nexuro.
Digital

LIVRE BLANC · ÉDITION 2027



Refondre son site web en 2027 : le cahier des charges SEO, IA, accessibilité et conversion

Garder ses positions Google pendant la bascule, viser les Core Web Vitals, être citable par les IA, respecter l'European Accessibility Act, relier chaque formulaire au CRM : la méthode et le modèle de cahier des charges pour une PME belge.

Nexuro
Partenaire Officiel Odoo · Cookiebot Certified Partner
Chaumont-Gistoux, Belgique

Version novembre 2026
Faits vérifiés au 26 novembre 2026
nexuro-digital.com

SOMMAIRE

Ce que vous trouverez dans ce guide

Ce livre blanc s'adresse aux dirigeants de PME qui préparent une refonte et aux responsables marketing qui doivent rédiger un appel d'offres. Il suit l'ordre d'un projet, de la décision au lancement. Chaque terme est expliqué à sa première apparition et repris dans le glossaire.

00 **Résumé exécutif** 3
Cinq décisions et trois faits datés, sur une page.

01 **Pourquoi et quand refondre** 4
Optimiser, refondre en partie ou tout reprendre ; 7 questions pour une agence.

02 **Garder ses positions pendant la refonte** 5
Inventaire des adresses, plan de redirections 301, Search Console.

03 **Vitesse : les Core Web Vitals** 6
LCP, INP et CLS : seuils officiels et exigences à écrire.

04 **Être lisible et citable par les IA** 7
Contenu citable, données structurées utiles, ce que Google dit en 2026.

05 **Accessibilité : l'European Accessibility Act** 8
Qui est visé en Belgique, à quelles dates, et quoi contrôler.

06 **Consentement et mesure** 10
L'ordre de chargement des scripts, de la bannière aux conversions.

07 **Conversion : du formulaire au CRM** 11
Une grille d'audit de page et un parcours de demande sans perte.

08 **Choisir sa plateforme** 12
WordPress, Shopify, Wix, Odoo : des critères, pas des préférences.

09 **Le modèle de cahier des charges** 13
Douze rubriques à remplir et à envoyer.

10 **Plan d'action en 30, 60 et 90 jours** 14
Du premier inventaire au suivi après la mise en ligne.

\+ **Checklist de lancement en 24 points, glossaire, à propos et sources** 15
Les outils pour passer à l'action.

COMMENT LIRE LES EXEMPLES

Les exemples sont signalés « Exemple » et leurs chiffres sont **fictifs** : ils montrent une méthode, ne décrivent pas un client réel et ne fixent aucun objectif. Chaque fait daté porte sa source officielle ; ce qui n'a pas pu être confirmé est signalé « à confirmer ».

AVERTISSEMENT

Document d'information : ni avis juridique, notamment sur l'accessibilité et le consentement, ni promesse de résultat de référencement. Faites valider votre situation par un juriste.

00 · RÉSUMÉ EXÉCUTIF

L'essentiel en une page

Une refonte réussie se juge six mois après la mise en ligne : positions gardées, pages rapides, demandes qui arrivent dans le CRM. Elle se prépare avant le premier écran de maquette, en cinq décisions.

01 · INVENTORIER AVANT DE DESSINER

Relevez toutes les adresses qui amènent des visites, des liens ou des ventes, puis donnez à chacune sa nouvelle adresse. Ce tableau de redirections 301 se signe avant la maquette, pas la veille de la bascule.

02 · ÉCRIRE DES SEUILS, PAS DES SOUHAITS

« Un site rapide » ne se contrôle pas. LCP de 2,5 s au plus, INP de 200 ms au plus, CLS de 0,1 au plus, mesurés sur 75 % des visites : cela se contrôle et se met au contrat.

03 · ÉCRIRE POUR ÊTRE CITÉ

Les IA de recherche reprennent des passages de pages déjà bien classées. Réponses courtes et autonomes, auteur et date visibles, données structurées exactes : c'est du SEO soigné, pas une technique à part.

04 · TRAITER L'ACCESSIBILITÉ COMME UNE EXIGENCE

Si vous vendez en ligne aux consommateurs, l'European Accessibility Act s'applique depuis le 28 juin 2025. Inscrivez WCAG 2.2 niveau AA au cahier des charges et prévoyez un contrôle avant la mise en ligne.

05 · RELIER LE SITE AU CRM

Chaque formulaire doit créer une piste dans votre CRM avec sa source, après un consentement conforme. Sans ce lien, vous comptez des clics ; avec lui, vous savez quelles pages amènent des clients.

Trois faits à retenir

Date	Fait	Source
28 juin 2025	Les exigences d'accessibilité de la directive (UE) 2019/882 s'appliquent aux produits et services mis sur le marché, dont les boutiques en ligne.	Commission européenne, Your Europe
7 mai 2026	Google cesse d'afficher les résultats enrichis FAQ. Le balisage FAQ ne justifie plus à lui seul une ligne du cahier des charges.	Google Search Central, journal des mises à jour
15 mai 2026	Google publie son guide sur les fonctions d'IA générative : pas de balisage spécial, pas de fichier llms.txt, le SEO reste la base.	Google Search Central

NOTRE CONVICTION

Une refonte n'est pas un nouveau design. C'est un déménagement : on fait l'inventaire, on étiquette chaque carton, on vérifie que tout est arrivé. Le design vient ensuite, au service des demandes que le site doit amener.

