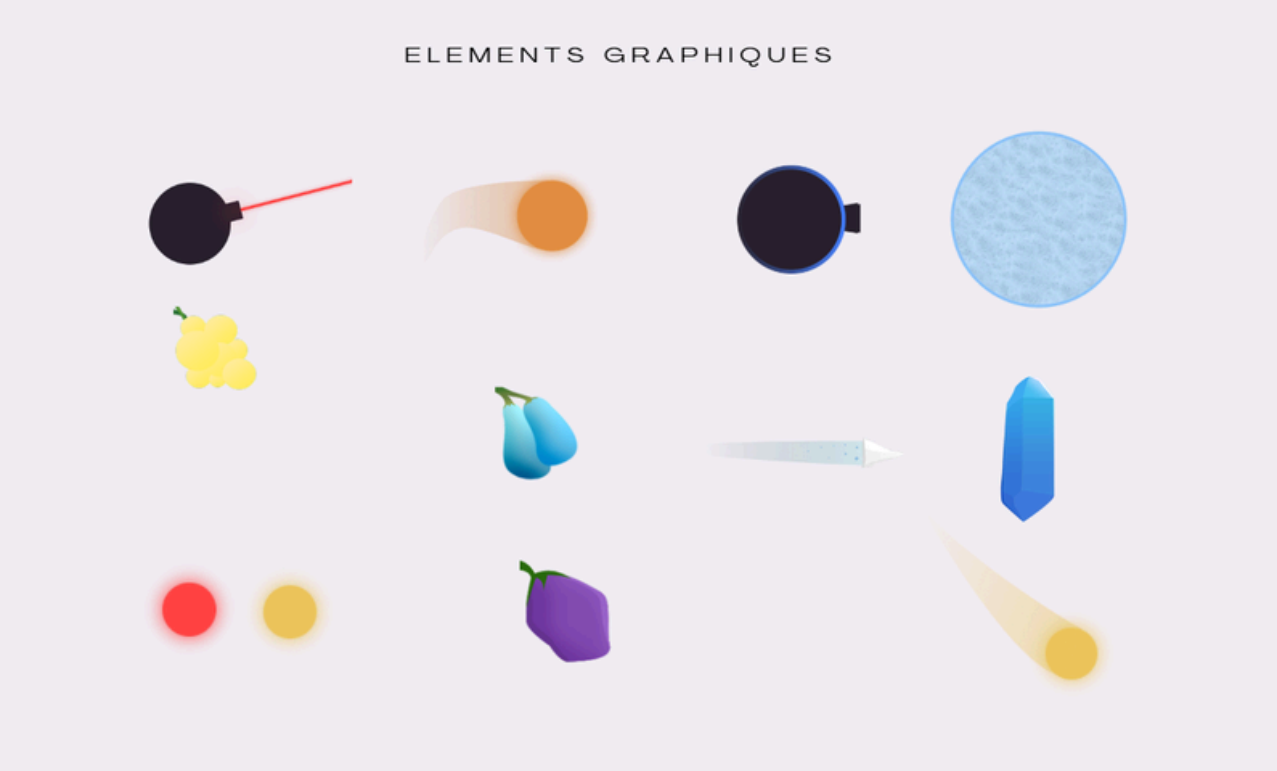


10. ICONOGRAPHIE ET CONTENUS VISUELS

Les visuels nécessaires à la réalisation du site web vitrine Glow Journey existent déjà et sont fournis par le client. Il s'agit principalement d'illustrations officielles du jeu, de captures d'écran et d'éléments graphiques issus de l'univers visuel du titre. Ces images sont disponibles dans une qualité suffisante pour une utilisation web.

Les fichiers sont fournis dans des formats adaptés (PNG, JPG, éventuellement SVG) et pourront faire l'objet d'ajustements techniques mineurs tels que le redimensionnement ou la compression afin d'optimiser les performances et les temps de chargement du site. Les droits d'utilisation de l'ensemble des visuels appartiennent au client, qui en autorise l'exploitation dans le cadre du site vitrine. Aucune création photographique supplémentaire n'est envisagée.

