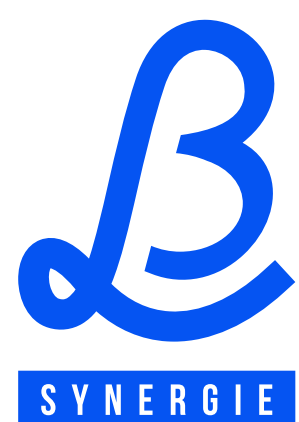




# Je souhaite refondre mon site web, que dois-je faire ? |



Stratégie  
Identité  
Digital  
Print  
Événementiel

**Agence conseil en communication cross-média |**  
5 rue Arthur Rimbaud | 37100 Tours

[in](#) [f](#) [t](#) [@](#) [p](#) | [letb-synergie.com](http://letb-synergie.com)

# Quelle est la méthodologie de travail à adopter ?

Produire un site web de qualité professionnelle nécessite la maîtrise de plusieurs étapes :  
rédaction du cahier des charges, gestion de projet, web design, développement...

Pour cette raison il est indispensable d'établir une méthode de travail. La méthode a pour but d'organiser et de mener à bien un projet du début à la fin. Il s'agit pour la personne en charge du projet, d'utiliser la méthode de travail définie et de conduire le projet en s'assurant que celui-ci est mené à bien dans les règles préalablement définies.

# Sommaire.

<b>01.</b> LES AVANTAGES D'UN BON POSITIONNEMENT	<b>P.4</b>
<b>02.</b> POURQUOI REFONDRE SON SITE ?	<b>P.6</b>
<b>03.</b> LES ÉTAPES À SUIVRE POUR LE BON DÉROULEMENT DE VOTRE PROJET	<b>P.10</b>
<b>04.</b> LES BONNES PRATIQUES	<b>P.23</b>
<b>05.</b> LE PLUS DE L'AGENCE	<b>P.36</b>
<b>06.</b> ANNEXES	<b>P.40</b>

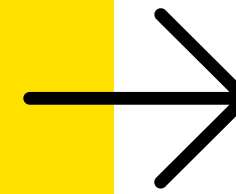
A person is standing next to a tent at night. The tent is illuminated from within, and the person is holding a flashlight. The background is a dark, starry sky. The overall scene is a night camping scene.

**01.**

# Les avantages d'un bon positionnement

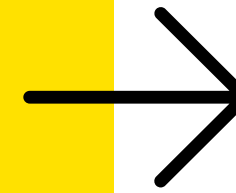
# Les avantages

## 1. ASSEOIR SA PRÉSENCE SUR INTERNET



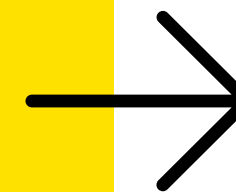
- Véhiculer une image moderne, dynamique et en phase avec son public
- Proposer une ergonomie et une structure pérenne pour le site
- Apporter des contenus multimédia et valoriser les services
- Rendre le site interactif et vivant pour créer une expérience utilisateur satisfaisante
- Renforcer le travail collaboratif par la simplicité de l'accès aux outils
- Adapter le site aux différents supports mobiles

## 2. RENDRE ACCESSIBLE LES INFORMATIONS ET LES SERVICES



- Favoriser et simplifier l'accès à l'information recherchée, visualiser et souscrire aux services, etc.
- Rendre le site accessible aux personnes en situation de handicap
- Faire connaître l'entreprise auprès de ses différentes cibles et accentuer le sentiment d'appartenance

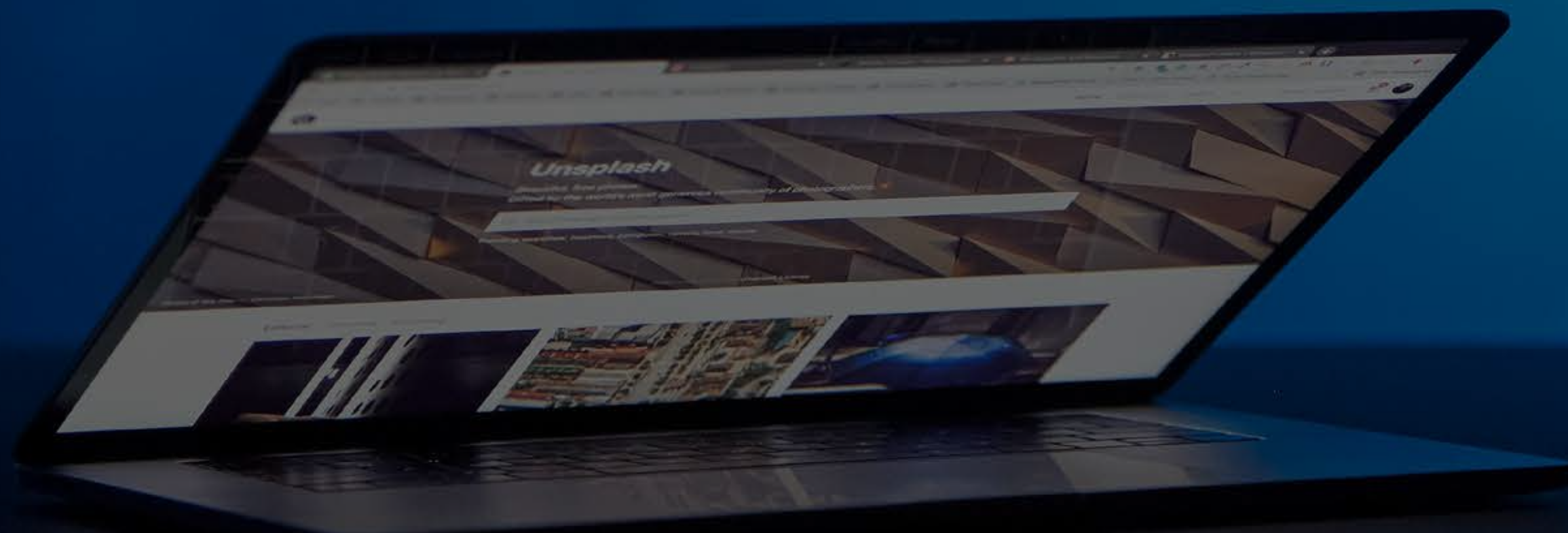
## 3. FACILITER LES ÉVOLUTIONS ET LES BESOINS