01 — CHAPITRE 1

Pourquoi et quand refondre

Un site daté n'est pas une raison suffisante. Un site qui ne peut plus atteindre vos objectifs, oui. Avant de lancer un appel d'offres, vérifiez si une optimisation ciblée ne suffit pas.



Plus on va à droite, plus l'inventaire et le plan de redirections deviennent le cœur du projet

Les signaux qui justifient une refonte

Signal	Ce qu'il faut vérifier avant de conclure
L'outil bloque	Impossible d'ajouter une langue, une page type, un formulaire relié au CRM ou une boutique sans développement lourd.
Les pages sont lentes sur mobile	Rapport Core Web Vitals de la Search Console : si le thème lui-même est en cause, optimiser ne suffira pas.
L'offre a changé	Nouveaux services, nouveaux secteurs, nouvelles zones : l'arborescence actuelle ne peut pas les porter.
Le site ne sait pas d'où viennent les clients	Formulaires par e-mail, pas de source dans le CRM, consentement non conforme.
Le site exclut des visiteurs	Navigation au clavier impossible, contrastes faibles, formulaires sans étiquettes : chapitre 5.

LES 7 QUESTIONS À POSER AVANT DE CHOISIR UNE AGENCE

1. Qui fait l'inventaire des adresses, et avec quelles sources ?
2. Le plan de redirections est-il livré et validé avant la bascule ?
3. Quels seuils de vitesse sont garantis au contrat, mesurés comment ?
4. Quel niveau d'accessibilité est visé, et qui le contrôle ?
5. Où arrivent les demandes du site, et avec quelle source ?
6. Qui est propriétaire du domaine, des comptes et des contenus ?
7. Que se passe-t-il pendant les 90 jours après la mise en ligne ?

02 — CHAPITRE 2

Garder ses positions pendant la refonte

Une refonte qui perd du trafic a presque toujours une cause identifiable : une adresse oubliée, une redirection vers l'accueil, une page restée en noindex. Google décrit la méthode ; il faut l'appliquer ligne par ligne.

1. Inventaire	2. Correspondances	3. Recette	4. Bascule et suivi
J-60 à J-30	J-30 à J-7	J-7 à J0	J0 à J+90
crawl complet, Search Console, statistiques, liens entrants, référence des positions	une ligne par adresse : nouvelle adresse, type 301, titres et balises repris	chaque 301 contrôlée, noindex retiré, sitemap prêt	nouveau sitemap envoyé, erreurs 404 suivies, positions comparées à la référence, redirections gardées au moins un an

Le plan de redirections se termine avant la recette, pas le jour de la mise en ligne

Exemple : extrait d'un plan de redirections (adresses fictives)

Ancienne adresse	Nouvelle adresse	Type	Pourquoi
/nos-services/chassis-pvc.html	/chassis-pvc	**301**	Même contenu, adresse plus courte
/blog/2019/entretien-chassis	/blog/entretien-chassis-pvc	**301**	Article repris et mis à jour
/promo-printemps-2022	/chassis-pvc	**301**	Page disparue : la plus proche, pas l'accueil
/en/services	/en/services	**aucune**	Adresse inchangée, à contrôler quand même

CE QUE GOOGLE RECOMMANDE

- Lister les anciennes adresses depuis les sitemaps, les journaux du serveur, les statistiques et le CMS, images comprises.
- Rediriger côté serveur en 301 ou 308, directement vers la page finale, sans chaîne.
- Ne pas envoyer de nombreuses adresses vers une page sans rapport, comme l'accueil.
- Garder les redirections aussi longtemps que possible, en général au moins un an.

LA SEARCH CONSOLE, LE JOUR J

- Envoyer le sitemap des nouvelles adresses ; garder l'ancien quelque temps pour suivre la sortie de l'index.
- Outil de changement d'adresse : seulement pour un changement de domaine ou de sous-domaine.
- Suivre l'indexation des pages et les requêtes des deux versions.
- S'attendre à des fluctuations : quelques semaines ou plus pour un site de taille moyenne.

Sur Odoo, une redirection 301 ne s'applique que si l'ancienne page est dépubliée ou supprimée : un piège fréquent quand l'ancienne page reste en ligne.

Source : Google Search Central, « Site moves with URL changes », consulté le 26/11/2026 ; méthode de migration Nexuro (page « Migrer votre site web vers Odoo », mise à jour le 25/11/2026).

03 — CHAPITRE 3

Vitesse : les Core Web Vitals

Google mesure l'expérience de page avec trois indicateurs, les Core Web Vitals. Ils sont publics, chiffrés et mesurés sur de vraies visites : c'est exactement ce qu'il faut écrire dans un cahier des charges.

	bon	à améliorer	mauvais
LCP chargement	bon : 2,5 s ou moins	à améliorer	mauvais : plus de 4 s
	affichage du plus grand élément visible		
INP réactivité	bon : 200 ms ou moins	à améliorer	mauvais : plus de 500 ms
	délai entre un clic ou une frappe et la réponse à l'écran		
CLS stabilité	bon : 0,1 ou moins	à améliorer	mauvais : plus de 0,25
	mouvements inattendus de la mise en page		

Une page est « bonne » si les trois seuils sont tenus au 75e centile, sur mobile et sur ordinateur

CE QUI A CHANGÉ

En 2024, l'INP (Interaction to Next Paint) a remplacé le FID comme indicateur de réactivité. Un cahier des charges qui cite encore le FID date d'avant 2024 : remplacez-le. L'INP pénalise surtout les pages chargées de scripts, d'où le lien avec le chapitre 6.

