

Conception site web



Table des matières

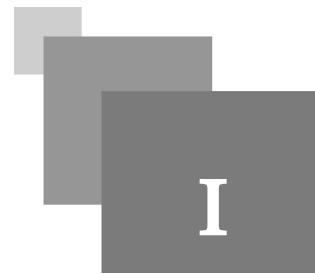
Objectifs	3
I - Introduction	4
II - Catégorie des sites web	5
III - Objectifs	6
IV - Public cible	8
V - Contenu	10
VI - Fonctionnel	11
VII - Découpage de l'information	12
VIII - Structures d'un site	13
IX - Structures de site en pratique	14
X - Exemples de site	15



Objectifs

- Connaître les différents types des sites web
- Découvrir les concepts de base de conceptions d'un site web
- Introduire les différentes structures des sites web

Introduction



Avant de se lancer dans votre projet web, il est essentiel de prendre le temps de réflexion et de **conception** de votre portail et les différents éléments qui le composent.

Dans ce chapitre, nous allons voir certaines caractéristiques techniques qui doivent être prises en compte lors de la conception d'un projet de site web.



Catégorie des sites web

II

Nous pouvons distinguer entre différentes catégories de site web :

1. **Sites Vitrines** : ce sont des sites présentant des produits ou services d'une entreprise ou d'une instituts.
2. **Sites e-Commerce** : ce sont des sites spécialisés dans la vente des produits en ligne (Amazon, jumia, etc)
3. **Sites Communautaires** : ce sont des site dont l'objectif de regrouper les gens autours d'un intérêt commun, par exemple les site de réseaux sociaux Facebook.
4. **Sites Collaboratives** : comme wikipedia, qui permettent à tout internaute d'être producteur d'information.
5. **Blogs** : un blog est un site personnel dans lequel vous pouvez partager vos activités, vos opinions. C'est un outils important pour renforcer votre réputation en ligne.
6. Etc

Dans ce chapitre nous allons nous focaliser sur la conception d'un site vitrine.



Objectifs



Sans objectifs, pas de cohérence. Sans cohérence, pas de public non plus !



L'étape initiale de la conception d'un site Web consiste à définir les objectifs du site Web.

Ces objectifs constitueront la **base de votre communication**, afin que votre site Web ait la **cohérence** nécessaire.

Ces objectifs fourniront également des **outils d'évaluation** pour votre site pour vous aider à **corriger** la situation ou vous **guider** dans le développement ultérieur.



Exemples :

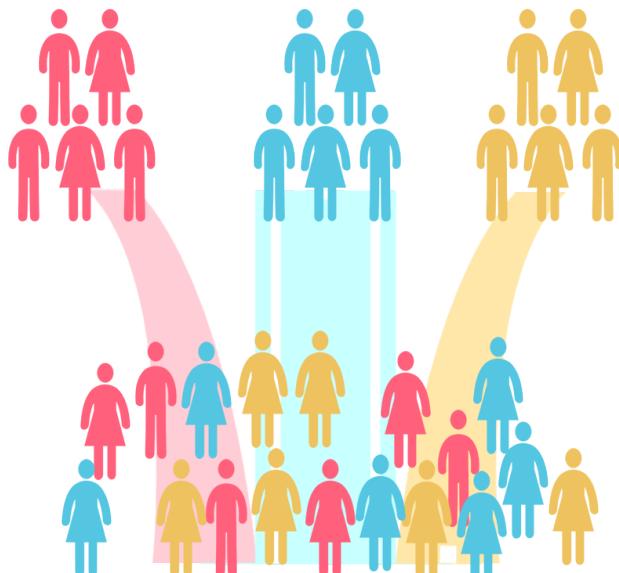
- Être présent sur Internet : veiller à la densité du contenu.
- Avoir le maximum de visiteurs : visuel prépondérant, clientèle non fidélisée.

- Communiquer, Informer : combinaison harmonieuse du contenu et du visuel.
- Site commercial, distraire : Un mariage harmonieux le visuel et les services offerts.
- Etc.

Public cible

Connaître son public pour bien communiquer avec lui

La deuxième étape du processus de développement de site Web consistera à identifier les **utilisateurs potentiels** de votre site Web afin d'**ajuster** et d'**adapter** vos méthodes de communication en fonction de leurs **besoins et attentes**.



Nous distinguons deux catégories d'internautes ou visiteurs de site : (1) **Les internautes novices et visiteurs occasionnels** et (2) **Les internautes experts et visiteurs fidèles**

- **Les internautes novices et visiteurs occasionnels**

cette catégorie veux une **structure claire** voire **dirigiste**. Ils sont demandeurs d'une **structure claire** et d'un aperçu qui illustre comment l'**information est structuré** dans le site.