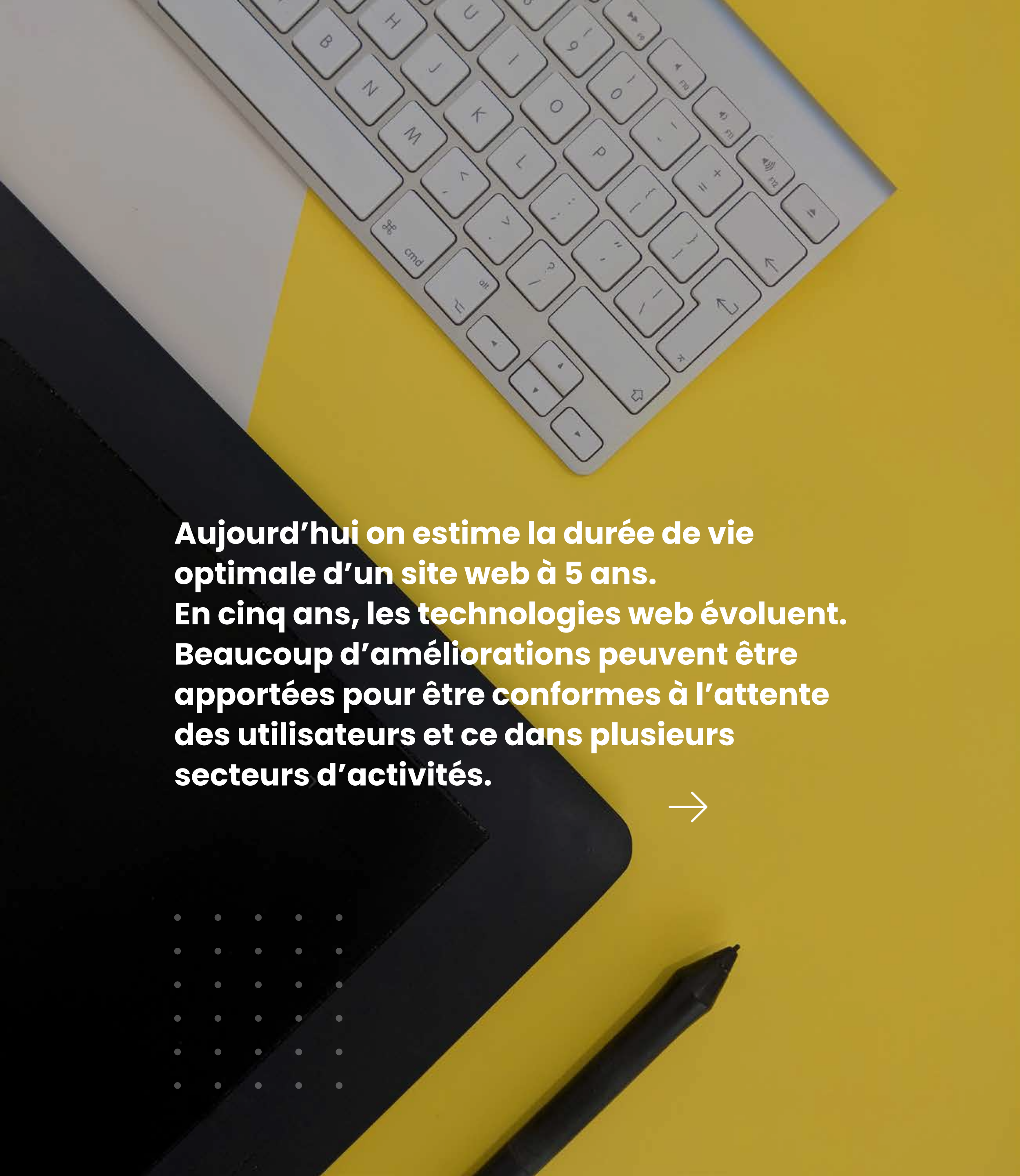


- Disposer d'une solution technique évolutive et intuitive
- Optimiser le référencement naturel pour plus de visibilité
- Faciliter la mise à jour et les performances du site
- Rendre autonome les équipes sur la gestion du site web et de ses composantes

**02.**

# Pourquoi refondre son site ?





**Aujourd'hui on estime la durée de vie optimale d'un site web à 5 ans. En cinq ans, les technologies web évoluent. Beaucoup d'améliorations peuvent être apportées pour être conformes à l'attente des utilisateurs et ce dans plusieurs secteurs d'activités.**



## A. Web design

D'un point de vue graphique, les tendances du webdesign ne sont plus les mêmes aujourd'hui qu'il y a plusieurs années. Entre la structure, les visuels, les textes, les choix des couleurs et la cohérence de l'iconographie, **beaucoup d'éléments ont évolué.**

La prise en compte de **l'expérience utilisateur et de l'interface est devenue primordiale** dans le développement d'un site web ou d'une application digitale. **Bien comprendre en amont le comportement et les attentes de ses futurs visiteurs** garantit une meilleure utilisation de votre site et une expérience utilisateur améliorée.

L'aspect graphique peut jouer sur la confiance que peut avoir l'internaute vis-à-vis de votre site web et donne de la crédibilité à vos propos. Un **site avec un design vieillissant peut être considéré comme abandonné et peu valorisant** pour votre entreprise/projet.

De plus, certains sites plus anciens ne sont pas adaptés aux différents supports. Il ne s'adapte pas en fonction de la taille de l'écran (mobile / tablette > Responsive\*). Aujourd'hui il est indispensable d'y prêter attention **puisque plus de 50% des utilisateurs naviguent sur mobile.** Une refonte apportera une meilleure expérience utilisateur et fidélisera vos internautes.

\*Voir page 29

```
1 del __init__(self):
2 self.file = None
3 self.fingerprints = set()
4 self.logdupes = True
5 self.debug = debug
6 self.logger = logging.getLogger(__name__)
7 if path:
8     self.file = open(os.path.join(path, 'fingerprint.log'), 'a')
9     self.file.seek(0)
10    self.fingerprints.update(self.fingerprints)
11
12 @classmethod
13 def from_settings(cls, settings):
14     debug = settings.getbool('DEBUG')
15     return cls(job_dir(settings), debug)
16
17 def request_seen(self, request):
18     fp = self.request_fingerprint(request)
19     if fp in self.fingerprints:
20         return True
21     self.fingerprints.add(fp)
22     if self.file:
23         self.file.write(fp + os.linesep)
24
25 def request_fingerprint(self, request):
26     return request_fingerprint(request)
```

## B. Technique

D'un point de vue technique, l'optimisation des pages est primordiale : si une page est longue à charger, cela amène généralement le visiteur à quitter le site, mécontent de son **expérience utilisateur**. Cela a un impact direct sur le référencement naturel. En effet, **les moteurs de recherches valorisent les sites rapides et optimisés**.

L'optimisation des pages se fait à différents niveaux, selon l'amélioration du poids des images ainsi que le choix du serveur sur lequel sera hébergé votre site. En réalisant une refonte complète de votre site web, celui-ci sera **optimisé afin de répondre aux exigences des moteurs de recherches** comme Google.

## C. Sécurité

Au niveau de la sécurité, il se peut que votre site internet ne possède pas de certificat SSL afin de bénéficier du protocole « HTTPS ». **Google valorise les sites sécurisés** par ce type de protocole. De plus, **il inspire confiance à l'internaute** surtout s'il s'agit d'un site e-commerce. Ce certificat électronique permet **le transfert d'information de façon plus sécurisé** (crypter) entre un serveur et le poste client, c'est-à-dire votre ordinateur.

Dans le cas où votre site a été réalisé à l'aide d'un CMS (comme WordPress ou Drupal), il faut penser à mettre à jour régulièrement le système et les Plugins. Un CMS non mis à jour peut présenter des risques de sécurité. Pour autant, partir d'une version qui a plusieurs années et la mettre à jour risque parfois de générer des dysfonctionnements à cause des compatibilités de version. D'où l'importance de réaliser des sauvegardes de votre site avant toute opération de ce type.



