MANUEL UTILISATEUR - « BACK OFFICE »

Gestion des droits

Comme vous l'avez demandé, il existe deux types de droits sur le site que nous avons réalisé. Le premier, que nous appellerons « modérateur », sera réservé aux directeurs d'établissement qui pourront écrire, modifier et supprimer des articles, ajouter ou supprimer des vidéos, chacun sur la page de leur établissement dédié. Le second, c'est l' « administrateur », qui, en plus de ces droits, sera le seul à pouvoir valider un article pour qu'il apparaisse réellement en ligne.

Rédaction d'un article

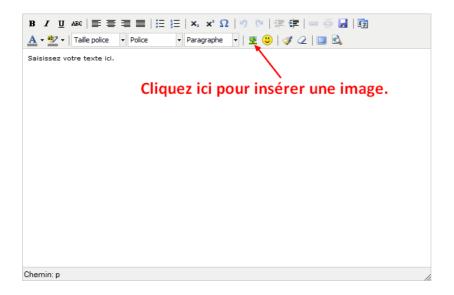
Dans la suite de ce manuel, nous aborderons la manière de rédiger un article qui, en plus d'être utile en lui-même, puisse donner un coup de pouce à votre référencement. Cette section du manuel va davantage s'appuyer sur la réalisation concrète d'un article, et plus précisément sur l'insertion d'image.

En tout premier lieu, vous devez vous trouver sur la fenêtre de rédaction d'un article. Nous avons fait appel à une sorte de programme déjà créé qui s'appelle TinyMCE et qui vous permet de rédiger des textes en appliquant le style que vous voulez (gras, souligné, couleur ...), puis qui va, une fois que vous aurez validé, transformer tout cela en code HTML, le code de base d'un site Internet. Cela vous permet donc de rédiger des articles directement dans votre site sans jamais avoir à toucher au code en lui-même.

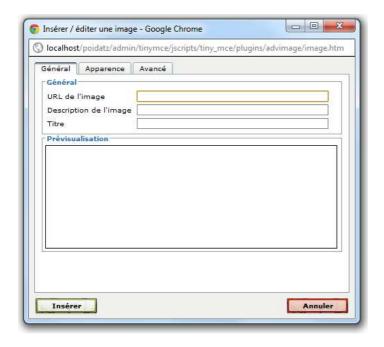
Il y a des boutons très basiques comme le B pour le gras, ou le I pour italique. Nous ne nous attarderons pas non plus sur l'insertion d'un lien parce que ce point est développée plus loin dans ce manuel, dans la partie sur le référencement.

Nous allons nous intéresser à l'insertion d'image, parce que celle-ci ne se fera pas en parcourant les dossiers présents sur l'ordinateur. Nous allons essentiellement utiliser des captures d'écran pour vous guider, ce sera beaucoup plus simple que de l'explication littérale. Dans un second temps, nous verrons l'intégration d'une vidéo, ce qui est plus simple.

Insertion d'une image



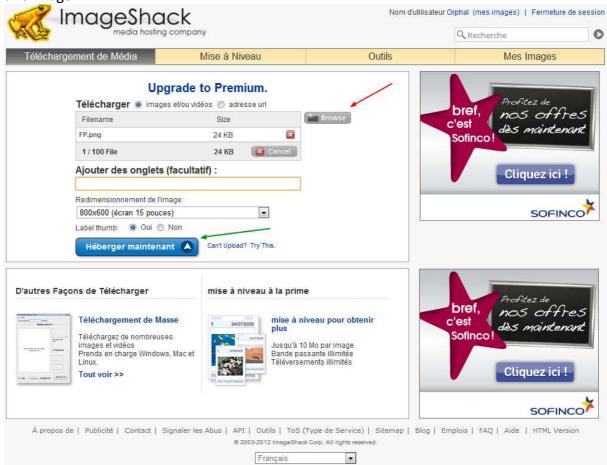
Après avoir cliqué sur l'icône, la fenêtre suivante s'ouvrira :



A partir de là, nous allons avoir besoin de laisser de côté le site quelques instants. En effet, comme vous pouvez le voir, on vous demande l'URL de l'image, c'est-à-dire un lien http. On ne vous propose pas d'aller la chercher sur votre ordinateur. Cela veut dire que votre image doit être sur Internet.