Les causes fréquentes, et ce qu'il faut exiger

Indicateur	Causes fréquentes	Exigence à écrire
LCP	Image d'en-tête lourde, police bloquante, vidéo en fond, serveur lent.	Images servies aux bonnes dimensions et en format moderne, poids maximal par page fixé, image principale chargée en priorité.
INP	Trop de scripts tiers, chat, carrousels, balises en double.	Liste fermée des scripts tiers, validée par écrit ; tout nouvel ajout passe par le même contrôle.
CLS	Images sans dimensions, bannière qui pousse la page, polices qui changent.	Dimensions réservées pour images, vidéos et bannière ; aucune insertion au-dessus du contenu déjà affiché.

EXEMPLE DE CLAUSE (VALEURS OFFICIELLES, CONTEXTE FICTIF)

« Les pages modèles (accueil, service, article, contact) atteignent le statut “bon” des Core Web Vitals au 75e centile, sur mobile et sur ordinateur, dans le rapport de la Search Console, dans les 90 jours qui suivent la mise en ligne. Avant cette date, ou si le trafic est trop faible pour la Search Console, le contrôle se fait sur PageSpeed Insights en conditions mobiles. »

Source : web.dev, « Web Vitals », mise à jour du 31/10/2024 ; web.dev, pages LCP, INP et CLS (seuils « mauvais »), consultées le 26/11/2026.

04 — CHAPITRE 4

Être lisible et citable par les IA

Le GEO (Generative Engine Optimization) consiste à être cité dans les réponses des assistants IA. Selon Google, ses fonctions d'IA puisent dans des pages indexées et éligibles à un extrait : la citabilité se construit sur le SEO, pas à côté.

Exemple : le même bloc de page de service, avant et après

AVANT

Bienvenue chez nous !

Passionnés depuis toujours, nous mettons notre savoir-faire à votre service pour tous vos projets, avec écoute et qualité.

Titre sans sujet, aucune réponse, aucun fait vérifiable ; ni auteur, ni date, ni zone

APRÈS (ENTREPRISE FICTIVE)

Remplacement de châssis PVC dans le Brabant wallon

Combien de temps dure un remplacement ? Pour une maison type, la pose se fait en une à deux journées par façade, sans gros œuvre. Le délai dépend du métré, relevé lors de la visite.

Question réelle, réponse autonome, chiffres d'exemple fictifs

Zone : Wavre, Ottignies, Gembloux. Rédigé par Exemple Châssis SRL, mis à jour le 26/11/2026.

Zone, auteur et date visibles

```
{"@type":"LocalBusiness","name":"Exemple Châssis",
 "areaServed":["Wavre","Ottignies","Gembloux"]}
```

Les données structurées utiles en 2026

Type schema.org	Où le mettre	Statut côté Google au 26/11/2026
Organization	Une fois, accueil ou à propos	Pris en charge : logo, nom légal, adresse, contact
LocalBusiness	Pages d'établissement ou de zone	Pris en charge : horaires, avis, itinéraire dans le panneau
BreadcrumbList	Toutes les pages	Pris en charge : fil d'Ariane
Article	Articles de blog et guides	Pris en charge ; auteur et date à renseigner
Product	Fiches produit	Pris en charge : prix, disponibilité, avis
FAQPage	Pages avec une vraie FAQ visible	Plus de résultat enrichi depuis le 07/05/2026 ; balisage optionnel

CE QUE GOOGLE NE DEMANDE PAS

Ni fichier llms.txt, ni balisage « IA », ni découpage imposé, ni longueur idéale (guide du 15/05/2026). Le balisage reste utile aux résultats enrichis.

CE QUE L'ON PEUT MESURER

Search Console : impressions dans les AI Overviews et l'AI Mode, pour tous les sites depuis le 31/08/2026. GA4 : canal « AI Assistant » depuis le 13/05/2026.

Source : Google Search Central : guide IA générative (15/05/2026), galerie des données structurées, journal des mises à jour (08/05/2026), blog du 03/06/2026 ; aide Google Analytics (13/05/2026).

05 — CHAPITRE 5

Accessibilité : l'European Accessibility Act

La directive (UE) 2019/882, dite European Accessibility Act (EAA), impose des exigences d'accessibilité à certains produits et services, dont le commerce en ligne destiné aux consommateurs. En Belgique, elle est transposée dans le Code de droit économique.



* selon l'exposé des motifs du projet de loi belge ; texte final publié au Moniteur belge à confirmer

Êtes-vous concerné ?