Les visiteurs **occasionnels** apprécieront un **plan du site**, et des petites icônes qui leur rappellent **où se situe l'information** dans le site.

- **Les internautes experts et visiteurs fidèles**

cette catégorie visite votre site pour **obtenir rapidement une information précise et pertinente**. Ils ont généralement un but spécifique en tête et ils apprécieront les menus textuels détaillés, les outils de navigation clairs à la symbolique légère qui permettent une recherche rapide jusqu'à l'information souhaitée.

Quelques questions à poser dans cette étape :

- Quel(s) public(s) visez-vous? Définissez les attentes de chacun d'eux.
- Pourquoi vient-il visiter le site ? Que cherche-t-il ?
- Pourquoi reviendra-t-il, et avec quelle fréquence ?
- Est-ce que ce sont les mêmes publics que ceux atteints par la communication traditionnelle ?
- Faut-il prévoir de traduire le site (ou les informations principales) en plusieurs langues ?



Contenu

V

Internet est une importante source d'informations où les internautes doivent adopter une attitude active car ils doivent rechercher ces informations.

Dans cette recherche, il espère trouver **des informations utiles et des contenus pertinent et actualisés**.

Le contenu est le meilleur moyen de fidéliser le public. De la vulgarisation à l'expertise, tant que le sujet est traité de manière cohérente, chaque niveau a sa place. En effet, après avoir navigué sur différents sites, les internautes se limitent souvent à un nombre limité de sites correspondant à ses centres d'intérêt, et il revisitera régulièrement ces sites pour la pertinence du contenu et notamment son mise à jour régulièrement.



Fonctionnel

VI

Quelques aspects fonctionnel à prendre en considération dans la conception de votre portail web :

- **Faciliter la navigation entre les différentes pages** de votre site. Un internaute doit s'y retrouver aisément.
- Veiller à créer une **interactivité entre l'internaute et votre site** (formulaire de saisie, forum de discussion, téléchargement, recherche par mots clefs, ... etc.).
- Votre site doit aussi pouvoir donner un **accès à différentes applications et services** (messagerie, consultation d'une base de données, ... etc.).
- Le **temps d'accès** (ou d'activation) aux services (fonctionnalités) **ne doit pas être pénalisant** (téléchargement de documents à partir du site, accès à des informations au sein des bases de données, ... etc.)





Découpage de l'information

Peu d'internautes passeront leur temps à lire de longs passages de texte sur l'écran.

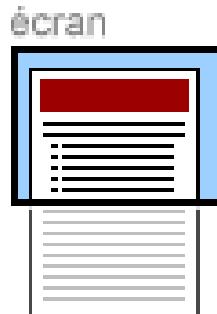
Il faut donc assurer la répartition et le découpage du contenu informationnel sur différentes pages.

Des petits morceaux d'information sont plus adaptés à la lecture sur un écran d'ordinateur que la vision partielle d'un long document.

Des pages très longues sont déstabilisantes car elles nécessitent le défilement vertical et l'obligation de se rappeler les informations ainsi disparues de l'écran.

Le découpage de l'information en petites unités logiques, associée à une structure rationnelle, facilite grandement la navigation et la recherche de l'information souhaitée.

Une forme uniformisée du découpage et de la présentation crée une identité à votre site.



Structures d'un site

VIII

Sans une structure fonctionnelle, votre site sera un échec même si le contenu en est pertinent et bien rédigé.

La facilité avec laquelle les internautes trouveront ce qu'ils recherchent déterminera la fréquence avec laquelle ils reviendront sur le site.

Le but est de fournir à l'internaute l'information qu'il souhaite en un minimum d'étapes et donc un minimum de temps.

Il faut donc hiérarchiser l'information selon une structure efficiente pour minimiser la navigation vers l'information.

En règle générale, il est souhaitable de que toute information de votre site doit être **disponible en maximum 3 clics de souris**.

Il existe différentes possibilités pour organiser et structurer votre site (chacune présente des avantages et des inconvénients):

Structure Séquentiel : le moyen le plus simple d'organiser l'information est la façon séquentielle. C'est en quelque sorte le retour au livre avec sa narration linéaire : chapitre 1, chapitre 2, chapitre 3...



Structure Hiérarchisée : c'est l'une des meilleures façons d'organiser des blocs d'information complexes.

Ce schéma d'organisation s'adapte particulièrement bien au site Web car les différents thèmes dépendent ainsi d'une seule et unique page soit la page d'index ou page d'accueil.



