

Un site Internet en 6 étapes avec UWL Communication

WEB

Le site Internet de votre société doit valoriser son image et son activité.


Pour cela, UWL Communication vous écoute et vous conseil pour créer avec vous un outil adapté à votre entreprise. Un décryptage des différentes étapes de réalisation vous aidera à mieux appréhender et préparer sa réalisation.

1- L'ARBORESCENCE

Tout commence avec l'arborescence...

Pour la construire, rien ne vaut un bon crayon et une feuille de papier !

Cette étape est importante, car elle détermine toute l'organisation du contenu à l'intérieur de votre site Internet. Sa conception doit être mûrement réfléchie, car elle ne pourra plus être modifiée une fois établie.

 L'arborescence est l'architecture de votre site Internet. En forme d'arbre avec des ramifications elle permet de décrire la structure du site en représentant tous les cheminements possibles entre les pages de votre site.

2- CONTENU

Le contenu du site doit être clair et parler directement à votre cible d'internautes.



Le texte et les mots utilisés doivent refléter l'activité de l'entreprise et le message que vous souhaitez communiquer. Le contenu textuel joue en effet un rôle important dans le référencement du site et permet ainsi une meilleure visibilité.

De grands paragraphes de textes ne sont pas nécessaire, il est plus efficace de communiquer clairement et de façon concise sur Internet. Pour des questions de confort et de praticité, les internautes lisent peu sur l'ordinateur. Si vous souhaitez diffuser des documents, nous vous conseillons de les rendre accessible par téléchargement, au format pdf.



PDF : c'est un format de fichier permettant de créer des documents (textes, mais aussi images...) exploitables sur la majorité des plateformes informatiques existantes. (Windows, MacOS, Linux, Palm...) Ce format simplifie ainsi beaucoup l'échange de documents entre les utilisateurs.



Le contenu iconographique : image, photos... permet de rendre votre site plus attrayant et d'illustrer vos propos. Pour préparer votre image pour le web, voici les principaux éléments à prendre en compte.

→ **Droits** Attention aux droits d'auteurs sur les photos ! Pensez à vérifier qu'une photo est libre de droits avant de nous la fournir



Libre de droit : Une image libre de droits est soumise à une licence d'utilisation qui autorise sa reproduction sous certaines conditions. Le prix d'une image libre de droits est basé sur sa taille et non son usage. Une fois achetée, vous pouvez l'utiliser pour n'importe quel usage dans la limite de sa licence d'exploitation. Cependant, la photographie reste la propriété de l'auteur. En l'achetant vous n'acquerez aucun droit d'auteur et ne bénéficiez pas de l'exclusivité de l'utilisation.

Telecharger nos plaquettes : Web - Print - Référencement, pour tout comprendre du milieu d'internet.

www.uwl-communication.com

→ **Le format** Pour le web, les formats d'images les plus adaptés sont le jpg ou le gif.



JPG : c'est le format d'image le plus utilisé sur le web. Il permet la compression et un grand nombre de couleurs. La compression JPEG est une compression avec perte de données, ce qui veut dire que l'image perd de la qualité de manière irréversible. Il est donc important de toujours garder l'original de l'image avant de la compresser. Le jpeg utilise des millions de couleurs, il est donc plutôt employé pour les photos. Une image au format jpeg ne peut être ni animée ni transparente.

GIF : ce format d'image limite le nombre de couleur (max 256 couleurs) mais il gère la transparence. Le gif permet une grande compression tout en gardant une qualité correcte. Ce format possède aussi une fonction d'entrelacement qui permet d'afficher l'image progressivement et accélère le chargement de la page. Le gif permet également de faire des images animées. Retenez surtout que le gif est conseillé pour les dessins, les boutons et déconseillé pour les photos.

Format d'images à éviter : Bmp et Png qui ne sont pas supportés par toutes les plateformes informatiques.



PNG : c'est un format d'image de type Bitmap (non vectoriel) qui supporte la transparence. Comme le format GIF, il possède la fonction d'entrelacement qui permet d'accélérer le chargement de la page web. Le format PNG, propose une compression sans perte, meilleure que la compression GIF.

BMP : Bitmap c'est le format d'image numérique de base du PC où chaque point correspond à un pixel de l'écran. Format peu adapté à une utilisation professionnelle.

