

TROUVEZ DE NOUVEAUX
CLIENTS SUR LE NET

SITE WEB PRO

Suivez le guide !

LE ROADBOOK DU WEB
POUR NE PAS S'Y PERDRE



VOTRE ROADBOOK

DU WEB POUR NE PAS S'Y PERDRE

Suivez le guide !

Nous allons créer ensemble votre nouveau site internet. Votre présence sur le web est incontournable et aura beaucoup d'effets positifs.

Il va à coup sûr vous permettre :

- **d'améliorer votre visibilité** : votre objectif est que votre marque soit connue et reconnue !
- **d'augmenter votre chiffre d'affaires** : vous avez une priorité, développer votre activité et augmenter vos ventes.
- **de perfectionner de votre image de marque** : pour vous, le plus important, c'est que vos clients aient une certaine idée de votre entreprise.
- **de faire passer vos valeurs**, votre « why » et vos actualités
- **de pousser vos clients et votre cible à interagir** avec vous.

Notre méthode exclusive va permettre d'arriver rapidement aux résultats que vous attendez.

**Alors Go,
en route pour ce beau voyage !**

PARTIE 1



VOTRE SOCIÉTÉ & SON ENVIRONNEMENT

Réussir son site web



VOTRE SOCIÉTÉ & SES BESOINS

DATE

Société
ou Entité

Contact

Contact **RUBRIKC**

- 1 - A PROPOS DE VOUS

1 • QUELQUES MOTS DE DESCRIPTION DE VOTRE SOCIÉTÉ OU ORGANISATION

> *Historique*

> *Effectifs*

> *Activités principales*

2 • QUI ÊTES-VOUS ?

> *Votre WHY ? Votre pourquoi, votre raison d'être*

> *Votre HOW ? Comment votre offre est différente*

> *Votre WHAT ? Quels produits ou services proposez-vous ?*

• LA CONCURRENCE ?

> *Quels sont vos principaux concurrents*

> Vos concurrents ont-ils des sites web intéressants ?

> Que présentent-ils, quelles sont vos remarques ?

> Au sein de votre entreprise, qui va s'impliquer dans le projet web ?

- 2 -

À QUI VOUS ADRESSEZ-VOUS ?

1 • DÉFINIR VOS CIBLES

Votre cible correspond aux types de personnes ou d'entreprises à qui vous souhaitez vous adresser.

Ce peut-être des prospects, des clients, des partenaires, la presse et dans ces catégories il peut s'agir de particuliers (BtoC), de professionnels (BtoB), d'hommes ou de femmes, de jeunes ou de seniors, de Français ou d'étrangers...

Exprimez-vous sur la connaissance de vos clients types :

2 • QUELQUES QUESTIONS POUR ALLER PLUS LOIN DANS LA DÉFINITION DE VOS BUYER PERSONAS :

Décrivez en quelques mots la personne type à que vous souhaitez toucher (âge/ Sexe/région d'habitation/profession/hobbies/vie de famille...)

Selon vous quelles sont les valeurs qui comptent pour elle (l'honnêteté/la fidélité/la reconnaissance sociale/la santé/les valeurs morales...)

Votre cible est-elle à l'aise avec le digital, les réseaux sociaux...

Nous pouvons vous accompagner dans une démarche plus complète sur cet exercice.

Cela vous intéresse ? parlons-en !

PARTIE 2



VOS BESOINS

Réussir son site web



UN SITE INTERNET, POURQUOI FAIRE ?

- DÉFINIR VOS OBJECTIFS POUR VOTRE SITE

(Site de présentation commerciale, site de présentation institutionnelle, site de vente en ligne, site d'information, blog...)

> *Que souhaitez-vous présenter et faire connaître ?*

- **VOS ATTENTES VIS À VIS DES CONTENUS**

(informatifs, techniques, actualités, mis à jour régulièrement, experts, généralistes...)

> De quels contenus disposez-vous ?

- **NOM DE DOMAINE**

> Avez-vous déjà un nom de domaine ? / Quel est le nom de domaine de votre site internet ?

