



CONCEPTION D'UN SITE WEB

Objectifs de l'atelier

1. Analyser ses besoins et créer un cahier des charges
2. Structurer un site pour optimiser sa navigation
3. Rédiger pour le web
4. Optimiser pour les moteurs de recherche

Nicolas Frétigny & Samuel Crausaz, webmaster@unifr.ch



GESTION D'UN PROJET WEB: 5 ÉTAPES

1. **Planification stratégique**
Identification des besoins de votre organisme
2. **Conception**
Paramètres concrets aboutissant à la rédaction d'un cahier des charges
3. **Production**
Réalisation technique et artistique
4. **Mise en ligne**
Déploiement et lancement
5. **Exploitation**
Maintenance et optimisation

<http://www.alliancenumerique.com/pages/pdf/AllianceInternet/Guidebeta2009.pdf>
Extrait de Guide des Meilleures pratiques web



1. PLANIFIER

1. Fixer vos objectifs en se posant les bonnes questions

- Comment mon institut s'insère dans la politique globale de l'université
- Qu'est-ce que mon institut vend/a comme point fort?
- Qu'est-ce que je veux faire de mon site web: plateforme d'échange? vitrine?
- Quelles ressources ai-je pour créer / mettre à jour mon site?

2. Identifier le public cible

- Qui sont mes clients ou visiteurs: étudiants? chercheurs? journalistes?
- Viennent-ils souvent?
- Vocabulaire de spécialistes ou public large?

3. Produire un cahier des charges

- Quels sont les produits que je vais promouvoir
- Quelles sont les fonctionnalités dont j'ai besoin: formulaires, base de données,...
- Cerner le champ d'action: textes, formes, etc...
- Fixer les délais

N'HÉSITÉZ PAS À ALLER VOIR CE QUE FONT VOS CONCURRENTS OU PARTENAIRES.



A photograph of a large, ancient tree trunk covered in green moss. A person's hand is visible on the left, touching the bark. The background shows green foliage and a bright sky.

2. CONCEVOIR

1. Structurer: créer une arborescence cohérente

La base peut être créée sur papier ou avec des logiciels spécifiques

Importance de la persistance de la structure:

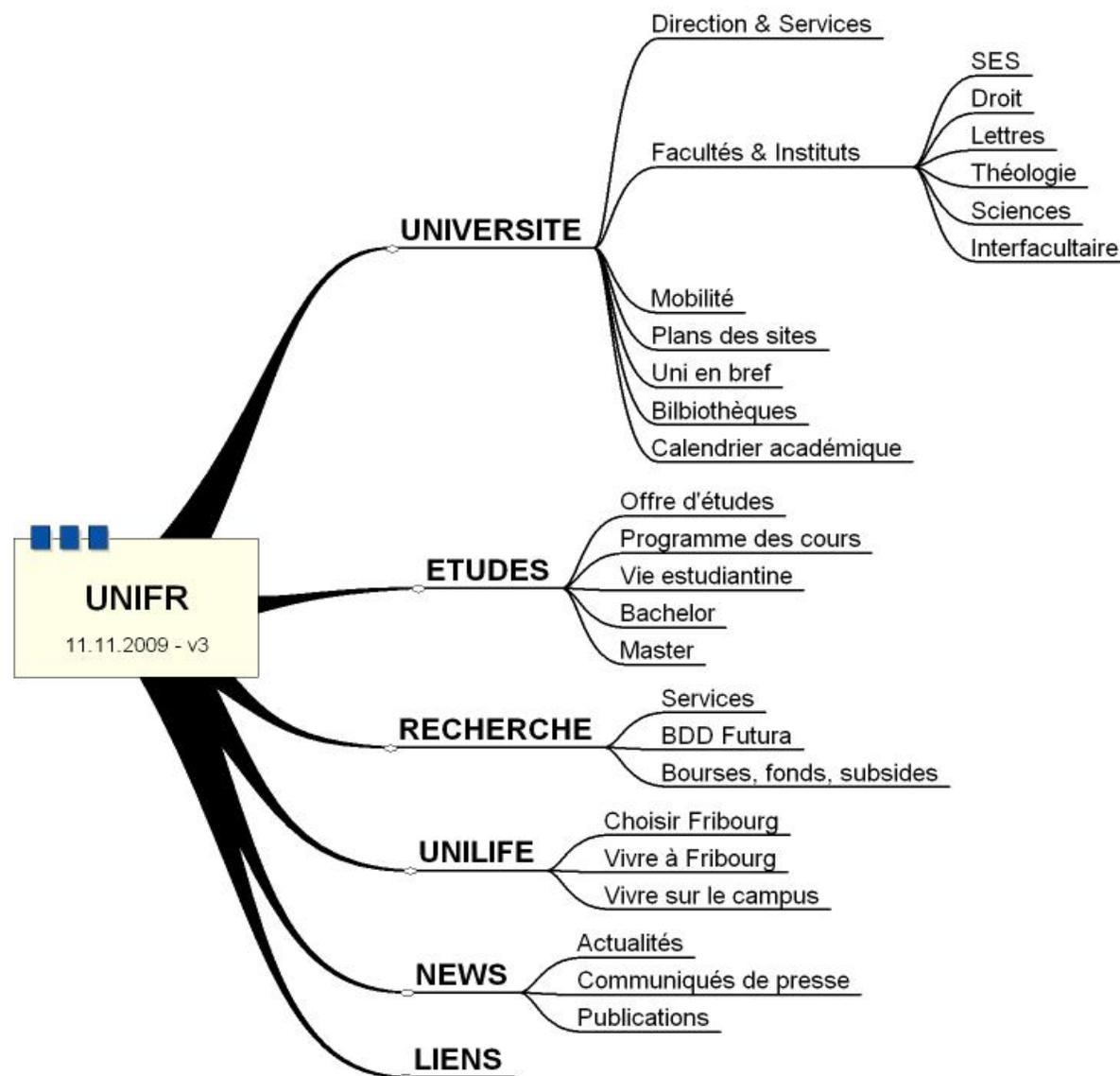
- pour les moteurs de recherche
- pour les visiteurs