Votre situation	Ce que disent les textes	Statut
Boutique en ligne vendant aux consommateurs	Service de commerce électronique visé par la directive, depuis le 28/06/2025.	concerné
Site vitrine, sans conclusion de contrat en ligne	La directive vise les services fournis à distance en vue de conclure un contrat avec un consommateur. Un site sans vente ni réservation en ligne en semble éloigné.	à analyser avec un juriste
Site B2B uniquement	La directive vise les consommateurs. Un portail mixte B2B et B2C reste concerné pour sa partie consommateurs.	à analyser
Microentreprise de services (moins de 10 personnes, chiffre d'affaires ou total du bilan annuel de 2 M€ au plus)	Au niveau européen, des exceptions s'appliquent aux microentreprises de services. En Belgique, l'exposé des motifs prévoit qu'elles n'entrent dans le champ qu'à partir du 28/06/2030, avec des mesures transitoires jusqu'au 28/06/2035, et que le Roi peut en exclure certaines catégories.	exemption à confirmer au Moniteur belge
Entreprise qui invoque une charge disproportionnée	Toute entreprise peut l'invoquer, preuves à l'appui, avec un réexamen au moins tous les cinq ans.	exception à documenter

TRANSITIONS DÉJÀ PRÉVUES

Les contrats de services conclus avant le 28/06/2025 peuvent continuer sans modification jusqu'à leur terme, au plus cinq ans. Un prestataire peut utiliser jusqu'au 28/06/2030 les produits qu'il utilisait légalement avant le 28/06/2025.

QUI CONTRÔLE

Pour les services visés par le Code de droit économique, les agents de l'Inspection économique du SPF Économie (article XV.2). Le projet de loi prévoit aussi l'action en réparation collective (livre XVII).

Source : Commission européenne, Your Europe, « Accessibility requirements for services and products », vérifiée le 12/07/2026 ; Chambre des représentants, projet de loi doc 55 3433/001 du 13/07/2023 (exposé des motifs) ; DLA Piper, 29/01/2025 (presse juridique, transposition partielle en novembre 2023).

CHAPITRE 5 · SUITE

De l'exigence au contrôle

La norme européenne de référence est l'EN 301 549, qui s'appuie sur les règles WCAG du W3C. Pour un cahier des charges, une formule suffit : « conformité WCAG 2.2 niveau AA », avec un contrôle avant la mise en ligne et une déclaration d'accessibilité publiée.

Principe WCAG	Exigence à écrire	Contrôle simple avant la mise en ligne
Perceptible	Texte alternatif sur les images utiles ; contraste du texte d'au moins 4,5:1 ; sous-titres pour les vidéos avec parole.	Outil de contraste sur la charte ; liste des images sans alt dans un crawl.
Utilisable	Tout se fait au clavier, focus visible et jamais caché ; cibles tactiles d'au moins 24 × 24 px (WCAG 2.2).	Parcourir accueil, fiche, panier et formulaire avec la seule touche Tab.
Compréhensible	Langue de chaque page déclarée ; étiquettes visibles sur chaque champ ; messages d'erreur qui disent quoi corriger ; pas de ressaisie inutile.	Envoyer un formulaire vide et lire les messages ; vérifier l'attribut lang en FR, NL et EN.
Robuste	Composants lisibles par les lecteurs d'écran : boutons et liens nommés, menus et fenêtres balisés.	Test rapide avec VoiceOver ou NVDA sur le parcours de commande ou de demande.
Information	Pour les services visés : expliquer dans les conditions générales, ou un document équivalent, comment le service satisfait aux exigences.	Page « Accessibilité » publiée et reliée au pied de page.

CE QUI BOUGE EN 2026

La version V4.1.1 de l'EN 301 549, publiée le 02/09/2026, s'aligne sur WCAG 2.2. Sa citation au Journal officiel de l'UE, qui donne la présomption de conformité, est **à confirmer** : viser WCAG 2.2 AA couvre les deux versions.

WCAG 2.2 EN BREF

Recommandation du W3C (édition du 12/12/2024). Neuf critères ajoutés par rapport à WCAG 2.1, dont focus non masqué, taille des cibles, aide cohérente, saisie redondante et authentification accessible.

CE QU'IL FAUT FAIRE

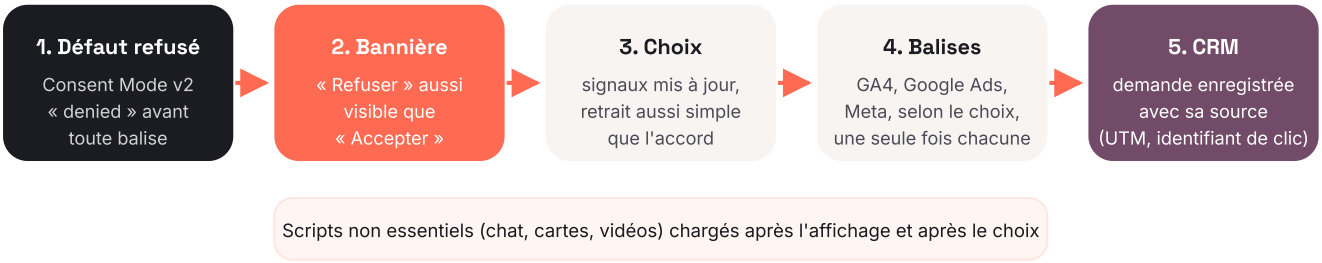
Écrivez le niveau visé, nommez la personne qui contrôle et prévoyez le temps de correction dans le planning. Les outils automatiques ne repèrent qu'une partie des défauts : le test au clavier et au lecteur d'écran reste indispensable sur les parcours qui comptent.

Source : W3C, Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.2, Recommandation, 12/12/2024 ; National Disability Authority (Irlande), publication de l'EN 301 549 V4.1.1 le 02/09/2026 ; projet de loi belge doc 55 3433/001, annexe 2 (information sur les services, dans les conditions générales ou un document équivalent).