## D. Marketing

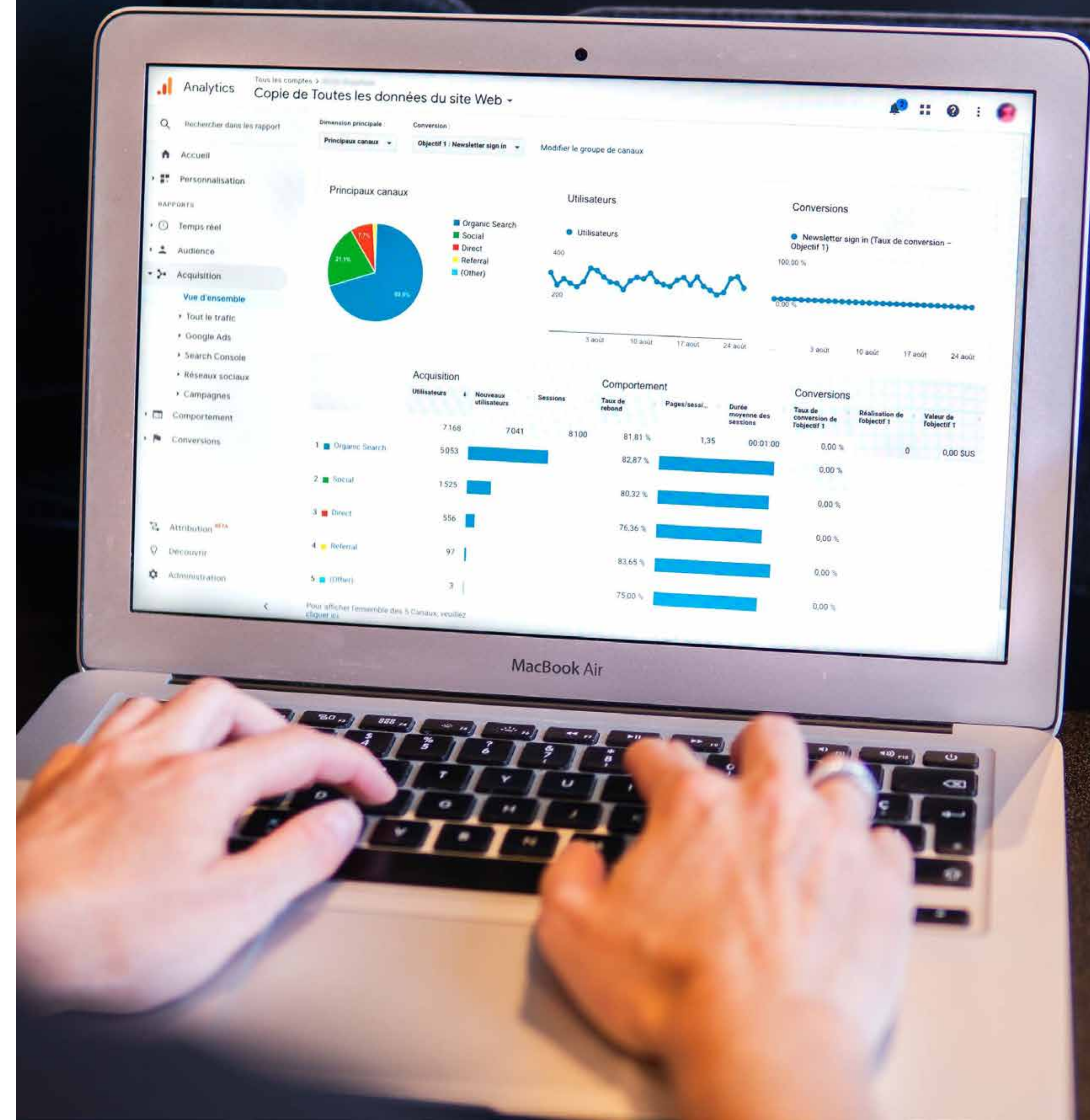
Concernant la stratégie marketing, si votre entreprise décide de se développer sur **un nouveau marché**, votre site devra être adapté en conséquence.

La mise en place d'une **bonne stratégie digitale est plus que nécessaire pour atteindre de nouveaux objectifs**. La refonte de vos outils numériques peut faire partie de cette stratégie.

## E. Référencement

Une refonte globale de votre site web permet de revoir et/ou de créer du nouveau contenu rédactionnel, d'optimiser les balises nécessaires à l'optimisation du référencement. Un site bien réalisé et bien géré, **génère beaucoup plus de visites et assure un accroissement** de son positionnement naturel sur les moteurs de recherche.

Pour conclure, la refonte de votre site web est une étape importante pour **valoriser l'image de marque de votre entreprise**. Le numérique est un canal extrêmement dynamique et agile qui se renouvelle sans cesse. **Vos utilisateurs sont par conséquent de plus en plus exigeants**. Ils attendent une expérience digitale à la **hauteur du service** ou du produit recherché !




**03.**

**Les étapes à suivre pour  
le bon déroulement de  
votre projet**

# Les principales étapes :

- Réalisation du client
- Réalisation de l'agence





# Étape 1 Le cahier des charges

■ Réalisation du client



## A. Qu'est-ce qu'un cahier des charges ?

Le cahier des charges (CDC) est un document référentiel, formalisant à la fois **les objectifs à atteindre** en intégrant toutes **les contraintes techniques, esthétiques et fonctionnelles de votre projet**. Il nous permet ainsi, au sein de l'agence, de mieux **appréhender votre besoin**.

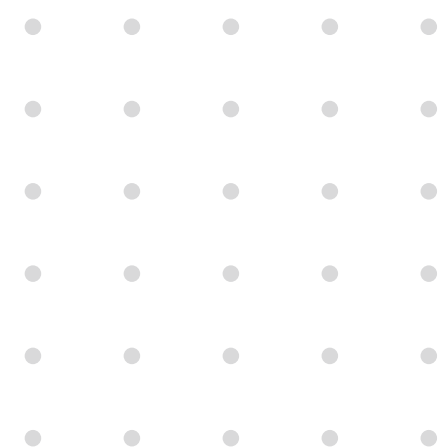
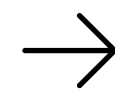
Véritable **outil de pilotage**, il s'agit d'un document essentiel pour la réussite de votre projet.

## B. Ce qu'on attend d'un cahier des charges

- Analyse du contexte
- Identification des cibles
- Objectifs
- Arborescence
- Choix du nom de domaine
- Hébergement
- Définition des fonctionnalités
- ...

# Les éléments clés du CDC

● Réalisation du client



## • ANALYSE DU CONTEXTE

Avant de proposer des solutions adaptées au projet, il convient d'analyser le contexte. S'agissant de projets dans le domaine de l'internet, une immense source d'informations est disponible en quelques clics. Mais celle-ci restera complémentaire par rapport au client qui connaît mieux que personne son secteur d'activité.

## • IDENTIFICATION DES CIBLES

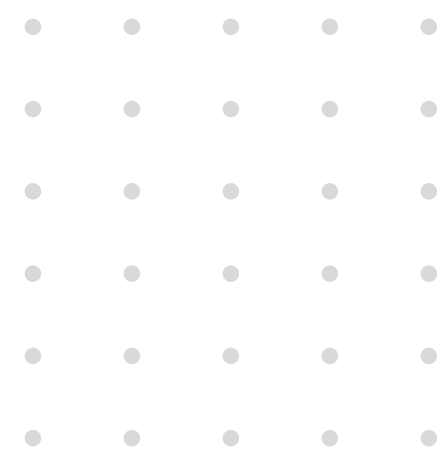
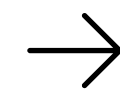
Il s'agit ici d'envisager le plus précisément possible **les futurs utilisateurs du site web**. Il est essentiel de savoir à quel public sera destiné le site web. Sans cette information, le projet a de fortes chances de ne pas aboutir au résultat attendu et de manquer sa cible.

## • OBJECTIFS

**Pourquoi souhaitez-vous réaliser un projet web ? Quel sont les objectifs du site internet à moyen et long termes et quelles sont les attentes du client ?** Toutes les réponses à ces questions dépendent évidemment du type de projet : e-commerce, site d'informations, etc. Les objectifs marketing une fois définis sont prioritaires pour la personne en charge de la conduite du projet et celui-ci doit impérativement les atteindre.

