Petit guide de conception

Les phases de développement d'un site professionnel web

Danielle Violette Gagnon

Modimo

ISBN 978-2-9811504-0-0

Copyright © Modimo.ca 2009

Petit guide de conception web

Justification de tirage
Petit guide de conception web
Collection Web Mode d'emploi
1e éd., 17 pages
Copyright © Modimo 2009

Publié par Modimo
Recherche et rédaction : Danielle Violette Gagnon
Graphisme et mise en page : Danielle Violette Gagnon
Copyright © Modimo 2009
ISBN 978-2-9811504-0-0

Modimo
735, rue Saint-Joseph Est
1e étage
Québec (Québec) G1K 3C6

Petit guide de conception web

Les phases de développement d'un site web

Collection *Web mode d'emploi* • 1

Danielle Violette Gagnon

Modimo

3 Table

Introduction

Phase I - Prise de mandat
Enjeu : évaluation des besoins
Phase II – Analyse
Enjeu : positionnement concurrentiel
Phase III – Planification
Enjeu : cahier de charges

Phase VI – Architecture
Enjeu : entonnoir de conversion
Phase V – Référencement
Enjeu : visibilité
Phase VI – Conception
Enjeu : habillage graphique et habillage textuel
Phase VII – Réalisation
Enjeu : matérialisation

Phase VIII – Déploiement
Enjeu : indexation
Phase IX – Maintenance
Enjeu : actualisation du site
Conclusion
Lexique

4 Introduction

Ce petit guide a été rédigé à l'intention des promoteurs de sites Internet. Il présente les neuf phases du processus de développement d'un site web. Ce découpage arbitraire est particulièrement bien adapté aux compétences et habiletés du chargé de projet aussi bien que du rédacteur web.

Le développement d'un site Internet est un processus qui nécessite l'apport de plusieurs experts tout au long de son élaboration. Un minimum de trois spécialistes participent à la conception d'un site web professionnel : rédacteur web, concepteur graphique et *intégrateur*. Mais plus un site est complexe, plus d'experts y contribuent : programmeur, architecte technique, architecte fonctionnel, architecte d'information, ergonome, intégrateur, analyse en marketing, référenceur, animateur flash, etc.

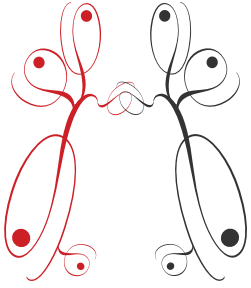
Dans tous les cas, un chargé de projet coordonne les neuf phases de développement du projet. Le rôle du chargé de projet est souvent endossé par des rédacteurs web que leur formation prépare à la cueillette, à l'analyse, à la *hiérarchisation* de l'information et ultérieurement à la rédaction de contenus textuels. La connaissance précise des objectifs du site, des clientèles cibles et de l'*entonnoir de conversion* des utilisateurs en clients permet d'évaluer l'ampleur de l'architecture d'information du site et d'en orchestrer les phases de développement.

À la lecture de ce petit guide, vous conviendrez de l'importance cruciale de l'analyse des contenus informatifs dans le développement d'un site Internet. Que vous assumiez le rôle de chargé de projet, ou, que vous préfériez en confier la charge à un rédacteur web, vous comprendrez les enjeux de chacune des phases de son développement.

ISBN 978-2-9811504-0-0
Copyright © Modimo.ca 2009

5 Phase I - Prise de mandat

Enjeu : évaluation des besoins



La prise de mandat s'effectue à la rencontre initiale avec le promoteur.

La rencontre initiale permet d'établir le contact avec le client et de s'assurer de sa collaboration tout au long du processus de développement de son site. La rencontre initiale sert aussi à obtenir le maximum de renseignements sur les objectifs du projet web et sur les *utilisateurs* ciblés.

Les renseignements recueillis correspondent à la prise de mandat. Ils servent à rédiger le cahier de charges qui décrit les interventions et les tâches requises pour le développement du projet web. C'est donc dire l'importance de la précision et de l'abondance des informations récoltées lors de la rencontre initiale.