Il existe de nombreux hébergeurs d'image. Nous avons choisi ImageShack (http://imageshack.us), parce qu'il vous permet de gérer vos images, de pouvoir les supprimer sur votre compte ImageShack, de les rendre privées (étant donné que vous avez des photos d'enfants, c'est un point essentiel), et de pouvoir retrouver le lien URL de l'image sans avoir à remettre en ligne l'image encore une fois.

Il vous faudra avant tout vous créer un compte. Nous n'entrerons pas dans les détails sur ce point, il y a un lien pour cela en haut à droite du site. Voilà à quoi ressemble la mise en ligne d'une image :



Tout en haut à droite, vous pouvez voir que nous sommes connecté, les images seront donc bien associées au compte. Il suffit de cliquer sur le bouton « Browse » (flèche rouge) au milieu de l'écran, pour aller chercher une image sur votre ordinateur, à l'endroit où elle se trouve. A noter que vous pouvez ajouter plusieurs images pour les héberger toutes d'un coup, il suffit de répéter l'opération autant de fois que nécessaire. Une fois que vous avez choisi toutes vos images, cliquez sur « Héberger maintenant » (flèche verte).

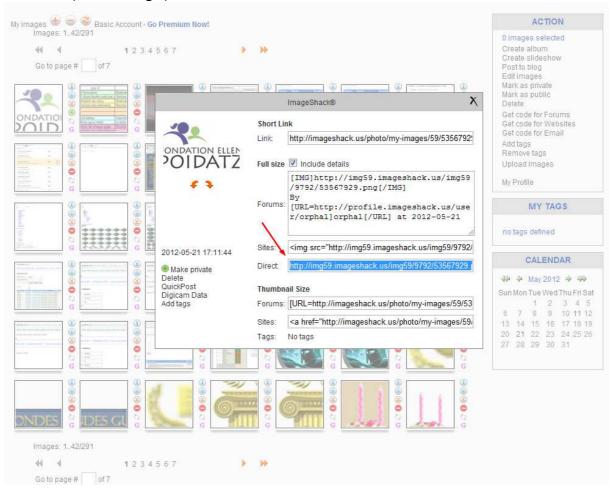
Ca y est, notre image est en ligne. Il vous faut alors sélectionner le deuxième lien que l'on vous offre, le « Lien direct » (flèche rouge), et le copier (clic droit => copier).



Vous avez quitté la page sans avoir copié le lien ? Pas de problème, puisque vous êtes sur votre compte, votre image est sauvegardée. Cliquez sur « mes images » tout en haut à droite, et vous arriverez sur cette page :



La flèche rouge vous indique une petite puce verte (flèche rouge). C'est sur cette puce que vous devez cliquer si vous voulez que l'image soit privée, c'est-à-dire que personne ne puisse la retrouver sur la plateforme d'ImageShack en faisant une recherche. La petite puce verte se transformera alors en symbole de sens interdit rouge, comme vous pouvez le voir sur les autres images de la capture d'écran. Si vous cliquez sur le « i » (flèche bleue), une pop-up s'ouvrira pour vous proposer à nouveau les liens, il faut à nouveau prendre le « Direct » (flèche rouge):

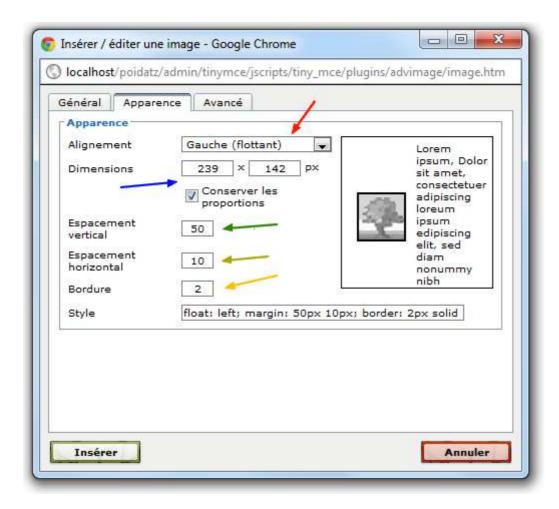


Maintenant que nous avons notre lien, retournons sur la fenêtre qui s'était ouverte et nous demandait des informations pour pouvoir insérer notre image. Nous pouvons compléter comme suit :