→ La résolution

Photos : pour le web, vos photos doivent avoir une résolution de 72 dpi comme l'écran de votre ordinateur ! Il est donc parfaitement inutile d'envoyer une image ayant une résolution supérieure : elle ne s'affichera pas mieux ! Par contre, elle sera plus lourde et donc plus longue à afficher, ce qui n'est jamais très agréable.



Dpi : Dot Per Inch = point par pouces. C'est l'unité de mesure de la définition d'une image. Plus le chiffre est élevé, plus le nombre de point par pouce est important, meilleure est la définition de l'image.

→ Le profil colorimétrique

Pour le web, le profil colorimétrique de vos photos doit être RVB.



RVB : Rouge Vert Bleu. C'est un système colorimétrique d'image utilisé pour la vidéo, et l'affichage sur les écrans. Ce sont des couleurs additives, c'est-à-dire des couleurs qui se mélangent pour créer d'autres couleurs. RVB en opposition à CMJN utilisé pour l'impression.

→ La taille

Sur l'écran de votre ordinateur, les dimensions hauteur et largeur s'expriment en pixels (px). Pour avoir un ordre d'idée, une image de 500 px est déjà grande.



Pixels : Contraction de l'anglais « picture element », c'est le plus petit élément qui constitue une image numérique (l'équivalent d'un point). A chaque pixel correspond un coloris ou ton spécifique que l'on ne peut distinguer à l'œil nu. Le nombre de pixels sert à mesurer la taille et la résolution d'une image, et donc sa qualité.

→ Le poids

Il est conseillé d'avoir des images de moins de 200 ko. Plus vos photos seront lourdes, plus long sera le temps de chargement de la page. Si votre image est trop lourde, réduisez sa taille, ou compressez la dans un autre format d'image.



Poids d'une image : espace mémoire occupé par le fichier-image sur l'ordinateur. Il se mesure en octet (Ko pour kilo-octets ou Mo pour Méga-octets).

→ Le nom

Pour nommer correctement vos images nous vous conseillons 4 points :

- 1- Ecrire en minuscule
- 2 Ne pas mettre d'espaces (les combler par des - ou _)
- 3- Sans accent ni ponctuation
- 4- Ajouter l'extension si celle-ci n'est pas mentionnée (.jpg ou .gif)

Exemple : mon_image.jpg

Tout comme le texte, vous nous fournissez vos documents, et nous nous chargeons de les mettre en forme. Si nous devons effectuer un traitement, une retouche sur vos photos, il est alors préférable de nous les fournir dans la plus grande qualité possible (photos non réduites, non compressées..)

3 - GRAPHISME

Le graphisme de votre site est un élément primordial. Il reflète l'identité de l'entreprise et son image. Ensemble nous vous proposerons différentes possibilités qui soient la meilleure expression de votre activité et votre savoir faire.

Les éléments graphiques peuvent être élaborés à partir de la charte graphique et de vos supports de communication existant (logos, plaquettes...) ou totalement créés de façon ergonomique adaptés au web.



Charte graphique : définit l'univers graphique de l'entreprise. C'est un document qui pose les règles de mise en page et d'utilisation des éléments graphiques qui constituent l'identité d'une entreprise. Il permet de vérifier que chaque élément visuel (logotype, police, couleurs...) est employé à bon escient afin que tout nouveau document émis par la société participe à la construction de son image.

4- PROGRAMMATION

L'étape permettant la construction de votre site Internet est appelée développement ou programmation. Du site statique au site dynamique avec outils d'administration nous utilisons toutes les dernières technologies (Ajax, CSS, Flash...)

Quelques explications pour bien comprendre les différents types de site et leur structure. Ainsi, il y a 3 grandes familles :

Telecharger nos plaquettes : Web - Print - Référencement, pour tout comprendre du milieu d'internet.



HTML : Hypertext Markup Language. C'est un langage standard de programmation qui permet la mise en forme de document pour le web. La mise en page, les polices, les graphiques, les liens... sont définis par des balises associées au texte. Ce code est ensuite interprété par les navigateurs comme Internet Explorer ou Firefox sur lequel l'utilisateur peut parcourir les pages. L'HTML permet de créer des pages uniquement statiques, c'est-à-dire que chaque modification d'une page demande la réédition de celle-ci et une nouvelle mise en place sur le serveur.

Flash : c'est une technologie web vectorielle permettant de créer des animations interactives avec divers contenus : images, vidéo, son, animation vectorielle... La compression permet de réaliser des animations légères pour être lues par un navigateur web.