Cette étape est cruciale: une bonne structure ne verra pas son premier niveau modifié dans les années qui suivent

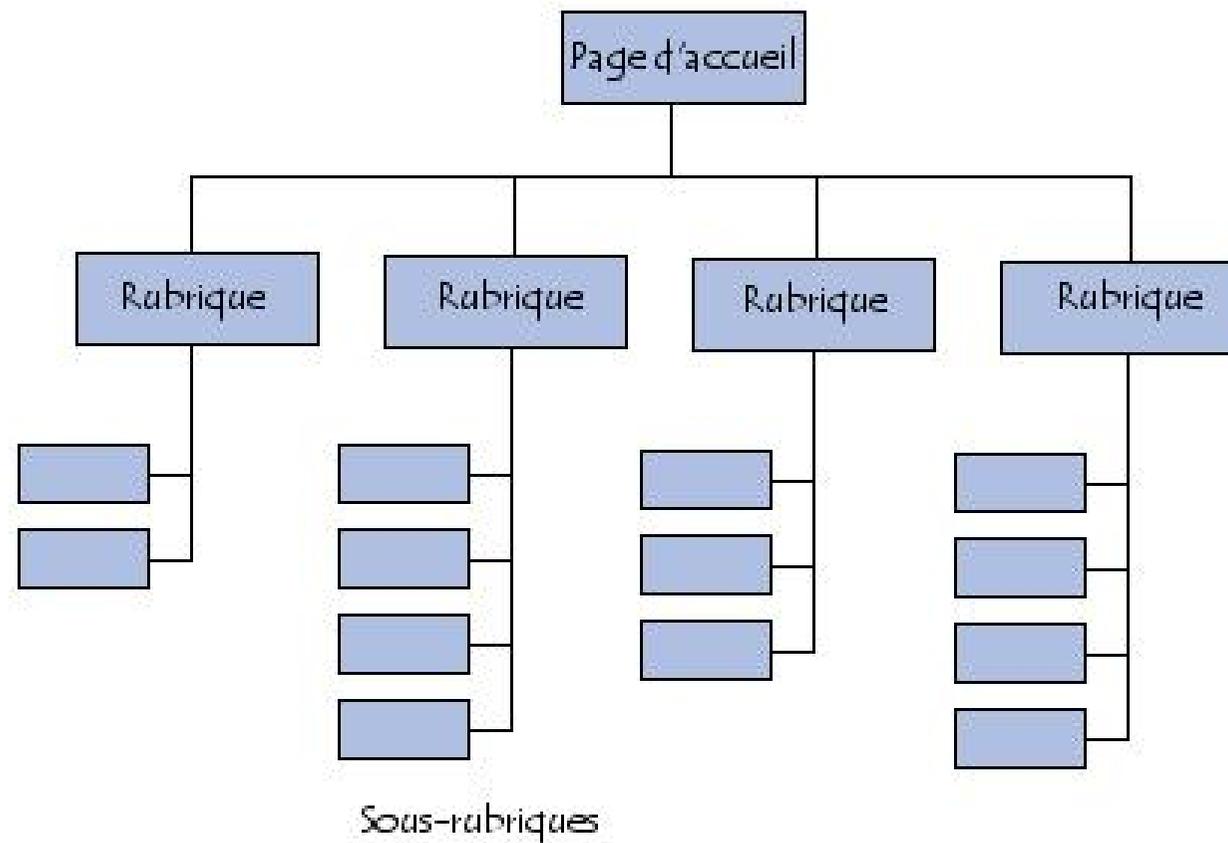
Premier niveau:

- 5 à 7 entrées maximum
- Entrées thématiques exclusives l'une de l'autre (auto ne côtoie pas voiture)
- Termes clefs compréhensibles, pas de phrase dans les menus

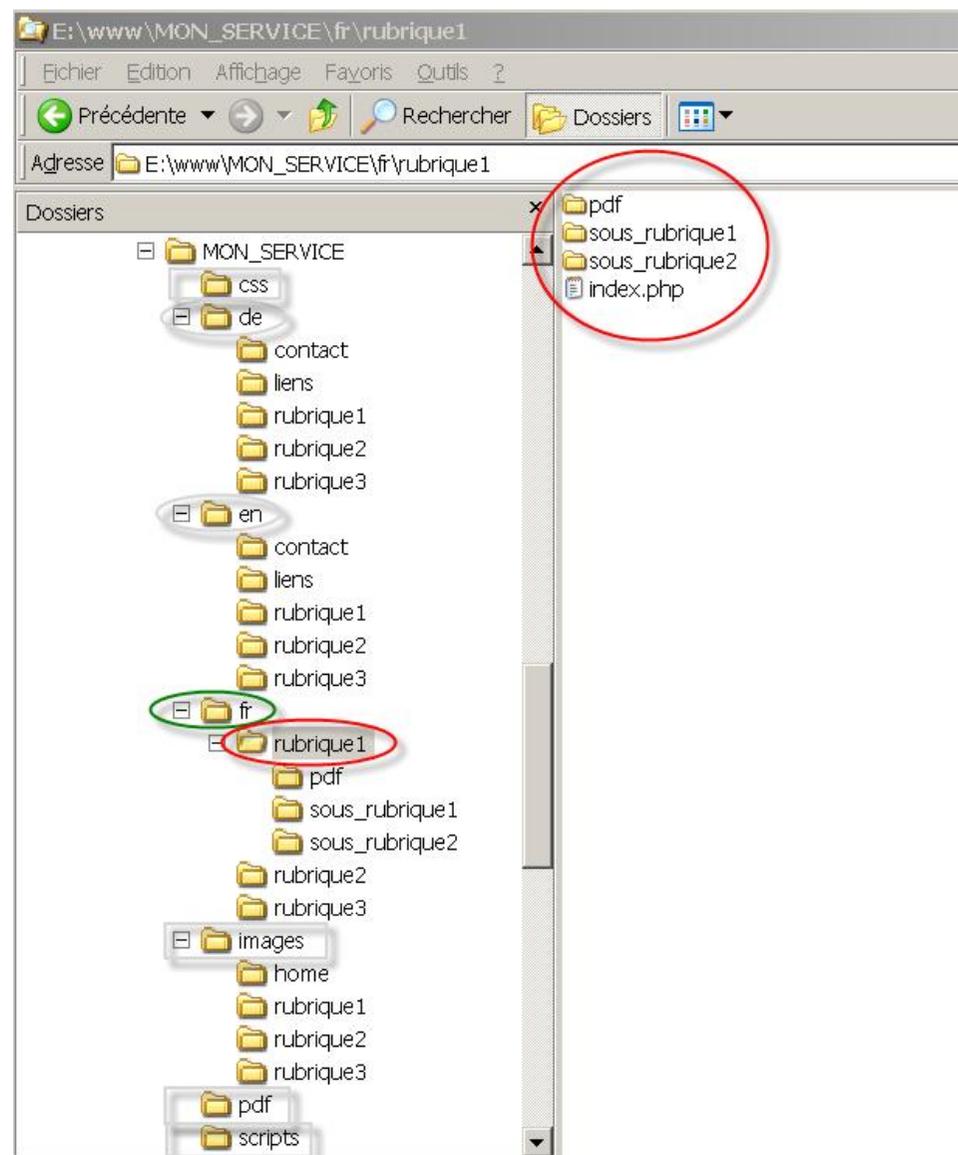
Exemple de structure à l'aide d'un logiciel Mind Map