# Les éléments clés du CDC

● Réalisation du client



## • ARBORESCENCE

L'arborescence d'un site web est une **représentation de la structure et de l'organisation de l'information et des contenus sur un site web**. Elle débute de la page d'accueil et est généralement structurée en rubriques, sous rubriques et pages. La définition de l'arborescence suit la définition des contenus dans les étapes de la conception d'un site web. Cette définition est très importante, car elle conditionne les modes d'accès à l'information et la navigation sur le site web et donc son ergonomie.

## • CHOIX DU NOM DE DOMAINE

Tout comme il faut une adresse pour se rendre chez une personne, **il en faut une pour accéder à un site web**. Cette adresse, c'est le nom de domaine. Même si un internaute trouve votre site via un lien sur Google, ce lien est associé à votre domaine. Il s'agira d'une page particulière sur votre site web, comme la page d'accueil ou la boutique. **Un domaine se termine toujours par une extension (ou suffixe) - .com, .net, .gov, .org ou d'autres options parmi lesquelles choisir. Il est pertinent de choisir un nom de domaine simple et clair.**

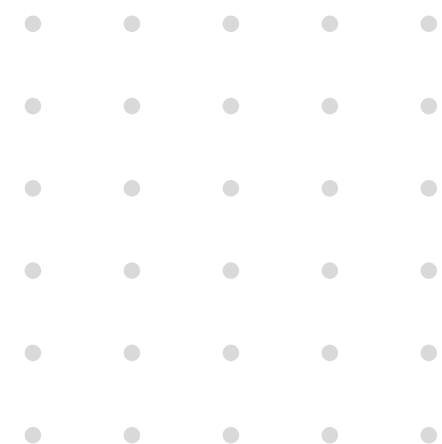
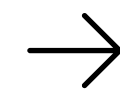
## • HÉBERGEMENT\*

Un hébergeur web est une entreprise qui met à disposition **un espace de stockage sur un serveur connecté** en permanence à Internet. C'est grâce à cela que votre site est accessible tout le temps et partout à travers le monde.

\*Voir page 38

# Les éléments clés du CDC

● Réalisation du client




## • DÉFINITION DES FONCTIONNALITÉS

**Il est possible de tout créer aujourd'hui sur internet. Néanmoins, certaines options sont plus importantes que d'autres.**

Cela peut être :

- Un formulaire de contact
- Une zone d'inscription à la newsletter
- Un blog
- Une fonctions de recherche
- Un chat
- Des boutons de partage sur les réseaux sociaux
- Une carte interactive (Google Map, Open Street Map...)
- Un accès Clients
- Le multilingue
- Une popup
- Une FAQ
- Un catalogue produit synchronisé à un ERP
- ...



# Étape 2 Analyse du besoin et préconisations

● Réalisation de l'agence



## A. L'analyse du besoin

L'analyse du besoin établit la **liste des objectifs à atteindre dans le respect du cahier des charges et fait le point sur les attentes** de manière à affiner le périmètre de votre projet. Il s'agit de le **contextualiser** et d'en **analyser les attentes** et d'en définir le cadre.

L'analyse des besoins sera orientée sur les choix techniques, fonctionnels et éditoriaux.

## B. Les orientations d'une analyse du besoin

- Analyse du marché et de son environnement
- Définir le projet de l'entreprise et les compétences nécessaires requises
- Identifiez les fonctionnalités pour y répondre
- Hiérarchisez les besoins et spécifiez les contraintes
- Choix de la technologie
- Mise en oeuvre de l'arborescence
- Création d'un retroplanning
- Définition du budget



# Étape 3

## Validation des objectifs et des fonctionnalités

■ Réalisation du client



### A. Échange et validation

**Échange** sur les différentes préconisations proposées par l'agence selon les besoins du clients, **validation de l'arborescence et des fonctionnalités**.

### B. Préparation et rédaction des contenus

À cette étape, il est nécessaire de réunir **l'ensemble de vos contenus rédactionnels et médias** (images, vidéos, pdf...) **que vous désirez mettre à disposition de vos visiteurs**.

La rédaction de contenu implique également la création de titres attrayants, de textes concis et pertinent. Cette phase est **essentielle** pour **optimiser votre référencement naturel** sur les moteurs de recherche.

En règle générale, le client s'engage à fournir un contenu prêt à être implémenté sur son site. L'agence est en mesure d'accompagner le client dans la rédaction et l'optimisation de ses contenus.



Étape 4

# Construction du design

● Réalisation de l'agence

## A. Design

**Une approche centrée sur l'étude du fond pour en traduire la forme est la base d'une réflexion qui permet d'identifier les enjeux et de définir les objectifs en lien avec les attentes des cibles définies dans le cahier des charges.**

Sur la base des fonctionnalités souhaitées et de l'identité graphique du client, l'agence réalise des maquettes fonctionnelles (**wireframes\***), puis graphiques.

## B. La procédure de l'agence

- Étude du marché, benchmark...
- Wireframes
- Maquettes graphiques
- Validation des maquettes

\*Voir page 31

## Étape 5

# Développement et intégration

● Réalisation de l'agence



### A. Développement du site

Une fois les maquettes validées, c'est au tour de l'équipe de développement **d'intégrer et de rendre interactives les maquettes graphiques** en utilisant des langages dédiés au web comme le HTML, le CSS et le JavaScript notamment.

Afin de permettre au client, d'éditer ses contenus textes et photos en toute autonomie, l'agence s'appuie sur des systèmes de gestion de contenus open source (CMS\*) tels que WordPress ou Drupal.

**Le développement peut prendre plus ou moins de temps suivant la complexité du projet et des développements spécifiques demandés.**

\*Voir page 28

# Étape 6

# Tests et validation

- Réalisation du client
- Réalisation de l'agence



## A. Tests

Les tests, réalisés à partir du serveur de développement sont probablement la partie la plus courante dans le processus.

La phase de test consiste à vérifier que **chaque élément interactif soit fonctionnel** (menu de navigation, liens internes et externes, formulaire de contact...).

Une fois le site **validé par les deux parties, le client donne sa validation et l'agence procède à la mise en ligne du site sur l'hébergement public.**

## B. L'entreprise et le client vérifient ensemble le fonctionnement du site, sur plusieurs aspects :

- Graphique (respect de la maquette)
- Textes (Orthographe)
- Fonctionnalités (Formulaires)
- Optimisations
- Référencement
- Adaptation sur mobile et tablette

# Étape 7

# Mise en ligne et formation

- Réalisation du client
- Réalisation de l'agence

## A. Mise en ligne

Le site est prêt à être mis en ligne. Ce sont les développeurs qui gèrent sa mise en production. L'opération consiste à déplacer les fichiers de l'espace de développement vers l'espace de production.

L'intervention **nécessite des compétences bien précises pour mener à bien la mission**. Une fois réalisée, le site est alors disponible à tous les internautes.

## B. La formation\*

L'agence est en mesure de former la personne ou l'équipe de travail qui sera en charge de la gestion des contenus (actualités, création de pages, intégration de médias...) et à l'utilisation du Site.

\*Voir page 37

# Étape 8

# Maintenance

● Réalisation de l'agence



## A. Application des mises à jour de sécurité

Mettre en place un contrat de maintenance applicative\* d'un site en ligne, ou d'une application, **c'est s'assurer de sa pérennité dans le temps.**

En effet les technologies utilisées nécessitent des mises à jour régulières permettant de garantir la sécurité de l'application et d'en optimiser son fonctionnement.