06 — CHAPITRE 6

Consentement et mesure

Une refonte est le meilleur moment pour remettre la mesure à plat. L'ordre de chargement des scripts décide à la fois de la conformité, de la fiabilité des chiffres et d'une partie de la vitesse.



Moins de scripts au chargement : mieux pour la conformité, pour l'INP et pour la qualité des chiffres

Exigence	Ce qu'il faut écrire au cahier des charges	Source
Avant le choix	Aucun cookie non strictement nécessaire n'est déposé avant le consentement du visiteur.	APD, page « Cookies »
Bannière	Un bouton « Refuser » au premier niveau, aussi visible que « Accepter » ; bannière dans la langue de la page.	APD ; rapport EDPB du 17/01/2023
Signaux Google	Consent Mode v2 transmis à Google pour le trafic de l'Espace économique européen.	Aide Google Ads (EEE)
Plan de taggage	Liste écrite des événements : envoi de formulaire, appel, commande. Une configuration par balise, jamais en double.	Méthode Nexuro
Recette	Contrôle réseau sans clic sur la bannière : aucune donnée publicitaire ne part avant le choix.	Méthode Nexuro

PIÈGE À CONNAÎTRE

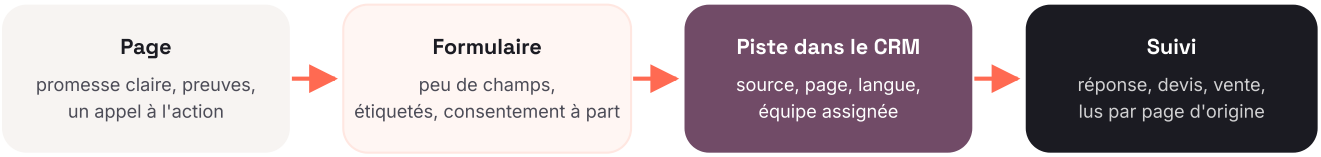
Certains modes de blocage automatique des bannières bloquent aussi des scripts du site lui-même. Sur Odoo, nous l'avons constaté en novembre 2026 avec un panier qui ne répondait plus. Exigez un test du panier et des formulaires bannière acceptée et bannière refusée.

Source : APD, « Cookies » ; EDPB, rapport du groupe de travail bannières, 17/01/2023 ; aide Google Ads, réf. 14625550 ; constat interne Nexuro, novembre 2026.

07 — CHAPITRE 7

Conversion : du formulaire au CRM

Un site convertit quand un visiteur comprend vite ce que vous faites, vous croit, et peut agir sans effort. La demande doit ensuite arriver chez la bonne personne, avec sa source, sans ressaisie.



Pas d'e-mail intermédiaire : chaque demande devient une piste traçable

Grille d'audit d'une page (à noter de 0 à 2)

Critère	Question à se poser	Note
Promesse	Le titre dit-il quoi, pour qui et où, en moins de dix mots ?	
Preuves	Réalisations, avis, certifications et noms réels visibles avant le premier bouton ?	
Appel à l'action	Un seul appel principal, répété en bas de page, avec un verbe précis ?	
Formulaire	Champs réduits au nécessaire, étiquettes visibles, erreurs claires, case marketing non cochée et distincte ?	
Mobile	Téléphone cliquable, bouton atteignable au pouce, aucun défilement horizontal ?	
Réassurance	Délai de réponse annoncé, coordonnées et adresse visibles, page de remerciement utile ?	
Traçabilité	La demande arrive-t-elle dans le CRM avec sa source et sa page d'origine ?	

SUR ODOO

Le bloc Formulaire du site propose l'action « Créer une opportunité » : la demande arrive dans Odoo CRM, avec l'équipe commerciale choisie. Le site, le CRM et la facturation partagent la même base.

SUR UNE AUTRE PLATEFORME

Exigez un connecteur documenté vers votre CRM, qui garde la source (UTM) et la page d'origine, et un test de bout en bout en recette : un envoi, une piste, une vérification.

Source : Documentation Odoo 19, Website, « Forms » (action Create an Opportunity), consultée le 26/11/2026 ; méthode d'audit Nexuro (grille de notation en six dimensions).

08 — CHAPITRE 8

Choisir sa plateforme

Il n'existe pas de meilleure plateforme dans l'absolu. Il existe celle qui correspond à votre activité, à vos équipes et à vos outils de gestion. Comparez des critères écrits, pas des préférences.

Critère	WordPress	Shopify	Wix	Odoo
Modèle	Logiciel libre à héberger soi-même (WordPress.org), ou offre hébergée	Service en ligne hébergé, sur abonnement	Service en ligne hébergé, sur abonnement	Odoo Online (hébergé), Odoo.sh ou hébergement propre ; édition Community libre et Enterprise sous licence
Vente en ligne	Par extension, par exemple WooCommerce	Cœur du produit	Offres avec boutique	Application eCommerce intégrée
Lien avec la gestion	Par extensions ou connecteurs vers CRM, stock, facturation	Par applications et intégrations	Outils intégrés et intégrations	Même base que CRM, stock, ventes et facturation
Langues	Par extension (par exemple WPML, Polylang)	Langues natives et applications de traduction	Fonction multilingue intégrée	Multilingue natif
Liberté technique	Très large : code ouvert, thèmes, extensions	Thèmes et applications, code de thème modifiable	Éditeur visuel, outils de développement dédiés	Éditeur visuel, Studio ; modules sur mesure sur Odoo.sh ou hébergement propre
Maintenance	À votre charge : cœur, thème, extensions, sécurité	Assurée par l'éditeur pour la plateforme	Assurée par l'éditeur pour la plateforme	Odoo Online : versions montées par l'éditeur, à préparer ; ailleurs, partagée
Point d'attention	Nombre d'extensions et leur suivi dans le temps	Coût des applications et frais selon l'offre	Possibilités d'export si vous changez d'outil	Choix du mode d'hébergement et calendrier des versions
Pertinent quand	Site éditorial riche, équipe technique disponible	Boutique en ligne au centre de l'activité	Site vitrine simple, géré en interne	Site relié à la gestion : devis, stock, rendez-vous, facturation