Exemple de structure



Exemple de structure



2. Structuration des pages et modèles en zones

Technique des maquettes en fils de fer (wireframe)

- Permet de structurer le contenu
- Force à la réflexion
- Facilite la lecture en créant une structure de la page

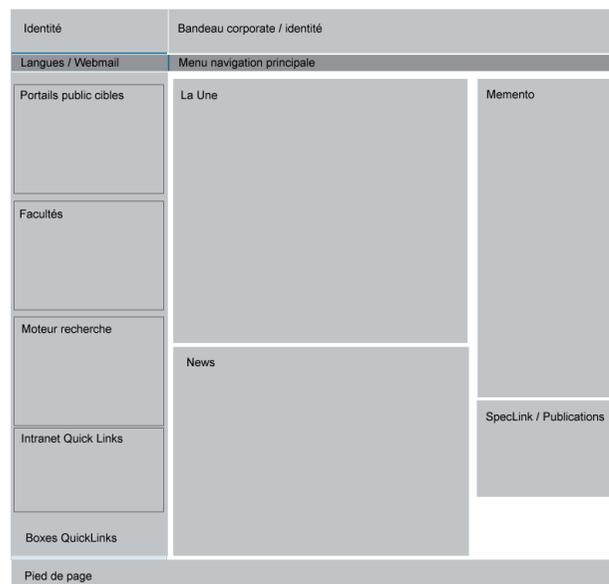
Ergonomie

- Ne pas chercher à réinventer la roue
- Rassurer le lecteur habitué à une présentation type
- Faciliter la navigation: nav primaire, secondaire, fil d'ariane (breadcrumbs)
- Structurer et simplifier
- Pas de codes compliqués: la page doit se comprendre en elle-même

Les zones définies en CSS sur les modèles de l'uni
<http://www.unifr.ch/weboffice/fr/prestations/tools/use/id>