Concernant les vidéos, des contenus existants tels que des trailers ou des séquences de gameplay sont également fournis par le client. Ces vidéos sont adaptées à une diffusion en ligne et pourront être intégrées directement au site ou via une plateforme externe. Les droits d'utilisation sont détenus par Exiled Games. Aucun montage vidéo complexe n'est prévu, hormis d'éventuelles adaptations légères pour une intégration fluide et immersive sur le site.



11. SMARTPHONES ET TABLETTES

Le site Glow Journey adopte une approche responsive afin d'offrir une expérience optimale sur smartphones, tablettes et ordinateurs. La structure s'adapte automatiquement à la taille de l'écran, avec un défilement vertical fluide inspiré de la progression du jeu.
Sur mobile, les contenus essentiels sont priorisés afin de garantir lisibilité, performance et confort d'utilisation. Les boutons et appels à l'action sont dimensionnés pour un usage tactile, et les images ainsi que les vidéos sont optimisées pour limiter les temps de chargement tout en conservant une qualité visuelle satisfaisante.

12. TECHNOLOGIES UTILISÉES

Le site sera développé à l'aide des technologies web standards : HTML5 et CSS3 pour la structure et la mise en page, avec l'utilisation de Flexbox et Grid afin de garantir un affichage responsive. JavaScript sera utilisé pour gérer les interactions, la navigation et les animations au scroll, principalement via des solutions légères et optimisées, ainsi qu'avec Three.js pour intégrer des éléments 3D et des animations interactives.
Le site sera compatible avec les navigateurs récents (Chrome, Firefox, Safari, Edge) sur ordinateurs, tablettes et smartphones. Les contenus seront majoritairement statiques, avec la possibilité d'évolutions futures vers des contenus dynamiques si nécessaire. Une attention particulière sera portée aux performances afin de préserver la fluidité de l'expérience immersive.

13. ACCESSIBILITÉ ET CONTRAINTES

Le site Glow Journey s'adresse principalement à un public de joueurs mobiles et PC, habitué aux interfaces numériques et aux expériences interactives. L'accessibilité est donc assurée à un niveau standard, avec une navigation claire, des contenus lisibles et un site entièrement responsive.

Le site respecte les standards du web (HTML5, CSS3) afin de garantir une structure cohérente et une compatibilité optimale avec les navigateurs et appareils courants. Les contenus textuels présentent des contrastes suffisants, et les images, vidéos et animations disposent de textes alternatifs lorsque cela est pertinent.

Les éléments interactifs sont accessibles au clavier et conçus pour un usage tactile confortable. Les animations et effets visuels immersifs, bien qu'essentiels à l'identité du site, restent maîtrisés afin de ne pas constituer un obstacle à la navigation. Aucune information essentielle n'est transmise uniquement par la couleur ou le son, garantissant ainsi une expérience plus inclusive et compréhensible pour la majorité des utilisateurs.

14. RGPD & COLLECTE DE DONNÉES

Le site web Glow Journey devra respecter la réglementation européenne en vigueur, notamment le Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD). Même en l'absence de vente en ligne, le site pourra collecter certaines données personnelles via les cookies, les outils de mesure d'audience ou un éventuel formulaire de contact. Ces données devront être traitées de manière transparente, sécurisée et conforme à la législation.
Le site comportera obligatoirement, accessibles depuis le footer :

- Mentions légales
- Politique de confidentialité (RGPD)
- Gestion des cookies

Le site devra informer clairement l'utilisateur concernant la collecte et l'utilisation de ses données, notamment :

- L'utilisation éventuelle d'outils de statistiques (ex. Google Analytics)
- Les types de cookies utilisés (techniques, statistiques, marketing)
- La possibilité d'accepter, refuser ou personnaliser les cookies
- La possibilité de modifier son consentement à tout moment

Un bandeau de consentement aux cookies devra apparaître lors de la première visite, permettant à l'utilisateur d'accepter, refuser ou personnaliser ses choix. Aucun cookie non essentiel ne pourra être déposé sans consentement préalable.

Référence légale :
Informations obligatoires sur les sites web d'entreprise – SPF Économie Belgique.

