

Votre site  
web est-il  
efficace ?

Ou

Apprenez à  
en créer un  
qui le soit !

## **Sommaire**

- **Introduction**
- **Créer un site web, dans quel but ?**
- **Les particularités du web**
- **Faire construire son site par un prestataire**
- **Comment créer votre site web :**
  - Détaillez au maximum
  - Incitez les visiteurs à agir
  - Une photographie vaut mieux qu'un long discours
  - Le feed-back ou savoir ce qu'éprouvent les visiteurs
  - Un site « vivant »
  - La méthode du newsletter
  - Les outils pour mesurer la fréquentation du site
  - Le graphisme et le design
  - Créez un site facile à utiliser
  - Simplifiez la vie de l'internaute
  - Soyez clair dans la présentation
  - Les kits « prêts à l'emploi »
  - Sobriété
  - Mettez votre contenu en valeur
  - Mettez vos visiteurs en confiance
  - Ne dépaysez pas vos visiteurs
  - Les trophées que votre site a gagné
  - Un site accessible au plus grand nombre
- **Le référencement**
  - Augmentez votre popularité
  - Les liens en dur
  - Choisir les sites où vous allez afficher
  - Les sites « populaires » chez les moteurs de recherche
  - Ce qu'il faut éviter
  - Maintenant, l'honnêteté est de mise
  - Payer pour votre référencement
  - Le choix des mots clés
  - Quelques règles élémentaires pour des pages et un site « moteur friendly »

- **La page d'accueil**
  - La page d'introduction ou page de garde (ou également page « tunnel »)
  - La page d'accueil doit être légère
  - La simplicité, toujours toujours ...
  - Présentez le site en entier
  - N'utilisez pas les frames sur la page d'accueil
  - Ne mettez pas de liens vers d'autres sites sur la page d'accueil
  - Les fautes d'orthographe
  - La place de la publicité sur la page d'accueil
  - Ouvrir vos liens dans une nouvelle fenêtre ...
- **Le choix de l'hébergeur**
- **Avant de publier votre site**
- **Où mettre les publicités sur votre site ?**
  - Quelles publicités afficher ?
  - Les différentes formes de la publicité sur le web
- **Le cas des blogs**
- **Un mot sur la configuration des PC des internautes**
- **Le choix de votre nom de domaine**
- **Reprendre le contenu d'un autre site sur le vôtre**
- **Comment vous simplifier la vie avec les feuilles de style CSS (Cascading Style Sheet)**
- **Le WAP (Wireless Application Protocol) ou le web sur les téléphones mobiles**
- **Quel équipement matériel et logiciel pour le webmaster ?**
- **Conclusion**
- **Liste de liens**

## Introduction

Aujourd'hui, la création de site est devenue une activité qu'on pourrait qualifier de banale. Avant, c'était réservé aux connaisseurs qui étaient familiers avec l'Internet et le webmastering. Maintenant, on voit de nombreux outils permettant de créer aisément, rapidement et facilement ses pages web sans aucune compétence technique (sans connaître le langage HTML), mieux encore, il y a des « générateurs » qui génère votre site à la demande à partir des informations que vous donnez. La création web est donc devenue familière et quasiment tout le monde peut se permettre de la pratiquer. En conséquence, le web ne cesse de croître, des sites apparaissent chaque jour, de nouvelles informations aussi, et tout cela n'est pas près de s'arrêter.

Actuellement, chacun peut avoir un site, chacun peut en créer, et chacun a ses propres objectifs et aspirations dans une telle démarche. La taille du web et ses utilités ne cessent ainsi de croître, et on peut carrément dire « qu'il n'y rien qu'on ne puisse trouver sur le net », mais on ne peut pas dire qu'en faisant simplement ce qui nous passe par la tête, on puisse en tirer le meilleur parti.

Il y a toujours un but du propriétaire dans la construction d'un site : se faire connaître, partager une passion, vendre, gagner de l'argent, établir des relations, ... Mais atteindre l'objectif fixé n'est pas facile, et c'est la cause de nombreux sites « abandonnés » ou « fermés » : l'initiateur ne s'en soucie plus car le site n'apporte rien, l'hébergement n'est plus renouvelé, on abandonne les mises à jour, ... Le plus grave des cas arrive avec les sites commerciaux on les propriétaires y ont investi des sommes conséquentes, mais même seulement une perte de temps est quand même frustrante, n'est-ce pas ?

Si vous vous êtes déjà lancé dans la création d'un site web, ou que vous envisagez de le faire, cet e-book a été conçu pour vous. Comme je l'ai dit précédemment, il ne suffit pas de se laisser guider par son inspiration ou ses convictions en concevant un site, quel que soit son but. Que vous créer votre page perso, un site pour votre village, un site commercial, un site pour votre organisation ou un site dédié à votre plus grande passion, il y a des règles utiles à connaître, des démarches importantes pour que cette opération ne soit pas une perte de temps et d'argent. Votre site doit vous apporter quelque chose : profits financiers, contacts et relations, donner des informations et connaissances, ... Un site a toujours un rôle, et s'il n'arrive pas à remplir ce rôle, sa création n'a été qu'une perte de temps et d'argent pour son propriétaire.

Créez votre site pour qu'il remplisse parfaitement le rôle que vous lui avez fixé. Votre site doit vous aider, et non l'inverse, faites-en un outil de promotion puissant et efficace, profitez de la puissance d'Internet pour votre épanouissement. Votre site web peut être votre arme la plus puissante, une vitrine éblouissante et irrésistible aux yeux du monde, une source d'intérêts et de profits sans limite, un outil de communication d'une efficacité sans pareil, ou simplement la chose que vous voulez qu'il soit ...

Vous ne trouverez pas dans ce livre un tutorial sur le HTML ou des instructions techniques sur le webmastering, vous pouvez trouver sur le web des centaines de site qui pourront vous y initier. Cet ouvrage est destiné seulement à guider votre esprit dans la création ou dans la modification de votre site. On suppose que vous avez déjà les connaissances techniques nécessaires pour monter un site ou que vous avez déjà un webmaster ou un programmeur sous la main.

A la fin du livre, vous trouverez une liste de liens qui pourrait sûrement vous aider sur le langage HTML, Javascript ou PHP, ainsi que d'autre sites intéressants.

## Créer un site web dans quel but ?

Les raisons qui poussent à créer un site sont nombreuses, voyons quelques-unes :

- Se faire connaître :

C'est généralement la raison qui pousse des personnes à créer des pages persos, des blogs, ... Elles veulent « se présenter » au web (ou plus exactement, à la communauté « web »). C'est créer une présence dans le monde « virtuel » (comme avoir une adresse ou une maison dans le monde « physique »).

- Partager une passion :

A mon avis, c'est la raison la plus courante. On voit fleurir sur Internet des tonnes de sites sur plusieurs centres d'intérêts : sport, culture, hobbies, modélisme, voyage, etc. Il existe des sites totalement gratuits comme il existe des sites payants, mais un site payant ne veut pas essentiellement dire que le propriétaire ne partage pas une passion mais se consacre uniquement à faire des profits.

- Nouer des relations et échanger des idées :

Avez-vous déjà vu les sites qui ne sont constitués que d'un forum ? ou d'un tchat ? L'initiateur n'a qu'un seul but : créer des discussions, débattre sur des grands sujets, ... et beaucoup ont du succès.

- Rendre service :

Ne croyez pas que c'est toujours dans un but lucratif que des webmasters mettent en place un site de téléchargements d'utilitaire, des documents et manuels, des listes de lien, ... Cet esprit altruiste est l'esprit qui a permis à beaucoup gens de prendre contact avec le web et qui a aussi contribué à son explosion.

- Gagner de l'argent :

Comme tout média de communication, Internet permet de vendre, ou de faire des transactions. Même si la question de pouvoir gagner sa vie sur le web fait actuellement l'objet de grands débats, il est indéniable que le web a un potentiel commercial non négligeable.

- Informer :

Comme je l'ai dit ci-dessus, ce n'est pas toujours aussi dans un but lucratif. On peut trouver beaucoup d'informations gratuites sur des sites de qualité. Et le concept même d'Internet est de véhiculer des informations sur un vaste réseau.

Il peut encore y avoir d'autres raisons, mais celles citées ci-dessus sont les plus courantes, et elles peuvent se mélanger aussi. Les raisons peuvent aussi évoluer dans le temps : comme par exemple un site initialement à but non lucratif qui a du succès peut profiter de sa popularité pour vendre des produits ou proposer des services payants ...

Voilà les objectifs, chacun a le sien, chacun met en œuvre ce qu'il sait et ce qu'il peut pour les atteindre ...

**Oui, mais très peu arrivent à ce qu'ils souhaitent !**

## **Les particularités du web**

Le web est impitoyable, ne vous fiez pas aux impressions qu'il vous donne, c'est un outil qui ne se laisse pas cerner facilement. Et c'est la plus grosse illusion du web, il montre une apparente facilité mais cache une complexité ardue.

Tout d'abord, il n'est pas facile d'avoir une bonne visibilité sur le web, je m'explique :

Si vous voulez vous faire remarquer dans votre quartier ou dans votre ville, qu'est-ce que vous faites ? Vous achèterez la plus grande maison, ou la plus grande voiture, ou les deux, ... Là, c'est sûr, on va parler de vous.

Sur le web, vous pouvez dépenser une fortune pour afficher des bannières partout, mettre des liens sur des milliers de site, créer les plus belles pages qui soient, MAIS VOUS POUVEZ TOUJOURS RESTER INVISIBLE ! ou les gens continuent à vous ignorer superbement !

Le web est un monde virtuel, c'est à dire un monde non « palpable ». Il n'a pas de repères pour savoir ce qui existe réellement (ou « physiquement ») et ce qui est le fruit d'une imagination débordante dans le but de tromper les foules.

Pour attirer du monde, un site doit « faire ses preuves », montrer qu'il a bien quelqu'un derrière, quelqu'un dont le site reflète l'existence et non un personnage imaginaire inventé par le webmaster.

Le septicisme est un sentiment très répandu chez les internautes. Du fait qu'il est très facile d'induire les gens en erreur dans un monde « qui n'existe que dans les ordinateurs », les internautes sont généralement méfiants et les pousser à entreprendre une action et leur faire croire quelque chose n'est pas facile.

La première chose que votre site doit faire donc c'est de prouver qu'il est bien ce qu'il prétend être, non pas que c'est un site conçu pour mener les gens en bateau.

Si votre site parle de vous, la première impression que doivent avoir vos visiteurs c'est d'être convaincu que vous existez réellement, que ce que vous avez écrit sur vos pages sont vrais et que ce ne sont pas des contes pour enfants. Sans cette première impression, votre site est et restera un bel échec quoi que vous fassiez par la suite.

## Faire construire son site par un prestataire

Les agences web et prestataires qui proposent de réaliser votre site sont nombreux et se livrent à une concurrence acharnée. Mais est-il vraiment toujours nécessaire de faire appel à ce genre de prestation ?

Prenons un exemple, vous voulez faire le site de votre club, ou de votre organisation caritative, ou de votre équipe de foot, ... En étudiant de près la question, cela peut se résumer à créer 5 ou 6 pages avec du texte, des photos, un formulaire de contact, un livre d'or, un forum (même certains peuvent ne pas vous paraître indispensables), est-ce bien raisonnable de dépenser des centaines d'euros pour la réalisation du projet en engageant une agence web ? Bien sûr que non, même si vous n'y connaissez rien au webmastering, il suffit juste de s'informer un peu sur le web, d'avoir un peu de bonne volonté et de prendre votre courage à deux mains, et je vous garantis que vous allez réussir ! et sans dépenser beaucoup !

Bien sûr, je ne vous dis pas qu'en étant complètement néophyte, vous allez pouvoir créer un super site avec une base de données dynamique ou des scripts PHP à profusion. Si vous voulez créer quelque chose de spécifique (qui nécessite de la programmation) et complexe, vous ne pouvez pas faire appel à un spécialiste.

Mais revenons à la création d'un site simple (mais qui ne sera pas nécessairement moche ni sans intérêt, l'intérêt principal réside dans le contenu) :

- Comment faire pour la présentation ? Et bien, cherchez et téléchargez un kit graphique prêt à l'emploi, certains sont gratuits et d'autres payants sont proposés à un prix insignifiant, cherchez ! Procurez-vous un logiciel de création de site simple (Frontpage par exemple est livré avec la suite Office de Windows, et se laisse facilement dompter par le premier débutant venu).
- Formez-vous un peu sur le web et fréquentez les forums de discussion pour la création de vos pages avec l'application que vous utilisez. Pour traiter vos photos, optez pour un logiciel comme Paintshop qui est facile à apprendre et qui vous permet aussi de créer des images présentables.
- N'hésitez pas et n'ayez pas peur à « mettre les mains dans la pâte », manipulez beaucoup vos logiciels pour cerner leur fonctionnement, consultez les aides, surfez sur les sites qui leurs sont consacrés, essayez, testez, voyez les résultats. Vous devriez toujours arriver à ce que vous souhaitez !
- Une fois que vous êtes satisfait(e) avec votre création, il faut la mettre en ligne, vous devrez acheter un nom de domaine ou en prendre un gratuit (comme les pages perso de Lycos), vous pouvez aussi acheter un hébergement ou en prendre un gratuit aussi. Mais sachez qu'un nom de domaine propre et un hébergement de qualité ajoutent toujours plus de crédibilité à votre site.

Je ne vais pas entrer ici dans un pas à pas détaillé pour vous apprendre à créer votre premier site web. Je veux juste vous dire que créer un site simple n'est pas sorcier et **GRATUIT Comment vraiment se faire de l'argent sur le web**  
[www.business-opportunite.org](http://www.business-opportunite.org)

est à la portée de tous. N'allez donc pas dépenser une fortune pour les choses que vous pouvez faire vous-même.

En plus, ce document va vous apprendre des principes et conseils pour faire un site web efficace, êtes-vous sûr que le prestataire que vous allez engager va se soucier de ces règles fondamentaux ? Ou êtes-vous prêt à le suivre pas à pas dans la réalisation du projet ?

## Comment créer votre site web ?

Bon, vous avez peut être déjà créé une page perso ou un site quelconque, mais pour expliquer clairement le principe, je vais prendre un exemple.

Disons que je m'appelle Paul Vincent et que je suis informaticien, disons aussi que mon métier est ma passion, c'est-à-dire l'informatique. Un beau jour, j'ai l'idée de créer ma page perso, histoire de faire connaître ma passion et aussi pour me faire connaître à des gens !

Je me lance, (on suppose que je sais déjà créer une page avec un logiciel comme Dreamweaver ou FrontPage, et que je sais déjà comment et où l'héberger, cet e-book n'est pas un manuel technique sur la création web, vous trouverez beaucoup de sites qui peuvent vous y initier ou vous y perfectionner), voici donc la première version de ma page :

**Bienvenue sur mon site web !**

**Bonjour, je m'appelle Paul Vincent, j'habite France, je travaille comme informaticien et je suis également un passionné des ordinateurs.**

**Voici mon adresse e-mail : [paul.vincent@wanadoo.fr](mailto:paul.vincent@wanadoo.fr)**

C'est peut-être un exemple, disons simpliste, mais cela résume bien l'apparence de beaucoup de sites web. L'information est brève, imprécise, peu incitative, de plus l'auteur met des tonnes de liens et de pub ou des illustrations sans grand rapport avec le contenu lui-même.

Croyez-vous que ma page va pousser les gens à me contacter (même si j'ai mis mon adresse e-mail) ? Pas du tout, ils arrivent sur ma page, disent « ouais » et s'en iront. Il y en aura peut être tout au plus une personne sur 1000 qui va prendre la peine de m'écrire...

## **La première chose à faire : détailler au maximum**

Pour avoir le maximum de confiance de la part du visiteur, il faut donner des informations précises et exactes, et non des informations vagues.  
Voici donc la page « corrigée » :

### **Bienvenue sur mon site web !**

**Bonjour, je m'appelle Paul Vincent, je travaille comme informaticien et je suis également un passionné des ordinateurs.**

**Je suis né un 20 Août 1977 à Paris, France**

**Voici mon adresse :**

***{vous mettez votre adresse ici}***

**Voici mon numéro de téléphone où vous pouvez me contacter :**

***{vous mettez votre numéro de téléphone ici}***

**Voici mon adresse e-mail : paul.vincent@wanadoo.fr**

Là, c'est un peu mieux, le visiteur peut vérifier si j'existe vraiment, cela le met un peu plus en confiance.

Le visiteur est maintenant sûr que j'existe bien « physiquement », mais il va toujours dire « ouais, voilà un autre passionné des ordinateurs ». Après avoir lu ma page, il va surfer sur d'autres sites, va éteindre son ordinateur, va se coucher et **M'OUBLIE POUR TOUJOURS !**

Ne croyez pas que seules les personnes qui ne s'intéressent pas du tout à vos activités ou à ce que vous êtes ont ce comportement, cela arrive même si le visiteur partage votre passion ou a besoin d'une personne comme vous !

J'appelle cela le «surf inconscient», on surfe sur le web durant des heures, on ingurgite des tonnes d'informations, on est un peu « abruti » à la fin et le cerveau ne tourne plus à plein régime... On peut alors être fortement accroché à un site sans intérêt et passer à côté des sites qui sont utiles. On est plus sensible aux accroches « visuelles » (ou auditifs, comme les belles images, un beau design, des sons et musiques, les animations flash, etc.) et on passe rapidement sur les choses qui ne font pas forte impression (même si elles sont d'un grand intérêt).