Au cours de la rencontre initiale, le chargé de projet recueille aussi les outils de communication et de marketing existants. Il applique un questionnaire pour obtenir le maximum de renseignements sur le produit ou le service, sur les objectifs du site et sur la concurrence. Si le projet le justifie et le budget le permet, le questionnaire peut s'étendre à des groupes de discussion composés de clients ou d'employés du service à la clientèle.

Le but de la rencontre initiale est de récolter les informations qui permettent de circonscrire l'ampleur du mandat et de rédiger un cahier de charges précis et fiable.

ISBN 978-2-9811504-0-0

Copyright © Modimo.ca 2009

6 Phase II - Analyse

Enjeu : positionnement concurrentiel

Les renseignements recueillis à la prise de mandat fournissent une partie des informations utiles à l'analyse des besoins du site, mais souvent une recherche complémentaire est fort utile pour en savoir plus sur les concurrents et sur les clientèles types.

L'analyse des renseignements initiaux combinée aux autres informations collectées permet de déterminer les stratégies à déployer pour atteindre les objectifs du site et pour démarquer le produit ou le service des offres concurrentes.

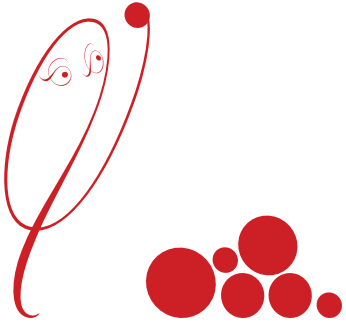
L'analyse de besoins a donc pour but de positionner l'identité de la marque dans un créneau concurrentiel en fixant les styles graphique et linguistique en fonction de la clientèle recherchée pour le produit ou le service.

ISBN 978-2-9811504-0-0

Copyright © Modimo.ca 2009

7 Phase III - Planification

Enjeu : cahier de charge



La phase de planification dans le processus de développement d'un site Internet repose sur l'analyse. La planification sert à constituer l'équipe d'experts qui contribuera à la réalisation des *composantes* du site, à placer les balises temporelles de réalisation, à estimer l'enveloppe budgétaire du projet et à rédiger le cahier de charge.

Le cahier de charge fixe l'ampleur du projet. Il décrit les composantes qui permettront au site d'atteindre ses objectifs. Il identifie et explique comment seront matérialisés les outils identifiés dans la phase d'analyse. Utile tout au long du processus de développement du site, le cahier de charge est le document de référence du projet. Le chargé de projet autant que l'équipe de conception s'y référeront constamment.

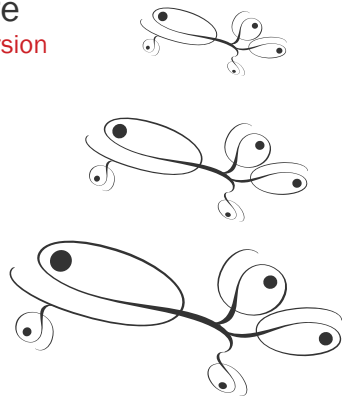
Le cahier de charge est soumis au client qui doit l'approuver et le signer.

ISBN 978-2-9811504-0-0

Copyright © Modimo.ca 2009

8 Phase IV - Architecture

Enjeu : entonnoir de conversion



La réalisation du projet commence réellement par l'architecture d'information ou l'*arborescence* des contenus textuels du site. L'architecture d'information détermine l'ampleur requise par le site Internet pour atteindre les objectifs identifiés précédemment. La hiérarchisation des informations combinées aux stratégies de conversion des utilisateurs en clients permet de fixer le nombre et le rôle des *pages écrans*. L'architecture d'information est une représentation graphique de l'*entonnoir de conversion* des visiteurs en clients.

La phase d'architecture consiste aussi à établir la structure des pages, c'est-à-dire à déterminer les boutons de navigation, les outils et les fonctionnalités qui influenceront positivement la conversion des visiteurs en clients.

Une fois que l'arborescence, le rôle de pages et les fonctionnalités sont déterminés, la structuration de l'architecture d'information permet d'ajuster, au besoin, les coûts liés à la conception du site.