Lecture faite sur la documentation publique des éditeurs au 26/11/2026. Offres, frais et fonctions changent : vérifiez-les sur l'offre du moment avant de signer. Nexuro est Partenaire Officiel Odoo ; ce tableau décrit des critères, pas une préférence.

Les questions qui départagent

DONNÉES

Combien de fois par semaine ressaisissez-vous une commande, un contact ou un stock entre le site et la gestion ?

ÉQUIPE

Qui publie, qui met à jour, qui corrige une panne ? Une plateforme se choisit aussi pour la personne qui la fera vivre.

PROPRIÉTÉ

Le domaine, les comptes, les contenus et les données sont-ils à votre nom, et exportables ?

Source : Documentation publique WordPress.org, Shopify, Wix et Odoo, consultée le 26/11/2026 ; documentation Odoo 19, « Upgrade » (montée de version automatique sur Odoo Online sans action avant l'échéance notifiée).

09 — CHAPITRE 9

Le modèle de cahier des charges

Remplissez la colonne du milieu, gardez les exemples comme repère, puis envoyez le même document à chaque agence consultée. Des réponses comparables commencent par une demande identique.

Rubrique	Ce que vous écrivez	Exemple (entreprise fictive)
1. Contexte et objectifs		*Plus de demandes de devis qualifiées venues du site, lues dans le CRM ; chiffre cible fixé en interne.*
2. Cibles et langues		*Particuliers du Brabant wallon ; FR et NL, EN plus tard.*
3. Arborescence		*Accueil, 4 services, 3 secteurs, 5 villes, réalisations, avis, blog, contact.*
4. Contenus		*Textes repris et réécrits par l'agence, validés par la direction ; photos réelles de chantier.*
5. SEO et migration		*Inventaire complet, plan 301 validé avant la recette, suivi des positions 90 jours.*
6. Vitesse		*LCP 2,5 s, INP 200 ms, CLS 0,1 au plus, au 75e centile, sur les pages modèles.*
7. IA et données structurées		*Organization, LocalBusiness, BreadcrumbList, Article ; auteur et date sur chaque page.*
8. Accessibilité		*WCAG 2.2 niveau AA, contrôle clavier et lecteur d'écran, page « Accessibilité ».*
9. Consentement et mesure		*Bannière conforme APD, Consent Mode v2, plan de taggage écrit, GA4.*
10. Conversion et CRM		*Chaque formulaire crée une piste avec source, page et langue.*
11. Plateforme et propriété		*Domaine, comptes et contenus au nom de l'entreprise ; accès administrateur remis.*
12. Planning, recette, suite		*Recette de deux semaines, formation de deux personnes, suivi après la mise en ligne.*

À JOINDRE AU CAHIER DES CHARGES

L'export des pages les plus visitées sur douze mois, l'export des requêtes de la Search Console, la liste des formulaires actuels et leur destination, la charte graphique, les accès en lecture à vos outils. Demandez une réponse structurée selon les douze rubriques, avec le nom de la personne responsable de chacune.

10 — CHAPITRE 10

Plan d'action en 30, 60 et 90 jours

Ce plan démarre le jour où vous décidez de refondre, bien avant la maquette. Il se poursuit après la mise en ligne, là où se jouent les positions.

30 j

Inventorier et écrire

- Exporter pages, requêtes et liens entrants ; lancer un crawl complet.
- Relever les positions de référence sur les requêtes clés.
- Mesurer les Core Web Vitals et l'accessibilité de l'existant.
- Lister formulaires, scripts et balises actuels.
- Remplir les douze rubriques du cahier des charges.

Livrable : un cahier des charges envoyé et un inventaire des adresses.

60 j

Choisir et construire

- Comparer les réponses rubrique par rubrique.
- Valider l'arborescence et le plan de redirections.
- Valider maquettes, contenus et données structurées.
- Brancher formulaires et CRM, bannière et Consent Mode.
- Préparer la page « Accessibilité ».

Livrable : un site complet en recette et un plan 301 signé.

90 j

Recetter, basculer, suivre

- Recette : 301, vitesse, clavier, formulaires, bannière.
- Bascule, envoi du sitemap, retrait des noindex.
- Suivi quotidien des 404 la première semaine.
- Comparaison des positions à la référence.
- Premier bilan des demandes dans le CRM.

Livrable : un site en ligne, suivi, et une liste de corrections datée.