## **Deuxième chose à faire : inciter au contact immédiat**

Si vous laissez seulement le visiteur passer sur votre site, alors votre site est voué à l'échec. Le site doit l'inciter à agir, et si vous ne le poussez pas à agir immédiatement, il pourrait vous oublier, ne plus se souvenir de l'adresse du site, il ne pourra plus entrer en contact avec vous, même s'il aura besoin de vous plus tard.

Il est important de signaler que la majorité des internautes trouvent les sites par les annuaires, les moteurs de recherche ou les liens sur d'autres sites. Au fil de longues heures de surf, on ne se souvient plus sur quel lien on a cliqué pour arriver sur tel site. Les navigateurs (comme Internet Explorer) ont bien sûr la fonction « Favoris » qui permet de se souvenir des sites sur lesquels on aimerait revenir plus tard, mais les internautes n'ont pas toujours conscience de cette possibilité (il y en a même qui l'ignore). C'est pourquoi aussi il est toujours préférable de mettre sur son site un message incitant le visiteur à ajouter le site dans les « Favoris ».

Il y a aussi la fonction « Historique » ou « cache » des navigateurs, c'est une fonction qui garde dans une mémoire les sites récemment visités. Donc, l'internaute peut toujours fouiller dans ces « archives » pour pouvoir revenir sur un site qu'il a visité, mais le cache est régulièrement mis à jour, et de ce fait, les adresses disparaissent ! De plus, beaucoup d'internautes ne connaissent pas encore cette fonction des navigateurs.

Comment faire alors pour faire agir immédiatement le visiteur ?

Tout d'abord, ne croyez pas que vous pouvez faire agir TOUS les visiteurs qui arrivent sur votre site, c'est impossible. Il y en a qui ne s'intéressent pas du tout à ce que vous faites, qui sont tombés sur votre page « par hasard », ceux qui sont fatigués et ne lisent plus les textes, etc. Ce que vous allez faire, c'est d'essayer de faire agir le MAXIMUM d'entre eux.

Le meilleur moyen, c'est de leur offrir ou de leur proposer quelque chose en échange d'un contact (nom, prénom, adresse postale, e-mail, téléphone, ...).

Pour l'exemple de ma page perso, voici par exemple ce que je pourrais mettre :

**J'organise régulièrement des réunions entre passionnés d'informatique et d'Internet pour échanger des idées, s'entraider, et s'amuser ensemble.**

**Je vous invite à participer à la prochaine réunion qui se tiendra le 5 septembre à mon domicile, si vous voulez bien être présent à cette rencontre, veuillez me laisser vos coordonnées pour que je puisse vous contacter (et on fait toujours une fête pour les nouveaux !) :**

***Là, vous mettez un formulaire lui demandant son nom, e-mail, adresse et téléphone***

On a pu aussi simplement mettre : « écrivez-moi à mon adresse e-mail si vous voulez participer à la prochaine réunion » mais l'usage du formulaire est plus élégant et moins fatigant pour le visiteur. Si vous ne savez pas comment créer et mettre un

formulaire sur votre site web, il a des sites qui en proposent gratuitement et dont l'installation ne nécessite pas des compétences particulières.

Et puis, en aucun cas il pourrait être tenté de dire : « ouais, je suis fatigué maintenant mais j'écrirai demain » et il note votre adresse e-mail, mais va perdre le bout de papier ou ne se souviendra plus qu'il doit vous écrire.

Après le remplissage du formulaire, les informations arriveront tout droit à votre boîte e-mail. Vous ne vous souciez plus si la personne qui vous a contacté va vous oublier ou va oublier l'adresse de votre site, vous pouvez toujours le contacter ultérieurement avec ses coordonnées.

## **Une photo vaut toujours mieux qu'un long discours ...**

Je vous ai dit plus haut que le surfeur « fatigué » (et Dieu seul sait s'ils sont nombreux) est plus sensible aux « illustrations » (images, sons, animations, ...) qu'aux textes. Un des moyens les plus efficaces pour attirer l'attention donc est de mettre une photo sur votre page perso.

Mais pas n'importe quelle photo ! par exemple, sur ma page perso de passionné d'informatique, je pourrais mettre une photo de moi prise avec mon PC.

La photo a un impact très fort, non seulement il renforce la crédibilité du site (l'existence physique), mais il attise aussi la curiosité et pousse le visiteur à lire le texte (et à agir, par la suite).

Vous pouvez mettre plusieurs photos (avec le même thème), mais un seul suffit largement. Mais attention, la photo doit être claire et de bonne qualité, de dimension raisonnable (pas trop grande ni trop petite), sinon elle produira l'effet contraire à celui souhaité : détruire votre crédibilité et faire fuir le visiteur.

Certaines personnes créent même une page spéciale « album photo », c'est aussi une très bonne idée et donne plus d'attrait au site. Mais il faut faire toujours attention à la qualité, et mieux vaut ne pas en mettre si vous n'avez pas encore des images de qualité sous la main.

Il vous faut quand même prendre garde à la taille des photos, parce que des photos de grande taille augmentent le temps de chargement de vos pages. Si vos pages mettent trop de temps à se charger, cela fera fuir le visiteur (et l'internaute est d'un naturel pas patient du tout). Bon, vous allez peut être me rétorquer : « oui, mais on maintenant le haut débit, l'ADSL, ... », d'accord, mais tout le monde n'a pas le haut-débit et faites toujours des tests pour voir le temps de chargement de vos pages sur la majorité des types de connexion.

## **Le feed-back ou comment savoir ce qu'éprouvent les visiteurs**

Le plus gros avantage du web, c'est son interactivité poussée à l'extrême. Avec les médias « traditionnels » (télévision, radio, journaux, ...), on n'a pas cela. Le web permet des échanges bidirectionnelles ultrarapides comme avec une communication téléphonique. Un site web permet de transmettre des informations aux visiteurs, mais les visiteurs peuvent aussi transmettre des informations de manière instantanée au site et même entre eux.

Le feed-back est indispensable, voire même vital pour un site web. Un site qui n'offre pas un moyen aux visiteurs de s'exprimer n'exploite pas le potentiel qu'offre Internet et sera source de casse-tête pour son propriétaire pour son évolution future. Vous DEVEZ savoir ce que pensent les visiteurs qui arrivent sur votre site, vous devez connaître leurs critiques, leurs suggestions. C'est indispensable pour orienter les corrections et les modifications à apporter dans le futur.

Les outils de feed-back doivent toujours être présents quel que soit le type de site web. Que ce soit pour une page perso ou un site web commercial, il faut toujours recueillir le maximum d'impressions, de suggestions et de critiques venant de vos visiteurs. Un site commercial peut en tirer même des stratégies marketing cruciales pour optimiser ses actions.

Incitez beaucoup les visiteurs à utiliser les outils de feed-back, voire même proposez-leur quelque chose en échange de leurs avis et impressions.

Examinons quelques outils de feed-back pour un site web :

- Le livre d'or

C'est peut être le plus utilisé et le plus répandu même si on le trouve surtout sur les sites persos ou sur des sites d'association. A mon avis, le livre d'or est le meilleur moyen pour connaître de la façon la plus exacte possible les sentiments de l'internaute qui a visité votre site. Ne croyez pas que c'est toujours pour vous lancer des fleurs que les visiteurs signent le livre d'or, on peut y voir aussi des critiques et des suggestions (même des insultes !).

Le plus important si vous mettez un livre d'or sur votre site est de bien mettre le lien en évidence. Si le livre d'or est difficile à trouver sur le site, personne ne viendra le compléter ! Personnellement, je mets un lien avec un gros texte bien visible : « Signez mon livre d'or » sur toutes les pages de mon site, un lien bien en évidence et bien visible. Evitez de faire le lien avec des images peu parlantes (du genre une grosse plume ou un gros stylo), rien n'est plus clair qu'un texte. Enfin, une très excellente méthode est l'ouverture d'un pop-up (une petite fenêtre du navigateur) pour demander au visiteur de signer le livre lorsque celui-ci quitte le site.

Enfin, le livre d'or est particulièrement intéressant dans le cas où le visiteur peut consulter à loisir les messages laissés par les autres visiteurs, on peut considérer ces messages comme des « témoignages » qui renforcent (ou réduisent) la crédibilité du site. Le livre d'or peut donc ainsi inciter le visiteur à examiner le site plus en profondeur, ou renforcer l'attrait du site auprès de l'internaute. C'est un

outil très puissant mais nous ne nous sommes pas toujours conscients de cette puissance, la majorité des webmasters mettent juste un livre d'or pour « faire joli » ou faire comme les autres ! Je pense personnellement que le livre d'or est un concept très intéressant pour tous les genres de site, même pour les sites à vocation commerciale.

Mais attention, le livre d'or peut vous mettre à terre tout autant qu'il peut vous propulser au sommet. Ne pas prendre en compte les critiques, laisser les « spams » (il y a des individus malintentionnés qui remplissent les livres d'or avec des masses de blocs de texte sans signification) remplir le livre, laisser les mots grossiers y figurer feront que votre livre d'or va faire fuir le visiteur de votre site au lieu de l'y accrocher !

- Formulaire de contact

Nous avons déjà vu un exemple plus haut, l'exemple où on a utilisé un formulaire pour récupérer les coordonnées du visiteur en échange de « quelque chose » qu'on lui a offert, mais il existe de nombreuses autres utilisations.

Certains sites proposent juste un lien « contactez-nous ! », ou « Contacts », et affichent un formulaire quand on clique sur le lien, mais est-ce bien évident pour le visiteur ?

Supposons que j'arrive sur un site et je vois un lien « Contactez-nous », mais je me dis intérieurement « Pourquoi dois-je les contacter ? ». Bien sûr, en parcourant le site, je peux trouver des informations qui incitent au contact, mais sans ces informations, il n'est pas évident de pousser le visiteur à contacter les responsables du site. Il n'est pas toujours certain aussi que le visiteur ait vu ces informations.

Ce que je veux dire c'est qu'on ne peut inciter l'internaute au contact sans que celui-ci ne soit conscient de ce qu'il peut avoir en vous contactant. Personnellement, je n'aime pas le lien « Contactez-nous ! » ou « Contacts », je préfère plutôt : « Cliquez ici pour en savoir plus ! » ou « Avez-vous des questions ou remarques ? ». Avez-vous saisi le principe ?

### **Le formulaire pour l'élégance, l'efficacité et un grand pouvoir d'aiguillage**

On ne peut nier que le formulaire est de loin plus pratique, plus incitatif et plus agréable qu'un seul lien « mailto » (le lien « mailto » est un lien qui, dès qu'on clique dessus, ouvre la messagerie de l'utilisateur, comme Outlook Express par exemple, et permet l'envoi d'un message à l'adresse spécifiée dans le lien).

Le lien « mailto » est le plus facile à mettre sur une page, mais préférez l'usage d'un formulaire qui est plus complexe à mettre en place, mais qui apporte une puissance non négligeable à la page.

Savez-vous ce que c'est qu'un combobox ? On l'appelle aussi liste déroulante, boîte à liste, ... C'est un champ d'un formulaire qui vous permet de faire un choix, comme les cases à cocher et les boutons radios. On n'en dira jamais assez sur l'efficacité de ces types de champ de formulaire, ils apportent un réel confort, aiguillent les choix et permettent d'avoir un maximum de précision sur les informations délivrées par le visiteur. Il faut juste bien savoir les utiliser et en tirer le meilleur parti.

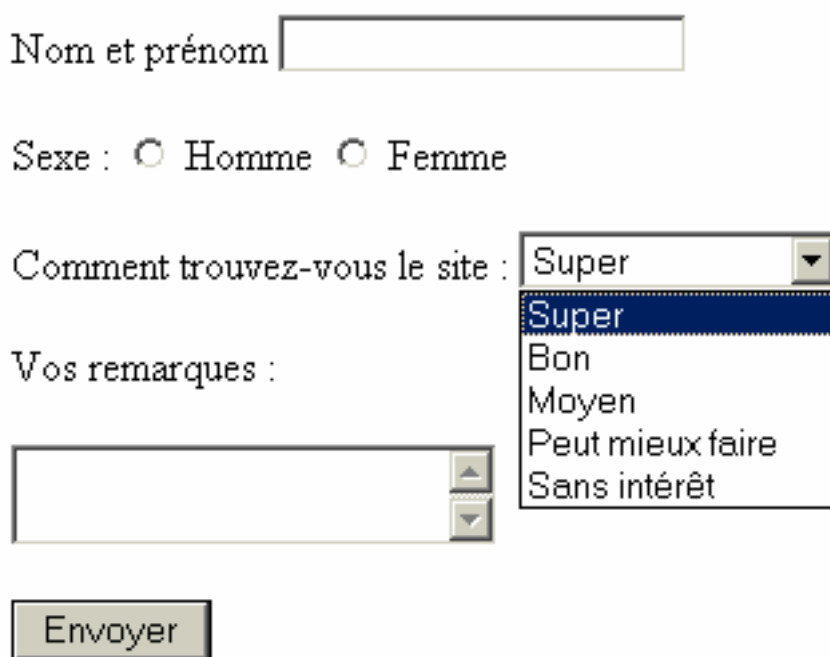
Je prends un exemple, voici un formulaire qui me donnera beaucoup de détails sur mes visiteurs :

Nom et prénom

Sexe :  Homme  Femme

Comment trouvez-vous le site :

Vos remarques :



Avec ce formulaire, je peux savoir s'il est un homme ou une femme, je peux avoir son nom. Je peux connaître ce qu'il pense de mon site, en fait, je peux lui demander tout ce que je veux ! C'est toute la puissance du formulaire.

Bien sûr cet exemple n'est que pure illustration tant les possibilités sont infinies. Mais comme tout outil de puissance extrême, il faut utiliser les formulaires à bon escient et surtout ne pas en abuser.

### **L'erreur à ne pas commettre : le formulaire interminable et indiscret**

Ne profitez pas du formulaire pour connaître le moindre détail sur vos visiteurs, même si vous pensez que cela peut vous être utile, cela peut devenir agaçant et attirer la méfiance.

Dans le même optique, il y a un principe qui s'applique bien au formulaire : « plus

c'est court, mieux c'est », mais il vous faut quand même recueillir une quantité d'informations qui sera suffisante pour l'usage dont vous en ferez.

Des statistiques ont montré que plus le formulaire est long, plus les visiteurs rechignent à les remplir, à moins que ce soit dans un but particulier (participation à un concours, inscription à un service, sondage sur un thème, ...). Les formulaires courts ont des taux de remplissage plus élevé et les informations qui y sont entrées sont plus pertinentes.

Il faut savoir doser ses formulaires pour soutirer assez d'informations de qualité sans pour autant fatiguer et agacer l'internaute. Orientez le visiteur vers ce que vous voulez principalement savoir, et oubliez les détails qui ont des valeurs peu significatives.

Si vraiment vous avez besoin de beaucoup de détails sur le visiteur et qui feraient l'objet d'un très long formulaire, il existe une astuce simple, mais à ne pas abuser non plus : la première fois, ne lui faites remplir que les champs primordiaux (comme le nom, l'adresse e-mail) et invitez-le par e-mail plus tard à remplir le reste, mais surtout ne le forcez pas.

- Le vote

C'est un excellent moyen de connaître les appréciations de vos visiteurs sur votre site. Et en plus, cela ne les fatigue pas. Il faut juste mettre le formulaire de vote de manière à ce qu'il soit bien visible et bien explicite.

Beaucoup de webmasters mettent juste un formulaire de vote sur leur site pour faire monter le classement du site dans les hit-parades, pour gagner en popularité et accroître le trafic. Mais un système de vote pour une évaluation interne est aussi très intéressant.

Ce qu'il faut éviter à tout prix, c'est le vote forcé. Beaucoup de sites obligent les visiteurs à voter en échange de l'accès à un service. Pour faire monter le site dans les classements, c'est peut être utile, mais les résultats ne seront plus fiables. On ne peut pas se fier à de tels résultats pour mesurer l'attrait du site sur les internautes.

Il ne faut pas forcer le visiteur à donner son appréciation, mais l'y inviter clairement. Le mieux à faire c'est d'améliorer continuellement le site et voir au fur et à mesure de la tendance des votes.

Voici un exemple de formulaire de vote :

## Comment trouvez-vous ce site ?

Super  Bien  Pas mal  Médiocre  Nul

OK!

- Le forum et le tchat

Ce ne sont pas tellement des outils de feed-back, mais ils peuvent servir dans cette optique. Le forum et le tchat ont été surtout conçus pour faire communiquer les internautes entre eux. Mais le propriétaire du site peut également utiliser ces outils pour effectuer des échanges avec ses visiteurs.

Pour un forum, vous pouvez mettre des topics (sujets de discussion) où vous annoncez vos projets de modification, par exemple la mise en place de nouvelles sections, etc. Et recueillir l'avis de vos visiteurs sur ces projets, vous pouvez donc être fixé à l'avance sur la façon dont vos internautes vont accueillir les changements et réagir en conséquence. Vous ne perdrez pas de temps à faire des choses qui n'auront pas de succès, et vous pouvez aussi recueillir les souhaits de vos visiteurs et les satisfaire (là c'est le succès assuré !).