Page dynamique : La notion de site dynamique s'oppose à celle de site statique. Dans un site dynamique le contenu et la présentation des pages peuvent être gérés indépendamment. Ainsi, on peut afficher du contenu le plus souvent extrait d'une base de données de façon automatique. Les modifications à apporter sont rendues plus faciles car elles nécessitent simplement l'accès à un seul fichier ou à la base de données. Les sites dynamiques permettent également la création de contenu directement par les internautes et la personnalisation des pages. Langages de programmation dynamiques : PHP/mysql, Ajax, ASP...

5- NOM DE DOMAINE/HEBERGEMENT

Une fois le site construit, il faut le rendre accessible sur Internet. Pour cela, il faut l'héberger et définir un nom de domaine.



Définir l' URL (=l'adresse du site web).

Il est important de choisir un nom de domaine en accord avec votre entreprise comme le nom de la marque ou de la société. Ces mots doivent être évocateur et faciles à retenir afin d'assurer une bonne visibilité sur Internet. Votre nom de domaine doit comprendre entre 4 et 26 caractères, et ne peut inclure que des lettres minuscules, chiffres et des traits d'union. Les accents, majuscules et espace ne sont pas autorisés. Une fois établis, les noms de domaine sont enregistrés à votre nom et vous en êtes les propriétaires pour une durée déterminée avec le Registrar (Société certifiée par l'Internic pour enregistrer un NDM).

Vérifier sa disponibilité :

L'adresse choisie, il faut vérifier sa disponibilité auprès des bases de registres de noms de domaines.

Pour les .fr : auprès de l'AFNIC

> <http://www.afnic.fr/outils/whois>

Pour les autres domaines .com, .net... : auprès d'INTERNIC

> <http://www.internic.net/whois.html>



Définir le domaine :

Il existe de nombreux domaines différents. Vous devrez choisir le votre en fonction du statut et du type d'activité de votre entreprise.

Les plus courants sont .com, .fr, .net, .org. Il existe 2 types de noms de domaine :

> les codes de pays

.fr France
.be Belgique
.ch Suisse

> les domaines génériques qui ne sont pas liés à un pays

.com Activité commerciale
.net Général, peut être du type commercial ou non
.org Pour les organisations, généralement sans but lucratif

Une fois l'adresse de votre site défini, il faut l'héberger pour le rendre enfin accessible à tous !



Hébergement : L'hébergement consiste à mettre l'ensemble des éléments qui constituent votre site Internet sur un ordinateur appelé serveur. Celui-ci placé dans une salle sécurisée garantit une fiabilité et une disponibilité permanente de votre site. L'hébergeur propose un accès à vos statistiques détaillées de fréquentation de site. Ainsi vous pouvez suivre l'évolution de votre site en direct.

L'hébergement nécessitant un matériel et des compétences particulières, nous vous orientons vers un prestataire fiable au rapport qualité/prix très intéressant.

6 - REFERENCEMENT

Vous avez un site ? C'est bien, mais encore faut-il vous trouver !

Plus de 80% des internautes utilisent des moteurs de recherche pour accéder à un site web. D'où l'intérêt d'être bien référencé !



Référencement : Technique qui consiste à enregistrer votre site auprès des moteurs de recherche et des annuaires pour qu'il soit bien positionné lorsqu'un internaute fait une recherche avec des mots clés. Le référencement de base, [gratuit] peut être complété par l'achat de mots clés [payant] afin d'optimiser le positionnement et d'augmenter la visibilité de votre site.

Mots clés : Les mots clefs sont des mots ou groupes de mots qui caractérisent le contenu d'un site Internet. Vous définissez les mots clés en fonction de l'activité de votre entreprise mais aussi selon les recherches des internautes.

Le référencement est une discipline complexe qui requiert des compétences pointues. Pour cela, nous vous orientons vers une entreprise spécialisée dans cette activité qui référencera votre site de manière optimale.

Chaque particularité et contraintes d'exécution des différentes étapes seront définies dans le cahier des charges établi en début du projet.

UWL Communication reste à votre écoute tout au long du projet afin de réaliser ensemble un outil de communication performant et à votre image.

Telecharger nos plaquettes : Web - Print - Référencement, pour tout comprendre du milieu d'internet.

www.uwl-communication.com