Qui fait quoi

Activité	Direction	Marketing interne	Agence	Équipe commerciale
Objectifs et cahier des charges	A	R	C	C
Inventaire et plan 301	I	A	R	I
Contenus et preuves	A	R	R	C
Accessibilité et vitesse	I	A	R	I
Formulaires et CRM	I	A	R	C
Recette et décision de bascule	A	R	R	C

R : réalise. A : décide et rend compte. C : consulté. I : informé. La décision de mise en ligne revient à la direction, sur la base de la recette.

OUTIL

La checklist de lancement en 24 points

Imprimez cette page pour la recette. Tant qu'une case reste vide, la date de mise en ligne se discute.

AVANT LA BASCULE

- [ ] 01 L'inventaire des anciennes adresses est complet, images comprises.
- [ ] 02 Chaque adresse utile a sa redirection 301, sans chaîne.
- [ ] 03 Aucune redirection en masse vers l'accueil.
- [ ] 04 Les positions de référence sont enregistrées.
- [ ] 05 Les anciennes pages Odoo sont dépubliées pour que les 301 s'appliquent.
- [ ] 06 Le domaine et les comptes sont au nom de l'entreprise.

CONTENU, SEO ET IA

- [ ] 07 Un titre et une description uniques par page.
- [ ] 08 Un seul H1 par page, qui dit quoi et où.
- [ ] 09 Canonical et hreflang pointent vers des pages qui répondent 200.
- [ ] 10 Le JSON-LD est valide et reprend le texte visible.
- [ ] 11 Auteur et date de mise à jour visibles sur les pages de contenu.
- [ ] 12 Robots.txt et noindex de préproduction retirés.

VITESSE ET ACCESSIBILITÉ

- [ ] 13 Pages modèles au vert sur LCP, INP et CLS en mobile.
- [ ] 14 Liste des scripts tiers validée, rien en double.
- [ ] 15 Parcours clés faisables au clavier, focus visible.
- [ ] 16 Contrastes et textes alternatifs contrôlés.
- [ ] 17 Page « Accessibilité » publiée si vous êtes concerné.

CONSENTEMENT, MESURE ET CONVERSION

- [ ] 18 Aucune donnée publicitaire envoyée avant le choix du visiteur.
- [ ] 19 Panier et formulaires fonctionnent bannière refusée.
- [ ] 20 Chaque formulaire crée une piste CRM avec sa source.
- [ ] 21 Les conversions sont reçues dans GA4 et Google Ads.

LE JOUR J ET APRÈS

- [ ] 22 Nouveau sitemap envoyé dans la Search Console.
- [ ] 23 Erreurs 404 suivies chaque jour la première semaine.
- [ ] 24 Redirections gardées au moins un an.

GLOSSAIRE

Les mots de la refonte, en clair

301 et 308
Redirections permanentes : elles disent aux moteurs qu'une page a déménagé pour de bon. La 302 est temporaire.

AI Overviews et AI Mode
Réponses générées par l'IA de Google en tête des résultats, et mode de recherche conversationnel.

APD
Autorité de protection des données, l'autorité belge chargée du RGPD et des cookies.

Arborescence
Organisation des pages d'un site et de leurs liens : services, secteurs, villes, preuves.

Canonical
Balise qui indique l'adresse de référence d'une page quand plusieurs versions existent.

CLS
Cumulative Layout Shift : mesure des mouvements inattendus de la page. Bon : 0,1 ou moins.

CMP
Plateforme de gestion du consentement : la bannière et ce qu'elle enregistre, par exemple Cookiebot.

Consent Mode v2
Mécanisme de Google qui transmet aux balises le choix de consentement du visiteur.

Core Web Vitals
Les trois indicateurs d'expérience de page de Google : LCP, INP et CLS.

Crawl
Visite de toutes les pages d'un site par un robot, pour en faire l'inventaire.

CRM
Logiciel de gestion de la relation client, comme Odoo CRM : pistes, opportunités, ventes.

Données structurées
Description du contenu en JSON-LD selon le vocabulaire schema.org, lue par les moteurs.

EAA
European Accessibility Act, directive (UE) 2019/882 sur l'accessibilité des produits et services.

EN 301 549
Norme européenne d'accessibilité des produits et services numériques, fondée sur les WCAG.

GEO
Generative Engine Optimization : être cité dans les réponses des assistants IA.

Hreflang
Balise qui relie les versions linguistiques d'une même page.

INP
Interaction to Next Paint : délai de réaction de la page à une action. Bon : 200 ms ou moins.

JSON-LD
Format des données structurées, placé dans le code de la page.

LCP
Largest Contentful Paint : temps d'affichage du plus grand élément visible. Bon : 2,5 s ou moins.

Microentreprise
Au sens de la directive : moins de 10 personnes et chiffre d'affaires ou total du bilan annuel de 2 M€ au plus.

Noindex
Instruction qui demande aux moteurs de ne pas indexer une page.

Recette
Phase de contrôle du site avant sa mise en ligne, sur une liste écrite.

Search Console
Outil gratuit de Google pour suivre l'indexation, les requêtes et les Core Web Vitals d'un site.

Sitemap
Fichier qui liste les adresses d'un site à l'intention des moteurs.

UTM
Paramètres ajoutés aux liens (source, support, campagne) pour savoir d'où vient une visite.

WCAG
Règles d'accessibilité des contenus web du W3C ; la version 2.2 niveau AA est la cible recommandée.