Un tchat est un système d'échange en direct (tandis que le forum est en différé), pour moi, le forum est de loin préférable car les échanges sur le tchat sont très spontanés et il est difficile de les évaluer à leur juste valeur. En plus, la discussion se passe seulement entre les visiteurs en ligne, tandis que sur le forum, la discussion peut concerner plus de personnes.

Je ne dis pas qu'il ne faut rien attendre d'un tchat si vous en avez un sur votre site, mais il est toujours intéressant d'y jeter un coup d'œil de temps en temps surtout lors des périodes de grande affluence.

Les tchats sont le plus souvent utilisés pour faire la promotion du site, et servent rarement au feed-back. Les séances de tchat avec des personnalités et des célébrités sont très prisées sur le web pour autant que le site soit populaire et fiable.

- L'espace membre

Avez-vous déjà vu un site où on vous a proposé de vous inscrire en tant que membre ? Généralement, on vous donne un login (un pseudo) et un mot de passe avant de pouvoir accéder au contenu ou aux services proposés par le site. La mise en place d'un espace membre a surtout pour but de créer une communauté, de pouvoir « suivre » les membres (proposer une newsletter, proposer des produits, ...). En ce qui concerne le feed-back, c'est simple : le taux

de conversion visiteur/membre (le nombre de visiteurs qui se convertissent en membres) montre l'attrait du site sur les internautes.

Le plus difficile est de convaincre les visiteurs à devenir membre du site. Là encore, il faut leur montrer clairement ce qu'ils pourraient gagner en adhérant à la communauté.

N'oubliez pas de toujours laisser le choix aux membres de se désinscrire. Une augmentation du nombre de désinscription est le signe d'un problème sur le site et sera pour vous l'occasion de rectifier le tir et mettre en place des améliorations. Si vous ne mettez pas un moyen pour les visiteurs de se désinscrire, ils ne vont simplement plus revenir sur le site et vous pourriez avoir du mal à trouver la raison. C'est très intéressant aussi d'avoir des moyens pour voir la fréquence des connexions des membres, la durée moyenne où les membres restent sur le site, etc.

N'oubliez toujours pas non plus de mettre un forum, vote, etc. pour ces sites de communauté.

Voilà pour les outils de feed-back, ce qu'il faut surtout retenir, c'est qu'il vous faut connaître de la manière la plus exacte possible les impressions de vos visiteurs et que ces outils doivent être facilement trouvés par l'internaute. Si vous respectez cela, vous êtes déjà sur la bonne voie.

## **Un site « vivant »**

Les plus grands gourous du web disent qu'un site qui ne « bouge » jamais est condamné à échouer. En effet, ils vous diront que pour faire un site sérieux, il ne faut pas oublier de mettre à jour les informations, publier de nouvelles actualités, éliminer (ou archiver) les anciennes données, tenir un journal de mises à jour, etc.

Afficher des news datant du mois (ou de l'année) dernier(e) montre un signe de négligence sur le site, ou un signe d'abandon. Le manque d'infos nouvelles et fraîches amènera le désintéressement des visiteurs ...

Pour les sites d'actualité, cela est vital. En fait, entre les sites d'information, il y a une course impitoyable dans la publication et la recherche d'informations, et il n'est pas rare que beaucoup réservent des exclusivités. Si vous tenez ce genre de site, il ne suffit pas de publier de nouvelles informations chaque jour, il faut aussi que vous devanciez régulièrement vos concurrents et essayer d'avoir autant d'infos exclusives que possible. Et le moindre relâchement peut provoquer la fuite de vos visiteurs vers un site concurrent ...

La fidélisation des visiteurs est primordiale pour un site d'information, et comme les internautes sont très exigeants, ils oublieront très vite toutes vos qualités antérieures pour chercher autre chose dès que vous montrez des signes de faiblesse ... Il est

inutile de se lancer dans ce genre d'aventure si vous travailler seul ou en petit nombre sur le site, vous n'y arriverez pas. Dans la majorité des cas, ce sont de grosses chaînes d'information qui disposent de plusieurs équipes de journalistes qui tiennent de tels sites.

Mais heureusement, tous les genres de site ne nécessitent pas de mesures drastiques pareilles dans leur cycle de vie. Un site commercial destiné à vendre n'a pas besoin de mettre des infos fraîches chaque jour, ou de chercher un nouveau produit quotidiennement, même s'il est toujours conseillé de proposer quelque chose de neuf de temps à autre sur le site.

Pour un site perso, un site de communauté, un site concernant une activité en particulier, ... Il est quand même conseillé de mettre des « news » de temps en temps, suivant une fréquence donnée (par semaine ou par mois, par exemple). Pour un site d'association, par exemple, on peut mettre des comptes-rendus de réunion, des échos d'activité, etc. Ce que je trouve de plus intéressant : c'est le journal des mises-à-jour (change log, update log), mettre cela sur un site permet aux visiteurs de prendre conscience rapidement de l'évolution du site, si le visiteur est nouveau, cela peut donner une bonne image et pour le membre (ou un visiteur qui visite périodiquement le site), c'est un excellent moyen de se réperer après un moment d'absence, par exemple.

J'ai déjà vu des sites qui présentaient un contenu fort intéressant à tel point que leurs auteurs ne faisaient pas pratiquement de mises à jour. Pourtant ces sites drainent encore et encore des milliers de visiteurs. Les visiteurs n'y reviennent pas souvent ni périodiquement, certes, mais se souviennent du site et y reviennent dès qu'ils ont besoin de se renseigner sur telle ou telle chose autour du sujet.

De tels sites sont aussi très intéressants, même s'ils ne sont pas qualifiés de « vivants » par certains experts du web, c'est comme une documentation, un manuel universel et incontournable, une référence sur le thème traité, les mises à jour et nouveautés ne sont donc que des choses secondaires, qui ne sont pas nécessairement indispensables. Paradoxalement, il faut même éviter de mettre des news ou des « change log » sur ces sites, ils doivent rester des sites de contenu et non pas devenir des sites d'information.

Et que dire des forums ? il y a des forums dont des centaines de personnes participent assidûment chaque jour. L'auteur, le créateur ou l'initiateur n'a même pas besoin d'intervenir à intervalle régulier (voire même pas du tout) alors que son site ne cesse d'attirer du monde. C'est ce qui nous amène au second point important : l'activité.

Le point clé de la qualité de « vie » d'un site web ne se limite pas aux mises à jour ou à la publication périodique de nouvelles informations. A mon avis, c'est le niveau et la quantité d'activité présente sur le site qui détermine la réussite ou l'échec.

Mais qu'est qu'on veut dire par «activité » ? En fait, ce terme ne peut pas être précisément défini : cela peut être un fort trafic, un degré de participation élevé de la part des visiteurs, l'augmentation du nombre de membres, etc.

Ce qui est évident, c'est qu'il n'y aura pas d'activité tant qu'il n'y a pas quelque chose qui attire ou qui intéresse le visiteur. Mettre toujours quelque chose de nouveau peut provoquer une augmentation de cette activité, mais ce n'est pas le seul moyen et ne le faites pas si vous ne pouvez pas assurer la publication régulière de (bons) news. Un point important aussi est de ne pas seulement proposer périodiquement des informations nouvelles, il faut qu'elles soient aussi de qualité.

Pour résumer, je dirais que tout est basé sur le contenu. Offrez un contenu de qualité et vous partez gagnant à coup sûr. Peut être que vous n'avez pas de temps à consacrer à votre site chaque jour ou que vous ne trouvez pas de news à proposer périodiquement, rassurez-vous, votre site peut toujours réussir.

### **La méthode du « newsletter »**

Ceci concerne surtout les sites avec un espace membre. La diffusion d'un newsletter par e-mail permet de « garder le contact » avec les membres et de les informer sur les éventuels changements survenus sur le site. C'est un des avantages à mettre un espace membre (ou abonné). On avertit les membres à chaque changement, ce qui permet d'optimiser l'activité sur le site.

Néanmoins, comme je le disais plus haut, il ne faut pas abuser des puissants outils, parce qu'ils peuvent à la fois vous aider énormément et se retourner contre vous si vous ne les utilisez pas à bon escient. Si vous décidez d'envoyer un newsletter périodiquement, n'allez pas en envoyer chaque jour et inonder la boîte e-mail de vos abonnés même si vous offrez des news quotidiennement. Il est préférable de faire des envois hebdomadaires ou mensuels et de concentrer les informations pour renforcer l'attrait et le poids du message.

Un dernier truc sur les newsletters : incitez aussi les membres à agir immédiatement après la lecture du message, mettez des titres alléchants, ne dévoilez pas tout dans le message mais attisez la curiosité pour que l'abonné décide de se rendre sur le site. N'oubliez pas de mettre un lien direct vers le site dans le message (de façon que l'internaute n'ait plus besoin de taper l'adresse du site sur le navigateur).

### **Les outils pour mesurer la fréquentation du site**

Les outils pour mesurer le nombre de visites, le nombre pages vues, etc abondent sur le web. Il y a des outils gratuits comme il y en a de payants, généralement les outils payants proposent beaucoup de services en plus même si les outils gratuits satisfont la majorité des besoins.

Il ne faut pas confondre les termes, chacun a sa propre signification :

- Hit : c'est une requête demandée à une page : cela peut être la page elle-même, un graphique, un script, un objet de la page, ... Le nombre de hits est donc le nombre de requêtes adressées à la page.
- Visiteur unique : c'est un visiteur identifié par son adresse IP. Quand on surfe sur le web, une adresse IP vous est attribuée de façon unique durant votre période de surf.
- Pages vues : c'est le nombre total de pages chargées pendant une période donnée, toutes visites confondues.
- Log : c'est un journal de la fréquentation du site, on peut y trouver la provenance d'un visiteur, les pages qu'il a visité. Le log peut être fourni par votre hébergeur, mais il existe aussi des outils qui offrent ce service.

Le plus important de tous, c'est le log. Le nombre de hits, de visiteurs uniques, de pages vues, etc. ne dépendent que de votre référencement (je parlerai de référencement plus loin dans ce livre) et ne serviront qu'à mesurer le trafic entrant sur votre site. Il n'y a que le log qui permet de déterminer le comportement de vos visiteurs sur le site. L'analyse de vos fichiers log détermine quels liens le visiteur clique, quelles sont les parties du site qui sont les plus visitées, sur quelle page il décide de quitter le site, ...

A partir de l'étude de comportement, vous pouvez trouver les points faibles et les points forts du site et de réagir en conséquence.

## **Le graphisme et le design**

Le plus beau site n'est pas forcément le plus efficace. Bien sûr, un beau site est agréable à regarder, mais avez-vous créé le site uniquement pour le plaisir des yeux ? Non, vous avez quelque chose à proposer, ou quelque chose à recueillir de vos visiteurs, pour un site commercial, vous avez de l'argent à gagner avant tout.

Retenez bien ce qui suit : un contenu intéressant peut compenser un graphisme pauvre, mais un design agréable ne peut jamais sauver un contenu sans valeur.

Certains webmasters pensent qu'un beau design suffit pour faire un bon site, ils négligent le contenu, l'ergonomie, et même la technique. Et après ils s'étonnent que le site n'ait pas le succès escompté.

Rien ne vous empêche de mettre en place une belle charte graphique, mais respectez ces quatre mots : facilité, simplicité, clarté, sobriété.

## **Créez un site facile à utiliser**

Vos liens sont-ils faciles à trouver ? La navigation est aisée ? Comment présentez-vous vos pages ? Est-ce que chaque section est bien séparée distinctement ou est-ce que c'est du genre « fouillis » ? Combien de temps le visiteur met pour trouver ce qu'il cherche ?

## **Simplifiez la vie de l'internaute**

Rien ne sert de noyer le visiteur dans un enchevêtrement de liens, de graphiques, d'informations ou d'autre chose, il va fuir et ne reviendra plus jamais sur votre site. S'il a cliqué sur un lien intitulé « Photos », montrez-lui des photos, et non pas autre chose, ou un deuxième lien qui va vers la « vraie » page « Photos ». Comme je l'ai dit plus haut, un internaute « fatigué » ne peut rien vous apporter.

## **Soyez clair dans la présentation**

Rien n'est plus rageant que ces sites où le texte est écrit en gris sur fond noir, ou en jaune sur fond blanc, ou ceux qui utilisent des polices de caractères « originaux », à tel point qu'on est obligé de déchiffrer les lettres de l'alphabet. Lire sur l'écran du PC est déjà assez fatigant, alors si on doit encore faire des efforts supplémentaires pour déchiffrer le texte, cela devient un supplice ...

Certains webmasters cherchent un côté « original » ou « artistique » en faisant ce genre de chose, mais ils ne font que provoquer la fuite des visiteurs ...

Il est important aussi de toujours garder vos liens soulignés, certains sites adoptent aussi un style original en ne soulignant pas les liens mais en changeant la couleur ou la police quand la souris passe dessus. Cela n'est pas conseillé car les liens risquent donc de se confondre avec le texte et ne sont plus facilement repérables. Inversement, ne soulignez pas les textes qui ne sont pas des liens mais mettez-les plutôt en gras ou en italique si vous voulez les mettre en évidence, ou utilisez une autre couleur (qui est bien visible).

## **Les kits graphiques « prêts à l'emploi »**

Pour ceux qui sont en mal d'inspiration, ou qui n'ont pas la compétence ou la volonté de créer une charte graphique, il existe sur le web des kits graphiques prêts à l'emploi que vous n'avez qu'à télécharger, puis y mettre le contenu du site et enfin le publier.

Il existe des kits gratuits (et de bonne qualité) comme il y en a de payants. Certains webmasters déconseillent l'utilisation de ces kits parce qu'on n'est jamais sûr qu'on est le seul à le posséder et à l'utiliser. Il se pourrait donc que plusieurs sites se ressemblent comme deux gouttes d'eau sur la charte graphique. Généralement, un kit payant est enlevé ou changé après avoir été vendu à un client mais rien n'est sûr, il se peut que le vendeur ait vendu le kit à plus d'une personne. Pour les kits gratuits, la probabilité que beaucoup de personnes utilisent les mêmes est beaucoup plus forte.

A première vue, c'est vrai que cela paraît gênant si plusieurs sites ont le même « look », mais si on étudie la question plus profondément, ce n'est pas aussi pénalisant que cela.

Tout d'abord, le « look » n'a été fait que pour rendre le site agréable à l'œil. Les visiteurs ne se soucient pas si votre site ressemble au point de vue design à un autre, si la présentation est bonne et agréable. Les internautes ne cherchent pas l'originalité dans la charte graphique, ils cherchent la facilité d'utilisation, l'ergonomie, la clarté et SURTOUT un contenu intéressant. Donc, si votre site est clair, facile à utiliser, offrant un contenu de qualité, les visiteurs n'ont en rien à foutre qu'il ait une charte graphique identique à un autre, ils reviendront, participeront et recommanderont le site.

Utiliser les kits graphiques permet de gagner beaucoup de temps (on télécharge, on met le contenu, les liens et les fonctionnalités, et hop, on transfère le tout sur le serveur, vous avez votre site en un temps record !). Payer un graphiste ou un designer peut revenir cher alors qu'un kit à télécharger ne coûte qu'une petite dizaine d'euros (et les kits gratuits ... et bien, ils sont gratuits). Et même si vous maîtrisez un logiciel graphique et que vous êtes capable de générer une charte graphique, combien de temps cela va vous prendre avant d' « accoucher » ?

Je ne vous dis pas de ne jamais créer votre propre charte graphique, mais si vous êtes du genre pressé, ou ne maîtrisant pas trop le webdesign, ou si vous voulez faire des économies, il n'y a rien de mal à utiliser les kits prêts à l'emploi sur le web.

## **Sobriété**

Des webmasters pensent aussi que plus on met des choses sur le site, mieux c'est. C'est l'effet « sapin de Noël », on alourdit inutilement les pages, on fatigue les visiteurs avec des graphiques ou des effets sans importance, on noie le contenu dans des artifices inutiles : gifs animés à profusion, textes défilants, animations flash à gogo, curseur qui change de forme, etc.

Ne soyez pas tenté d'utiliser plusieurs polices de caractère, limitez-vous à 2 ou 3 au maximum. Il en est de même pour l'usage des couleurs, un site web n'est pas un tableau de grand maître, un truc : prenez votre magazine préféré ou un journal et inspirez-vous de la façon dont les articles sont présentés dans ces publications.

Soyez sobre dans le design et les graphiques, cherchez la beauté et ce qui est agréable à l'œil, mais n'ajoutez pas plus qu'il n'en faut. Beaucoup de choses qui attirent l'attention du visiteur le détournent du but principal : voir ce que le site lui propose.

## **Mettez votre contenu en valeur**

Sur chaque page du site, le contenu doit occuper la plus grande espace. Le non-respect de cette règle élémentaire provoque la confusion chez le visiteur. Mais il faut aussi que ce contenu soit facile à consulter, il doit être bien présenté et surtout intéressant ! Les visiteurs viennent et reviendront sur le site à cause de ce contenu, non pas à cause de la publicité que vous affichez ou à cause de la beauté de la charte graphique.

Créer un contenu clair et facile à consulter n'est pas toujours évident. Si le contenu s'étend sur plusieurs pages, il est préférable de faire un lien texte : « Cliquez ici pour accéder à la page suivante » et non pas afficher des flèches pas facilement reconnaissables comme un lien qui permet d'accéder à la prochaine page (surtout si elles ne s'affichent pas !).