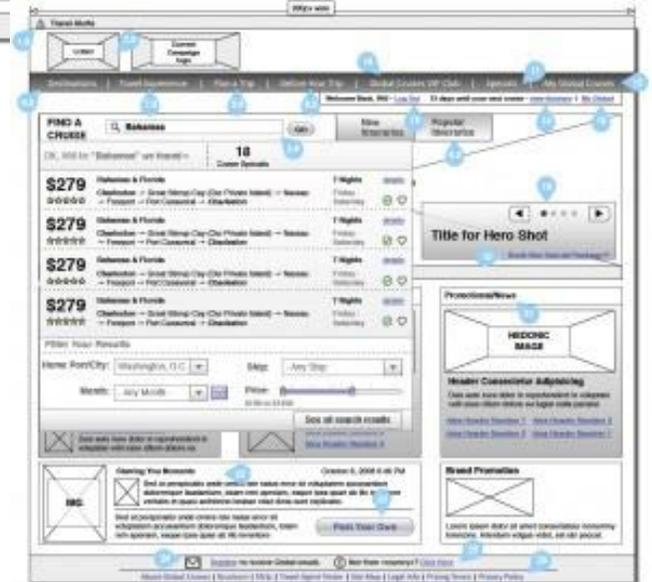
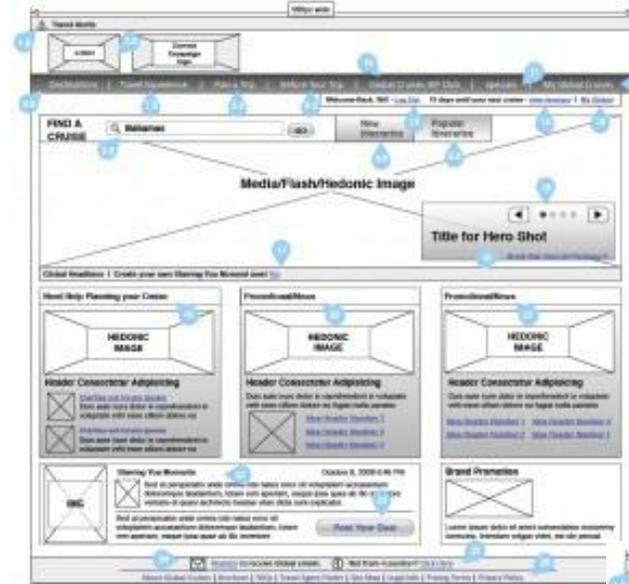
Exemple de zones appliquées à la page d'accueil de l'uni



The screenshot shows the actual implementation of the layout defined in the diagram. Key elements include:

- Header:** University logo and name in French and German, navigation menu (L'UNIVERSITÉ, LES ÉTUDES, LA RECHERCHE, UNI-LIFE, NEWS, LIENS).
- Left Column:** 'PORTAILS' (Future students, Students, Alumni, etc.), 'ACCÈS AUX FACULTÉS' (Theology, Law, Economics, Letters, Sciences), 'RECHERCHER' (Search), 'INTRANET QUICKLINKS' (Uniflash, www).
- Main Content Area:** 'La Une' (Featured article: 'Ce qui se passe dans la «tête» d'un ordinateur'), 'News' (Articles on religious encounters and a professor's appointment).
- Right Column:** 'Memento' (Upcoming events like 'Carte de vœux 2009'), 'SpecLink / Publications' (Uniflash).
- Footer:** Contact information, social media links, and accessibility statement.

Exemple de modèles en fils de fer



Exemple de modèles en fils de fer > version papiers collés



Paper wireframing: digitally redrawing the analog versions



A VOUS DE JOUER

L'institut de bananologie est **experte** dans le domaine de production des bananes de masse hors-sol.

Elle accueille chaque année plus de 500 étudiants dont la moitié proviennent de pays **étrangers** comme l'Allemagne, la France et les Etats-Unis. Ses cours sont donnés sur les **sites** de Miséricorde et Pérolles 2.

En marge de son activité académique, elle propose des **cours d'été** pour les experts dans le domaine. Ses chercheurs **publient** régulièrement sur le site des résultats et **informent** les médias à différentes occasions. Ils sont une **carte de visite** importante; plusieurs d'entre eux sont reconnus mondialement.

Les responsables de l'institut se sont réunis pour réfléchir à un site web. Ils ont eu l'occasion de faire un brainstorming pour sortir toutes les idées. Le voici en annexe.

A partir du brainstorming et des informations ci-dessus, proposez un **concept de site web** (base graphique = modèle unifr):

- proposez une structure de site cohérente
- indiquez le contenu que vous allez disposer sur le site
- si nécessaire identifiez les technologies et outils utiles à la réalisation



3. PRODUIRE ET RÉDIGER

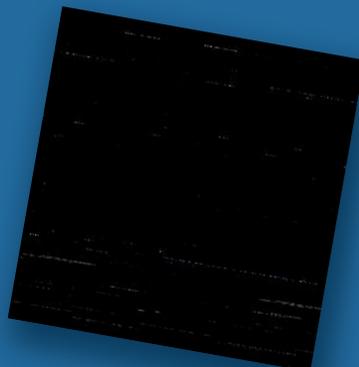
1. Identifier et classifiez les contenus