La flèche rouge indique le lien que l'on vient d'obtenir. Ensuite, on entre un rapide descriptif de l'image (deux ou trois mots, pas plus), et un titre pour l'image (un ou deux mots). En-dessous, vous avez la prévisualisation de votre image, vous pourrez vérifier que vous ne vous êtes pas trompé d'image en copiant le lien.

Nous allons aller dans l'onglet « Apparence » visible en haut (flèche bleue) :



Ca se complique légèrement, mais finalement c'est très simple.

Tout d'abord, la flèche rouge, qui indique le menu déroulant « Alignement ». Ici, nous avons choisi « Gauche (flottant) ». Cela signifie que l'image et votre texte vont être considérées comme deux colonnes totalement distinctes qui ne pourront pas se mélanger. Vous verrez qu'il existe d'autres formes d'alignement, notamment la possibilité de faire en sorte que l'image soit intégrée dans le texte, comme dans plus bas. Mais avant de vous le montrer, nous allons continuer l'explication des autres flèches.

La flèche bleue indique les « Dimensions ». C'est-à-dire que vous pouvez donner les dimensions que vous voulez à votre image. Si la case « Conserver les proportions est cochées », alors le fait de changer la valeur dans une case changera la valeur dans l'autre case automatiquement. La première case représente la largeur, la deuxième la hauteur. Nous vous déconseillons fortement d'agrandir une image par ce biais, elle deviendrait floue. Nous vous conseillons d'utiliser cet outil pour réduire la taille d'une image, et de toujours garder les proportions pour éviter de l'écraser. Les valeurs sont en pixels.

La flèche verte indique l'espacement vertical. C'est-à-dire l'espace en haut et en bas de votre image qui la séparera du texte et du bord de la page. Dans l'exemple ci-dessus, cela n'a pas vraiment d'utilité puisque l'image est forcée à gauche, mais cela en a dans d'autres formes d'alignement. La valeur est en pixel.

La flèche kaki indique l'espacement horizontal, et donc l'espace à gauche et à droite de l'image par rapport au texte et au bord de la page. Vous pouvez voir sur l'exemple cidessus que l'image n'est pas collée au texte, il y a de la place entre les deux. C'est précisément cet espacement horizontal. La valeur est en pixel.

Enfin, la flèche jaune permet d'ajouter une bordure à votre image. La valeur à indiquer est là encore en pixels. Nous vous conseillons fortement de toujours mettre « 1 » à cet endroit : une photo avec un cadre est toujours plus jolie et mieux intégrée, en revanche un cadre de plus d'un pixel n'est pas très esthétique et prend trop de place.

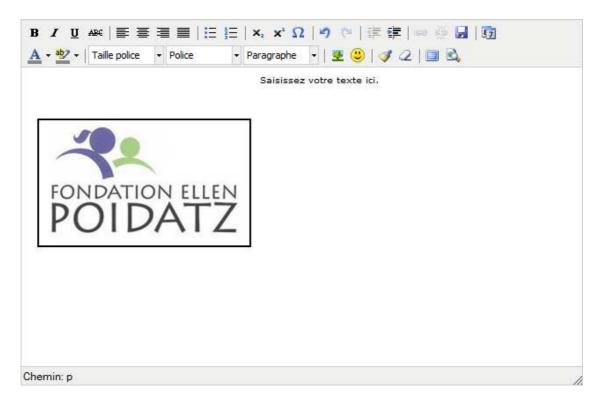
Enfin, juste en-dessous, le « Style », c'est le code qui sera inséré. Si vous n'avez aucune connaissance dans le domaine, n'y touchez pas, mais si vous vous sentez à l'aise vous pouvez modifier les propriétés ici.