### **Mettez vos visiteurs en confiance**

Nous avons vu plus haut comment rendre un site crédible, en détaillant vos informations et en donnant au visiteur le pouvoir de vérifier. Mais il faut aussi rassurer les internautes peureux ou très sceptiques pour qu'ils participent aussi sur votre site.

Si vous utilisez des moyens de feed-back (livre d'or, forum, formulaire, etc), certaines personnes sont réticentes à laisser des informations les concernant : adresse e-mail, nom et prénom, ... Il faut donc les rassurer, par exemple : rappelez leurs que vous n'avez pas le droit d'utiliser les informations les concernant (et aussi donc que vous n'allez pas le faire !) ou que vous n'allez pas noyer leur boîte e-mail de messages. Informez-les aussi que s'ils ne sont pas sur une page sécurisée, ils ne doivent pas laisser des informations personnelles qui peuvent être utilisées par des gens malintentionnés ou que votre site n'envoie jamais de mail leur demandant des informations personnelles.

### **Ne dépaysez pas vos visiteurs**

Proposez aux visiteurs les outils dont ils ont l'habitude d'utiliser et ne faites pas preuve d'originalité. Par exemple, le forum PhpBB ([www.phpbb.com](http://www.phpbb.com)) est utilisé par un nombre très élevé de sites (c'est un forum gratuit open source qu'on peut installer et utiliser librement sur son site), ce qui a fait que les internautes s'y sont « habitués ». Je conseille donc vivement d'utiliser le phpBB pour son forum, au lieu de créer un forum « maison » (même si vous avez la capacité d'en créer), à moins que vous en créez un qui soit pareil, mais là, pourquoi perdre du temps et ne pas utiliser un qui existe déjà ? En plus, le phpBB est entièrement personnalisable.

### **Les trophées que votre site a gagné**

Ne croyez pas pouvoir convaincre le visiteur en affichant sur votre site les awards que vous avez gagné. Comme on l'a déjà vu plus haut, l'internaute est d'un naturel plutôt sceptique surtout qu'il n'a aucun moyen de vérifier la véracité de vos trophées.

Je ne dis pas que vous ne devez pas mettre les awards sur votre site, mais mettez les juste comme une illustration, il est inutile de lui « tabasser les oreilles » sur cela, même que cela le fera fuir.

## **Un site accessible au plus grand nombre**

Faire un site accessible au maximum d'internaute n'est pas chose facile, mais nous allons voir quelques points qui sont très importants :

- Certains navigateurs ne prennent pas en compte les frames, ou les gèrent mal, donc il ne faut pas les utiliser sur votre site, vous risqueriez de perdre une partie de vos visiteurs.
- Certaines personnes qui disposent d'une connexion lente (genre modem 56KBps) désactivent le chargement des images sur leur navigateur, évitez donc de mettre vos textes sous forme d'image et utilisez l'attribut ALT de la balise IMG (consultez un manuel HTML si vous ne savez pas ce que c'est) pour permettre au visiteur de prendre conscience de la nature de l'image qui ne sera pas affiché. En plus, le chargement des images demande du temps et l'internaute n'est pas patient du tout ... Les personnes souffrant d'un handicap physique et qui utilisent des navigateurs vocaux ou en braille ne pourront pas voir les images, d'où encore et toujours l'utilité de mettre des textes de description et utiliser l'attribut ALT.
- Le javascript (un langage qui permet de faire des animations ou de gérer la souris, les actions du visiteur, ...) est géré différemment selon le navigateur, et certains ne le gèrent pas du tout. Evitez donc de (trop ?) utiliser le javascript surtout pour les parties essentielles du site (liens de navigation, affichage du contenu) pour que les visiteurs qui ne disposent pas d'un navigateur gérant correctement ce langage puissent quand même consulter convenablement le site.
- Prenez en compte les différentes tailles et résolutions d'écran : tout le monde ne dispose pas d'un écran de 19 pouces et de monter à des résolutions extrêmement élevées. Si un écran 15 pouces ne pourrait afficher que le quart de votre page, la navigation sera très pénible pour le visiteur, et c'est encore une bonne raison pour lui d'aller voir ailleurs sans essayer de voir ce que vous proposez ...
- Comme ce qui est énoncé ci-dessus, n'abusez pas des couleurs même si vous disposez d'une carte graphique dernier cri. Le PC de monsieur tout le monde peut ne pas gérer toutes les couleurs que votre site utilise et peut rendre votre magnifique site en quelque chose de très moche (voire même vomitif). N'utilisez que les couleurs de base que la majorité des cartes graphiques peuvent afficher sans problème.
- L'utilisation abusive des cookies peut aussi entraîner des problèmes. Un cookie est un fichier envoyé par le site sur la machine de l'internaute pour y stocker des informations, et on peut donc ainsi savoir si la machine a déjà été utilisée pour

naviguer sur le site. Si le fonctionnement du site repose essentiellement sur les cookies, vous pourriez avoir des problèmes. Actuellement, les internautes sont plus sensibles à la sécurité sur le web (confidentialité, prévention contre les attaques, virus, ...), de ce fait, beaucoup configurent leur navigateur de façon à refuser les cookies ou à les limiter. Votre site peut donc ne pas fonctionner correctement dans ce cas et le visiteur aura des problèmes lors de la consultation.

- Les contenus nécessitant des plug-ins (logiciels additionnels à installer avant de pouvoir consulter ces contenus) ne sont à utiliser que si vraiment nécessaire. Par exemple : les Flash, les vidéos, les applets (des petits programmes destinés à être exécutés sur le web), etc. Lorsque le visiteur veut accéder à ces contenus, le site lui propose de télécharger et d'installer le plug-in correspondant. A première vue, cela peut paraître simple, mais il reste des problèmes :
  - Si le plug-in à télécharger est assez lourd et que l'internaute ne dispose pas d'une connexion rapide, il va rapidement se décourager.
  - Il y a des plug-ins dont l'installation est relativement complexe (comme par exemple le cas du Java), et tout le monde n'est pas un informaticien ou un utilisateur confirmé. Le visiteur risque de se perdre dans la dédale de l'installation et de la configuration, qu'est-ce qu'il va faire ? ABANDONNER ! (et je ne vous parle pas des bogues de Windows qui peut même arriver au refus de l'installation !). Croyez-vous que tout le monde connaît l'existence des Services Pack ou la nécessité de mettre Windows à jour ?
  - Les contenu Flash, vidéos, sons ou autres applets sont en général très lourds et mettent du temps à se charger. Ils nécessitent donc une connexion rapide voire même d'une connexion haut débit. Même si certains affichent une barre de progression du chargement (comme Flash), les internautes disposant d'une connexion poussive vont quand même déchanter, et rien ne dit qu'ils ne sont pas nombreux ... Les sites (sérieux) conçus en Flash disposent dans la plupart des cas de deux versions à cause de ce problème : une version en Flash pur et une version très « légère » en HTML classique.
  - Tous les internautes ne disposent pas d'une configuration élevée (et dans certains pays on ne jure encore que par Windows 98, voire même 95 !). Si le plug-in et le contenu est gourmand en ressources machines (comme Flash, encore), la consultation du site va être pénible à cause des ralentissements du PC (voire même du plantage).

Actuellement, le format Flash de Macromedia connaît un engouement indéniable à cause des possibilités offertes et de la facilité d'utilisation, même si les objets générés restent quand même assez lourds pour les faibles connexions et les faibles configurations. Je ne vais pas vous dire de ne pas utiliser Flash, surtout si vous le maîtrisez bien, mais je vous conseille seulement de penser au poids de votre

création finale ou de créer une autre version du site en « pages classiques ».

Certains sites affichent des messages du genre : « Site conçu pour Internet Explorer x.x et pour une résolution de 800x600 ». Il est clair donc que le visiteur est prévenu que c'est dans la résolution indiquée et sous le navigateur conseillé que le site sera bien visible. Mais est-ce que le matériel que l'internaute dispose lui permet d'accéder à la résolution indiquée ? Et est-ce que l'internaute dispose aussi du navigateur conseillé ? On peut dire : « bah, il peut le télécharger », oui, mais s'il ne dispose que d'une maigre connexion, et que le navigateur fait une dizaine de Mo (mégaoctets) en téléchargement, c'est déjà décourageant pour lui. Et il ne va pas non plus passer son temps à chercher si le navigateur ou la version conseillée se trouve sur un CD. C'est simple, il va faire l'impasse sur le site, c'est tout.

A mon avis, il n'est pas conseillé de mettre ce genre de message. Faites croire à l'internaute que votre site est consultable quel que soit le matériel et le navigateur dont il dispose. Bien sûr, c'est théoriquement impossible du fait que tous les matériels et les navigateurs existants ne peuvent être recensés et votre site ne peut pas être testé sous toutes les configurations possibles. C'est pourquoi il ne vous faut seulement utiliser sur votre site que ce qui marche dans la majorité des cas (bon, cela peut se résumer seulement à afficher du texte et des images, mais si le contenu en vaut le coup, il n'y a rien de pénalisant à cela).

Voilà les quelques astuces qui ne pénaliseront pas les visiteurs quel que soit le type de matériel qu'ils utilisent. Rappelez-vous qu'Internet est mondial et que les conditions diffèrent beaucoup d'un pays à l'autre. Votre but doit être de toucher le maximum de personnes possible.

## **Le référencement**

Le référencement consiste à faire connaître votre site aux internautes qui sillonnent le web chaque jour. Il y a beaucoup de moyens pour les internautes de trouver votre site, mais assurer un flux continu et grandissant de visiteurs reste encore une opération complexe et difficile.

Par quels moyens les visiteurs trouvent les sites ? Le premier moyen est sans conteste les moteurs de recherche et annuaires de site, mais il existe des milliers de moteurs et d'annuaires et inscrire votre site dans tous ces outils ne vous garantissent pas un référencement efficace.

En fait, les moteurs et annuaires qui génèrent les plus forts trafics se comptent sur les doigts d'une main : ce sont ceux qui sont les plus populaires, comme Google, Yahoo, MSN, Nomade, Voilà, etc. Apparaître et être bien positionné sur ces outils vous garantit à coup sûr des tonnes de visiteurs.

Etre inscrit dans les moteurs et annuaires aussi ne suffit pas, si vous n'apparaissez que dans les 20<sup>ème</sup> ou 30<sup>ème</sup> pages des résultats des recherches, c'est exactement comme si vous n'êtes pas inscrit, vous ne recevrez pas de trafic élevé. Il ne suffit donc pas d'inscrire votre site dans les moteurs et annuaires, il faut aussi s'occuper de son positionnement, c'est-à-dire, qu'il doit figurer dans les premières pages de recherche des internautes.

Faire tout cela n'est pas facile, et peut prendre énormément de temps. Beaucoup de spécialistes du référencement ont publié des méthodes, trucs et astuces pour améliorer la visibilité sur les moteurs de recherche, mais il vous faut tout d'abord se concentrer sur quelques sujets :

### **Augmentez votre popularité**

Les moteurs de recherche comme Google établissent votre classement à partir de votre popularité, ou plus exactement, du nombre de sites qui ont un lien pointant sur votre site. Il vous faut donc mettre des liens sur autant de sites que vous pouvez.

Mais attention, il ne faut pas mettre vos liens sur n'importe quel site, choisissez des sites de qualité et à forte popularité. Certains sites peuvent vous proposer de payer pour intégrer votre lien ou votre bannière, n'hésitez pas si votre budget le permet, mais assurez-vous bien de la qualité du site. Si vous payez pour mettre votre lien ou votre bannière, assurez-vous aussi que votre lien soit bien visible par les visiteurs.

### **Les liens en dur**

Certains sites font des liens vers d'autres sites par redirection, c'est-à-dire que l'adresse exacte du site cible n'apparaît pas en clair mais se présente sous un lien qui, quand on clique dessus, redirige le visiteur vers le site cible.

Pour être plus clair, voici un exemple (sous forme de code HTML, si vous connaissez le HTML, cela ne devrait pas vous poser de problème, sinon, renseignez-vous un peu sur les liens en HTML) :

Supposons que la page intègre un lien vers le site [www.monsite.com](http://www.monsite.com) :

Un lien en dur serait :

```
<a href= « http://www.monsite.com »>www.monsite.com</a>
```

Par contre, une redirection serait de la forme :

```
<a href= « http://www.site.com/redir.php ?url=http://www.monsite.com »>www.monsite.com</a>
```

Vous avez compris ?

Pour le visiteur, ces 2 types de lien ne font aucune différence, lorsqu'on clique dessus, cela produit le même effet. Par contre, pour votre référencement, il y a une différence non négligeable.

Le principal avantage d'avoir des liens en dur, c'est pour les robots des moteurs de recherche. Les moteurs de recherche comme Google envoient des robots (appelés également spiders), qui scrutent sans arrêt le web et parcourent les pages trouvées sur les sites. Quand un spider indexe votre page, il suit seulement les liens en dur et ignorent les redirections. Pour un meilleur référencement donc, il est préférable de négocier des liens en dur avec les sites où vous déciderez de vous afficher.

## **Choisir les sites où vous allez afficher**

J'ai dit précédemment que vous ne devez mettre des liens que sur des sites de qualité et à forte popularité. Annoncer sur des sites de mauvaise qualité ou « douteux » n'est pas bon pour votre image. Mais ce n'est pas évident de repérer tout de suite les sites intéressants. Voici un petit truc pour vous faire une idée sur les sites que vous trouverez.

Tout d'abord, il faut cibler votre futur trafic, je m'explique : si votre site parle de voiture, où devriez-vous annoncer ? sur les sites qui parlent de voiture, bien sûr ! Annoncer sur des sites à thème différent ne vous apportera qu'un trafic moindre et non ciblé. Il vous faut des visiteurs intéressés par le contenu de votre site.

Après avoir trouvé un site « intéressant », mesurez le taux d'activité sur ce site. Qu'est ce que ce « taux d'activité » signifie ? Et bien, ce n'est pas la beauté du graphisme, ni la fréquence des mises à jour, ni le nombre de visites affiché, ou le nombre de pages vues, ni le nombre de membres. Vous ne pouvez pas vous fier à

ces chiffres que le site affiche, attention, je ne dis pas que ces chiffres sont faux ou « truqués », mais ce n'est pas suffisant pour vous faire une idée.

Il vous faut mesurer à quel point les visiteurs et membres participent au sein du site. Cela peut vous prendre plusieurs jours, mais il vaut mieux en avoir le cœur net plutôt que de risquer à payer pour des affichages sans être sûr de ce que vous allez gagner en retour. Pour commencer, trouvez les forums, les livres d'or, le chat, les votes, etc. Ces outils vous donneront une idée précise de l'activité qui existe sur le site. Si vous trouvez que le taux d'activité au sein de ces outils est faible, laissez tomber, vous risquez de payer beaucoup et de ne pas recevoir assez en retour. Par contre, si le taux d'activité que vous constatez est fort, vous pouvez y aller, même si le prix demandé est un peu élevé, vous gagnerez beaucoup en retour, mais n'oubliez jamais de demander des emplacements bien visibles sur le site.

Si le site ne propose pas de forums, de livre d'or, de chat ou d'un quelconque outil qui fait participer les visiteurs, laissez tomber également. Primo, le site n'offre pas donc des moyens de feed-back. Secundo, vous ne pouvez pas vous fier seulement à des statistiques pour y négocier des affichages, le site doit faire ses preuves et vous devez être convaincu avant d'y mettre votre lien.

### **Les sites « populaires » chez les moteurs de recherche**

Un autre moyen pour repérer des sites où vous pouvez annoncer aussi est de consulter les principaux outils de recherche (Google, Yahoo, MSN, Voilà, ...) et voir les sites qui apparaissent en première position dans ces outils pour le thème correspondant à votre site. Ces sites drainent chaque jour des milliers et des milliers de visiteurs et y annoncer sera également très intéressant pour vous.

Le moteur de recherche Google utilise le « PageRank » pour classer les sites (l'attribution du PageRank repose sur une méthode de calcul complexe que peut être seuls les responsables de Google eux même pourront bien l'expliquer). Les sites ayant un fort PageRank sont classés comme les sites les plus pertinents sur un thème donné, et bien sûr, apparaissent en bonne position dans les résultats de recherche (surtout chez Google).

Les sites ayant un fort PageRank sont donc très sollicités pour les échanges de liens et pour l'affichage de pub, par le fait qu'ils obtiennent un fort trafic. Vous pouvez voir le PageRank d'un site par la barre d'outils Google ou « Google Toolbar » (que vous pouvez télécharger sur [www.google.fr](http://www.google.fr)).

Le seul problème avec ces sites populaires chez les outils de recherche, c'est qu'ils ne resteront pas « éternellement » populaires ... Les classements peuvent chuter soudainement et d'autres sites prendront la place, il vous faut donc surveiller les tendances et arrêter d'investir quand le vent aura tourné ... Par contre, les sites ayant un fort taux d'activité, même s'ils ne sont pas populaires chez les outils de recherche, resteront toujours intéressants, à moins, bien sûr, qu'il y a aussi une baisse considérable du volume de l'activité sur le site.

