

MEMO

Création ou refonte de site

Se poser les bonnes questions avant de se lancer !

En complément de la présentation conduite lors de la pause, ce document vous propose **une trame** vous permettant **d'organiser votre réflexion** avant de vous lancer dans une création de site.

Que vous vous lanciez seul ou avec un professionnel **la formalisation de vos attentes** sur un document est primordiale pour la qualité de votre future site.

MOI / MA STRUCTURE / MON ACTIVITE

- Décrivez votre structure et votre activité de manière synthétique.
- Quels sont les différents services proposés ?
- Qui sont vos concurrents ? Quels sont leurs points forts et leurs points faibles ?
- Quelles sont vos spécificités ?
- Décrivez votre environnement. Quels sont les atouts de votre localisation ?

- Définissez des mots ou expressions clés (mots utilisés par les internautes pour faire une recherche) pertinents pour le référencement de votre site sur les moteurs de recherche.

MES OBJECTIFS / CE QUE JE SOUHAITE COMMUNIQUER VIA CE SITE

- Quelles sont mes cibles de clientèles ?
- Quels sont mes atouts par rapport à ces cibles ?
- Qu'est-ce que je souhaite communiquer à travers ce site ?
- Définissez vos objectifs principaux et complémentaires.



LES FONCTIONNALITES SOUHAITEES / LES CONTENUS

- Quelles sont les fonctionnalités souhaitées ?

Fonctionnalités	Principale	Annexe
<i>Décrire la structure</i>	<i>Oui</i>	
<i>Donner de l'information</i>		
<i>Créer une image / séduire</i>		
<i>Donner les disponibilités</i>		
<i>Réserver en ligne</i>		
<i>Faire un itinéraire / Situer</i>		
<i>Collectez des adresses emails</i>		
<i>Donner des actualités / fidéliser</i>		
<i>Proposer des offres spéciales / événements</i>		
<i>Partager sur les réseaux sociaux</i>		
<i>Gestion de plusieurs langues</i>		

- Quels types de contenus souhaitez-vous intégrer ?

Descriptif du contenu	Type	Disponibilités	Période de validité
	<i>Texte / images / vidéos / flux / widget...</i>	<i>Dispo / A produire</i>	<i>Stable, annuel, mensuel, hebdo...</i>
<i>Ex : descriptif chambre 1</i>	<i>Texte / photos</i>	<i>Dispo</i>	<i>Stable</i>
<i>Ex : Plan d'accès + itinéraire</i>	<i>Carte googlemaps</i>	<i>A produire</i>	<i>stable</i>

Si vous n'avez pas d'agence web :

Regroupez ensuite ces contenus en rubriques cohérentes et construisez l'arborescence de votre site Internet.

Imaginez ensuite les scénarios de navigation sur le site. Attention ! L'ergonomie (c'est-à-dire la facilité d'accès aux informations) est un élément essentiel pour qu'un site soit efficace.

Réalisez deux maquettes de page :

- Page d'accueil
- Page intérieure (modèle type pour toutes les pages intérieures)

Sur ces pages positionnez les éléments de contenu sous forme de bloc.

L'ASPECT VISUEL DU SITE

Si vous avez une charte graphique utilisez là pour votre site, elle sera garante de la cohérence de votre communication.

Si non, attention à la cohérence entre vos différents supports papiers et web.

Définissez pour votre site web une image de fond, une palette de couleurs, un format de police, le style des différents niveaux de titre...

Soyez cohérent, l'aspect visuel du site doit traduire l'identité de votre structure. Il ne doit pas être en incohérence non plus avec votre environnement.

La personnalisation d'un site Internet est un facteur important, pour autant ne sortez pas trop des sentiers battus, l'internaute est habitué à naviguer sur le web, un site trop original risquerait de le désorienter.

LES QUESTIONS ANNEXES

Nom de domaine

Choisissez un nom de domaine en vérifiant au préalable sa disponibilité avec les différentes extensions.

A cette occasion vous pouvez étudier le coût de mise en service d'une adresse email contenant le nom de domaine après l'arobase (exemple : contact@nomdemastructure.com).

C'est souvent un service compris dans l'achat du nom de domaine et fait partie des éléments rassurant pour l'internaute (c'est plus pro !).

L'hébergement

Etudiez l'hébergement de votre site web. Les agences web ont forcément une solution d'hébergement à vous conseiller. Les logiciels de création de site proposent également des formules incluant l'achat du nom de domaine et l'hébergement.

Outil statistique

Ne négligez pas l'analyse de la fréquentation de votre site une fois en ligne. Les informations récupérées sont précieuses elles vous permettront de prendre les bonnes décisions pour le développement de votre site et de votre activité : combien de personnes visitent mon site ? Par quels biais arrivent-ils ? Quels mots clés sont saisis sur les moteurs de recherche ? Quelles pages sont les plus visitées ?...Assurez-vous de la mise à disposition de ces statistiques.

Le calendrier prévisionnel

Fixez-vous des objectifs dans le temps. Attention à bien anticiper la mise en ligne de votre site, il faudra forcément quelques mois pour qu'il « remonte » (= soit visible) sur les moteurs de recherche.

La question de la propriété des données

Suivant la solution choisie vérifiez bien la question de la propriété des données : votre site Internet vous appartient-il vraiment ? Que se passe-t-il si la société qui vous fournit la solution technique venait à disparaître ?

Les mentions légales

Pensez à les rédiger elles sont obligatoires sur un site Internet. Si vous proposez la vente en ligne prévoyez également d'insérer vos conditions générales de vente.

L'objectif est avant toute chose la protection des internautes en leur permettant d'identifier et de contacter les webmasters des sites visités.