Voici l'autre exemple dont nous parlions :

Vous pouvez voir qu'avec un alignement « En haut », la première ligne du texte se cale tout en haut, le reste vient en-dessous de l'image. A vous de tester les différentes possibilités et de voir ce que cela rend. Vous voyez également qu'aucune bordure n'a été renseignée et que les espacements sont clairement plus petits.

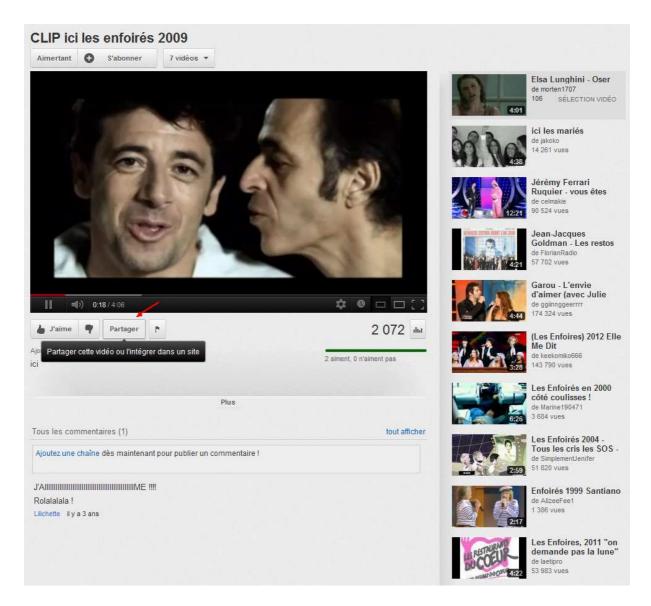
Notre image est prête! Il n'y a plus qu'à cliquer sur « Insérer » :



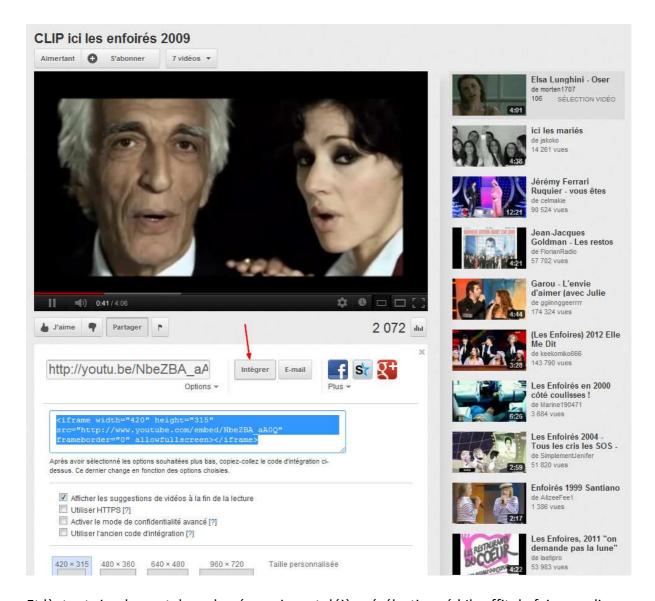
Et voilà, nous avons notre logo inséré dans l'article, avec toutes les propriétés définies : la bordure de 2 pixels, le texte qui ne se cale qu'à droite, et non en haut ou en bas de l'image. Plus qu'à rédiger !

Insérer une vidéo

Nous avons conçu un système d'insertion de vidéo extrêmement simple. Tout ce dont vous avez besoin, c'est qu'elle se trouve sur Youtube. Rendez-vous sur la vidéo que vous souhaitez intégrer, et cliquez sur « Partager » (flèche rouge) :



Un panneau s'ouvrira alors en-dessous, vous devrez cliquer sur « Intégrer » (flèche rouge à nouveau) :



Et là, tout simplement, le code nécessaire est déjà présélectionné! Il suffit de faire un clic droit => copier, et de vous rendre sur le panneau d'administration, puis de coller ce code dans le champ prévu à l'insertion de vidéo:



MANUEL UTILISATEUR - « REFERENCEMENT »