## **Ce qu'il faut éviter**

Ce qui est absolument à proscrire dans les sites où vous mettez un lien ou une bannière, c'est le clic forcé. Certains sites obligent les visiteurs à cliquer sur un lien en échange d'un service ou pour la validation d'un formulaire, par exemple. Bien sûr, cela est efficace, mais vous renvoie des tonnes de visiteurs qui ne visitent pas votre site de leur plein gré. Vos statistiques de visite seront alors faussées, votre image baisse au niveau de ces visiteurs qui n'iront pas au-delà de la page d'accueil. Même si votre site est de qualité, ne croyez pas que le visiteur va prendre la peine de l'examiner. Ce qui est primordial avant tout c'est l'état d'esprit où se trouve le visiteur en arrivant sur votre site. S'il est tombé dessus par hasard ou par force, il repartira aussi rapidement qu'il est venu et ne participera pas, alors que ce que nous cherchons le plus est sa participation.

Si le visiteur cherche des informations et qu'il arrive sur votre site, et que votre site lui fournit ce dont il a besoin, c'est ce que j'appelle le « processus réussi » ou encore « la vraie visite », c'est ce genre de visite qui doit être comptabilisé par les compteurs. Et ce sont ces visites qui vous permettent de mesurer efficacement l'attrait de votre site et la qualité de votre référencement.

Je qualifie également les pop-ups, pop-unders et autres redirections « surprises » comme des moyens de « clic forcé », en plus, cela peut ennuyer le visiteur. Évitez aussi ces pratiques, mettez un lien sur le site, c'est tout, mais laissez bien le choix au visiteur de cliquer dessus ou non.

Connaissez-vous également les « visionneuses » ? Le principe est simple : c'est l'échange de visiteurs entre les sites. Vous visitez les sites web des autres, et les autres membres visitent également votre site. Même si le principe repose sur un accord mutuel, c'est quand même du trafic forcé, donc ce n'est pas très efficace.

Avez-vous déjà vu ces sites où il y a : « Cliquez sur mes sponsors SVP », « Faites vivre ce site en visitant nos partenaires », etc ? Là, le choix est laissé au visiteur s'il veut cliquer ou non, mais refusez aussi si on veut pratiquer ce genre de chose sur vos bannières. Le visiteur peut cliquer, certes, mais c'est surtout dans le but d'« aider » le site qui affiche votre pub. Il peut donc n'en avoir rien à faire avec votre site même s'il clique sur votre bannière.

Je crois que maintenant vous avez bien compris le principe : l'internaute doit visiter votre site DE SON PLEIN GRE, même s'il ne trouve pas ce qu'il cherche sur votre site, c'est déjà un bon point : il pourrait se souvenir du site ou vous dire ce qu'il cherche par les moyens de feed-back (si votre site en offre). Et si votre site lui donne ce qu'il cherche, vous touchez son cœur (ou le jackpot, si vous préférez) : demandez-lui alors de mettre le site dans les favoris ou de laisser son adresse e-

mail, ou demandez-lui de devenir membre, il fera assurément tout ce que vous lui demanderez (dans le domaine du raisonnable, bien sûr).

## **Maintenant, l'honnêteté est de mise**

Il y a quelques années, on pouvait positionner son site sur la première page des moteurs avec de nombreuses astuces. Aujourd'hui, beaucoup de sites perdent leur position et certains se trouvent même « blacklistés », c'est-à-dire, que les moteurs de recherche les pénalisent et ne les affichent plus.

C'est la partie la plus complexe du référencement, l'algorithme de classement et de sélection des moteurs de recherche change fréquemment, si votre site était en première position des résultats hier, demain, il pourrait disparaître subitement sans que vous ayez changé quelque chose. Google est réputé pour ses « Google Dance » ou sa modification périodique de son principe de classement, qui donne bien des maux de tête aux référenceurs.

On ne peut donc plus se fier pleinement aux « trucs » que nous trouvons pour améliorer la position de notre site dans les moteurs. Des « trucs » marchaient avant mais plus maintenant, d'autres vous feront « blacklister », d'autres ne marchaient pas mais ils pourront marcher maintenant ... On ne s'y retrouve plus, n'est-ce pas ?

En plus, si vous faites des tests, vous mettrez des mois avant de pouvoir tirer des conclusions (les résultats de vos actions en référencement mettent du temps à apparaître). Et si vous vous faites blacklister, vous perdriez votre nom de domaine et votre hébergement.

Alors, que faire ? et bien, je pourrais vous dire « je ne sais pas », mais je veux vous informer d'un principe qui, peut être ne vous conduira pas à faire exploser votre trafic, mais vous maintiendra dans le droit chemin dans le domaine du référencement : c'est l'honnêteté.

Un référencement honnête c'est :

- Ne pas faire de répétitions abusives de vos mots clés dans vos pages dans le but d'augmenter le poids de ces mots clés dans les moteurs (c'est le spamdexing, avant cela marchait mais maintenant, les moteurs pénalisent les sites utilisant cette pratique).
- Ne pas mettre beaucoup de mots clés dans les titres des pages, dans la description, etc.

- Ne pas mettre du texte « caché » (même couleur que le fond), là, vous allez vous faire bannir des moteurs à coup sûr.
- Ne pas abuser non plus sur les mots clés dans l'argument ALT de la balise IMG (balise HTML servant à afficher les images sur les pages). L'argument ALT sert à montrer un texte lorsque la souris survole l'image ou quand l'image est en cours de chargement.
- Eviter les pages satellites : ce sont des pages qui sont faites pour rediriger vers les pages avec le contenu, et n'étaient composées que de mots clés. Avant, les pages satellites apparaissaient bien en bonne position dans les moteurs, aujourd'hui, les moteurs les détectent et les ignorent.
- Ne pas abuser dans les commentaires <!-- --> à l'intérieur des pages. Cela marchait aussi avant, mais plus maintenant.
- Ne pas mettre un même lien pointant sur votre site sur 10 000 pages (vous serez banni sur le coup). Variez le texte des liens, mélangez des liens réciproques avec des liens à sens unique (un site A pointe vers un site B mais le site B n'a pas de lien pointant vers A), des liens tournants (A pointe vers B, B pointe vers C, C pointe vers A), et des pointages multiples (A pointe vers B, A pointe vers C, A pointe vers D, etc.). Faites-le aussi naturellement que possible.

Vous avez remarqué ? tout abus de répétition de mots clés est à bannir dans vos pages. Je ne dis pas que vous ne devez pas utiliser les titres, les balises META, l'argument ALT ou les commentaires, mais utilisez-les à bon escient, ne soyez pas tenté de beaucoup répéter les mots clés que vous ciblez dans les différentes parties de vos pages.

Si votre page comporte 500 mots et que vous ciblez le mot clé « voiture », dans la décompte, si les 300 mots des 500 est « voiture », votre page risquerait d'avoir des problèmes avec les moteurs ! Il est préférable de trouver des synonymes : utilisez par exemple « automobile », ou « véhicule », ... En plus, vous élargissez vos mots clés comme cela !

Il existe des outils sur le web pour mesurer la densité des mots clés, c'est à dire le rapport nombre d'apparition du mot clé sur le nombre total des mots de la page. Certains référenceurs affirment qu'une densité entre 10 et 15% est bonne, mais je pense plutôt que les moteurs ne privilégie pas beaucoup ce paramètre (surtout que c'est là que les spammeurs jouent beaucoup) ou mettent en jeu d'autres principes. Mesurez la densité de vos pages sur les mots clés que vous avez choisi avec ces outils juste pour ne pas prendre des risques (une densité trop élevée c'est le bannissement des moteurs à coup sûr !) et si vous pouvez, faites des tests pour trouver à quelle densité vos pages sont le mieux positionnées.

En concevant vos pages et votre site, ne vous préoccupez pas tout d'abord de son référencement, faites-le exactement tel que vous voulez qu'il soit. Vos pages doivent

apparaître naturelles, sans aucun artifice qui montre que vous ciblez des mots clés en particulier. Si vous trouvez et utilisez des « trucs » susceptibles d'améliorer son référencement, gardez toujours à l'esprit que vous ne devez pas montrer explicitement que vous ciblez des mots clés en particulier.

Oui, je sais, ce n'est pas toujours évident à faire, même à comprendre. Le référencement est actuellement un sujet extrêmement complexe, et les moteurs sont impitoyables. Ne pas donner une mauvaise image de soi est déjà synonyme de progrès.

Il y a une citation d'un célèbre référenceur qui résume bien cette histoire d'honnêteté sur le référencement chez les moteurs de recherche : « les robots des moteurs de recherche doivent voir la même chose que les visiteurs voient, s'ils voient autre chose, c'est toujours un risque de vous faire pénaliser. »

Il y a beaucoup de sites qui vous donnent des « trucs » pour améliorer votre position dans les moteurs de recherche. Il y en a qui « marchent » comme il y en a qui sont complètement « dépassés » ou pire, peuvent vous faire bannir des moteurs de recherche. A vous donc de bien choisir ce que vous allez suivre, recueillez l'avis d'un maximum de personnes, fréquentez les forums de discussion, cherchez ! Il n'y a que comme cela que vous trouverez ceux qui fonctionnent et ceux qui ne fonctionnent pas.

## **Payer pour votre référencement**

On assiste actuellement sur le web au fleurissement de services de référencement qui vous inscrivent et vous positionnent dans les moteurs de recherche moyennant le paiement d'une somme.

Je ne vous dirai pas : « n'utilisez pas ces services », mais je dirais plutôt : « ne traitez pas avec n'importe qui ».

Je m'explique : certains clament de référencer votre site sur 200, 300 outils de recherche, je le dis tout de suite : laissez tomber.

Inscrire et positionner sur des centaines de moteurs et d'annuaires ne vous apportera quasiment rien sachant que plus de 90% du trafic sur le web proviennent des principaux outils de recherche : Google, Yahoo, MSN, Voilà. Si le service se concentre sur ces principaux outils et vous garantit un bon positionnement, c'est cela qui est intéressant.

Et est-ce que le service vous inscrit seulement ou vous positionne aussi ? Comme je disais plus haut, l'inscription ne sert à rien si votre site n'apparaît pas que dans les 100èmes ou 200èmes résultats de recherche, les internautes ne cliquent que sur ceux qui apparaissent dans les premières pages de résultat.

Est-ce que le service propose un suivi ? Etre dans les premières positions, c'est bien, mais il faut y rester le plus longtemps possible ! Si après, votre site tombe dans les oubliettes du moteur, c'est quand même frustrant surtout si vous avez payé une somme conséquente pour votre référencement.

Est-ce qu'il y a une garantie comme le remboursement si jamais on n'obtient pas le résultat souhaité ?

Il est préférable de payer des professionnels plus chers que d'essayer quelques services « bon marché » mais qui ne vous apportent pas grand chose. Rappelez-vous, le référencement est un domaine complexe et difficile à cerner.

Et si vous consacrez également un budget pour faire connaître votre site, une méthode très intéressante est le « pay per click », c'est-à-dire que vous ne payez que pour les clics que vous obtenez. C'est le cas de Google Adwords, où vous fixez vous-même le montant du clic, et l'apparition de votre site dépendra du prix que vous avez fixé et de la concurrence sur les mots clés que vous avez choisis. Ces systèmes vous permettent de gagner des visiteurs ciblés à un coût moindre mais il faut quand même connaître quelques astuces et stratégie de base. Fréquentez les forums et recueillez les avis et conseils des utilisateurs de ces systèmes, vous trouverez alors comment en tirer le maximum d'avantage.

Dans la majorité des cas, les actions en référencement mettent du temps à produire des résultats. Que le résultat soit positif ou négatif, vous pourriez attendre des mois avant de voir votre site monter (ou descendre !) dans les résultats de recherche. Le plus ennuyeux est bien sûr de voir votre site chuter dans les classements parce que cela va prendre encore des mois pour corriger le problème (si encore vous trouvez la solution !).

## **Le choix des mots clés**

En concevant votre site, même sans y penser, vous allez dégager un certain nombre de mots clés qui permettent de définir le site. Par exemple : si votre site traite du webmastering, des mots comme : HTML, javascript, référencement, etc vont inévitablement sortir. Vous pouvez volontairement utiliser des mots que vous jugez intéressant ou faisant l'objet de beaucoup de recherches sur les moteurs, il n'y a rien de mal à cela, mais faites juste attention à ne pas en abuser.

Il n'est pas conseillé de cibler un grand nombre de mots clés, surtout si parmi ces mots clés il y en a qui font l'objet d'une forte concurrence. Il est même préférable de cibler des mots clés qui ne font pas l'objet d'un fort engouement mais où la concurrence est faible, voire même nulle. Comme cela, vous êtes au moins sûr que votre site apparaître avec ces mots, même si la fréquence des recherche est plus faible.

Ciblez différents mots clés pour chaque page de votre site. N'abusez pas, 2 ou 3 suffisent.

## **Quelques règles élémentaires pour des pages et un site « moteur friendly »**

Le nom de domaine peut inclure des mots clés, mais respectez les règles : le nom de domaine doit être facile à mémoriser, court et surtout « parlant ».

Le titre de la page (balise HTML <title>) peut également contenir des mots clés, mais les règles pour le nom de domaine s'applique aussi : court, « parlant » et surtout pas de répétition.

Utilisez les balises « META » :

- Le paramètre « description » permet de décrire la page, allez-y, décrivez brièvement votre page et insérez-y quelques mots clés (mais surtout pas de répétition !).
- Le paramètre « keywords » permet de lister les mots clés, allez-y mais ne faites pas de répétition, par contre, vous pouvez mettre les différentes formes d'un mot (féminin/masculin, singulier/pluriel). Sachez que ce paramètre n'influe en rien sur votre classement dans les résultats de recherche.

Il existe beaucoup d'autres paramètres mais utiliser les deux ci-dessus un déjà un bon début. Je tiens à rappeler qu'utiliser les techniques énoncées dans ce paragraphe ne garantit pas que vous serez bien classé ou bien indexé par les moteurs, ce n'est juste que votre premier pas dans la jungle du référencement.

Utilisez les titres H1, H2, H3, ... et incluez des mots clés dedans.

Utilisez l'argument ALT pour la balise <IMG>, c'est pour faire afficher un petit commentaire lorsque la souris survole l'image ou lorsque l'image n'a pas été chargée ou désactivée. Mettez-y un ou deux mots clés, mais restez « parlant » dans les commentaires.

De même pour l'argument ALT, utilisez l'argument TITLE pour la balise <A HREF>, l'utilisation de TITLE permet d'afficher un commentaire lorsque la souris survole le lien.

Les commentaires à l'intérieur des pages (<!-- -->) ne s'affichent pas sur le navigateur mais utilisez-les, mettez des mots clés mais gardez ces commentaires parlant et surtout pas trop longs.

L'emplacement du texte sur la page a son importance, les premiers mots de la page sont traités particulièrement, profitez-en pour y mettre quelques mots clés mais gardez le texte parlant et n'abusez pas.

Le nom de la page (exemple : voiture-occasion.html) peut aussi contenir des mots clés mais doit être toujours court et ne pas contenir des répétitions.

Référez-vous à une documentation HTML pour avoir plus de précisions sur ces balises. Vous pouvez aussi trouver d'autres « trucs » ou principes pour être mieux positionné sur les moteurs, mais ne les appliquez pas sans vous être tout d'abord bien informé. Il vaut mieux être bien sûr de ce que vous faites plutôt qu'à essayer divers trucs qui peuvent vous faire perdre du temps et vous coûter cher.

## **La page d'accueil**

S'il a une page de votre site à ne pas rater à aucun prix, c'est bien la page d'accueil.

C'est la page que vos visiteurs voient en premier. Les visiteurs jugent immédiatement votre site d'après cette première page. Si l'impression qu'ils en tirent est positive, vous avez déjà gagné quelque chose, sinon, cela va augmenter considérablement le risque de les faire partir sans rien vous donner.

Il est impératif que le visiteur prenne compte immédiatement du thème traité par le site en voyant la page d'accueil. Je recommande même l'usage d'un petit slogan à mettre en dessous du titre du site. Comme par exemple : « Le point de rendez-vous incontournable des webmasters », etc.

## **La page d'introduction ou page de garde (ou également page « tunnel »)**

Sur certains sites on trouve deux (2) « pages d'accueil », la première page ne contient qu'un seul lien sous forme d'image, de texte, ou de lien « Entrer » qui mène vers la « vraie » page d'accueil.

Sur les sites pour adulte, cette page d'introduction a pour rôle d'informer le visiteur que le site en question est dans la catégorie « adulte » et que le visiteur est « prévenu ». Dans ce cas, la page d'introduction a donc une réelle utilité, et devient même indispensable.

Pour les autres sites, faire une page d'introduction ne sert pas à grand chose. Il y a des sites qui mettent une publicité en évidence dans cette page, ce qui est vraiment suicidaire ! (c'est faire partir l'internaute vers un autre site sans même avoir vu votre page d'accueil).

Il n'y a donc rien à gagner à utiliser une page d'introduction, sauf peut-être si vous voulez prévenir le visiteur d'un contenu particulier sur votre site ou de lui faire accepter certaines conditions pour la consultation du site.

## **La page d'accueil doit être légère**

Ne surchargez pas la page d'accueil de trop d'artifices (images lourdes, flash, gifs animés imposants, vidéos, etc.) sinon vous allez augmenter le temps de chargement. Et si la page met du temps à apparaître, l'internaute va aller voir ailleurs ! N'oubliez pas que même si aujourd'hui on a le haut débit, l'ADSL, ... Il y a encore des internautes avec une maigre connexion de 56K et la bande passante des fournisseurs d'accès est souvent saturée ...