- Quel contenu va dans quelle partie du site ou concerne quel public
- Quel contenu vais-je mettre et dans quel format (PDF, HTML, image, reprise d'une base de données, etc...)
- Planifiez déjà la mise à jour: quel contenu, par qui et à quelle fréquence

2. Eviter les redondances

- Facilite la mise à jour
- Elimine les erreurs et incohérences
- Ainsi les liens sont privilégiés (importance pour l'indexation)

Ecrire pour le web, recueil de liens
<http://blog.unifr.ch/weboffice/archives/36>



3. Rédiger pour le web et pour être lu > forme

- Pourquoi le web est différent: écran, lien, coup d'oeil
- Phrases brèves
- Contenu structuré: titres, listes, etc...
- Mots mis en évidence, sobriété des couleurs

4. Rédiger pour le web et pour être lu > contenu

- Technique du journal: l'idée principale au début
- Adaptez-vous au public-cible: attention au jargon interne ou spécialisé
- Oubliez l'académique, écrivez pour être lu le lecteur abandonne après 3 hauteurs d'écran
- Epurez, épurez, épurez... revenez à la quintessence, pensez à ce que le lecteur doit savoir en quittant votre site et non à ce que vous aimeriez lui présenter
- Si nécessaire, partagez votre contenu sur plusieurs pages liens plus aisés

Ecrire pour le web, recueil de liens
<http://blog.unifr.ch/weboffice/archives/36>



Exemple avec PDF en téléchargement: pandemia.ch



UNIS
CONTRE LA
GRIPPE

[Deutsch](#) [Français](#) [Italiano](#) [Rumantsch](#)
[English](#) [Shqip](#) [Bosanski](#) [Hrvatski](#) [Português](#) [Srpski](#) [Español](#) [ગુજી](#) [Türkçe](#)

Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra
Swiss Confederation

Bundesamt für Gesundheit BfG
Office fédéral de la santé publique OFSP
Ufficio Federale della sanità pubblica UFSP
Federal Office of Public Health FOPH

Accueil

Vaccination/Test vaccination

Prévention

Symptômes

Groupes à risque

Matériel d'information

Informations pour les malentendants

Les questions les plus fréquentes

Informations supplémentaires

Important pour tous. Mesures d'hygiène et de protection

La grippe, ou influenza, est une maladie infectieuse aiguë causée par des virus de la grippe. La transmission des virus s'effectue soit directement par les gouttelettes projetées par une personne infectée lorsqu'elle éternue, tousse ou parle, soit indirectement au contact de surfaces contaminées (p. ex. mains, poignées de porte) sur lesquelles les virus peuvent survivre un certain temps.

En prenant des mesures simples, vous pouvez contribuer à vous protéger vous-même et à protéger les autres.

Téléchargement aide-mémoire

- [Mesures pour nous protéger](#) PDF | 234 Kbytes

Lavez-vous les mains.

Lavez-vous soigneusement les mains avec de l'eau et du savon plusieurs fois par jour. La méthode pour bien se laver les mains est très importante.

- Se mouiller les mains sous l'eau courante ;
- Se savonner les mains, si possible avec du savon liquide ;
- Se frotter les mains en faisant mousser le savon. Ne pas nettoyer uniquement les surfaces internes, mais également le dos de la main, entre les doigts, sous les ongles et autour du poignet ;
- Bien se rincer les mains sous l'eau courante ;
- Se sécher les mains avec une serviette propre, si possible avec une serviette jetable, un rouleau de serviette en tissu ou les laisser sécher à l'air libre.

S'il n'y a ni eau ni savon, ou en cas de difficultés à en disposer, vous pouvez également utiliser un produit désinfectant pour les mains.

Toussez et éternuez dans un mouchoir en papier.

Placez un mouchoir en papier devant la bouche et le nez pour tousser ou éternuer.