Avant-propos

Avant de parler de référencement, il faut parler de cible. En effet, à quoi sert le référencement ? A ce que les personnes que vous voulez trouvent votre site plus facilement. Dans ce cas, il faut que vous définissiez qui vient sur votre site, ou bien qui voulez-vous attirer sur votre site. Nous allons exclure les familles auxquelles on donne directement le lien vers le site Internet, « de la main à la main », ou bien qui connaissent déjà la fondation et sauront le retrouver. Nous allons également exclure les personnes avec qui vous avez un premier contact quand vous recherchez des donateurs, et que vous invitez à aller parcourir votre site pour plus de renseignements.

Le second point à savoir, c'est qu'il existe une masse colossale d'associations d'aide en tous genres qui sont toutes en recherche de financement. Aussi, étant donné que vous ne dépenserez pas d'argent pour le référencement, il est inutile de tenter de les concurrencer. Nous allons donc nous concentrer sur une cible précise, qui est une **personne cherchant à donner pour une fondation qui vient en aide aux enfants handicapés**. C'est sur la liaison des mots « fondation », « aide », « enfant » et « handicapé » que nous allons travailler. Le but étant que vous apparaissiez le plus haut possible dans les résultats de Google lorsque quelqu'un tapera ces quatre mots ensemble. Nous parlons bien là d'une liaison entre les quatre, et non une prise séparée de chaque mot, parce que chaque mot séparément réunit une masse considérable de résultats sur lesquels vous ne pourrez jamais concurrencer.

Quelques définitions

Nous vous proposons les définitions suivantes, afin d'être le plus clair possible par la suite. Ce sont des mots que vous pourrez soit retrouver dans ce que nous allons développer, soit dans la bouche de certaines personnes qui pourront peut-être vous en parler.

- SEO: Search Engine Optimisation => il s'agit du terme employé lorsque l'on parle de référencement dit « naturel », c'est-à-dire les actions qui vont être menées pour améliorer le référencement, mais sans jamais dépenser d'argent
- SEM: Search Engine Marketing => à l'inverse, il s'agit du référencement payant, par exemple l'achat de mots-clés
- Meta données => informations contenues dans chaque page Web, qui ne sont absolument pas visibles par l'utilisateur qui consulte le site, mais sont utiles pour les navigateurs Internet ou pour les moteurs de recherche
- Lien hypertexte : un lien contenu dans un mot (cliquer sur un mot banal ouvre une page Web)
- BBCode : petit code très simple entre crochets, utilisé dans les forums pour mettre du style sur des mots (gras, couleur, taille, lien...)

Choses à savoir sur le référencement

Premièrement, personne ne pourra vous promettre une place numéro 1 dans une recherche Google, nous ne le ferons donc pas. Il faut savoir que l'ordre des résultats, pour les mêmes mots-clés recherchés, peut différer d'un ordinateur à un autre, notamment en fonction des recherches préalablement effectuées par l'utilisateur, les liens déjà visités, la position géographique... et plein d'autres facteurs évidemment. Il est donc inutile de viser une position en particulier dans les résultats Google, en tous cas votre fondation n'en a ni le besoin, ni la possibilité.

Ensuite, il faut distinguer le référencement payant et le référencement gratuit. Il est évident que le premier est bien plus efficace que le second (si correctement fait). Par exemple, les premiers résultats dans une recherche Google, que vous pouvez voir sur un fond légèrement mauve ou beige, ce sont des liens sponsorisés, cela signifie que quelqu'un a payé pour être placé tout en haut pour l'association de ces mots-clés. Evidemment, ce n'est pas ce que nous ferons ici.

Enfin, il faut comprendre que Google « récompense » les webmasters qui font le plus d'efforts pour simplifier la navigation des internautes. C'est-à-dire que plus vous mettez en place de petites aides à la navigation (par exemple un lien directement vers la page dont vous faites mention, et non juste vers l'accueil de votre site), plus Google vous considérera comme quelqu'un qui aide l'utilisateur dans sa navigation de tous les jours, qui lui facilite la vie, et donc vous placera un peu mieux dans ses résultats de recherche.