S'il y a une page qui doit être la plus légère de votre site, c'est la page d'accueil. Vous pouvez mettre des objets lourds sur les autres pages, les visiteurs patienteront sur ces dernières, mais ils ne patientent pas sur la page d'accueil (c'est parce que quand ils commencent à apprécier votre site, ils seront curieux de voir ce que vous proposez sur les autres pages, même s'ils doivent attendre pendant les chargements, mais qui ne doivent pas être trop longs quand même).

Ne mettez pas d'image comme fond de page, en plus que cela ne fait pas très « pro », cela peut entraîner des difficultés à lire certains caractères ou à voir les images, et les internautes ne vont pas se fatiguer à s'y essayer ...

### **La simplicité, toujours toujours ...**

Même si votre site traite dans un domaine hi-tech de la mort, rappelez-vous que tous vos visiteurs ne sont pas des spécialistes qui peuvent comprendre tous les termes que vous utilisez. Adressez-vous à tout le monde, pas seulement aux professionnels ou aux initiés. Il y a même des sites qui mettent des liens du genre « Le webmastering, c'est quoi ? » ou « Vous êtes un débutant ? ». Utilisez des termes simples, explicites, et réduisez autant que possible les termes techniques, abréviations, ou trop spécifiques.

Vous pouvez faire d'autres pages pour les « durs » sur le sujet. Mais la page d'accueil doit rester une page « grand public », sinon, vous risqueriez toujours de perdre du trafic qui pourrait toujours être intéressant.

### **Présentez le site en entier**

La page d'accueil doit permettre au visiteur de savoir immédiatement ce que le site a à proposer. Vous devez donc y mettre TOUS les liens menant aux différentes pages qui composent le site, avec une hiérarchie et une structure logique, bien entendu. Si votre site comporte un forum, mettez un lien « Forum » sur la page d'accueil et non pas sur une page qui n'est accessible qu'au bout de 3 ou 4 clics.

Les visiteurs ne passeront pas de temps à chercher ce que vous ne présentez pas sur votre page d'accueil (ils croiront que vous n'en offrez pas du tout). Montrez tout ce que le site offre sur la page d'accueil.

Cela peut vous paraître logique et normal, mais ce genre d'erreur se produit souvent sur beaucoup de sites.

Le mieux aussi est de mettre les liens sur toutes vos pages (comme une sorte de menus), c'est ce qui simplifie grandement la navigation sur le site et ne fatiguera pas le visiteur.

Attention, mettez bien vos liens en évidence pour que le visiteur n'aie pas à chercher ce qui est cliquable et ce qui ne l'est pas ... Laissez pour le moment votre inspiration

et votre imagination au placard en s'essayant à des figures de style qui peuvent dérouter le visiteur.

## **N'utilisez pas les frames sur la page d'accueil**

Les frames permettent de diviser la fenêtre du navigateur en permettant d'afficher plusieurs pages simultanément dans la même fenêtre (par exemple : les pages persos fournies par Lycos où des publicités s'affichent dans la frame de droite, tandis que le site s'affiche à gauche).

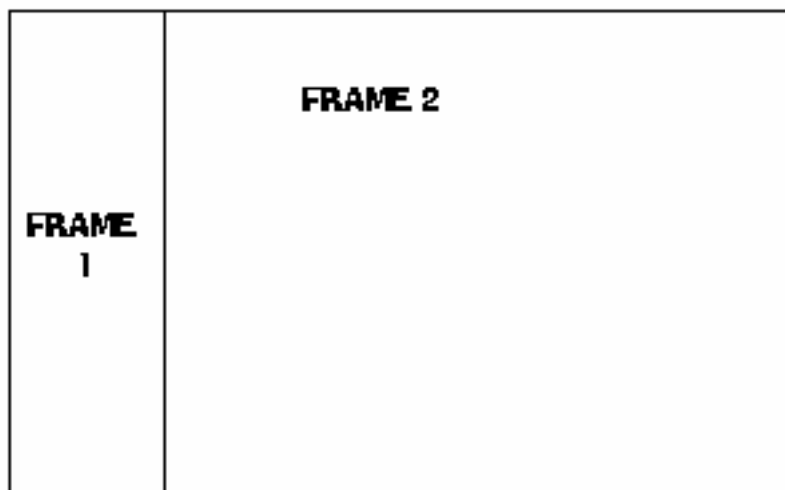
Tout d'abord, certains navigateurs ne prennent pas en compte les frames ou les gèrent mal, d'où « bizarrerie » de l'affichage sur de tels navigateurs. Ne croyez pas que tout le monde ne jure que par les dernières versions d'Internet Explorer ou de Netscape, il y a un bon nombre d'internautes qui utilisent des navigateurs « exotiques », et vous ne pourrez jamais tester vos pages sur tous les navigateurs existants.

Ensuite, cela donne un « look amateur » à votre site (si c'est un site perso ou un petit site, cela ne pose pas problème), mais si c'est un site professionnel ou à vocation commerciale, cela peut nuire à votre crédibilité.

Avec les frames, il est difficile de prévoir la forme de la page suivant les différentes résolutions d'écran et les différents navigateurs. Votre site peut apparaître très joli sur votre écran mais sur l'écran d'autres internautes les frames peuvent apparaître trop étroites ou au contraire, excessivement larges. Et souvenez-vous toujours que si la page déplaît au visiteur, il aura moins d'enthousiasme à explorer votre site en profondeur.

Mettre en place la navigation entre frames n'est pas chose aisée et la moindre erreur se paie cher, voici un exemple :

Voici (par exemple) comment se présente les frames du site :



Supposons que vous mettez un menu dans le frame 1, le frame 2 affichera les pages de contenu. Lorsque le visiteur clique sur un lien dans le frame 1, la page voulu doit se charger dans le frame 2, pour cela il faut utiliser l'argument « target » dans la balise <A HREF> (si vous désirez en savoir plus sur cet argument, référez-vous à une documentation HTML).

Supposons alors que le navigateur ne gère pas l'argument « target », ou que le webmaster a « oublié » (ou ne sait pas carrément, cela peut arriver) cet argument, et bien, la page voulu va se charger dans le frame 1 et non dans le 2 ! Imaginez que le contenu qui doit disposer d'une espace large s'affiche dans un espace aussi restreint ! La présentation est massacrée et l'internaute va alors se dire : « tiens, ça bugge », il ne va pas en vouloir à son navigateur, IL VA EN VOULOIR A VOTRE SITE !

Bien sûr, personne ne mettrait son site en ligne avant d'avoir tout bien vérifié, mais est-ce vraiment suffisant ? Et êtes-vous sûr que la présentation sera la même pour tous les visiteurs qui verront votre site ? Il est clair que non. Voilà encore une autre raison d'éviter les frames.

### **Ne mettez pas de liens vers d'autres sites sur la page d'accueil**

Il est clair que vous voulez quand même que les visiteurs consultent un peu votre site avant de passer à un autre. Je vous disais plus haut que la page d'accueil va dégager une impression au visiteur qui peut être positive, négative ou même neutre, en plus, cela ne sera pas pareil pour tout le monde. En voyant la page d'accueil, certains visiteurs auront bonne impression alors que d'autres seraient plutôt sceptiques.

C'est selon cette première impression que le visiteur décide s'il va continuer la consultation du site (et jusqu'à quelle profondeur il va consulter ce site) ou carrément chercher ou visiter un autre site.

Si vous mettez donc des liens vers d'autres sites (même si ce sont des sites partenaires) sur la page d'accueil, vous incitez déjà les visiteurs à quitter votre site pour aller visiter un autre. Même si vous ouvrez ce site dans une nouvelle fenêtre du navigateur, l'attention du visiteur ne se porte plus sur votre site mais bel et bien sur la fenêtre qui vient de s'ouvrir, et il y a bien peu de chance qu'il revienne consulter votre site après.

Le cas le plus suicidaire, c'est de mettre des liens sur des sites traitant du même thème que le vôtre sur la page d'accueil, les visiteurs auront vite fait de comparer et il n'est pas certain que cela soit toujours à votre avantage.

On n'est jamais sûr de ce que peuvent éprouver les visiteurs en voyant votre page d'accueil, certains peuvent aimer, d'autres peuvent détester. Il faut toujours les convaincre en les invitant clairement à consulter votre contenu.

Je ne dis pas qu'il ne faut pas mettre des liens vers des sites externes sur votre site, mais faites plutôt une page spéciale « liens » ou mieux, ne proposez cette page que si votre site a été consulté entièrement (un moyen pour cela est d'utiliser un pop-up lorsque le visiteur ferme la fenêtre du navigateur, par exemple).

## **Les fautes d'orthographe**

Sur vos autres pages, les fautes peuvent être plus ou moins bien tolérées, mais sur la page d'accueil, cela donne immédiatement une mauvaise impression au visiteur, qui ne va pas l'inciter à explorer le site plus en profondeur. Alors soyez vigilant, et même sur vos autres pages, corrigez toujours les fautes d'orthographe même si vous pensez avoir un contenu qui vaut de l'or.

## **La place de la publicité sur la page d'accueil**

Faut-il mettre les banniers de publicité et les liens d'affiliation sur la page d'accueil ? Cela peut être tentant, surtout que c'est la page d'accueil qui sera la page la plus vue de votre site (c'est logique, puisque tous les visiteurs passent par là). Mais comme je le disais plus haut, il ne faut pas mettre des liens vers d'autres sites sur la page d'accueil, parce que le visiteur risque de partir immédiatement sans consulter votre site.

C'est exactement pareil pour le cas de la publicité sur la page d'accueil, il ne faut pas en mettre, ou peut être très peu, si vous insistez vraiment. Sachez aussi que trop de publicité décrédibilise votre site, qui sera juste pris pour un étalage de pub au lieu d'être considéré comme une source de contenu intéressant (même si c'est le cas). Nous verrons plus loin dans ce document où et comment mettre la publicité sur un site, mais vous savez déjà maintenant comment faire avec la page d'accueil.

## **Ouvrir vos liens dans une nouvelle fenêtre ...**

Il y a des sites dont chaque rubrique s'ouvre dans une nouvelle fenêtre du navigateur. A première vue, cela ne paraît pas bien gênant, mais c'est également à déconseiller, pourquoi ?

La majorité des internautes surfent simultanément sur beaucoup de sites, surtout ceux qui disposent d'une vitesse de connexion élevée. Ils ouvrent donc eux-mêmes plusieurs fenêtres de leur navigateur (pour savoir comment on s'y retrouve, il faut poser la question à chacun !). Curieusement, les internautes qui font ce « multi-fenêtrage » détestent quand un site se met lui-même à ouvrir une nouvelle fenêtre du navigateur ! (je crois c'est la cause de la mise à mort des pop-up et autres ...), pour la raison peut-être qu'eux-mêmes ont du mal à se retrouver dans ce qu'ils ont fait et ne tolèrent pas du tout lorsqu'un site « y contribue ».

En attendant le chargement des uns, l'internaute consulte les autres fenêtres, et ainsi de suite, c'est pourquoi aussi le contenu et les services que votre site propose doivent être faciles à trouver sinon l'internaute va rapidement fermer la fenêtre et voir une autre.

Plus on ouvre de fenêtres du navigateur, plus on consomme des ressources de la machine (le PC de l'internaute), et rappelez-vous, Internet est mondial, il y a encore des gens qui surfent sur de (très) petites configurations (surtout avec une faible quantité de mémoire vive). Si le PC du visiteur se plante à chaque consultation de votre site, je vous laisse deviner la suite ... et même si le plantage n'arrive pas, beaucoup de ressources machine consommées font ralentir le PC. Et surtout que beaucoup de personnes ne savent pas que c'est ce genre de pratique qui fait ramer ou planter l'ordinateur !

Pour la navigation interne de votre site, n'ouvrez jamais de nouvelle fenêtre. Vous pouvez en ouvrir pour les liens externes, si vous voulez.

## Le choix de l'hébergeur

Tout d'abord, si vous voulez faire quelque chose de professionnelle, ou si votre site a une taille importante, évitez les hébergements gratuits, genre Lycos, etc. Héberger votre site chez ces hébergements gratuits nuit à votre crédibilité, et la qualité de service laisse toujours à désirer dans le cas où votre trafic augmente : lenteur de connexion et de chargement, indisponibilité brusque de votre site ou des procédures de mise à jour, etc.

Pour un petit site perso, ces hébergements peuvent convenir, mais même en cas de forte affluence, généralement, ils ne tiennent pas le coup.

Voyons maintenant les 2 types d'hébergement payant :

- Hébergement en mutualisé :

Votre site est hébergé sur une machine qui peut héberger plusieurs sites sur son disque. La performance de la machine et la bande passante sont donc réparties entre les sites présents sur le disque. Il est donc clair que plus le nombre de sites dans la machine est élevé plus les performances décroissent (surtout s'il y a des sites qui utilisent beaucoup de ressources ou qui reçoivent un très fort trafic).

Généralement, le prestataire ne fournit pas le nombre de sites qu'il héberge sur chaque serveur (ou la machine qui « contient » les sites) mais donne surtout les caractéristiques de son hébergement : espace disque alloué, nombre de comptes e-mail, taille de la bande passante, ...

Certains hébergeurs limitent le trafic pour les sites qu'ils hébergent, et font payer un supplément en cas de dépassement. Cela peut être perçu comme un garanti pour un bon fonctionnement du service, mais devient vraiment ennuyeux au cas où il y aurait un accroissement considérable de votre trafic, vous obligeant à payer plus ou carrément à trouver un autre hébergeur où vous ne serez plus limité sur le trafic ...

On peut trouver des prix très bas ou au contraire très élevés sur les hébergements mutualisés, on ne peut pas dire qu'un prix compétitif offrirait forcément un service médiocre ou qu'un prix assez élevé offre un service exempt de défaut. Pour vous faire une idée, consultez les forums de discussion, recueillez les avis des autres utilisateurs et forgez aussi votre propre avis avant de vous décider.

Avec type d'hébergement, vous devez vous « plier » à ce que l'hébergeur offre, vous ne pouvez pas installer quoi que ce soit d'autre sur la machine

- Hébergement en serveur dédié :

Vous disposez à vous seul d'une machine, ce qui vous garantit la performance et la disponibilité constante de votre site. Vous pouvez aussi y installer tout ce que vous

voudrez, comme un serveur de vidéo ou la dernière version d'un langage de programmation que votre site utilise ... Mais la gestion et l'administration d'un serveur dédié requiert des compétences techniques particulières en systèmes d'exploitation (Linux ou Windows NT) et en réseau (gestion des ports, gestion des serveurs web, FTP, DNS, ...). Et quand vous achetez un hébergement dédié, le prestataire vous prend généralement comme une personne maîtrisant ces techniques et ne vous indique pas les démarches à suivre ... (il y en a même qui rechignent à répondre à vos questions). Néanmoins, il est toujours possible de se former rapidement à l'administration d'un serveur dédié et c'est accessible à tout le monde à condition d'avoir quelques notions d'informatique et de réseau.

Un serveur dédié coûte beaucoup plus cher qu'un mutualisé (de l'ordre d'une centaine d'euros par moi), et généralement ce sont les très gros sites et les professionnels qui utilisent les dédiés. Si vous débutez, commencez par héberger un site sur un mutualisé et à mesure que le site croît et que le trafic augmente, vous pouvez migrer ensuite vers un serveur dédié pour plus de confort et de sécurité (après vous être un peu formé sur l'administration d'un dédié, bien sûr).

- L'hébergement serveur dédié virtuel :

C'est une nouvelle formule qui est une espèce de combinaison entre l'hébergement mutualisé et le serveur dédié. Une seule machine héberge plusieurs sites mais c'est comme si chaque site dispose d'une seule machine à lui seul (d'où le terme : virtuel), on peut donc administrer son serveur «virtuel» comme un dédié : installation de packages (logiciels), gestion des ports, etc.

La seule question qui se pose concerne évidemment les performances et la fiabilité du serveur dans ce cas là. Mais cela repose essentiellement sur les qualités du prestataire, et il y en a de très bons comme il y en a de vraiment médiocres. C'est une alternative intéressante donc pour ceux qui veulent s'offrir les qualités d'un serveur dédié sans en payer le prix mais il faut bien se renseigner sur les performances et la fiabilité, et là encore, consultez l'avis des autres et des utilisateurs pour forger votre propre opinion. Evidemment, il vous faut aussi connaître les techniques sur l'administration d'un serveur dédié.

### **Pour vous aider dans votre choix ...**

Il n'y a rien de plus énervant que votre site qui est « down » (non accessible) et le support technique ou le service clientèle de l'hébergeur injoignable. Renseignez-vous comment l'hébergeur traite ses clients, vérifiez le fonctionnement (et la validité) de sa ligne téléphonique (ou le hotline), est-ce que le prestataire répond bien aux e-mails qui lui sont envoyés ?

Je ne le répèterai jamais assez, il vaut mieux s'offrir un service plus cher mais de qualité, plutôt que d'opter pour des prix plus bas mais qui sera source de problèmes plus tard. Mais je ne dis pas que tous les prestataires proposant des tarifs compétitifs offrent des services médiocres, il y en a même qui offrent une très bonne qualité de service à un prix très intéressant, à vous de les trouver !