\*Voir page 39

**04.**

# Les bonnes pratiques

# La stratégie éditoriale optimale

**Opter pour une stratégie éditoriale forte, qui favorise le ciblage de l'audience. On écrit en priorité pour un public qualifié, tout en tenant compte des recommandations des moteurs de recherche. C'est le qu'on appelle le SXO (Search eXperience Optimization).**

## CONSTRUIRE SA STRATÉGIE ÉDITORIALE

1. Audit et inventaire de l'existant
2. Définition de la ligne éditoriale : reflet de l'image de marque. Établir pour qui on écrit et définir le ton qui sera donné...
3. Organisation de la redéfinition et synthèse des contenus
4. Regroupement et croisement des contenus
5. Architecture de l'information, chaque contenu à sa place
6. Intégration des notions de référencement naturel dès la rédaction

## GÉRER LA DIFFUSION DES CONTENUS

**Une fois la stratégie de contenu définie, il est nécessaire de bâtir un plan média dont le principal objectif sera de préciser les quatre composantes clés d'une communication efficace :**

1. La sphère d'émission de l'information
2. Les relais de médiatisation et d'amplification de l'information
3. Les moyens de mobilisation et de participation des lecteurs et des différents acteurs contribuant à la vie du site
4. Les moyens de mesure de l'atteinte des cibles et des résultats obtenus (outils statistiques : Google Analytics, Matomo...)

Un schéma simple

DIFFUSER



ORGANISER



CRÉER



PENSER



# La rédaction des contenus web

## QUELQUES RÈGLES DE RÉDACTION



- Être un acteur proactif
- S'adresser directement à l'internaute : répondre à sa demande
- Structurer simplement la navigation sur chaque page de contenu, les informations clés toujours au début
- Adopter un style concis, avec des textes courts et aérés, avec plusieurs niveaux de lecture
- Personnaliser l'information en fonction des publics cibles
- Assurer une grande diversité dans les contenus pour enrichir chaque page (photos, vidéos, infographies...)
- Illustrer les articles, les reportages
- Se distinguer avec originalité
- Penser et soigner l'introduction des publications, point d'accroche des utilisateurs
- Bien travailler les titres pour susciter la curiosité et convaincre l'utilisateur
- Mettre en valeur les éléments différenciateurs des services et leurs bénéfices
- Identifier les différents freins et y apporter des solutions
- Se conformer aux règles du référencement naturel en utilisant des mots clés pertinents
- Structurer simplement la navigation sur chaque page de contenu, en privilégiant les informations clés toujours au début

## POUR UNE LECTURE OPTIMISÉE



- Disposer d'une solution technique évolutive
- Optimiser le référencement naturel pour plus de visibilité
- Faciliter la mise à jour et les performances du site
- Prendre en compte les préconisations du RGAA (Référentiel Général d'Amélioration de l'Accessibilité)

# Accessibilité →



**Dans une société en constante évolution, améliorer et rendre accessible son site web est devenu une priorité. Pour rappel, l'accessibilité numérique consiste à rendre les services de communication en ligne accessibles aux personnes en situation de handicap.**

## Ces contenus doivent être :

- 1. PERCEPTIBLES** : faciliter la perception visuelle et auditive du contenu par l'utilisateur, proposer des équivalents textuels à tout contenu non textuel, créer un contenu qui puisse être présenté de différentes manières sans perte d'information ni de structure (par exemple avec une mise en page simplifiée)
- 2. UTILISABLES** : fournir à l'utilisateur des éléments d'orientation pour naviguer et trouver le contenu, rendre toutes les fonctionnalités accessibles au clavier, laisser à l'utilisateur suffisamment de temps pour lire et utiliser le contenu, ne pas concevoir de contenu susceptible de provoquer des crises d'épilepsie
- 3. COMPRÉHENSIBLES** : faire en sorte que les pages fonctionnent de manière prévisible, aider l'utilisateur à corriger les erreurs de saisie
- 4. ROBUSTES** : optimiser la compatibilité avec les utilisations actuelles et futures, y compris avec les technologies d'assistance.

Pour rendre un site web 100 % accessible, de multiples facteurs sont à prendre en considération. Chaque détail compte aussi bien en termes d'éditorial que de design ou d'ergonomie. Une accessibilité travaillée selon le type de handicap.

Voici quelques recommandations pour que votre site web soit accessible aux internautes concernés par les différentes formes de handicap :

### Handicap visuel ou auditif

- > Vérifier que les titres décrivent précisément les pages
- > Vérifier que les balises title et ALT soient bien renseignées
- > Prévoir des sous-titrage des vidéos, un élément indispensable pour une meilleure accessibilité de vos contenus
- > Le texte doit avoir un contraste élevé

### Handicap moteur

- > Rendre votre site navigable et consultable sans souris
- > Créer des boutons d'action plus gros
- > Proposer des raccourcis ou des éléments pré-remplissables (ex CP ou nom/prénom)

### Les personnes en situation de dyslexie

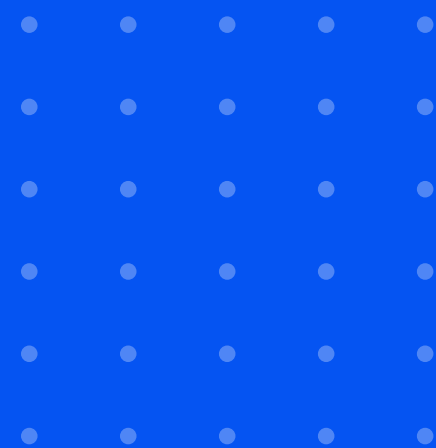
- > Éviter les trop grand pavés de texte, l'italique et les capitales
- > Favoriser les contenus concis, clairs et simples, les textes ferrés à gauche, etc.

### Pour le spectre autistique

- > Utiliser des phrases simples et des listes à puces
- > Faire des boutons descriptifs de type "joindre des fichiers"

# RGAA

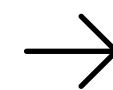
## Référentiel Général d'Amélioration de l'Accessibilité



**Le RGAA (Référentiel Général d'Amélioration de l'Accessibilité) permet aux concepteurs de sites web de se mettre en conformité aux obligations légales du décret de juillet 2019 et à la directive européenne de 2016.**

**L'objectif est de rendre les ressources numériques accessibles au plus grand nombre.**

# Le choix du CMS



## Comparatif des CMS sélectionnés par notre agence :

### WORDPRESS et DRUPAL

Chacune de ces deux solutions de CMS Open Source dispose de prédispositions naturelles plus ou moins proches. Toutefois, c'est lors des besoins spécifiques qu'ils peuvent se démarquer.

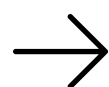
Nos développeurs auront plus facilement tendance à vous orienter sur DRUPAL dans le cas de projets complexes : pour la réalisation d'un site web à fort contenu rédactionnel ou d'un dashboard interne.

Alors qu'ils vous proposeront WORDPRESS pour un site de type blog ou e-commerce.

Pour des sites communautaires, institutionnels, réseaux sociaux, marketing, l'un ou l'autre est un bon choix.

WORDPRESS est réputé non-sécurisé, mais il est surtout victime de sa popularité, les pirates privilégiant les cibles répandues aux cibles confidentielles. Alors que pour Drupal la sécurité est un des principaux points forts.

# Le Responsive



## Un site web adapté au format mobile et tablette.

### LA VERSION MOBILE DEVRA ÊTRE PARTICULIÈREMENT ÉTUDIÉE ET BIEN CONÇUE DANS LA MESURE OÙ :

1. L'audience mobile tend à dépasser celle du web classique,
2. Le site ayant vocation à promouvoir les offres produits et les services, l'accès à l'information doit être facile, rapide, et bien restituée en mobilité car les besoins peuvent apparaître à tout moment et en tout lieu.