L'architecture est la solution proposée en réponse à l'analyse stratégique établie à la phase II.

ISBN 978-2-9811504-0-0

Copyright © Modimo.ca 2009

9 Phase V - Référencement

Enjeu : visibilité

Choisis par les *utilisateurs*, insérés dans les contenus textuels des pages web et indexés par les moteurs de recherche, les mots clés constituent le plus précieux capital sur la Toile. La clientèle qui accède à un site par une recherche avec des *mots clés* est présélectionnée parce elle est en démarche active pour se prévaloir des offres disponibles.

La recension des mots employés par les utilisateurs à la recherche de produits ou services sert à constituer une liste de mots clés pertinents. Les mots clés sont ensuite répartis entre les pages web en fonction du rôle de la page dans la stratégie de conversion des visiteurs en clients. Certaines pages et certaines sections sont donc optimisées pour favoriser leur positionnement dans l'affichage des résultats de *requête*, alors que les pages de second plan sont soustraites de l'indexation des moteurs de recherche.

Les mots clés insérés dans les *balises* et les contenus textuels sont indexés par les moteurs de recherche. Inscrites dans le *code source* du site, les balises importantes pour l'indexation sont : *titre, description* et *mots clés.* Bien que volontairement toutes les pages ne soient pas indexées par les moteurs de recherche, le traitement normatif des balises de toutes les pages est requis pour satisfaire les normes du *web utilisateur*.

En complément, le *référencement* naturel inclut d'autres stratégies d'optimisation, dont la recherche de *liens entrants* et *sortants*, l'inscription du site à des *annuaires web*, et la soumission d'un *sitemap.*

ISBN 978-2-9811504-0-0

Copyright © Modimo.ca 2009

10 Phase VI - Conception

Enjeu : habillage graphique

La conception graphique fournit l'*interface* visuelle qui permettra à la clientèle cible de vivre l'expérience web proposée et au promoteur d'atteindre ses objectifs (informatifs, financiers, caritatifs, etc.). L'esthétique et la *convivialité* d'un site sont les premiers critères d'évaluation qui retiennent les utilisateurs sur un site, ou, qui les font fuir.

Le but de la conception graphique est d'envelopper visuellement les objectifs et les stratégies du site. La convivialité d'un site dépend largement de la qualité esthétique du graphisme et de la *réactivité* et de l'*interactivité* essentiellement visuelles de la *navigation* interne sur le site, c'est-à-dire les boutons et les liens hypertextuels.

Mais une enveloppe visuelle n'est utile que si elle est sous-tendue par les scénarios de conversion des visiteurs en clients (architecture d'information) déterminée à la phase III.

ISBN 978-2-9811504-0-0

Copyright © Modimo.ca 2009

11 Phase VI - Conception

Enjeu : habillage textuel

La rédaction est le principal agent de conversion des utilisateurs en clients. La scénarisation des argumentaires et des contenus s'élabore à partir de l'entonnoir de conversion établi à la phase III. La rédaction des contenus fournit les informations et les arguments essentiels à la conversion de visiteurs en clients.

Se basant sur les scénarios de conversion, la rédaction web consiste aussi à tracer les *chemins de lecture* qui permettent aux visiteurs de suivre la piste qui les amène à devenir clients. Au-delà de l'habillage visuel, la rédaction maintient le contact avec les utilisateurs, elle explique et argumente pour convaincre l'utilisateur qu'il a trouvé sur le site ce qu'il cherche, par des titres percutants et des textes persuasifs.

La liste de mots clés constituée à l'issue de la recherche des mots de référencement à la phase V fournit les mots clés à insérer dans les contenus textuels. L'insertion des mots clés a donc une forte incidence sur le niveau de langage à favoriser lors de la rédaction des contenus textuels.

L'insertion des mots clés dans les balises textuelles (les titres, les sous-titres et le corps de texte) est une séquence des opérations d'optimisation du référencement naturel. La densité des mots clés dans les contenus textuels de pages favorise le *positionnement* dans l'affichage des résultats de requêtes.