Lisez bien et vérifiez les termes du contrat: inclusion (ou non) du nom de domaine dans le prix, est-ce qu'il y a d'autres frais (mise en service, ...), le support technique est-il payant ou gratuit? Quels sont les engagements du prestataire? La bande passante disponible est-elle garantie? Demandez toujours des explications sur ce qui vous paraît obscur.

Est-ce que l'hébergement est évolutif? Bien sûr, je ne parle pas ici d'une migration directe vers un serveur dédié mais plutôt de la possibilité d'« élargir » l'offre auquel vous avez souscrit au cas où des nouveaux besoins apparaîtraient: augmentation de l'espace disque, création de nouvelles adresses e-mail, élargissement de la bande passante allouée, ... Si c'est possible, il vous faut aussi étudier le coût de l'opération et voir si c'est toujours intéressant. Rappelez-vous que si votre site aura du succès ou évolue bien, il va toujours nécessiter plus de ressources.

## **Avant de publier votre site**

Il n'y a qu'un seul mot qui résume ce que vous devez faire avant de publier en ligne votre site : VERIFIER.

Vérifiez que tous vos liens pointent bien sur vos pages et qu'il n'y a pas de lien de la forme [file:///...](#) (ces liens pointent vers des pages sur votre disque dur !). Vérifiez aussi que les liens externes (pointant vers d'autres sites) fonctionnent bien.

Vérifiez que tous les images que le site utilise sont bien présentes et s'affichent convenablement. Vérifiez aussi que les feuilles de style (CSS) sont bien chargées et apparaissent convenablement.

Testez le temps de chargement de TOUTES vos pages une fois votre site en ligne. Peut être il vous faudra revoir certaines pages qui prennent trop de temps à s'afficher (rappelez-vous que l'internaute s'impatiente au bout de 15 secondes ...). Si vraiment ce n'est pas possible en raison du contenu de la page (fichier vidéo, données volumineuses, flash de grande taille, ...), prévenez l'internaute par un petit message que la page va mettre du temps à s'afficher, et il doit savoir à l'avance ce que la page contient sinon il ne va pas patienter sur le chargement de quelque chose qu'il ne sait pas ce que ce sera.

Si vous utilisez le javascript, vérifiez bien le fonctionnement des scripts. Vérifiez aussi le fonctionnement des formulaires, est-ce que les données sont bien recueillies et arrivent bien à destination ?

Mettez-vous à la place d'un vrai visiteur et testez le site entièrement. Cliquez sur tous les liens, remplissez toutes les formulaires, effectuez toutes les actions possibles sur le site. Repérez toutes les bogues et anomalies (et corrigez-les !), rappelez-vous, le moindre dysfonctionnement peut vous faire perdre beaucoup ...

Testez ce qui a été dit ci-dessus sur d'autres PC et d'autres types de connexion, faites-vous une idée de comment les gens voient votre site. Ne dites pas : « cela a marché sur ma machine, donc cela marche sur celles des autres ».

Il peut être intéressant de recueillir l'avis des personnes de votre entourage ou des professionnels que vous connaissez avant de « lâcher » le site au monde entier ... Dites leurs de vous dire ce qu'ils en pensent en toute franchise et impartialité ...

## **Où mettre les publicités sur votre site ?**

On a vu plus haut que la page d'accueil ne doit pas contenir (ou sinon très peu) de publicité, pour la simple raison que vous pourriez détourner l'attention du visiteur de votre site (à moins que vous voulez vraiment que cela arrive). Même si c'est très tentant, abstenez-vous.

Dans la même optique, faire ouvrir un pop-up, pop-under quand le visiteur arrive sur la page d'accueil est fortement déconseillé. Les sites qui font ce genre de pratique énervent fortement les visiteurs et la crédibilité du site en prend un sacré coup.

Par contre ouvrir un pop-up ou un pop-under APRES la visite du site est très conseillé, avec un peu de code Javascript (qu'il faut quand même tester le bon fonctionnement sur les navigateurs les plus répandus), on peut appeler un pop-up ou un pop-under quand l'internaute ferme la fenêtre contenant votre site. Cette méthode obtient un très fort taux de clic et de participation. Et puis, le visiteur a déjà vu votre site, c'est l'essentiel, non? Rien ne vous empêche donc de mettre une bonne publicité ou des liens d'affiliation dans ce pop-up, et augmenter ainsi un peu vos revenus !

### **Sur les autres pages ...**

Il n'y a pas de règles strictes sur où positionner les banniers ou vos liens d'affiliation sur les pages de votre site. En général, les banniers se mettent en haut de la page (et en bas aussi, mais en haut c'est plus visible), les skyscrapers (de plus petite largeur mais très longue en hauteur) se mettent généralement à droite (sachant que la partie gauche est réservée à la navigation).

Ce qui est important, c'est que la place de la publicité ne doit pas gêner la consultation du contenu du site, et SURTOUT il ne doit y avoir aucune confusion parmi les liens internes (pour naviguer sur le site) et les liens d'affiliation ou les liens de publicité. Rien n'est plus énervant pour le visiteur que de « tomber » sur un quelconque site marchand en cliquant sur un lien qu'il croyait appartenir au site ... Et puis, il n'y a aucune chance qu'il achèterait quelque chose sur le site marchand en étant dans cet état d'esprit.

J'ai vu des sites dont des pubs apparaissent subitement sur la page quand vous consultez le contenu, je le dis tout de suite, cela ne sert à rien d'autre qu'à gêner la consultation de votre site !

Mettez bien en évidence votre contenu, et mettez de la publicité autour, les internautes sont habitués à ce genre de format et s'ils voient un pub qui les attirent, ils viendront cliquer dessus. Votre site gardera alors toute sa crédibilité et attirera l'estime des internautes. Ne cherchez pas des choses originales qui ne feront que dérouter le visiteur et qui le fera fuir, en plus il verra votre site d'un mauvais œil et le déconseillera à ses connaissances.

## Quelles publicités afficher ?

Si vous mettez des banniers ou des liens d'affiliation sur votre site, c'est bien sûr dans le but de gagner un peu d'argent au cas où un visiteur clique dessus ou achète sur les sites de vos partenaires. Mais il faut choisir judicieusement les publicités que vous allez mettre, et surtout ne pas mettre le maximum !

Tout d'abord, la publicité doit être bien en rapport avec le thème de votre site. Mettre un banner parlant de jeux vidéo alors que votre site traite du webmastering ne nuit pas, mais le taux de clic sur la bannière sera quasi nul, et ce ne sera que de l'espace perdu pour une autre bannière qui est plus ou moins en rapport avec votre sujet (et qui procurera plus de clics). Le pire peut arriver dans le cas où vous mettez de la publicité pour des sites pour adulte alors que vous traitez un sujet « tout public », le site sera irrémédiablement décrédibilisé ...

Trop de publicité nuit, vous fatiguez les yeux de l'internaute avec plusieurs graphiques clignotants ou avec de nombreux banniers animés, ce qui ne va pas l'inciter à cliquer du tout. Le mieux c'est d'en mettre au maximum 4 : un en haut, un en bas, un à droite et un à gauche, vous gardez la sobriété et le visiteur cliquera sur les pubs s'il y en a qui l'intéresse.

## Les différentes formes de la publicité sur le web

- Les traditionnelles bannières (ou banner) : animées ou fixes, c'est la forme la plus répandue, ce qui est peut être la cause de son essoufflement actuel car les gens se sont habitués à les voir, et à les associer aussi à de la publicité (donc ils ont appris à lever leur bouclier face à ce format).
- Les liens texte : comme par exemple les AdSense de Google, c'est de loin les plus efficaces en terme de taux de clic, en plus ils ne mettent pas du temps à se charger et n'alourdissent donc pas la page. Le succès des liens texte vient peut être du fait qu'ils « parlent » directement au visiteur, si le message passe bien, le clic est assuré.
- Les pop-ups, pop-unders, boîtes flottantes, etc : énervants quand vous naviguer tranquillement sur un site, ces formes de publicité peuvent quand même être utilisés efficacement pour capter l'attention du visiteur à la fermeture d'un site, par exemple.

Je tiens toujours à souligner qu'il est absolument faux de croire au fait que : « plus on met de la pub, plus le site rapporte », même c'est l'inverse qui se produit dans la majorité des cas. Mettre de la pub, oui, mais des pubs adaptées au site et surtout le site doit être intéressant en lui-même, les pubs sur un site qui n'intéresse pas les gens ne rapporteront rien.

## **Le cas des blogs**

On assiste ces derniers temps à l'engouement pour les « blogs ». En fait, ce terme un peu bizarre vient du mot « weblog », qui inclut les deux mots : « web » et « log », le « log » veut dire « journal ». Le blog est donc une sorte de journal (qui peut être intime ou non), tenu sur le web.

Le blog peut être considéré comme un site web de contenu mis à jour régulièrement. Le succès rencontré par les blogs reposent surtout sur sa création accessible à tous (il n'est pas nécessaire d'être un webmaster ni même avoir beaucoup de connaissances en informatique pour pouvoir en créer un et l'entretenir) et sa facilité d'utilisation. On peut les qualifier de « site web prêt à l'emploi », même si les blogs présentent quand même beaucoup de limitations par rapport à un « vrai » site web.

Un des facteurs, que je pourrais qualifier de « psychologique », pour le succès rencontré par les blogs est la curiosité humaine. Beaucoup de personnes racontent leur vie dans les blogs, mettent des photos, ... Quand vous étiez enfant, cela vous plaisait bien de piquer et de lire le journal des membres de votre famille, n'est-ce pas ? C'est la même chose qui se produit actuellement, mais à un niveau très large, voire même incontrôlable. Les blogs éveillent la curiosité, et on veut encore en voir plus.

Curieusement, cette « curiosité humaine » qui a propulsé les blogs vers un énorme succès ne semble pas s'appliquer aux sites web. Lors de nos séances de surf, nous éliminons un bon nombre de sites sans avoir même vu leur page d'accueil, les jugeant seulement d'après leur titre ou leur description. La curiosité humaine ne s'applique plus lorsque nous cherchons des informations, nous voulons trouver exactement ce que nous cherchons, et le plus rapidement possible, nous n'explorons que les pistes qui nous semblent intéressantes.

Néanmoins, beaucoup de principes régissant les sites web régissent aussi les blogs. Pour que votre blog attire toujours les foules, il faut attiser et maintenir la « curiosité humaine », et là, tout est basé sur le contenu. A mon avis, un blog se doit d'être plus « vivant » qu'un site web normal, c'est-à-dire que les mises à jour doivent y être fréquentes, le contenu doit être plus croustillant. Les gens s'attendent à que le journal « évolue », que l'« histoire » avance, et si vous vous relâchez (même juste pour un certain temps), ils partiront immédiatement et ne reviendront plus consulter le blog.

Un blog s'écrit plutôt « au feeling », et avec ses tripes. Ne croyez pas que raconter votre vie ou votre plus grande passion n'intéresse personne, n'allez pas faire un blog sur un sujet que vous connaissez mal ou qui ne vous intéresse que très peu, juste parce que le sujet est d'actualité ou très populaire. Le blog c'est comme se faire une petite place pour soi sur la toile, faites une place pour vous, comme il vous plaira, ne vous souciez pas de ce que les autres pourront penser ou pourront préférer.

Les blogs représentent un potentiel extrêmement intéressant, sur certains on peut mettre de la publicité, et si votre blog est très populaire, vous pourriez toucher une

petite cagnotte ! Mais une très forte popularité aussi peut permettre des analyses très intéressantes, très poussées et très précises, surtout que les blogs disposent de par leur nature d'un moyen de feed-back par l'envoi de commentaires par les visiteurs.

Néanmoins, un blog ne propose pas autant de possibilités et de fonctionnalités qu'un « vrai » site web. Et généralement, la communauté ou « le site principal » ne vous autorisent pas à faire tout ce que vous voulez avec votre blog. Par exemple, les blogs qui se tournent vers un contenu orienté « adulte » se sont vite faits de se trouver fermés ou désactivés.

Et le référencement est sûrement le domaine où les blogs sont les plus à l'aise. Contrairement aux sites webs qui sont obligés de se plier aux règles (et au bon vouloir !) des moteurs de recherche, les blogs sont plutôt régis par une communauté (par exemple, le cas des skyblogs de la radio Skyrock) ou un site principal, si vous préférez. Dans la plupart des cas, cette communauté s'efforce toujours d'offrir la même visibilité pour tous les blogs existants, même si cela n'est pas toujours possible, évidemment (à cause principalement d'un nombre exorbitant). Par exemple, les nouveaux blogs font la une pendant un certain temps, ce qui leur permet déjà de recevoir un trafic conséquent, les échanges de lien et d'adresse sont plus souples, les classements sont plus clairs (contrairement aux moteurs de recherche qui utilisent des algorithmes obscurs ...). Pour résumer un peu le tout, les bloggeurs n'ont pas beaucoup besoin de se soucier pour leur trafic, contrairement aux webmasters de sites web où le référencement peut devenir un véritable casse-tête.

Les moteurs de recherche aiment beaucoup les sites de contenu (ou les sites dont la publication d'informations est l'activité principale) et il n'y a pas meilleur site de contenu qu'un blog. Actuellement, donc, les blogs peuvent apparaître en très bonne position dans les moteurs de recherche aux dépens des sites qui lorgnent beaucoup sur l'affichage de publicités ou l'établissement de grosses listes de liens.

## **Un mot sur la configuration des PC des internautes**

Internet est mondial, de ce fait on ne peut pas prendre ce que nous avons chez nous, dans notre ville, ou dans notre pays pour une réalité générale.

La barrière des langues est déjà un sujet de discussion énorme et interminable. En fait, quelle est la langue qui domine le plus sur le web ? Si vous êtes en France, allez-vous dire que c'est le français ? ou l'anglais ? Personne ne peut le dire, et même les grands (Yahoo, Google, ...) n'osent pas s'y risquer (c'est pourquoi nous avons le Yahoo français, le Yahoo anglais, ... le Yahoo chinois !).

C'est exactement la même chose avec la configuration des machines que les internautes utilisent pour surfer, il est extrêmement difficile de savoir quelles configurations de PC vont consulter votre site en majorité.

Si votre site a une vocation internationale, ou qu'il peut intéresser des gens du monde entier, il est vraiment dommage si votre site n'est pas consultable (ou difficile à consulter) sur certaines configurations.

Et même dans les pays comme les pays européens, les équipements informatiques varient constamment d'un foyer à un autre. Les connaisseurs et les passionnés s'offrent à chaque fois le dernier cri de la technologie (qui coûtent chers, donc qui n'ont pas beaucoup d'acheteurs), ceux qui n'utilisent le PC que pour des tâches simples et régulières (comme le surf) investissent seulement une fois (dans une configuration « entrée de gamme ») et gardent le matériel pendant des années.

D'autres achètent du matériel cher et performant, d'autres du matériel bon marché et un peu poussif (et ceux-là sont plus nombreux), mais tout le monde s'adonne aux joies du web et du surf. Et avec l'avènement du haut débit, le web attire de plus en plus de monde (donc du monde qui surfe en majorité avec des configurations moyennes ou faibles, même si c'est pas trop compatible avec les possibilités offertes pas le haut débit ; peu importe le flacon, pourvu qu'on ait l'ivresse !).

Dans les pays « pauvres » (n'ayons pas peur des mots), même les configurations d'entrée de gamme sont hors de prix pour la majorité des citoyens (alors que l'Internet est de plus en plus accessible et le coût aussi tend toujours à baisser). Dans ces pays, on a plutôt l'habitude de voir des « antiquités » dignes de figurer dans les musées de la micro-informatique, être utilisées régulièrement. C'est avec de tels matériels que la majorité des internautes surfent sur le web. Ne soyez pas tenté de penser que les utilisateurs de l'Internet dans les pays « pauvres » ne sont qu'une minorité, au contraire, Internet suscite l'engouement partout où il est présent et les communautés d'internautes grandissent constamment. Et le débit est aussi faible dans ces pays, les modems 56KBps y sont légion !

Bien sûr, Internet n'est pas utilisé de la même façon chez les pays pauvres comme chez les pays riches. Par exemple, si les réservations, commandes et paiement en ligne sont monnaie courante en Europe ou aux Etats-Unis, de telles pratiques n'existent pas encore chez les pays pauvres.

Mais la réalité évolue sans arrêt, et que ce soit dans les pays pauvres ou riches, la situation évolue à grand pas, les débits augmentent (personne ne restera indéfiniment sur une connexion 56K !), la différence réside seulement dans le fait que tout le monde ne sera jamais au même niveau, mais chacun ne reste jamais longtemps sur le sien. Sur le web, on ne peut donc négliger personne.

Internet abolit les frontières, il intègre les peuples du monde entier sous un seul univers : celui du web. Vous devez toujours avoir cette règle à l'esprit. Faites ce que vous faites sur le web non pas pour vous seul, ni pour votre famille, ni pour vos connaissances, ni pour votre ville, ni pour votre pays, ni pour ceux qui parlent la même langue que vous, FAITES-LE POUR LE MONDE ENTIER. Ce ne sera pas simple, ni facile, cela peut demander énormément de travail, mais le web a été conçu dans cet optique, et vous y gagnerez sûrement en suivant cette voie.