15. CHOIX DU NOM DE DOMAINE

Le site sera accessible via le nom de domaine www.glow-journey.com. L'extension .com a été choisie pour sa reconnaissance internationale, sa crédibilité dans le secteur du jeu vidéo et sa facilité de mémorisation. Un seul nom de domaine est prévu afin de garantir une communication cohérente et d'optimiser le référencement naturel.
La disponibilité du nom de domaine a été vérifiée le 22 janvier 2026 sur la plateforme Namecheap, avec un coût estimé entre 10 et 15 € par an. Certaines variantes proches (glowjourney.io,…) feront l'objet d'une veille et pourront être réservées ultérieurement afin de protéger l'identité du jeu. La fiche d'enregistrement du nom de domaine sera fournie en annexe lors de la réservation effective du nom.

16. HÉBERGEMENT

Si aucun hébergeur n'est encore choisi, le site Glow Journey sera hébergé sur un serveur fiable, sécurisé et adapté au trafic d'un site vitrine promouvant un jeu vidéo disponible sur Steam. L'hébergement devra garantir de bonnes performances pour les contenus multimédias (images, animations, vidéos). Le choix tiendra compte du nombre estimé de visiteurs, de la localisation des serveurs (idéalement en Europe pour la conformité RGPD), de la sécurité et des sauvegardes automatiques régulières.

Une formule d'hébergement mutualisé premium ou un VPS pourra être envisagée. Le package inclura un certificat SSL, un accès FTP sécurisé, une bande passante suffisante et des statistiques de fréquentation.
Le coût annuel estimé se situe entre 150 € et 250 €, selon les options retenues.

17. RÉFÉRENCEMENT DU SITE

La stratégie SEO repose sur l'utilisation de mots-clés à la fois génériques et spécifiques. Les mots-clés principaux incluent : jeu mobile, rogue-like, indie game, Glow Journey, jeu mobile aventure, upgrades jeu, jeu stylisé et jeu immersif. Cette combinaison permet d'augmenter la visibilité du site tout en ciblant un public intéressé par le genre rogue-like et les jeux indépendants.

Le positionnement SEO visera à associer le nom du jeu à son genre afin de limiter la concurrence sur des termes trop larges, tout en améliorant son référencement naturel auprès des joueurs recherchant ce type d'expérience.

Des liens seront intégrés vers les plateformes de téléchargement officielles telles que Google Play et App Store, ainsi que vers les réseaux sociaux du jeu. À plus long terme, des partenariats ou échanges de liens pourront être envisagés avec des sites spécialisés, blogs gaming ou plateformes de critiques.

Les bonnes pratiques SEO seront appliquées lors du développement du site : utilisation de balises alt pour les images, titres uniques et pertinents, structure sémantique claire (H1, H2, H3…), URLs lisibles, responsive design et optimisation des temps de chargement.

Les métadonnées principales prévues sont les suivantes :
Meta title : Glow Journey – Jeu mobile rogue-like immersif
Meta description : Découvrez Glow Journey, un jeu mobile rogue-like lumineux et immersif, avec upgrades et gameplay dynamique.

18. CAMPAGNE DE LANCEMENT

Le studio Exiled Games dispose déjà d'une bonne base pour sa communication. Son identité visuelle est claire grâce au logo et à un univers fantastique lumineux. Le jeu est présent sur les réseaux sociaux (Instagram, Facebook), sur les plateformes de téléchargement (App Store, Google Play) et sur Steam avec un trailer et des captures d'écran officielles.

Le nouveau site web doit devenir le centre de cette communication. Pour y parvenir, plusieurs points seront privilégiés :

- Digitalisation prioritaire : le focus sera mis sur le numérique (réseaux sociaux, newsletters), les supports imprimés étant jugés moins adaptés pour un public de joueurs mobiles.

- Connexion des outils : l'URL du site sera ajoutée aux profils des réseaux sociaux, aux signatures d'e-mails et aux descriptions des stores officiels.

- Contenu multimédia : les vidéos de gameplay et trailers YouTube seront intégrés directement au site pour renforcer l'immersion.