> Peut-on vous aider à chercher un nom de domaine ?

> Pouvez-vous nous communiquer les accès à votre « registrar » (entité gérant votre nom de domaine) ? Ou souhaitez-vous vous occuper de cette partie ?

PARTIE 3



LE DÉVELOPPEMENT DE VOTRE SITE

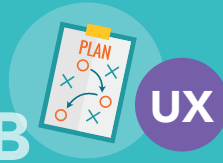
Réussir son site web

10 ÉTAPES POUR ATTEINDRE VOTRE OBJECTIF



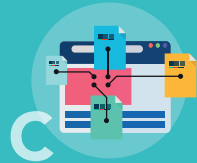
A

ON DÉFINIT
LES CONTENUS



B

ON PRÉCISE LE PARCOURS
UTILISATEUR ET OÙ L'EMMENER



C

ON FIGE LES
FONCTIONNALITÉS
PARTICULIÈRES



D

ON RÉDIGE LES TEXTES ET
ON CHOISIT LES VISUELS



E

ON MAQUETTE
LES PAGES TYPES



F

ON VALIDE LA PRÉSENTATION
ET LE CONTENU
DE CHAQUE PAGE



G

ON DÉVELOPPE
LES PAGES WEB

PENSEZ BIEN
À TOUT !



H

ON OPTIMISE LES PAGES
POUR LE RÉFÉRENCIEMENT



I

ON TESTE ET ON VALIDE
LE SITE EN MODE
DÉVELOPPEMENT



J

ON MET EN LIGNE
LE SITE WEB



CONTENT FIRST*, LE CONTENU EST ROI !

- **QUI VA RÉDIGER LES TEXTES* ?**

(Optimiser les textes pour un meilleur impact et améliorer le référencement.)

> *Souhaitez-vous que Rubrik c s'occupe de la rédaction des textes** ?*

- **FAUT-IL S'APPUYER SUR DES SUPPORTS EXISTANTS ?**

OUI

NON

- **AVEZ-VOUS UNE BASE DE VISUELS ?**

OUI

NON

> *Où s'en procurer ?*

*Le content first design consiste à élaborer le design et l'ergonomie du site à partir du contenu et non le contraire.

**Si vous vous occupez des textes, demandez notre fiche technique

• **SOUHAITEZ-VOUS DIFFUSER DE L'ACTUALITÉ ?**

OUI

NON

> *Qui va rédiger les articles ?*

• **AVEZ-VOUS DES ARTICLES DE PRESSE À COMMUNIQUER ?**

OUI

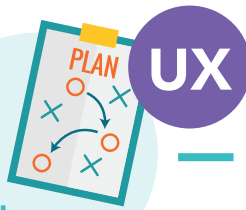
NON

• **VOULEZ-VOUS COMMUNIQUER SUR VOS DISTINCTIONS
ET VOS RÉCOMPENSES ?**

OUI

NON

2



NAVIGATION LES DIFFERENTES STRUCTURES DE SITE WEB

STRUCTURE ONE PAGE



STRUCTURE HIÉRARCHIQUE



- NAVIGATION À DÉFINIR

- LISTEZ VOS PAGES À FAIRE APPARAÎTRE

- INDIQUEZ SI CERTAINES PAGES SERONT CONSTRUITES SUR LE MÊME MODÈLE

SCHÉMATISONS LA STRUCTURE DE NAVIGATION :

LES GRANDES LIGNES DE L'ARBORESCENCE

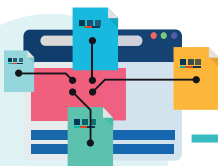
- DES QUESTIONS À SE POSER POUR UNE BONNE EXPÉRIENCE UTILISATEUR (UX)

> Vers quels types d'actions souhaitez-vous emmener votre visiteur ? (CTA)

> Quel serait le parcours logique de navigation (parcours utilisateur) ?

> Quelle impression souhaitez-vous laisser dans l'esprit des internautes qui ont visité votre site ?