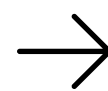
Proposer une expérience sur mobile de qualité à vos utilisateurs est devenu indispensable.

L'interface du site sera responsive. L'affichage du contenu s'adaptera en fonction de la résolution de l'appareil sur lequel le site est consulté.

### PENSER « PETIT ÉCRAN » ET « NAVIGATION TACTILE » C'EST :

- Designer le produit digital en mode Mobile First
- Une ergonomie et une navigation optimisées
- Un site léger et rapide (optimisation du poids des images, etc.)
- Des contenus très lisibles

# Le A/B Testing



**L'A/B testing pour le web permet de comparer une version A et une version B d'une page web. Après quoi, les résultats sont analysés en fonction des objectifs préalablement définis : clics, achats, abonnements...**

## **QU'EST-CE QUE L'A/B TESTING ?**

L'A/B testing consiste à comparer deux versions d'une page web ou d'une application afin de vérifier laquelle est la plus performante. Ces variations, dénommées A et B, sont présentées de manière aléatoire aux utilisateurs. Une partie d'entre eux sera alors dirigée vers la première version tandis que l'autre sera affectée à la seconde.

## **QUELS ÉLÉMENTS TESTER SUR SON SITE WEB ?**

- > Intitulés et titres
- > Call to action
- > Boutons
- > Images
- > Structure de pages
- > Navigation

## **COMMENT METTRE EN PLACE UN TEST A/B ?**

- > Prioriser les tests à mener
- > Mettre en place les tests
- > Analyser les résultats des tests (Objectifs primaires et secondaires)
- > Implémenter les versions gagnantes

# Les Wireframes

A close-up photograph of a person's hand wearing a dark sleeve, using a black stylus to draw a wireframe on a light-colored tablet. The wireframe consists of several rectangular boxes connected by lines, representing a user interface layout. The text 'Les Wireframes' is overlaid in large white letters on the left side of the image.

## A. Qu'est-ce qu'un wireframe ?

Un wireframe est une maquette permettant de poser l'architecture d'interfaces web, mails, applications mobiles...

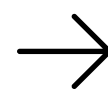
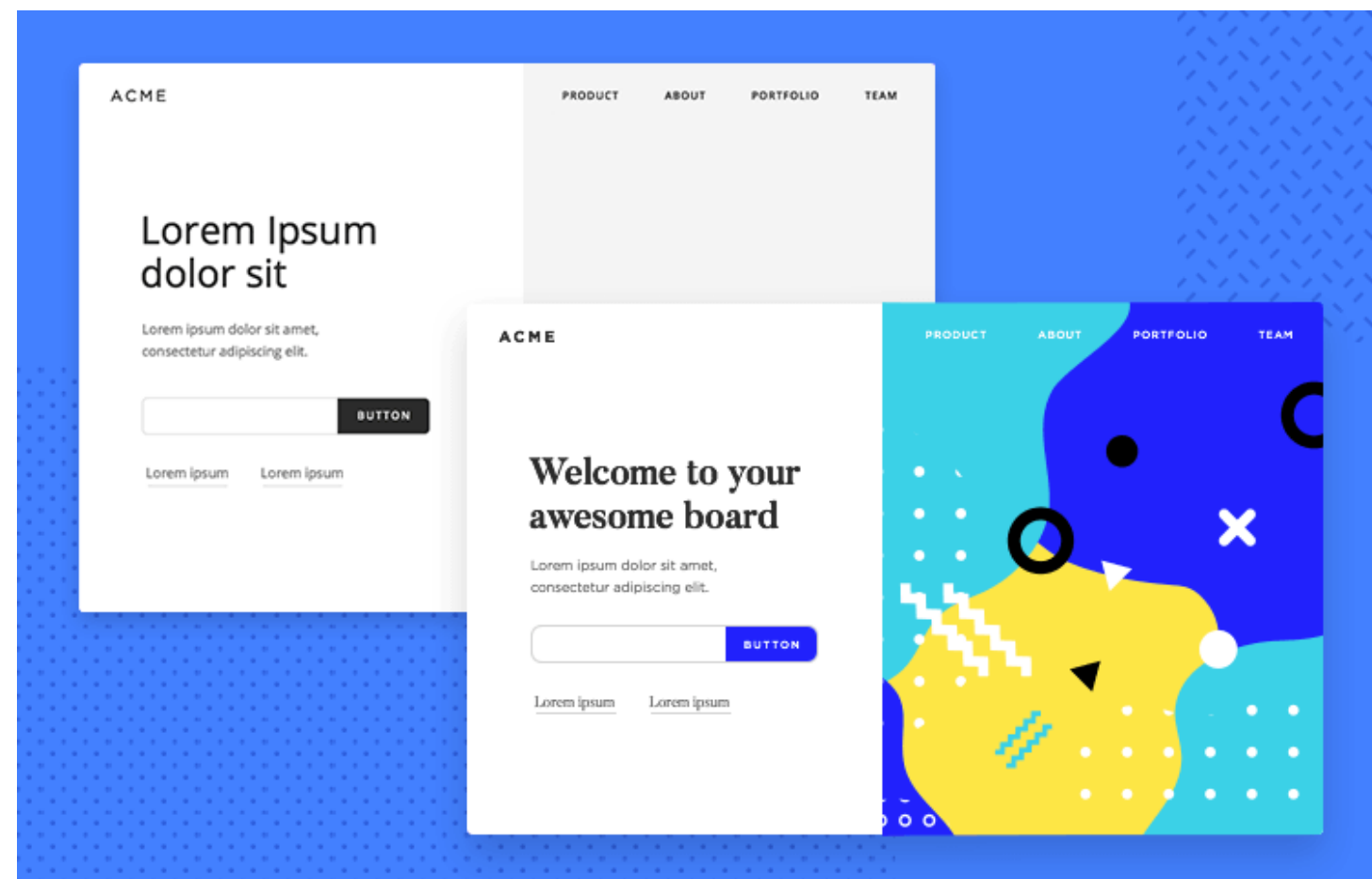
Un wireframe permet de poser vos idées, de les partager et ce qui au final vous fera gagner un temps précieux par la suite lors de la phase de production du site.

Il a pour but de se soustraire au design et de réfléchir à la manière dont l'information doit être organisée, hiérarchisée.

La question importante à se poser lors de votre projet web est la suivante :  
Comment les utilisateurs doivent et vont interagir avec ces interfaces ?

**Ne négligez en aucun cas l'importance des wireframes.**

# Les Wireframes



## B. L'intérêt des wireframes

**Les wireframes répondent à des spécifications définies en amont pour un projet donné. Leurs conceptions s'inscrivent au début du processus de réalisation d'un projet web :**

Il est important de comprendre la nécessité de ce dernier pour communiquer les intérêts respectifs en interne, entre les différentes équipes impliquées.

Un wireframe permet d'éliminer un grand nombre d'erreurs et se place au début du processus de réalisation des nouvelles interfaces.