Attention, la visibilité et la *lisibilité* se font parfois concurrence. Les deux sont essentielles à la conversion des utilisateurs en clients, et il faut bien jouer avec mots clés pour atteindre un équilibre optimal entre la visibilité dans les pages de résultats et la lisibilité du contenu web par les visiteurs.

ISBN 978-2-9811504-0-0

Copyright © Modimo.ca 2009

12 Phase VII - Réalisation

Enjeu : matérialisation

La phase de réalisation a pour objectif de concrétiser les maquettes conçues lors de la phase précédente en y apportant les modifications demandées. Les *composantes* visuelles et techniques et le concept rédactionnel ont été approuvés tels quels par le client, ou les ajustements ont été apportés et approuvés à la fin de la phase précédente. Le travail de production se poursuit avec l'*intégrateur* et le programmeur et les autres experts si le projet le requiert (vidéaste, sonorisateur, animateur, photographe, etc.).

Chacun de son côté termine les composantes dont il est responsable. Tous les contenus et les fonctionnalités convergent vers le programmeur qui en fait l'intégration dans les pages et les structures du site. Des tests de *convivialité* de la navigation sont effectués avant la mise en ligne et les ajustements sont faits avant le déploiement.

ISBN 978-2-9811504-0-0

Copyright © Modimo.ca 2009

13 Phase VIII - Déploiement

Enjeu : indexation par les moteurs de recherche

Le *déploiement* consiste à installer un site sur sa plate-forme d'hébergement web et à inscrire le nom du domaine dans les annuaires pertinents.

Parallèlement à son déploiement, les dernières séquences d'optimisation du *référencement* se poursuivent. Pour favoriser la pénétration des moteurs de recherche dans toutes les pages du site, il faut inscrire le site aux principaux *annuaires* généraux et spécialisés et soumettre le *sitemap*.

ISBN 978-2-9811504-0-0

Copyright © Modimo.ca 2009

14 Phase IX - Maintenance

Enjeu : actualisation du site

La maintenance vise à assurer la pertinence, l'actualité et l'évolution du site web. Les mises à jour sur un site Internet sont essentielles pour susciter et maintenir l'intérêt de la clientèle cible et des *moteurs de recherche*.

Les utilisateurs remarquent la dernière date de mise à jour et analysent la pertinence du contenu en fonction de l'actualité. Ils cherchent à apprendre et à se renseigner, votre site doit répondre aux attentes des utilisateurs.

Les moteurs de recherche visitent régulièrement votre site; si aucune mise à jour n'a été réalisée entre les visites, les moteurs de recherche distancient leur prochaine visite et le site dégringole dans l'ordre d'affichage des résultats.

La maintenance est une activité de première importance après le déploiement de votre site. Un *système de gestion de contenu* permet d'ajouter et de supprimer des pages et d'apporter facilement des modifications aux contenus textuels et de changer les images.

ISBN 978-2-9811504-0-0

Copyright © Modimo.ca 2009

15 Conclusion

La conception d'un site Internet professionnel requiert l'expertise de plusieurs professionnels qui travaillent à la réalisation technique des différentes composantes. Malgré la participation de tous ces experts, la réalisation de votre place d'affaires sur la Toile nécessite que vous vous engagiez dans l'élaboration de votre projet. Dès le départ, vous aurez à fournir le plus de renseignements possibles aux personnes qui travailleront à son développement. Tout au long du processus, vous aurez à approuver des orientations, des stratégies, un budget, des maquettes, des accroches, etc.

Ce petit guide vous permet de comprendre les enjeux de chaque étape du processus de développement de votre projet de site Internet. Aussi, ce petit guide devrait vous permettre d'évaluer la pertinence de confier la charge de projet à une tierce personne qui fera le lien entre vous et l'équipe de production ou de gérer vous-même votre projet.

En confiant la charge de projet à un rédacteur web, vous vous assurez que toutes les étapes de votre projet seront supervisées par un professionnel du web qui parle le même langage que vous, mais qui communique facilement avec les autres experts du web.