## **Le choix de votre nom de domaine**

Il est important de bien choisir votre nom de domaine, parce qu'en voyant seulement le nom de domaine, les gens se font déjà une idée de ce que le site pourrait être. Choisissez donc un nom parlant, expressif, facile à retenir. N'essayez pas tout de suite de vous forger une image de marque (yahoo.fr, google.com, ...), il est préférable de « parler » tout de suite aux gens.

« [www.monde-webmaster.com](http://www.monde-webmaster.com) » est un nom parlant alors que « [www.tix.com](http://www.tix.com) » ne l'est pas du tout. C'est un principe simple et élémentaire mais des personnes choisissent des noms « non parlants » parce qu'ils aiment bien peut-être la sonorité, et aussi ils pensent déjà à imposer une marque ...

Si vous possédez déjà une marque connue, vous pouvez en faire votre domaine (un simple exemple : [www.toyota.fr](http://www.toyota.fr)), sinon ne perdez pas du temps à imaginer un mot quelconque, décrivez seulement votre site, exemple : [www.bonnes-voitures.com](http://www.bonnes-voitures.com)

Le nom de domaine ne doit pas être excessivement long, même s'il est une suite logique de mots, par exemple : [www.commentfairedubusinesschezsoi.com](http://www.commentfairedubusinesschezsoi.com), êtes-vous sûr que c'est facile à mémoriser ? Une personne qui l'a vu peut s'essayer à tapoter sur son navigateur : [www.pourquoifairedubusinesschezmoi.com](http://www.pourquoifairedubusinesschezmoi.com), [www.fairedubusinesschezsoi.com](http://www.fairedubusinesschezsoi.com), ... parce qu'il ne s'en rappelle pas de façon exacte. Evidemment, il ne va rien trouver du tout et va abandonner !

Personnellement, je pense que 2 mots suffisent, par exemple : [www.business-rentable.com](http://www.business-rentable.com) ou [www.homebusiness.com](http://www.homebusiness.com).

## **Le choix de l'extension**

Les gens ne prennent pas trop l'extension du domaine en considération, surtout que ce n'est pas assez expressif et que le nom suffit pour se faire une idée. Ce sont les hébergeurs, registrars (ceux qui fournissent les noms de domaine), moteurs de recherche et les annuaires qui sont souvent exigeants sur votre extension.

Sachez aussi que de nouvelles extensions apparaissent fréquemment et rien ne dit que cela ne va pas continuer indéfiniment. Mais voici quelques exemples courants :

.com : site commercial (en fait, beaucoup de sites non commerciaux ont cette extension; amusant, n'est-ce pas ?)

.org : organisation, groupe.

.net : réseau, ou internet ( ?)

.biz : business (c'est un nouveau et d'ailleurs pas encore très répandu).

Chaque pays aussi a le sien, et c'est là que cela se complique :

.fr : France

.us : Etats-Unis  
.co.uk : Royaume-Uni  
.de : Allemagne  
.pl : Pologne  
.cz : Tchécoslovaquie  
.ru : Russie

et ainsi de suite ...

Les extensions de pays (.fr, .us, etc) en général son utilisées pour les institutions (ministères, ...) même si on peut toujours les avoir pour n'importe quel site.

Et comme l'homme ne fait jamais de choses simples, il a eu la bonne idée de faire des combinaisons : .com.fr, .net.fr, ... (je ne vais plus vous expliquer en détails ce que ces extensions signifient, car on risque seulement de s'y perdre pour ne pas gagner grand chose).

Voilà pour les extensions du domaine, à vous de choisir, si je peux vous donner un conseil : c'est toujours de le faire aussi simplement que possible, n'allez pas investir dans les extensions à rallonge, même si c'est bon marché, et prenez aussi une qui correspond bien à votre site, c'est tout.

## **Reprendre le contenu d'un autre site sur le vôtre**

Généralement, il est interdit de mettre un contenu que vous avez pris chez un autre site, même partiellement, sans l'accord et l'autorisation de l'auteur. Ce contenu peut être des textes, photos, logiciels ou utilitaires à télécharger, etc.

C'est la loi proprement dite, mais il y a de nombreux cas où vous serez confronté à la situation de devoir publier sur votre site quelque chose qui sera plus ou moins similaire (ou même pareille) à ce qu'on peut trouver sur d'autres sites. Vous pouvez aussi ne pas pouvoir contacter l'auteur pour demander une autorisation, ou ne pas avoir le temps ou la possibilité de le faire, tout simplement.

La première solution, c'est de mettre une petite explication suivie d'un lien, exemple :

**Les photos du dernier modèle de chez Peugeot !**  
Cliquez sur ce lien : [www.peugeot.fr](http://www.peugeot.fr)

A ce que je sache, personne n'est réticente à ce que vous mettez un lien pointant vers son site, on vous encourage même à le faire. Le problème c'est que si le site que vous pointez en lien change, les photos risquent de ne plus être disponibles et vous mettez les visiteurs en déroute, et ce n'est pas très bon pour vous, n'est-ce pas ?

Dans le cas de notre exemple, si vous avez mis les photos directement sur votre site, vous tombez en désaccord avec la loi, mais combien de temps cela prendra si vous demandez l'autorisation à l'auteur ? Et il faut demander l'accord à celui qui a pris les clichés ou au constructeur lui-même ? Vous voyez, c'est pas évident du tout. Et dans beaucoup de cas, vous ne connaissez pas même l'auteur ni où le joindre !

Selon la loi ci-dessus, beaucoup de sites tombent actuellement dans l'illégalité : il y a des forums où les participants postent chaque jour des textes et des images sans l'accord de leurs auteurs, il y a de nombreux sites qui publient les travaux d'autres personnes sans que celles-ci soient forcément au courant.

Le web est extrêmement vaste, c'est pourquoi il est impossible de prendre tout le monde en défaut, même si la loi n'est peut être jamais respectée. Cela demanderait des moyens astronomiques pour la « justice ».

Je ne vais pas vous encourager à transgresser la loi, mais je dirais qu'il faut plutôt faire preuve de « respect mutuel » : Si vous avez trouvé quelque chose qui peut être intéressant à mettre sur votre site, mais que vous n'arrivez pas ou que vous ne pouvez pas joindre l'auteur, mettez le contenu sur votre site, mais informez bien le visiteur que ce n'est pas le fruit de votre travail, mais que cela provient de quelqu'un d'autre. Si vous avez quelques informations sur l'auteur, affichez-les (nom, pays, ...) sinon indiquez bien que vous ne connaissez pas l'auteur ! Si par un coup du hasard, l'auteur passe sur votre site, il ne va pas vous attaquer en justice mais va plutôt entrer en contact avec vous.

Ce qui est important, c'est le « rendez à César ce qui appartient à César », ne volez pas le travail des autres, mais plutôt, mettez en valeur le travail des autres sur votre site, et vous verrez que votre site gagnera aussi de la valeur !

## **Comment vous simplifier la vie avec les feuilles de style CSS (Cascading Style Sheet)**

Ce document n'est pas un manuel technique sur le HTML et ses dérivées, mais je n'ai pas pu résister à l'envie de vous parler des feuilles de style CSS qui peuvent vous faire gagner du temps et de l'efficacité dans la création et la modification de votre site.

Les styles CSS servent à mettre en forme les textes ou les objets de la page (police de caractère, couleur, style gras, italique, souligné, alignement, ...). Ils sont d'une efficacité redoutable surtout dans le cas de sites web très volumineux (avec un nombre considérable de pages).

Imaginons que votre site comporte 100 pages avec une charte graphique bien définie (couleur, positionnement, police, ...). Imaginons que vous devez modifier une couleur de la charte en une autre, donc, si vous n'utilisez pas les CSS, il vous faut modifier ces 100 pages une à une ! (plutôt fastidieux, n'est-ce pas ?). Il est inutile de vous dire que c'est fatigant et prends un temps considérable. C'est pour résoudre ce genre de problème que les feuilles de style ont été inventées.

Le principe est simple (je ne vais pas entrer dans les détails techniques, vous trouverez de bons manuels et de bons sites sur le web pouvant vous initier rapidement au CSS) : il suffit de définir la forme de vos textes (couleur, police de caractère, taille, style gras, italique, etc) dans un seul fichier portant l'extension .CSS, ensuite ce fichier .CSS sera appelé et utilisé par toutes vos pages pour la mise en forme des textes et des objets. Si, ultérieurement, vous devez modifier la mise en forme, il suffit juste de modifier le SEUL fichier .CSS pour que les modifications se répercutent sur toutes les pages du site, c'est archi simple, n'est-ce pas ?

Pour les webmasters, l'utilisation des feuilles de style CSS est monnaie courante, mais chez les « newbies » (ou débutants, si vous préférez), cette fonctionnalité du HTML est un peu méconnue alors qu'elle peut grandement faciliter la vie et faire gagner du temps.

## **Le WAP (Wireless Application Protocol) ou le web sur les téléphones mobiles**

Le web sort des PC et ordinateurs personnels pour se mettre aussi sur les téléphones portables ! Bon, ce n'est encore qu'à ces balbutiements mais il est sûr que le phénomène va s'amplifier de plus en plus pour finalement atteindre l'ampleur que connaît le world wide web aujourd'hui.

Ne vous inquiétez donc pas si vous n'avez pas encore votre site en version WML (le HTML du WAP) et que vous ne connaissez pas du tout cette technologie. On n'en est encore qu'au début, de ce fait il n'y a donc pas encore grand chose à gagner dans ce nouvel environnement.

Mais le WAP va prendre de plus en plus de place dans notre vie dans un avenir proche, pourquoi ?

- Consulter des sites web sur son mobile est une très bonne idée : pas de contrainte de lieu, ni de connexion, ... En plus, les appareils mobiles sont en train de s'adapter : élargissement de la taille de l'écran, utilisation des couleurs, ...
- Le débit des réseaux sans fil (wi-fi, wireless fidelity) va en augmentant et il est tout à fait envisageable que dans un futur proche des données volumineuses pourront enfin être véhiculées sans problème sans s'appuyer sur les réseaux filaires.
- Un nouveau monde va prendre forme avec le WAP surtout si on arrive à un niveau mondial : les GSM sont généralement moins cher que les PC, donc beaucoup plus accessibles et plus faciles à prendre en main (pas de câbles à connecter, pas de modem à installer et à configurer, ...). Les informations seront accessibles à beaucoup plus de monde, et on assistera à des formes nouvelles de communication, de marketing, ...

Il faut donc garder un œil sur cette technologie, parce qu'elle est résolument tournée vers l'avenir. Le web va chercher un nouveau souffle dans cette voie, d'autant qu'aujourd'hui il y a trop d'inégalités et de questions qui se posent sur l'Internet (sécurité et surveillance, validité des accords virtuels, inexistence de lois claires régissant le web, ...). La question n'est pas de foncer vers le WAP, mais de s'y tourner progressivement à mesure que la technologie prendra de l'ampleur, mais rassurez-vous, il y en a encore pour des années.

Il existe déjà aujourd'hui sur le web des sites qui peuvent vous apprendre le WML ou comment créer et mettre en place un site WAP. Il n'y a rien de bien compliqué et cela s'apparente beaucoup au HTML et aux sites web « classiques ». Mais c'est le test qui va peut être poser problème car encore trop peu d'opérateurs en téléphonie mobile proposent actuellement un accès WAP (et l'abonnement est encore assez cher aussi).

## **L'équipement matériel et logiciel du webmaster**

Ce qui est bien dans le domaine de la création web, c'est qu'on n'est pas forcé d'investir une fortune dans le matériel et les logiciels dont on a besoin.

Pour la configuration du PC, il n'est pas nécessaire de s'offrir le dernier cri de chez Intel ou AMD, une configuration d'entrée de gamme ou intermédiaire suffit largement dans la majorité des cas, prévoyez seulement une mémoire suffisante (256 Mo n'est pas un luxe). Pour la taille du disque dur, il est difficile de dire exactement un chiffre mais le disque devra suffire pour le système d'exploitation, les logiciels utilisés, et les données que vous allez créer et manipuler (pages HTML, images, programmes, applets, objets flash, musique et sons, vidéos, ...), de toute façon, les configurations aujourd'hui sont presque tous livrées avec un disque dur de 20 Go minimum (ce que je pense être amplement suffisant). En plus, on peut toujours y adjoindre un second disque ou investir dans un graveur ou un outil de sauvegarde.

Un écran de 17 pouces est le strict minimum, en dessous, les résolutions élevées ne sont plus accessibles (pourtant il faut bien quand même tester son site dans ces résolutions). Il n'y a rien de mal à investir dans un 19, 20, 21 ou 22 pouces, mais seulement si votre portefeuille vous le permet ...

Des professionnels utilisent aussi le Mac (ou l'Apple Macintosh), la machine de la marque à la pomme a bien sûr des qualités et une vitesse exceptionnelle, mais le PC n'a rien à lui envier. En plus, Apple vend ses machines (très) cher et ne cible pas l'utilisation grand public.

Un scanner et un appareil photo numérique peuvent être aussi utiles (mais cela dépend en grande partie du genre de site que vous allez faire). Mais surtout privilégiez la qualité de sortie, les images sur votre site devront être irréprochables, n'est-ce pas ?

Votre machine doit aussi vous permettre de surfer convenablement, même si ce n'est que pour tester vos créations. Et les webmasters sont tous de grands surfeurs !

### **Les logiciels**

Il y a des outils de création de page « pros » qui coûtent assez chers (par exemple le logiciel Dreamweaver de Macromedia coûte plus de 400 euros) mais il y a aussi des outils plus simples mais qui permettent quand même de créer quelque chose à un prix très abordable, voire même gratuitement !

Il en est de même pour le logiciel de graphisme et de traitement d'image dont vous allez sûrement avoir besoin sauf peut-être si vous n'envisagez que de mettre du texte sur votre site. Le logiciel Photoshop d'Adobe est le plus puissant (et est cher aussi), mais vous n'avez pas sûrement besoin de toutes ses fonctionnalités alors un petit « logiciel » de graphisme comme PaintShop Pro peut faire largement l'affaire.

Si vous créez un site dynamique et utilisez le langage PHP et la base de données MySQL, sachez que des versions installables sous Windows du serveur web Apache, de PHP et de MySQL sont disponibles gratuitement et qui vous permettent de mener des tests et des essais sur votre PC.

Il est impossible de décrire de façon complète la liste de tous les logiciels qui peuvent entrer en jeu dans la création web. Cela dépend de chacun et du genre de site à créer. Si vous voulez mettre du Flash sur votre site, il vous faut aussi acheter le logiciel chez Macromedia, si vous voulez mettre du son, il vous faut un éditeur de sons comme SoundForge, etc.

Je tiens à noter aussi que les logiciels « pros », en plus de coûter chers, sont assez difficiles à maîtriser, et en plus vous ne pourriez qu'utiliser quelques fonctions de base, ce qui ne justifie en rien la somme que vous avez mis dedans.

Tout ce que je veux vous dire est qu'il n'est pas toujours nécessaire d'acheter des logiciels coûteux surtout que vous n'allez pas en exploiter toutes les fonctionnalités, il est toujours possible de trouver des solutions abordables et qui vous satisferont pleinement. Il faut juste bien définir ce que vous voulez réaliser et chercher les outils en conséquence.

## Conclusion

D'après les statistiques, très peu de sites sont qualifiables d' « efficaces » sur le web. Parce que le web est un monde virtuel, et que les résultats ne sont pas directement « palpables », on a plutôt tendance à faire ce qui nous semble bien juste à première vue, en suivant nos impressions et nos convictions personnelles. D'où le fait que pour la majorité des cas, nous rejoignons le groupe des sites « qui penchent vers le mauvais côté ».

Heureusement, chaque erreur est rattrapable et vous pouvez toujours « ajuster le tir » sauf peut-être dans des rares cas où cela vous a coûté une somme conséquente d'argent ou un volume de temps précieux qui vous est impossible à récupérer.

Avant de faire ou de modifier un site, prenez le temps de réfléchir, mettez-vous à la place de vos visiteurs, identifiez les résultats que vous cherchez, et identifiez aussi ce que vos visiteurs cherchent ! Trouvez un compromis, et même faites pencher un peu la balance du côté de vos visiteurs !

Le web est vaste, complexe et difficile, en plus, il est en constante évolution. Des milliers de sites apparaissent chaque jour, des milliers aussi disparaissent, si vous n'arrivez pas à vous faire une place, vous risquez juste de suivre la vague et on ne sait où elle vous emportera ... Sur les océans du web, les surfeurs ne peuvent pas faire naufrage, mais les sites web oui, le naufrage c'est quand le site n'apporte à la fois rien au visiteur et rien à son auteur ...

Ce document ne fournit pas toutes les réponses, mais j'espère qu'il a pu vous guider ou vous remettre dans le droit chemin sur la route que vous empruntez sur Internet. Rappelez-vous, le web est un outil extrêmement puissant mais aussi difficile à dompter, ne laissez rien au hasard, exploitez-le à la limite de ses capacités !

Il est maintenant temps pour vous de rejoindre LA COMMUNAUTE MINORITAIRE des sites qui sont vraiment efficaces !

A votre « web-réussite » !

L'équipe de Business-Opportunite.org

Des questions ? commentaires ?  
contactez-nous à [nary@business-opportunite.org](mailto:nary@business-opportunite.org)