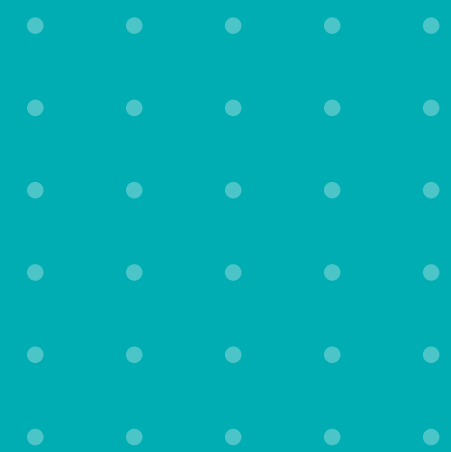
La réalisation de maquettes wireframe permet de :

- Visualiser les interfaces et donc de concrétiser les spécifications d'un projet.
- Clarifier les idées, il est toujours plus aisé de présenter une idée avec un dessin plutôt qu'avec de longues phrases.
- Se poser les questions sur la facilité à utiliser les interfaces. Un client ne doit pas apprendre une interface pour pouvoir compléter un formulaire ou acheter un produit. Si les clients se posent des questions en utilisant votre site, votre taux de conversion va malheureusement diminuer à coup sûr. L'optimisation pour le référencement naturel (SEO), l'optimisation pour améliorer la transformation de vos prospects/clients (CRO) et l'optimisation de l'expérience utilisateur (UX) sont nos trois chevaux de bataille pour réaliser les maquettes. Le problème lors de la conception, c'est qu'il est parfois difficile de satisfaire les trois à la fois.

Le fait de travailler et re-travailler le sujet à l'aide de wireframes sera un atout indéniable une fois les maquettes transformées en vrai design.



# Design



**Le graphisme est la première chose que découvrent les internautes. Un site attrayant visuellement aura plus de chance d'être visité.**

**Un site soigné graphiquement met en valeur l'ergonomie.**

L'identité visuelle doit traduire les valeurs que l'entreprise souhaite véhiculer.

**Une image dynamique s'illustre par :**

- Un design pérenne
- Un univers moderne à la fois épuré et dynamique
- Une ergonomie et un design qui permet de faciliter l'accès à l'information
- Une large place laissée aux photos, vidéos
- Des blocs textes brefs et synthétiques
- L'aspect humain privilégié

**> Esthétisme**

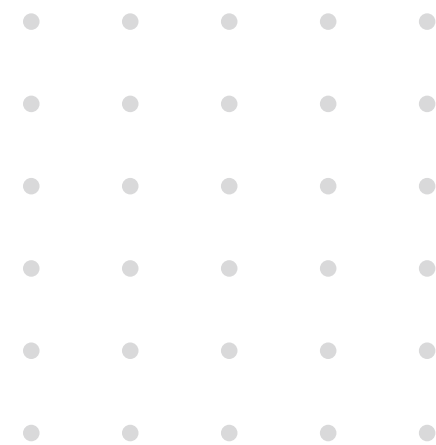
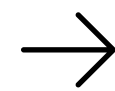
**> Surprise**

**> Image de marque**

**> Dynamisme**

**> Séduction**

# L'ergonomie



**Un site ergonomique conduit le visiteur le plus simplement et le plus rapidement vers l'information recherchée.**

## **UNE NAVIGATION CLAIRE ET INTUITIVE, DES CONTENUS RICHES :**

- Une organisation des contenus compréhensible dès le premier coup d'œil
- Une hiérarchisation des contenus claire et intuitive
- Des contenus synthétiques, riches et pertinents
- Un accès rapide aux contenus recherchés (articles/agenda/informations utiles...)
- Des contenus organisés selon les attentes / besoins des cibles
- Des informations mises à jour de façon régulière

L'ergonomie permet de :

- > Améliorer et optimiser le parcours et l'expérience utilisateur
- > Donner envie à l'utilisateur de rester sur le site et de le fidéliser

Ainsi il est prévu de s'inspirer de ce qui a déjà été étudié et éprouvé au travers les sites référents et qui remplit les objectifs d'information, de mise à disposition de service et répond aux attentes des utilisateurs.

# La stratégie web pour le lancement et la réussite de votre site web :

**Si les technologies digitales ont envahi et amélioré notre quotidien, les outils doivent s'inscrire nécessairement dans la stratégie globale de communication.**

## **ÉLABORER UNE STRATÉGIE GLOBALE DE COMMUNICATION**

1. En interne, faire en sorte que les nouveaux outils soient intégrés et bien appréhendés afin que chacun devienne prescripteur des actions menées par l'entreprise et ses partenaires.
2. Organiser une opération de communication interne et externe dédiée au lancement du site web

## **GÉNÉRER DU TRAFIC SUR LE SITE INTERNET**

**Pour attirer plus de visiteurs qualifiés au moment opportun il vous faut rendre visible votre site**

1. Par le référencement naturel ou via des liens sponsorisés :
  - SEO\* (Search Engine Optimization), référencement naturel optimisé
  - SEA\* (Search Engine Advertising), des campagnes payantes de type Adwords
  - Par votre présence sur les réseaux sociaux, SMO
2. Par des campagnes marketing offline et online :
  - Présence offline sur le terrain, avec des documents de prospection en accord avec l'identité et le design du site web
  - Via des actions webmarketing et marketing viral
  - business des Réseaux sociaux
  - Display, epub, achat d'espaces
  - Emailing
  - Relation presse au niveau local et auprès des partenaires valorisant les services auprès des cibles

The background is a complex marbled pattern. The left side features swirling shades of teal and dark blue, while the right side transitions into deep reds and browns. The overall effect is organic and textured, resembling liquid paint or stone.

**05.**

**Le plus de  
l'agence**



# Comment gérer mon site ?

## La formation

Dans le but de vous rendre **autonome sur la gestion des contenus de votre site web**, de vos besoins d'évolution ou de modification, nous proposons dans toutes nos solutions digitales **la formation de vos équipes**.

Cette session de formation au CMS vous permet de gérer et de mettre à jour votre site web. Elle sera réalisée par un collaborateur de l'agence pour 2 à 4 personnes de votre équipe. Idéalement administrée aux personnes qui seront en charge de la gestion du site, cette formation peut-être complétée par un **guide d'utilisation personnalisé**, un mode d'emploi remis en version papier et numérique.