C'est d'ailleurs dans ce sens qu'il vous faudra toujours indiquer un descriptif alternatif quand vous publierez une image, cela sert notamment aux non-voyants, mais aussi au cas où l'image ne s'affiche pas. Un bref descriptif d'un, deux ou trois mots maximum qui résume bien l'image spécifique. Ne mettez pas le même descriptif pour plusieurs images!

Ce que nous allons faire en terme de référencement

Nous n'allons pas pouvoir faire grand-chose pour vous en terme de référencement, puisque nous n'allons pas gérer votre site. Nous avons mis en place certains outils pour vous aider, notamment ce qu'on appelle les « meta données ». Il s'agit de lignes de code directement intégrées au reste du code de chaque page Web et qui servent pour les navigateurs Internet et pour les moteurs de recherche. L'une de ces lignes de code permet d'indiquer quels sont les mots-clés de la page visitée. Par exemple, si l'on visite une page où l'on parle de la manière de moudre le café, on indiquera dans cette ligne de code que les mots-clés de la page sont « moudre », « café », « préparation café », « confection café », etc.

Ces mots seront récupérés par un programme de Google qui sert spécifiquement à classer les sites et les pages dans les bonnes catégories (cinéma, chocolat, forum ...). Ces catégories permettent de mieux trouver un site quand quelqu'un fait une recherche. Nous allons donc indiquer des mots-clés dans cette ligne de code, dans chaque page, afin que votre site apparaisse le plus haut possible quand quelqu'un tapera « fondation » « aide » « enfants » « handicapés ».

Nos préconisations pour optimiser la visibilité de votre site

Il faut savoir que Google « aime » deux choses : l'activité et la réputation. Plus votre site sera « actif », et plus il y aura d'autres sites qui parleront de vous, plus il vous considèrera comme sérieux et comme un bon résultat à offrir à un utilisateur.

En ce qui concerne l'activité, cela signifie que plus souvent vous publierez de nouveaux articles, vous éditerez le texte, changerez la présentation d'une page... plus il y aura de la vie dans votre site, plus Google vous montera dans la liste des résultats, par rapport à d'autres sites moins «vivants». Il faut donc mettre le site le plus régulièrement à jour possible, dans la mesure du temps que vous pouvez y passer.

Pour ce qui est de la réputation, il faut du temps également. Il n'est pas forcément nécessaire que ce soient les webmasters d'autres sites qui parlent de vous, mais en tous cas que le lien vers votre site s'y trouve. Cela veut dire que nous vous encourageons fortement à poster en commentaire sur des blogs, dans un post sur des forums, un lien vers votre site. En plus de faire connaître la fondation à des personnes de manière totalement directe, cela aidera également à votre référencement.

Enfin, il faut utiliser le plus astucieusement possible les mots-clés définis lorsque vous rédigez des articles sur votre site. En effet, si Google y retrouve dans le contenu de votre site les mots-clés qui définissent ce site, il validera une fois de plus le sérieux de votre démarche et l'intérêt de votre site.

Un lien brut ou un lien hypertexte?

Un simple copier / coller du lien, ce n'est pas le plus efficace. On peut faire plus joli, et surtout beaucoup plus utile. Nous vous avons indiqué plus haut que nous souhaitions vous positionner sur les mots « fondation », « aide », « enfants », et « handicapés », plutôt une combinaison des quatre que chacun pris séparément. En postant un lien aussi, vous pouvez agir sur le référencement sur ces mots! En effet, plutôt que de poster votre lien brut « http://www.fondationpoidatz.com/, », il vaut bien mieux créer un lien hypertexte. C'est-à-dire que nous invitons, quand vous postez le lien de votre site sur Internet, quel que soit l'endroit où vous le faites, c'est de le mettre en hypertexte, sur les mots-clés que nous avons choisi. Par exemple : « Bonjour. Je suis Mme Chantal Jean-Louis, je suis à la recherche de dons pour la fondation Poidatz. En effet, nous sommes une fondation d'aide aux enfants handicapés, et nous ne sommes financés que par les dons. » Comme vous pouvez le voir, les mots « fondation d'aide aux enfants handicapés » sont en bleu et souligné, ils contiennent le lien vers le site. Quiconque cliquant sur ces mots arriveront sur votre site.