4. MISE EN LIGNE

La mise en ligne est une étape importante. Avant d'effectuer cette dernière, il y a quelques points à respecter

- Tester la navigation (et la compréhension) par un tiers externe
- Faire relire le site avant de le lancer en publication
- Si des liens ont été communiqués dans une brochure, sur une carte de visite, etc... les reproduire pour ne pas casser un lien
- Prévoir une page d'erreur dans le site qui permette à l'internaute de remonter dans la hiérarchie des informations s'il vient d'un lien cassé
- Vérifiez les outils comme les flux RSS etc..
- Formez les rédacteurs web, désignez les responsables des différentes pages



5. MAINTENIR ET OPTIMISER

Le cycle de vie d'un site ne se termine pas par sa mise en ligne.
Il s'agit à présent de le maintenir à jour

1. Maintenance:

- désignez les responsables de telle ou telle zone à mettre à jour
- identifiez clairement les différentes fréquences et cycles: news chaque semaine, programme des cours chaque semestre
- Politique de communication: planifiez des thèmes à mettre en évidence qui correspondent à vos produits, ayez une démarche pro-active orientée vers vos clients (outils, documents, rédaction, etc...)

2. Optimiser (normalement en amont)

- Pour les lecteurs: accessibilité et utilisabilité
- Pour les navigateurs: standards CSS
- Pour les moteurs de recherche: SEO (Search Engine Optimization), contenus accessibles (pas de flash, interactif, etc...)

Google Tips

Google représente 90-95% des moteurs de recherche (données août 2009, Allemagne et Espagne)

Il est ainsi nécessaire d'optimiser ses pages en priorité pour Google.

Quelques astuces pour que votre site soit correctement indexé:

- Utiliser des termes clefs et des phrases brèves dans les endroits pertinents
- Mise en valeur des éléments <title>, <h1>, <h2>, etc...
- Structurez votre page pour permettre la lisibilité par Google
- Ne pas utiliser d'images ou de Flash à la place d'un texte, ni de formulaire de navigation sans alternative > Google ne lit pas le flash ou ne simule pas d'action Javascript
- Les meta n'augmentent pas votre chance d'indexation, par contre des termes judicieux oui: Bienvenue sur notre site <> Chaire d'anthropologie sociale Université de Fribourg



Google Tips, suite

Google a un mécanisme complexe assez proche du raisonnement humain.

Il tient compte de la notoriété et de la pertinence, ainsi que de l'indexabilité.

- Indexabilité: le moteur peut parcourir le contenu
- La pertinence est l'adéquation d'une page aux termes recherchés
- La notoriété est le nombre de pages liés à la vôtre. (pondération des liens sortant -- annuaire)

Quelques astuces pour optimiser votre placement:

- Bon référencement naturel = mix indexation / pertinence / notoriété
- Ne changez pas l'url d'une page: ancienneté = plus-value
- Respectez les consignes de rédaction et formatez correctement votre texte
- Soyez pertinents dans les termes utilisés, réfléchissez à la plus-value qu'offre votre institut ou à ses thèmes phares
- Utilisez les standards web
- Privilégiez les liens entrants avec les termes pertinents de votre site
- Pour les liens, mettez le lien sur des termes précis, et non pas sur un petit bouton 'lien' à côté du texte.
- Utilisez des outils standards comme des blogs et des CMS: ils incitent à un formatage correct limitant la tentation de créativité débordante mais improductive

BONNES LECTURES

- Guide des meilleurs pratiques web:
<http://www.alliancenumerique.com/guideweb.html>
- Ecrire pour le web:
<http://blog.unifr.ch/weboffice/archives/36>
<http://www.kelreferencement.com/le-contenu-editorial.html>
- Google:
Ajouter/inscrire son site: <http://www.google.ch/addurl/>
Creation d'un sitemap XML: <http://www.xml-sitemaps.com/>
Outils pour webmaster: <http://www.google.com/webmasters/tools/>
- SimpleWeb:
<http://www.simpleweb.fr>
- Weboffice:
<http://www.unifr.ch/weboffice/>
- CHU Nicolas, *Réussir un projet de site web*, Eyrolles, Paris, 2003

Brainstorming – Institut de bananalogie
MOTS CLÉS

Etudiants
Etrangers
National
International
Allemagne
France
Etats-Unis
Université de Fribourg
Miséricorde
Pérolles 2
Professeurs
Collaborateurs
Assistants
Personnel administratif (secrétariat)
Etudes
Cours d'été
Activités
Fribourg
Horaires
Calendrier
Formation continue
Recherche
Projets
Publications
Téléchargements
Conférences
Mobilité
Collaborations
Partenaires
Médias