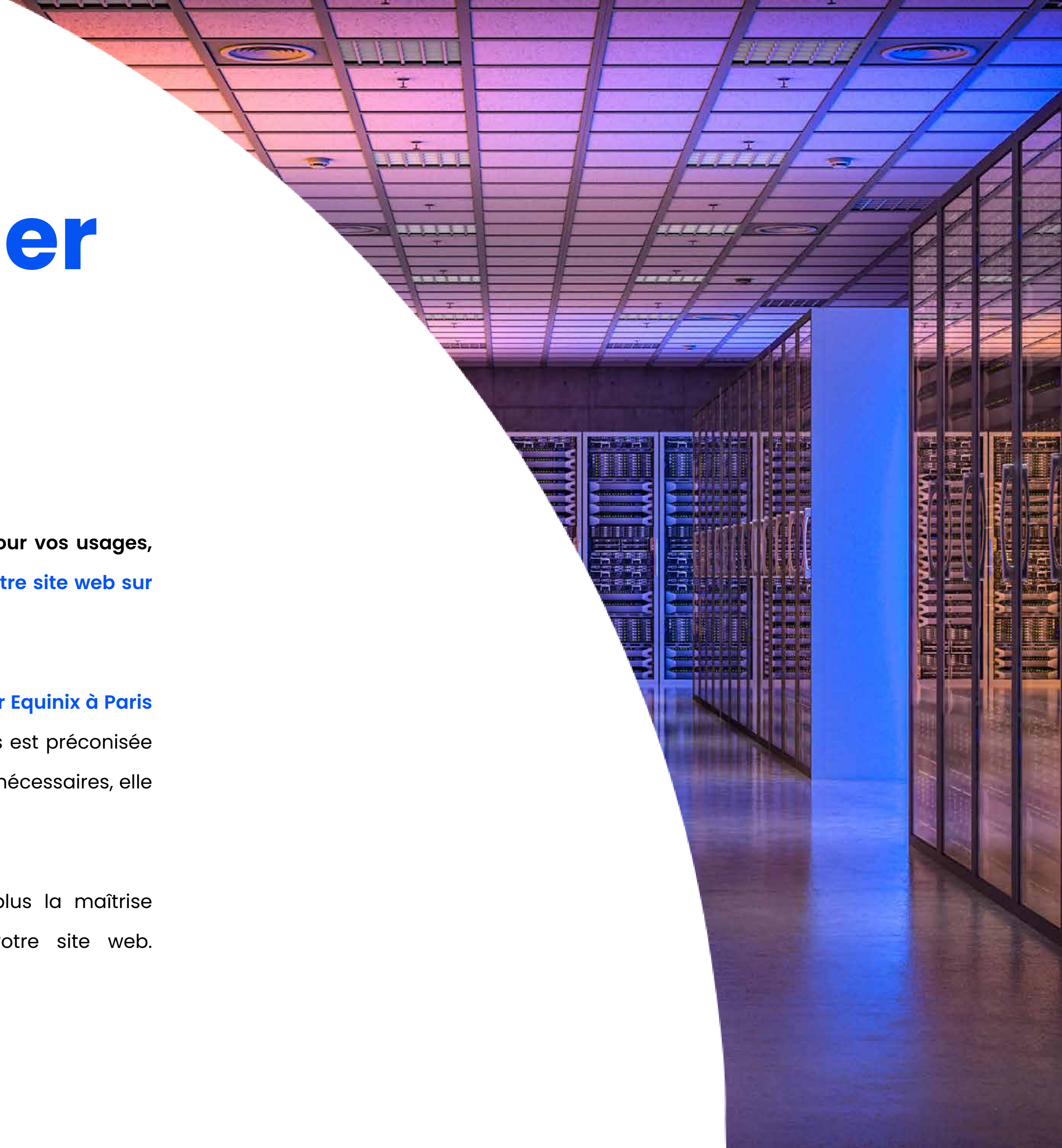
# Comment héberger mon site ?

## Les serveurs

Afin de garantir une bande passante optimum, une disponibilité dimensionnée pour vos usages, nous vous proposons la mise en place d'un hébergement professionnel dédié à votre site web sur nos serveurs, propriétés de L&B SYNERGIE.

L'hébergement sera assuré sur l'un de nos propres serveurs hébergé en Data-Center Equinix à Paris Saint-Denis et garantissant toute la protection de vos données. Cette solution vous est préconisée pour plus de sécurité quant la disponibilité des flux d'informations et des ressources nécessaires, elle permet également plus de réactivité dans le cadre du contrôle et de la maintenance.

Enfin nous restons vos interlocuteurs privilégiés et nous conservons d'autant plus la maîtrise opérationnelle si vous souhaitez faire évoluer des points techniques sur votre site web. Le descriptif technique et précis de nos serveurs sera disponible sur simple demande.



# Comment gérer les mises à jour ?

## La maintenance

La tierce maintenance applicative (notée TMA) consiste à externaliser la maintenance des applications, c'est-à-dire confier tout ou une partie de la maintenance des applications à un prestataire informatique tiers contre rémunération en définissant des niveaux de disponibilité, de délais et de qualité.

**La conception des projets informatiques fait généralement partie du coeur de métier des entreprises, il est donc difficile de confier ce type d'activité à un tiers. En revanche, la maintenance des applications du parc informatique peuvent l'être, d'autant plus que :**

- Cela permet d'en maîtriser le coût
- Cela permet d'améliorer la satisfaction interne, dans la mesure où le prestataire de service possède les compétences nécessaires et qu'il est en mesure de respecter des délais de réalisation
- La complexité et l'hétérogénéité des systèmes informatiques rendent difficile la maintenance des applications
- Ce genre d'activité est très peu stimulante pour les équipes internes

### **Système de tickets de TMA :**

Nous avons dimensionné un service à géométrie variable selon le type d'intervention. Le fait que nous soyons joignables étant distinct de notre disponibilité, nous vous proposons un système de tickets avec un barème basé sur la durée de l'intervention, le niveau de qualification de l'intervenant ainsi que l'urgence de cette intervention.

**06.**

**Annexes**



# Les différents types de site web

## Quels sont les différents types de sites web ?

Nous allons préciser dans cette partie les types de sites web et de technologies que vous pouvez rencontrer, ainsi que les étapes de création d'un site web.



### • SITE WEB VITRINE

Le site web vitrine est le site **le plus simple** qui puisse exister, permettant d'avoir une présentation d'une activité, quelques photos, les coordonnées et une page de contact. Cela permet à l'entreprise ou l'association d'avoir une **présence personnalisée sur internet**.

### • SITE E-COMMERCE

Un site e-commerce permet de **réaliser des transactions d'argent en ligne** via un **système sécurisé**, que ce soit pour des produits ou des services. Aussi appelé site marchand, il existe de nombreuses variantes de ce type de site. L'intégration d'un CRM ou d'un système cross canal avec une boutique physique est par exemple envisageable.

### • SITE MOBILE

Le site mobile permet **d'optimiser l'ergonomie d'un site existant sur petit support** (portable). Contrairement au site responsive, qui s'adapte automatiquement suivant l'écran, le site mobile est pensé autrement pour favoriser la navigation sur de petits écrans.

### • MINI-SITE

Les mini-sites sont des **sites éphémères**, permettant de **présenter un évènement spécifique ou promotionnel** (évènement sportif, conférences, salons). On y retrouve des informations-clés. Ce sont généralement des sites n'ayant qu'une page.

# Les différents types de site web



## • SITE COMMUNAUTAIRE

Les exemples les plus connus sont **les réseaux sociaux du type Facebook, Twitter, LinkedIn, etc.** Ils permettent une **interaction entre membres** via des pages personnelles ou d'organisation, privée ou publique.

## • SITE INSTITUTIONNEL

Site permettant aux organismes publics, ou de grand groupe **de communiquer au plus grand nombre, et d'améliorer leur réputation sur le web.**

## • BLOG

Souvent utilisé par les particuliers ou les petits créateurs, **le blog permet de partager ses expériences, des actualités, de l'analyse ou des créations,** via des billets, des pages rédigées comme dans un livre. Ce type de site est très bon pour le référencement, car il apporte beaucoup de contenus et régulièrement.

## • FORUM

Le forum permet à des personnes de **communiquer facilement entre elles,** le plus souvent par des questions posées sur le forum. Le forum, comme le blog, est très bon pour le référencement, mais aussi complexe à modérer du fait du nombre de messages postés, et de la communauté à surveiller.

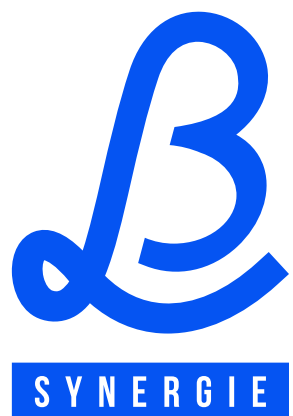
# L&B SYNERGIE

## vous accompagne

Pour répondre à chacune des étapes avec professionnalisme et efficacité, l'équipe de **L&B SYNERGIE** est composée de professionnels passionnés, formés aux exigences de la communication visuelle print et digitale, prêt à vous accompagner.



# COMMUNIQUER C'EST METTRE EN CO UN.



Stratégie  
Identité  
Digital  
Print  
Événementiel

**Agence conseil en communication cross-média |**  
5 rue Arthur Rimbaud | 37100 Tours

in f    | [letb-synergie.com](http://letb-synergie.com)