

Création d'un site internet d'entreprise

Guide du client

Mise à jour : 29/01/2011

Aujourd'hui les sites internet d'entreprise représentent une part déterminante du business. Réalisés intelligemment, ils seront bien plus qu'une simple plaquette commerciale en ligne et vous aideront véritablement à développer les ventes, réduire les coûts d'après-vente, améliorer le service au client. Ils doivent être considérés comme un **investissement à long terme** et faire l'objet de toutes les attentions lors de leur création ou de leur refonte.

En effet, un site internet présente la particularité - s'il est bien conçu dès l'origine - d'être un **investissement évolutif**. Par exemple, il peut, après quelques mois d'existence, accueillir une application client (réalisation de devis en ligne, catalogue privatif, service d'information...). S'il est mal conçu, vous risquez de n'avoir d'autre choix que de tout reprendre lorsque vous souhaitez le faire évoluer.

Ce guide a pour but de vous aider à mener votre réflexion préliminaire et de nous aider à **faire de votre projet web un investissement profitable et un succès durable**.

1. Cadre du projet

Préparez une brève présentation de l'entreprise et de ses buts, complétée d'un descriptif du projet et d'un ordre de grandeur budgétaire qui nous permettront de comprendre votre besoin et d'éviter les errements, pertes de temps et désillusions. Si vous prévoyez des évolutions planifiées, il nous serait utile de connaître votre budget pluriannuel.

2. Objectifs du site

Ce sont des questions tellement essentielles mais si souvent éludées... Attachez-vous à y répondre avec soin :

- que voulez-vous faire de ce site ?
- à qui s'adresse-t-il ?

Identifier des clients potentiels, prospecter, faciliter la vente, vendre, gagner en notoriété, lancer un produit, réduire les coûts de support client, améliorer votre image ?

Définissez aussi votre (ou vos) population(s) cible(s), grand public, B to B, canaux de distribution, partenaires.

Clarifiez vos objectifs et précisez à quel horizon vous les fixez. Ils peuvent être échelonnés.

3. Structure du site

La plupart des clients ont une idée vague de la structure de leur futur site web. S'il est vrai que nous pouvons vous aider dans la détermination de sa structure, faites quand même une revue critique des sites concurrents, cela vous aidera à préciser ce que vous voulez et ne voulez pas.

Vous pouvez aborder la structure par les thématiques souhaitées : produits standards, produits sur mesure, services, présentation de la société ou du groupe, prestations en ligne, recrutement, information à destination des marchés, de la presse, des clients, des partenaires, des institutions.

Cette réflexion permettra de structurer les thématiques de façon harmonieuse et contribuera à la lisibilité du site.

4. Les mots-clés

Votre site est censé être trouvable par vos populations cibles,

- 1) soit en tapant l'[URL](#) de votre site dans le navigateur, cas où vous êtes préalablement identifié,
- 2) soit en tapant dans un moteur de recherche le nom de votre société, cas où vous jouissez d'une certaine notoriété,
- 3) ou le plus souvent en effectuant une recherche sur un [mot-clé](#) relatif à votre métier/produit/service afin de trouver les fournisseurs souhaités.

Le premier cas ne nécessite pas de référencement, le 2^e requiert un [référencement](#) minimaliste, facile à réaliser, le 3^e nécessite un référencement performant.

Pour bénéficier d'un référencement performant, il faut déterminer les bons mots-clés. Il ne s'agit pas d'en avoir beaucoup mais d'en avoir des **pertinents**, c'est-à-dire en rapport avec votre métier/produit/service.

Précisez les mots-clés que vous jugez pertinents. Nous disposons d'outils pour approfondir et valider vos hypothèses. Nous effectuons ce travail dès la première phase de conception de votre site.

5. Le contenu

C'est dit, répété et avéré : content is king ! Moins connu mais tout aussi important, un bon site commence par le texte, pas par le graphisme.

Nous n'utilisons pas de [Lorem Ipsum](#) pour élaborer le visuel de votre site mais le texte définitif car il donnera un rendu plus juste. La quantité de texte, les titres, les enrichissements, ainsi que les idées présentées sont nécessaires pour concevoir un bon graphisme.

Préparez donc les textes, les arguments, les concepts que vous voudrez voir figurer dans votre site, ça ne sera jamais du temps perdu ! A moins que, et c'est toujours possible, vous ne préfériez nous confier la rédaction intégrale.

Dernier point, ce texte sera revu par un rédacteur de Vent Solaire dans une perspective de référencement.

6. Le visuel

Si vous disposez d'une charte graphique ou d'un logo transmettez-les nous car ils devront être intégrés dans le design. Faites-nous part de vos préférences, des copies d'écran de ce que vous aimez et n'aimez pas sont les bienvenus, ainsi que des photos de votre business afin de nous aider dans cette phase de conception visuelle.

Le web designer a besoin de comprendre votre univers, vos valeurs, vos points forts pour concevoir un visuel qui vous ressemble.

7. La maintenance du site

Même si cette préoccupation apparaît encore lointaine, il est utile d'avoir une idée sur l'animation courante et la mise à jour du site, cela influera sur les options que nous vous proposerons :

- maintenance périodique, avec des news, des offres d'emploi, une animation régulière ?
- occasionnelle, lors de changements importants, par exemple nouveaux produits, évolution de structure...
- création de nouvelles rubriques, de nouvelles pages ?
- maintenance interne ou externalisée, à quelle fréquence ?