











Les étapes de l'hébergement d'un site

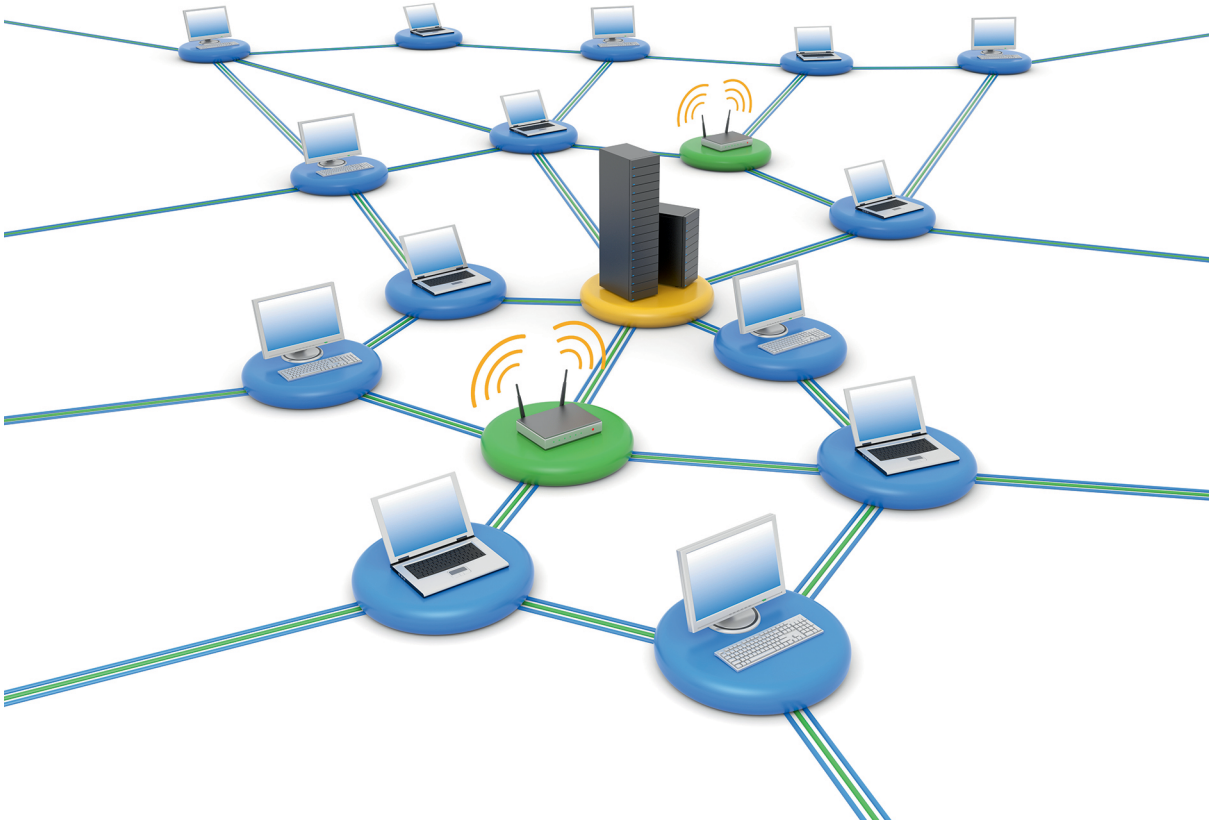
Sommaire

Introduction.....	3
I. Type de business du site et choix de hébergeur.....	4
II. Héberger dans quel pays?	4
III. Mettre en ligne/Mettre en production un site	5
A. Pourquoi héberger son site sur un serveur professionnel?..	5
B. Facteurs qui déterminent la mise en production d'un site..	6
IV. Manager un hébergement	6

Crédits des illustrations:
© Fotolia.

Les repères de lecture

 Retour au chapitre	 Définition	 Objectif(s)	 Espace Élèves	 Vidéo / Audio
 Point important / À retenir	 Remarque(s)	 Pour aller plus loin	 Normes et lois	 Quiz



Introduction

Héberger, c'est installer les exécutables de son site web sur un ou plusieurs serveurs d'un prestataire en mettant en œuvre les moyens humains et les logiciels de surveillance, de maintenance et d'interventions nécessaires afin de garantir une continuité et une qualité de services conforme aux objectifs fixés. Dans cette partie, nous allons aborder les étapes de l'hébergement.

I. Type de business du site et choix de l'hébergeur

L'objectif réel de 99 % des sites est de séduire les visiteurs. En la matière, séduire, c'est souvent d'abord, **rassurer**. Cela vaut pour un futur visiteur, un futur investisseur ou la personne que vous conseillez.

Votre choix de prestataire ne doit pas seulement être déterminé par le tarif de l'hébergeur ; ce n'est pas qu'une question de coût. La « notoriété » d'un prestataire peut avoir un impact non négligeable, voire capital sur la réussite de vos objectifs de business. **Le type de business du site est un élément essentiel : il doit conditionner votre choix et influencer les propositions qui vous seront faites.**


Avouez que présenter un site de gestion de comptes bancaires hébergé chez un prestataire de geeks bon marché, cela fait mauvaise impression. Mieux vaut le cacher. Par contre, si vous avez les moyens d'héberger ce site chez un hébergeur-référence dans la sécurité bancaire, c'est un atout « commercial », mieux vaut le mettre en avant comme une garantie de sérieux. Cela peut être un critère de choix déterminant.