Ce qui est vraiment intéressant quand on fait ça, c'est que quand le programme de Google va venir sur le blog pour voir si par hasard, il n'y a pas des choses nouvelles, il va scanner la page, et voir que sous les mots « fondation d'aide aux enfants handicapés », il y a un lien vers http://www.fondationpoidatz.com/. Il va donc associer les mots qu'il voit au site Web en question.

Comment faire pour mettre un lien sur du texte?

Tout dépend de la plateforme. Techniquement, il faut coder en HTML (le langage qui structure les pages Web). Maintenant, la plupart des plateformes où il est possible de commenter (blog, forum) ont mis en place un système de vulgarisation, qui permet de faire du HTML sans le savoir. En fait, vous faites comme si vous étiez sur Word. Vous sélectionnez votre texte et cliquez sur le bouton pour mettre en gras, ou bien en couleur. Sous Word, il faut cliquer sur l'image de l'ancre pour insérer un lien sur du texte. Et bien la plupart des forums et blogs proposent la même chose.

Seul problème, c'est que Word met en forme tout de suite, alors que sur Internet, vous verrez un code s'afficher. Par exemple, vous voulez mettre « fondation » en gras : vous sélectionnez, cliquez sur le bouton pour mettre en gras, et là vous verrez « [b]fondation [/b] ». Cela signifie qu'une fois votre commentaire publié, le mot « fondation » sera en gras. Pour le gras, le souligné, etc, ce n'est pas très compliqué, mais pour le lien, ça l'est un peu plus. C'est pourquoi nous allons vous expliquer ci-dessus comment faire pour que cela fonctionne, d'autant que parfois vous n'aurez pas la possibilité d'éditer votre message pour corriger une erreur.

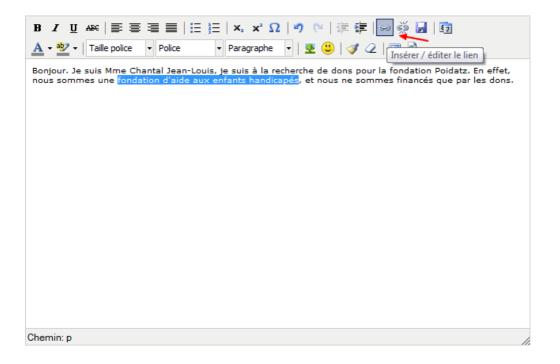
Si vous cliquez sur l'image d'ancre, deux choses peuvent se passer. Soit une petite fenêtre s'ouvre et vous demande de coller votre lien, auquel cas c'est très simple, il suffit de coller le lien, cliquer sur Ok, et continuer à rédiger votre commentaire sans vous soucier de ce qu'il s'est passé. Mais le plus souvent, en cliquant sur l'ancre, cela va simplement rajouter « [url] » autour de votre sélection. Cela donnera : « [url]fondation[/url] », et une fois votre commentaire posté, on pourra cliquer dessus, sauf que cela n'amènera vers rien puisque « fondation » n'est pas un lien. Ce BBCode [url] comme on l'appelle sert avant tout à indiquer que www.fondationpoidatz.com est un lien, et que le site doit le considérer comme tel. Comment faire pour créer un lien hypertexte ? Il va falloir travailler légèrement ce BBCode.

Une fois que vous avez « [url] fondation [/url] », on va se placer dans les crochets du premier [url], et on va écrire « ="http://www.fondationpoidatz.com" ». Cela va donc donner ce qui suit : « [url="http://www.fondationpoidatz.com"]fondation[/url] ». Comme nous l'avons dit, il est plus intéressant de travailler sur les mots-clés que nous avons choisi, il vaudra donc mieux écrire: « [url="http://www.fondationpoidatz.com"] fondation d'aide aux enfants handicapés [/url] ».