Vous pouvez me joindre au *418 655-9949* ou *dgagnon@modimo.ca*.

Danielle Violette Gagnon
Rédactrice web

ISBN 978-2-9811504-0-0

Copyright © Modimo.ca 2009

16 Lexique

Annuaire web
est un répertoire d'adresses URL indexées quotidiennement par les moteurs de recherche. L'inscription d'une URL dans un annuaire accélère l'indexation d'un nouveau site. Il existe deux types d'annuaires web, les annuaires généraux et les annuaires spécialisés.

Arborescence
est une représentation graphique de l'organisation et de la hiérarchie des pages d'un site web.

Balises
sont des marqueurs de contenus inclus dans les contenus textuels et le code source des sites web. Les balises et sont indexées par les moteurs de recherche.

Chemin de lecture
permet la navigation hypertextuelle dans l'entonnoir de conversion des utilisateurs en clients.

Code source
est le langage de programmation qui anime les maquettes graphiques d'interactivité et de réactivité.

Composante
est un élément fonctionnel, technique, visuel, sonore ou textuel du site.

Convivialité
caractérise un site dont la navigation est intuitive et facile d'appropriation.

Déploiement
consiste à installer un site sur sa plate-forme d'hébergement web et à inscrire le nom du domaine dans les annuaires pertinents.

Entonnoir de conversion
consiste à disposer l'information la plus générale vers la plus précise selon les meilleures hypothèses de conversion des utilisateurs en clients.

ISBN 978-2-9811504-0-0
Copyright © Modimo.ca 2009

Ergonomie
consiste à planifier la navigation et à guider l'interaction entre les utilisateurs et l'interface graphique.

Hiérarchisation
consiste à regrouper et organiser les éléments de contenus de façon à induire la conversion des utilisateurs en clients.

Indexation
réalisée par les moteurs de recherche, l'indexation consiste à analyser les données contenues dans les sites Internet, à les inventorier et à les classer.

Intégrateur
est le technicien qui incorpore les différentes composantes aux structures de programmation.

Interactivité
permet à l'utilisateur de naviguer d'un hyperlien à un autre et de réaliser les tâches qui nécessitent sa participation, par exemple : s'inscrire, payer..

Interface
se compose de tous les éléments visibles à l'écran (icône, bouton, texte, graphisme, dessin, photo, etc.). L'interactivité de l'interface permet à l'utilisateur d'interagir avec la planète web.

Lien entrant et lien sortant
les liens externes proviennent d'autres sites, ils acheminent vers le site, ce sont les liens lien entrants. Les liens sortants dirigent vers une destination à l'extérieur du site.

Lisibilité
réfère aux qualités visuelles et textuelles qui facilitent l'appropriation des contenus en fonction du médium qu'est l'écran.

Page écran
se constitue de la partie des contenus visibles à l'écran. Une page web peut se composer de plusieurs pages écrans.

Positionnement
est le rang d'affichage parmi les résultats d'une requête par mots clés.

Mot clé
(ou groupe de mots clés) correspond aux termes de requête choisis par les utilisateurs pour effectuer une recherche sur un moteur dédié.

Moteur de recherche
est un algorithmeur qui indexe des données, les ordonne et les affiche en ordre décroissant de similarité avec les mots de requête.

Navigation
est la manière de s'approprier les contenus web en cliquant sur des hyperliens ou des boutons de navigation.

Réactivité
signale aux utilisateurs un lien vers un contenu invisible à l'écran.

Référencement
consiste à établir un lien fonctionnel entre les mots clés choisis par les utilisateurs et les contenus indexés par les moteurs de recherche.

Sitemap
inventorie toutes les pages d'un site selon l'arborescence et accélére la prise en charge par les moteurs de recherche.

Système de gestion de contenu
(ou SGC) est un outil qui permet de modifier, ajouter et supprimer des contenus web, aussi simple d'utilisation qu'un traitement de texte.

Web
espace virtuel social fréquenté par des milliards d'utilisateurs réels qui créent leurs univers virtuels du bout des doigts.

ISBN 978-2-9811504-0-0
Copyright © Modimo.ca 2009