De même, faire héberger un site « communautaire » dans tel ou tel domaine, chez un prestataire spécialisé pour cette communauté, peut être un atout « d'image ».

II. Héberger dans quel pays ?

Dans l'absolu, mieux vaut héberger son site web chez un prestataire dont les équipements sont proches de votre clientèle. Cela évite les délais de transit réseau et, par ailleurs, plus le chemin est long entre le data center de votre hébergeur et les ordinateurs de votre clientèle, plus les risques d'être tributaire de panne réseau ou d'un ralentissement sont importants.

Si vous avez une clientèle internationale, mieux vaut choisir un prestataire renommé et important qui a les ressources nécessaires pour avoir une qualité de service réseau aux plus hautes normes.

 « Un serveur professionnel » est un ordinateur capable de « tourner » 24 heures sur 24 heures pendant des années et ayant des dispositifs permettant une reprise rapide en cas de panne.

 « ISP » : signifie Internet Service Provider, on parle aussi d'hébergeur, voire de « Hosteur en français ». C'est un fournisseur d'accès Internet permettant à votre site d'être accessible par les internautes.

III. Mettre en ligne/Mettre en production un site

Mettre en ligne un site web ou le mettre en production, c'est le faire héberger et l'installer sur un serveur public professionnel chez un prestataire « ISP » afin de le rendre accessible par les internautes et de le protéger.

A. Pourquoi héberger son site sur un serveur professionnel ?

1. Le protéger d'une série de problèmes

Héberger un site sur un serveur professionnel, c'est le protéger d'une série de problèmes pouvant survenir :

- perte des données utilisateurs ;
- site modifié par des pirates ;
- site inaccessible suite à un afflux trop importants de visiteurs ;
- tout ou partie du site en panne sans que vous ne vous en aperceviez ;
- panne matérielle du serveur ;
- temps de réponse rédhibitoire ;
- module de paiement « en panne » ;
- les disques peuvent arriver au maximum de leur capacité ;
- le nombre de vos visiteurs augmentant, les performances de votre serveur peuvent se dégrader ;
- panne du réseau ;
- une boucle logicielle (exécution d'une partie de code plusieurs fois de suite) non prévue peut accaparer toute la puissance du serveur ;
- un pirate peut s'infiltrer si les logiciels de sécurité ne sont pas à jour.

Certains de ces événements peuvent conduire à la fermeture définitive d'un site, d'autres auront un impact négatif majeur et, souvent, irrémédiable sur la confiance des utilisateurs envers votre site web, une perte de crédibilité qui sera sanctionnée par une chute des visites et une perte de chiffre d'affaires.

***Voici un exemple :** la société X hébergeait un site de stockage de bookmarks (marques pages) de milliers d'utilisateurs, sa croissance était exponentielle, son avenir prometteur. Un jour, un disque du serveur hébergeant le site a « crashé » (on dit aussi « planté »). On arrête le serveur, on remplace le disque, on va chercher la sauvegarde, et l'on s'aperçoit alors qu'aucune sauvegarde n'a été correctement effectuée, impossible de restaurer les données des utilisateurs. Malgré les excuses de la société, les internautes ne sont jamais revenus sur le site... qui a dû fermer.*

Pour vous en prémunir, il ne suffira pas de « vous faire héberger » chez un prestataire connu aux slogans un peu trop épatants, car les offres des prestataires sont des offres à tiroir. Il vous appartient de **choisir les bonnes options en toute connaissance de cause et de vous assurer que les cas de pannes, de défaillance ou de « surchauffe » soient prévus.**

2. Garantir la performance et la pérennité du site

La mise en production doit répondre à des **conditions de performance et de pérennité qui garantissent le bon fonctionnement de votre site** :

- accessibilité du site garantie ;
- temps de réponse corrects garantis ;
- données des utilisateurs sauvegardées et sécurisées ;
- reprise en cas de panne assurée et garantie dans les délais, eux aussi garantis.

B. Facteurs qui déterminent la mise en production d'un site

Plusieurs conditions déterminent la mise en production d'un site :

Les ambitions pour le site :

- prévisions d'affluence des visites ;
- évaluation du volume de données à stocker ;
- qualité de service que vous voulez garantir à vos utilisateurs.

Les moyens à disposition :

- le budget ;
- les compétences à votre disposition.

Exit donc l'hébergement dans le garage, si l'on respecte une telle définition.

IV. Manager un hébergement

Un site web est un système vivant, il est important de connaître les problèmes que vous pouvez rencontrer. Comme pour les maladies, l'idéal est de les prévenir plutôt que de les guérir.

Il faut donc des mesures préventives autant que faire se peut et des actions correctrices au plus tôt quand c'est nécessaire. C'est le rôle du « management ».

Manager un hébergement consiste à :

- **surveiller des indicateurs de performance ou de capacité** (taux d'occupation d'un disque, temps de réponse...);
- **prendre des mesures préventives** afin d'éviter toute indisponibilité (« faire le ménage », faire corriger un logiciel défaillant, mettre à jour la sécurité...);
- **intervenir en cas de dysfonctionnement ou d'indisponibilité** (dégradation des performances, indisponibilité de tout ou partie du site).

Vous savez maintenant ce que l'on entend par le terme « héberger » : un processus par étapes, des éléments techniques et de la qualité de services qui caractérisent un hébergement « sérieux ».

Vous possédez maintenant toutes les données nécessaires pour définir vos besoins d'hébergement.