3



VOS ATTENTES FONCTIONNELLES

- Formulaire de contact
 - Espace privé
 - Agenda
 - Moteur de recherche interne
 - Liens actualité
 - Actualités
 - Blog
 - Galerie photos / Vidéos
 - Liens vers les réseaux sociaux
 - Enregistrement pour des événements
 - Réservations
 - Communiquer avec votre cible (newsletter, visio...)
 - Flux RSS
 - Document à télécharger
 - Autres
-
-

4



CRÉATION GRAPHIQUE

POUR UNE MEILLEURE INTERFACE UTILISATEUR (UI)

1 • VOS ATTENTES GRAPHIQUES

> Quelle est votre identité visuelle?

Proposez des styles qui répondent à vos attentes graphiques

> Les visuels sont-ils fournis par vos soins ou faut-il prévoir une recherche ?

• AVEZ-VOUS REPÉRÉ DES SITES WEB QUE VOUS AIMIEZ PARTICULIÈREMENT ?

5



INTEGRATION DES MAQUETTES EN PAGE WEB

1 • WIREFRAMING : c'est la maquette « fil-de-fer » de l'interface. Nous faisons le schéma de la structure et des fonctionnalités du site. Outil de design UX incontournable.

2 • DESIGN DU SITE : On touche désormais le concret avec la production des maquettes graphiques ! À cette étape, le webdesigner va ajouter une couche graphique et esthétique aux wireframes. C'est là également que sera définie, si ce n'est déjà le cas, votre identité visuelle ainsi que votre charte graphique.

3 • INTÉGRATION DES PAGES DU SITE sur la plateforme. C'est l'étape de conception et de réalisation de tout le site.

4 • TESTS ET MIS EN LIGNE

6

RÉFÉRENCIEMENT



- PAR QUELS MOYENS ALLEZ-VOUS ACQUÉRIR DU TRAFIC VERS VOTRE SITE WEB ? RÉFÉRENCIEMENT NATUREL (SEO) OU PAYANT (SEA) ?

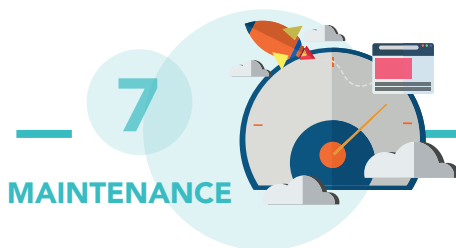
- AVEZ-VOUS UNE IDÉE DES MOTS CLÉS OU TERMES SAISIS PAR LES INTERNAUTES DANS LES MOTEURS DE RECHERCHE POUR TROUVER VOS PRODUITS ET/OU SERVICES ?

- SUR QUELS MOTS CLÉS SOUHAITEZ-VOUS VOUS POSITIONNER ?
(10 À 20 MOTS)

- **RÉFÉRENCIEMENT INITIAL : LISTE DES ANNUAIRES ET MOTEURS SÉLECTIONNÉS.**

- **SUIVI DU RÉFÉRENCIEMENT :**

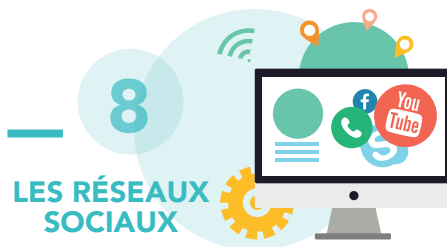
Durée, fréquence des rapports de positionnement, réinscription dans les moteurs et annuaires lorsque cela sera nécessaire, mise en place d'un compte Google Analytics, compte Google Business et Google Search Console.



- **FORMATION À PRÉVOIR AU CAS OU L'ENTREPRISE SOUHAITE GÉRER SON SITE, POUR COMBIEN DE PERSONNES ?**

- **SUIVI ET MAINTENANCE, MISE À JOUR DES ACTUALITÉS, DU BLOG...**

- SOUHAITEZ-VOUS LA MISE EN PLACE DE CONTRATS POUR LA RÉDACTION DES ARTICLES, LA CRÉATION DE VISUELS...
-
-



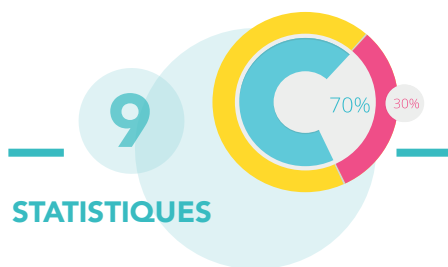
- SOUHAITEZ-VOUS METTRE EN PLACE UNE POLITIQUE DE COMMUNICATION SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX (S.M.O.*) ?