Pour renforcer la notoriété du jeu au lancement :

- Publicité : bannières sur blogs spécialisés et campagnes ciblées sur Instagram et Youtube.

- Relations presse et influence : communiqué numérique pour les médias jeux indépendants et contacts avec des influenceurs gaming.

- Netlinking : échanges de liens avec des sites de critiques de jeux mobiles, forums de joueurs et plateformes dédiées aux jeux indépendants.

19. MAINTENANCE DU SITE

Après la mise en ligne, le site sera régulièrement maintenu pour garantir son bon fonctionnement, sa sécurité et l'actualité des contenus, les petites interventions étant facturées à l'acte. La disponibilité et les alertes seront assurées par l'hébergeur, tandis que les mises à jour (contenu et sécurité) seront décidées par le client et réalisées par le concepteur ou un webmaster formé. Une formation de 1 à 2 heures permettra à 1 ou 2 personnes de gérer le site de façon autonome. Enfin, Google Analytics et éventuellement Google Search Console suivront les statistiques de visite, avec des rapports mensuels au début, puis trimestriels.

20. BUDGET (FICTIF !)

Le budget pour la réalisation complète du site vitrine (design, développement, intégration et tests) est estimé un total de 180 heures de travail :

Tarif horaire : 30 €
Total estimé : 5 400 €

Remarques :

- Le budget inclut la création complète du site (design + développement + intégration).
- Il peut être ajusté si des fonctionnalités supplémentaires sont demandées.
- Modalité de paiement : 50 % à la commande, 50 % à la livraison.

GLOW JOURNEY / SITE VITRINE

Planning de développement

Roadmap Web · 2026

15 Jan 2026 → 12 Juin 2026

PHASE 1 — Conception

- Analyse du projet
- Cahier des charges

15 Jan – 05 Fév 2026 · 3 SEMAINES

- **Lancement du projet** — 15 Jan 2026
- **Réunion de cadrage** — 19 Jan 2026
- **Analyse des besoins** — 22 Jan 2026
- **Rédaction CDC** — 26 Jan – 02 Fév 2026
- **Validation CDC** — 05 Fév 2026

01

PHASE 2 — Design & Identité

- Benchmarking
- Charte graphique
- Wireframes
- Maquettes UI

06 Fév – 01 Avr 2026 · 7·5 SEMAINES

- **Benchmarking concurrents** — 06 – 13 Fév 2026
- **Charte graphique** — 16 Fév – 02 Mar 2026
- **Wireframes basse fidélité** — 03 – 14 Mar 2026
- **Maquettes haute fidélité** — 16 – 27 Mar 2026
- **Validation design** — 01 Avr 2026

02

PHASE 3 — Contenu

- Rédaction des textes
- Préparation des visuels

02 Avr – 18 Avr 2026 · 2·5 SEMAINES

- **Rédaction des textes** — 02 – 09 Avr 2026
- **Création des visuels** — 07 – 14 Avr 2026
- **Optimisation des assets** — 13 – 16 Avr 2026
- **Relecture & corrections** — 16 – 17 Avr 2026
- **Livraison contenu** — 18 Avr 2026

03

PHASE 4 — Développement

- HTML / CSS
- JavaScript
- Animations au scroll

19 Avr – 20 Mai 2026 · 4·5 SEMAINES

- **Intégration HTML/CSS** — 19 – 30 Avr 2026
- **Développement JS** — 01 – 09 Mai 2026
- **Animations au scroll** — 07 – 14 Mai 2026
- **Intégration du contenu** — 14 – 18 Mai 2026
- **Livraison développement** — 20 Mai 2026

04

PHASE 5 — Tests & Mise en ligne

- Tests responsive
- Corrections QA
- Mise en ligne finale

21 Mai – 12 Juin 2026 · 3·5 SEMAINES

- **Tests multi-navigateurs** — 21 – 25 Mai 2026
- **Tests responsive** — 25 – 29 Mai 2026
- **Corrections & QA** — 01 – 08 Juin 2026
- **Recette finale** — 09 – 11 Juin 2026
- 🚀 **Mise en ligne** — 12 Juin 2026

05

21