

Les essentiels du web

Toutes les règles à respecter pour une présence efficace sur Internet

ERGONOMIE



Les règles à respecter :

- Rester utile.
- Esthétique du graphisme.
- Offrir une expérience positive.
- Être rapide et fiable.
- Offrir une qualité de services.

Organiser et structurer le site :

- En terme d'effort (nombre de clics).
- Éviter de dépasser 7 items dans le menu.
- Avoir des regroupements logiques.
- Grouper vos articles et pages par catégories.
- Diversifier les contenus multimédias.
- Utiliser les conventions de vocabulaire, de localisation, de présentation, d'interaction.

Concernant le texte :

- 1 – 2 polices maxi.
- Mettre en valeur le plus important.
- Utiliser des puces et autres effets de style (citation, emphase, ...),
- Avoir une taille de police correcte.
- Aligner le texte à gauche.
- Avoir un bon contraste.
- Avoir des liens identifiables.

ACCESSIBILITÉ

Remplir les conditions du W3C (<https://validator.w3.org/>) est une nécessité absolue. Penser accessibilité, c'est prendre en compte tous les publics et se forger une certaine notoriété.

Votre site doit être :

- Perceptible.
- Confortable d'utilisation.
- Compréhensible.
- Robuste.

Rendre un site accessible demande de la technicité et une maîtrise des ficelles de l'ergonomie virtuelle. Cela nécessite de comprendre la structuration des pages et de savoir se mettre à la place du visiteur.

LE CONTENU RÉDACTIONNEL

Il faut adapter son contenu et sa rédaction pour accompagner le lecteur.

Vous pouvez vous inspirer de la méthode AIDA :

- Attention
- Intérêt
- Désir
- Action

Écrire pour le web c'est parler de son interlocuteur et non de soi, être subtil, raffiné, respectueux, transparent.

Le contenu rédactionnel, c'est aussi :

- Construire vos articles sur le modèle de la pyramide inversée (du plus près du lecteur au plus éloigné) avec de préférence, un seul thème/idée par article.
- Un article comprend plusieurs paragraphes.
- Un paragraphe correspond à une idée de 40 mots.
- Les phrases sont courtes et simples (10, 12 mots) sans subordonnées ou double négation.
- Les titres sont explicites et incitatifs (7 mots).
- Le chapô (introduction) répond aux questions : qui, quoi, quand, où, pourquoi, comment et combien.
- Les mots importants sont écrits en gras.

L'article est hiérarchisé de façon à être lisible :

TITRE 1 (H1)

Chapô (introduction)

Titre 2 (H2)

Titre 3 (H3)

...

Les intitulés des liens doivent être pertinents et compréhensibles :
80 caractères – 7 ou 8 mots.

LE RÉFÉRENCEMENT

Il existe deux types de référencement :

- le référencement payant ou SEA
- le référencement naturel ou SEO

Chaque référencement demande une stratégie différente.

LE RÉFÉRENCEMENT PAYANT

Vous payez pour être en haut de page dans les moteurs de recherche (Google, Yahoo, Bing...).

Le paiement peut être évalué au coup par clic, par impression, par visionnage, appels téléphoniques, acquisition...

Cette forme de référencement demande certaines compétences notamment dans l'utilisation de logiciels (Google Adwords pour être référencé sur le moteur de recherche Google par exemple).

LE RÉFÉRENCEMENT NATUREL

Pour soigner votre référencement naturel, vous devez :

- Avoir des backlinks de bonne qualité. Autrement dit, les liens entrants sur votre site doivent être réputés.

Exemple : l'Éducation Nationale a un lien qui renvoie vers le site de l'Établissement scolaire. L'établissement scolaire possède un backlink intéressant.

- Rédiger du contenu qui intéresse votre visiteur, mais aussi les moteurs de recherches. Il faut, pour cela, identifier les mots clés, rédiger sur ces mots clés, avoir une stratégie de contenu éditorial.
- Posséder des liens qui redirigent vers les réseaux sociaux.
- Avoir des pages web structurées (vérifier que le HTML de la page web suive les consignes du W3C (<https://validator.w3.org/>)).
- Posséder des liens cohérents entre vos pages intérieures.

Nos professionnels du bi-média (print et web) se tiennent à votre disposition pour vous accompagner : formation en écriture web, référencement - création ou refonte de votre site web - outils de communication.