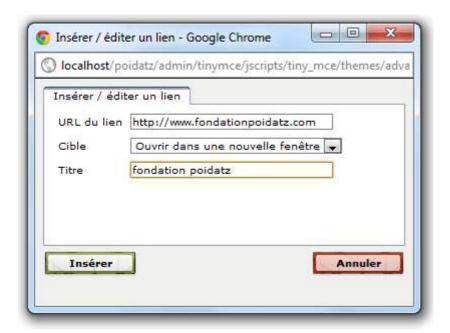
Reprenons notre bloc de texte de tout à l'heure, avec la présentation de Mme Jean-Louis. Nous aurons donc, dans le cadre où nous écrirons notre commentaire sur le blog :

« Bonjour. Je suis Mme Chantal Jean-Louis, je suis à la recherche de dons pour la fondation Poidatz. En effet, nous sommes une [url="http://www.fondationpoidatz.com"]fondation d'aide aux enfants handicapés [/url], et nous ne sommes financés que par les dons. »

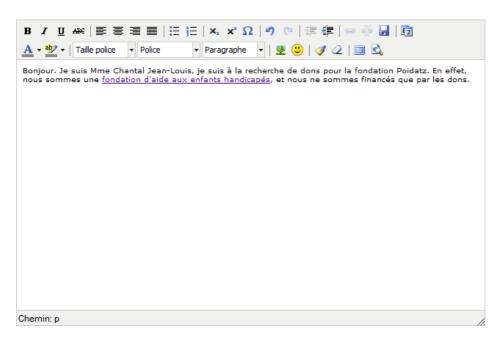
Parce que tout ceci n'est pas évident quand on ne connaît pas, voici une capture d'écran qui devrait vous aider. La flèche rouge pointe vers le type d'image qui symbolise le bouton servant à l'insertion d'un lien. L'image change selon la plateforme, mais représente dans 99% des cas une ancre ou un maillon de chaîne.



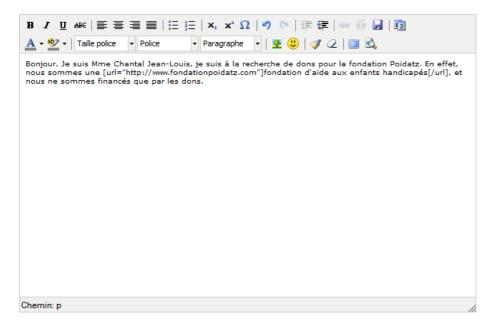
Sur notre panneau d'administration, cela ouvrira une fenêtre qui vous aidera à insérer le lien. Mais ce ne sera pas le cas de toutes les plateformes !



Et le texte deviendra ainsi, sur le panneau d'administration :



Comme nous vous l'avons dit, vous n'aurez pas toujours une fenêtre d'aide à l'insertion de lien qui s'ouvrira. Dans un tel cas, il vous faudra taper le code vous-même, ainsi que nous l'avons expliqué un peu plus haut, de telle manière :



Cependant, ne le faites pas lorsque vous rédigerez des articles pour le site de la fondation. Utilisez la fenêtre d'aide uniquement. Cette manière d'écrire le lien soi-même, c'est pour les forums ou les blogs où vous n'auriez pas l'aide en question.

Plus le programme de Google trouvera votre lien à des endroits différents, et surtout sur ces mots-là, plus il considérera que la Fondation Poidatz est une référence dans le domaine de l'aide aux enfants handicapés, et donc plus il vous favorisera dans les résultats de recherche.

Les liens plus précis

N'hésitez pas, quand c'est pertinent, à envoyer vers une page en particulier au lieu de l'accueil. Par exemple, si vous parlez du Riverdi, mettez un lien non pas vers la page d'accueil du site, mais directement vers la page dédiée au Riverdi. Premièrement, cela facilitera la navigation de ceux qui cliqueront sur votre lien, ils n'auront donc pas à chercher ce dont vous parliez dans votre commentaire, mais en plus cela fait diverses pages de votre site qui seront disséminées un peu partout sur le Web, et ça aussi, Google en tiendra compte. Il verra que ce n'est pas tout le temps la page d'accueil, mais que ce sont des pages précises, adaptées à la situation, et vous notera encore mieux.