OUI NON PAS POUR L'INSTANT

- UTILISEZ-VOUS LES RÉSEAUX SOCIAUX DANS LE CADRE PROFESSIONNEL ?
-
-
-

- AVEZ-VOUS UN COMPTE FACEBOOK PRO, LINKEDIN, VIADEO, TWITTER... ?
-
-
-
-

- FAUT-IL PRÉVOIR DE METTRE EN PLACE DES COMPTES RÉSEAUX SOCIAUX ? DES LIENS VERS VOS RÉSEAUX ?



- DE QUEL TYPE DE STATISTIQUES OU DONNÉES DE TRAFIC SOUHAITEZ-VOUS DISPOSER ?

— 10

**SÉCURITÉ ET
HÉBERGEMENT
ET CONFIDENTIALITÉ**



- AVEZ-VOUS MIS EN PLACE UNE POLITIQUE DE MISE EN CONFORMITÉ DE LA RGPD ? OUI NON

> Si oui, quel est votre référent ?

- COMMENT LES DONNÉES DU SITE VONT-ELLES ÊTRE HÉBERGÉES ?

PARTIE 4



VOTRE **PLANNING** & VOS **ACCÈS**

Réussir son site web



MOIS DE _____

1	2	3	4
5	6	7	8
9	10	11	12
13	14	15	16
17	18	19	20
21	22	23	24
25	26	27	28
29	30	31	



MOIS DE _____

1	2	3	4
5	6	7	8
9	10	11	12
13	14	15	16
17	18	19	20
21	22	23	24
25	26	27	28
29	30	31	



MOIS DE _____

1	2	3	4
5	6	7	8
9	10	11	12
13	14	15	16
17	18	19	20
21	22	23	24
25	26	27	28
29	30	31	



MOIS DE _____

1	2	3	4
5	6	7	8
9	10	11	12
13	14	15	16
17	18	19	20
21	22	23	24
25	26	27	28
29	30	31	



VOS ACCÈS

DATE

Client

Contact

- 1 -

INFO SUR LE SITE

URL du site :

Hébergement :

Connexion :

Nom de connexion :

MP :

- 2 -

INFO SUR GMAIL

Compte Gmail :

Nom de connexion :

MP :

- 3 -

STATISTIQUES & RÉFÉRENCEMENT

Google ANALYTICS :

<https://www.google.com/analytics/>

Nom de connexion :

MP :

Google Search Console

Nom de connexion :

MP :



LEXIQUE

À RETENIR

CTA : call to action. C'est par exemple un bouton qui incite à cliquer et qui va rediriger sur un formulaire, un agenda, une demande de prix...

Template : c'est la maquette de votre newsletter. Les plateformes d'e-mailing qui peuvent réaliser vos lettres d'information numériques proposent en général des présentations tendances et optimisées pour la distribution digitale.

Lien : un lien redirige vers une page web ou un fichier hébergé. Il peut être apposé sur bouton, un mot ou une image.

UX & UI DESIGN : Signifiant respectivement Expérience Utilisateur et Interface Utilisateur, ils ont pour point commun d'avoir une approche centrée sur l'utilisateur. L'UI designer s'occupe plus particulièrement de faire en sorte que le design de l'interface utilisateur corresponde aux attentes de son commanditaire et réponde aux besoins des utilisateurs. L'UX designer sera lui plutôt sur l'architecture et l'ergonomie du site. Ils sont complémentaires et doivent travailler ensemble afin que toute l'approche centrée sur l'utilisateur soit cohérent et harmonieux.

rubrik^c

L'ATELIER DE LA COMMUNICATION

Suivez le guide !

Digital•Planet

www.rubrikc.com