À PROPOS

Nexuro construit des sites reliés à votre activité



Nexuro est une agence de marketing de performance et Partenaire Officiel Odoo, basée à Chaumont-Gistoux. Nous créons et refondons des sites sur Odoo pour les PME en Belgique, en France et au Luxembourg, en français, en néerlandais et en anglais, avec le SEO, le GEO, la mesure et le CRM.

L'agence a été fondée par deux frères. **Timothy Jacqmin**, Co-Founder Acquisition & Growth, pilote l'acquisition et la croissance. **Bryan Jacqmin**, Co-Founder Web, Data & CRM, pilote le web, la data et le CRM. Notre vitrine « Nos dernières créations » montre neuf sites clients mis en ligne : vitrines, réservations, sites multilingues.

Notre méthode de refonte

1
Audit
Inventaire, vitesse, accessibilité, mesure et formulaires du site actuel.

2
Construction
Arborescence, contenus, design, Odoo relié au CRM, plan de redirections.

3
Mise en ligne et suivi
Recette, bascule, Search Console et corrections pendant 90 jours.

Odoo 19 Functional Certification · Timothy Jacqmin
Certification n°**0001080063**, délivrée par Odoo S.A. le 03/04/2026.

Odoo 19 Functional Certification · Bryan Jacqmin
Certification n°**0001080044**, délivrée par Odoo S.A. le 03/04/2026. Nexuro est Partenaire Officiel Odoo et Cookiebot Certified Partner.

Demandez votre audit gratuit

Nous regardons avec vous votre site actuel : adresses à protéger, vitesse, accessibilité, consentement et formulaires. Vous repartez avec les priorités de votre cahier des charges. Timothy ou Bryan vous répond sous 24 h.

Demander mon audit gratuit — **nexuro-digital.com/audit-gratuit**

Votre projet de site sur Odoo : **nexuro-digital.com/creation-site-web-odoo**

Nexuro SRL · Rue des Bruyères 55, 1325 Chaumont-Gistoux, Belgique · TVA BE 0803.435.558 · www.nexuro-digital.com

SOURCES

Sources officielles

Faits vérifiés sur les sources ci-dessous au 26 novembre 2026. Les règles d'accessibilité et de consentement évoluent : vérifiez la date de chaque texte avant de décider, et faites valider votre situation par un juriste.

- **Google Search Central**, Site moves with URL changes, consulté le 26/11/2026. developers.google.com/search/docs/crawling-indexing/site-move-with-url-changes
- **Google Search Central**, Optimizing your website for generative AI features on Google Search, ajouté le 15/05/2026. developers.google.com/search/docs/fundamentals/ai-optimization-guide
- **Google Search Central**, journal des mises à jour de la documentation (résultat enrichi FAQ retiré le 07/05/2026, entrée du 08/05/2026). developers.google.com/search/updates
- **Google Search Central**, galerie des données structurées prises en charge. developers.google.com/search/docs/appearance/structured-data/search-gallery
- **Google Search Central Blog**, Generative AI performance reports in Search Console, 03/06/2026, note du 31/08/2026. developers.google.com/search/blog/2026/06/gen-ai-performance-reports
- **web.dev**, Web Vitals, mise à jour du 31/10/2024 ; pages LCP, INP, CLS. web.dev/articles/vitals
- **Google Analytics**, What's new in Google Analytics (13/05/2026, canal AI Assistant). support.google.com/analytics/answer/9164320
- **Commission européenne**, Your Europe, Accessibility requirements for services and products, vérifiée le 12/07/2026. europa.eu/youreurope/business/selling-in-eu/selling-goods-services/accessibility/
- **Union européenne**, directive (UE) 2019/882 du 17 avril 2019 relative aux exigences en matière d'accessibilité. eur-lex.europa.eu/eli/dir/2019/882/oj
- **Chambre des représentants de Belgique**, projet de loi doc 55 3433/001 du 13/07/2023 (transposition partielle de la directive 2019/882 dans le Code de droit économique). dekamer.be/FLWB/PDF/55/3433/55K3433001.pdf
- **DLA Piper**, Navigating the Belgian Accessibility Act, 29/01/2025 (presse juridique). dlapiper.com/insights/publications/2025/01/navigating-the-belgian-accessibility-act-what-should-financial-services-firms-know
- **W3C**, Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.2, Recommandation, 12/12/2024. w3.org/TR/WCAG22/
- **National Disability Authority** (Irlande), publication de l'EN 301 549 V4.1.1, 02/09/2026. nda.ie/news/en301549-published
- **APD**, Cookies. autoriteprotectiondonnees.be/citoyen/themes/internet/cookies
- **Google Ads**, Consent Mode et trafic de l'EEE. support.google.com/google-ads/answer/14625550
- **Odoo**, documentation 19.0, Website, Forms ; Upgrade. odoo.com/documentation/19.0/applications/websites/website/web_design/building_blocks/forms.html
- **Nexuro**, Migrer votre site web vers Odoo (25/11/2026) ; Création de site web Odoo. nexuro-digital.com/migration-site-web-vers-odoo

DROITS ET USAGE

© 2026 Nexuro SRL. Vous pouvez partager ce livre blanc dans son intégralité, en citant Nexuro. Google, Search Console, Google Analytics et Google Ads sont des marques de Google LLC. WordPress est une marque de la WordPress Foundation. Shopify, Wix et Cookiebot appartiennent à leurs propriétaires respectifs. Odoo est une marque d'Odoo S.A.