Structure en réseau : cette structure est destinée à des utilisateurs hautement qualifiés qui visent l'enrichissement ou le perfectionnement plutôt qu'à la compréhension basique d'un sujet.

Chaque visiteur parcourra le site de façon unique selon ses propres intérêts et sa propre démarche vers l'information sans avoir l'impression d'être dirigé.



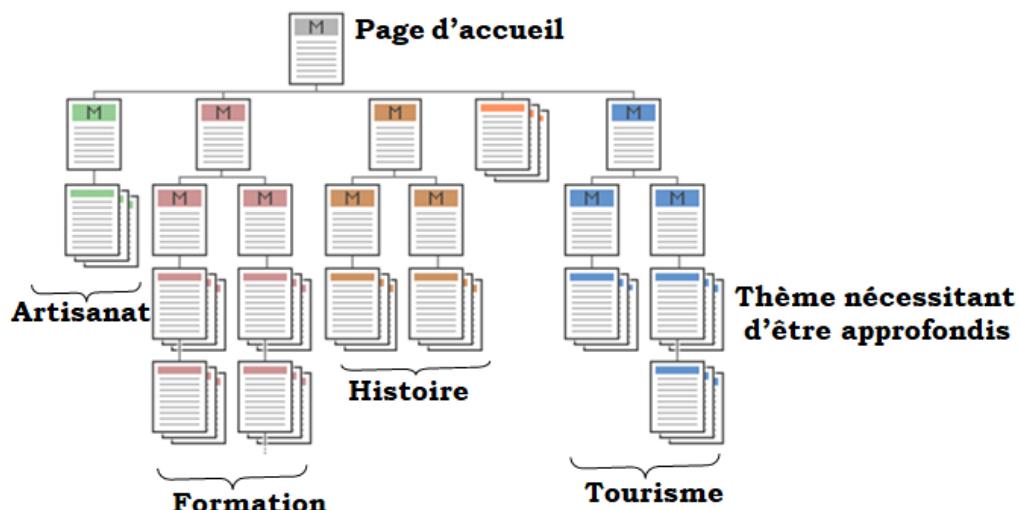
Structures de site en pratique

IX

En pratique, il faut maintenir une hiérarchisation équilibrée qui aidera l'accès rapide à l'information et une compréhension intuitive de la façon dont les éléments sont organisés.

Ci-dessous, un exemple d'une structure équilibrée qui organise un site (présentant les potentiels de la ville de Marrakech) en une structure hiérarchisée où chaque branche correspond à un axe informationnel développé dans votre site.

Pour les thèmes qui nécessitent d'être approfondis, on utilisera un parcours linéaire.



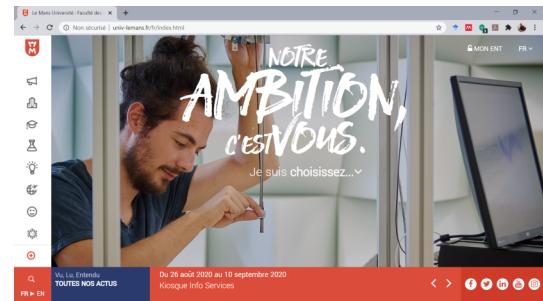
Exemples de site

Exemple 1 : Faculté des Sciences Semlalia Marrakech



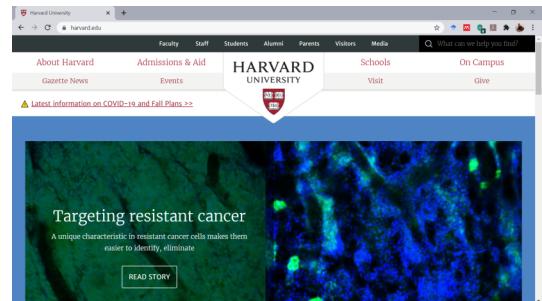
<http://fssm.uca.ma/>

Exemple 2 : Université Le Mans - France



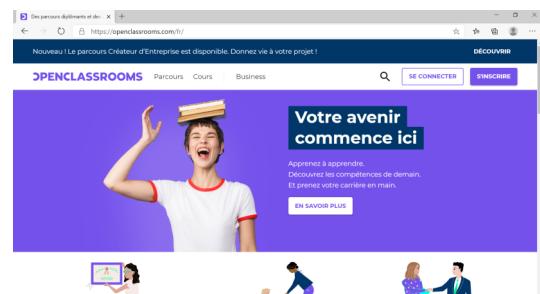
<http://www.univ-lemans.fr/fr/index.html>

Exemple 3 : Université Harvard - États-Unis



<https://www.harvard.edu/>

Exemple 4 : Open Classrooms - France



<https://openclassrooms.com/fr/>