



Guide d'informations

fizeo

Création de site internet

Fonctionnalités et opportunités

Sommaire

Introduction	2
I) Différents types de sites.....	4
A. Les études en amont du projet	4
B. Le site vitrine ou le site institutionnel	5
C. Le site marchand ou le site e-commerce	6
II) L'importance du marketing et du référencement.....	7
A. Les actions de communication et de marketing	7
B. Le référencement sur les moteurs de recherche	9
Pour conclure	10

CREATION DE SITE INTERNET

Depuis quelques années, le web connaît un nouvel élan avec le phénomène 2.0. L'internaute y est le principal acteur et participe à son développement. C'est l'apparition du web interactif et social. Cette technologie n'est pas figée, elle évolue et continuera d'évoluer en fonction des utilisations qu'en font les internautes.

Depuis les transformations du web, les comportements des internautes se sont profondément modifiés. L'interactivité est devenue une fonction essentielle aux yeux des internautes. Internet est désormais un passe-temps et un outil du quotidien.

Il est intéressant de comparer l'évolution du comportement au cours des dix dernières années. Il y a quelques années, la navigation sur internet s'articulait autour d'un nombre réduit de sites favoris. L'émergence des réseaux sociaux fût l'un des facteurs bouleversants. La participation, le partage de l'information et la communication sont au cœur des nouvelles pratiques. Les internautes sont également plus prudents, ils font davantage attention aux informations privées qu'ils communiquent. Ils veulent optimiser le temps qu'ils passent à naviguer sur le net. Les informations qu'ils recherchent doivent être trouvées rapidement car les personnes sont maintenant de natures pressées. Ce qui implique de nouvelles formes de communication et des interfaces simple d'utilisation.

Aujourd'hui, les internautes français passent environ onze heures par semaine en moyenne sur le web. Le développement des technologies mobiles a séduit les utilisateurs qui disposent à tout moment d'information. Ils veulent s'informer, comparer et consommer en temps réel.

Une grande majorité des internautes effectue des achats en ligne pour des raisons de facilité et les tarifs proposés sont plutôt attrayant. La cyberconsommation est en vogue avec plus de 23 millions d'e-acheteurs en France.

Après ces nouvelles tendances de consommation, les internautes profitent du net pour naviguer sur les médias sociaux tels que Facebook, Twitter, Viadeo, etc. Internet est également une source inépuisable d'information en tous genres, qui offre un chacun la possibilité de trouver ce dont il a besoin. Les internautes apprécient le web pour sa base de données incomparable pour les musiques, les films, les jeux et les photos. D'un simple clic, ce sont des centaines d'internautes qui jouent ensemble à travers le monde entier et des millions de films et de musiques à disposition de tous.

Au-delà des divertissements, des jeux en réseaux, des recherches d'informations et des achats en ligne, internet est principalement utilisé pour l'envoi et la consultation d'emails.

Connaissant les agissements des internautes vous avez les clés en main pour mettre en place un site internet en adéquation avec les attentes de votre cible. Les données comportementales vont régir les stratégies du marketing et de la communication.

Il est important de prendre en compte le comportement des internautes dans la conception d'un site internet. Votre site doit reprendre les repères et les règles que les internautes ont acquis au cours de ses navigations sur le net. Les internautes les plus novices sur internet s'attendent à ce que le fonctionnement des sites internet soit sensiblement le même. Si vous faites le choix de mettre en ligne un site avec de nouveaux concepts, sachez qu'une partie des internautes risque de ne pas d'y revenir. Au contraire, si vous proposez un site conventionnel, les internautes le trouveront intuitif et simple d'utilisation.

I) Différents types de sites

A. Les études en amont du projet

Vous avez le projet de créer un site internet pour votre société ou à titre personnel ? Voici quelques conseils et informations pour orienter votre choix.

Dans un premier temps, il vous faudra étudier votre cible sur internet en vous posant les questions suivantes :

- A qui est destiné votre site ? Aux entreprises, aux particuliers, aux administrations, aux associations, etc.
- Quelle est la tranche d'âge de votre cible ?
- Où se situe-t-elle géographiquement ?
- Quelles sont leur mode de consommation ? Leurs attentes ? Leurs besoins ?
- Qu'attendent-ils de votre site internet ?
- Quelles sont leurs pratiques en termes de navigation ?

D'autres questions pourront être traitées permettant de mieux comprendre les pratiques et les habitudes de votre cible. Votre étude de marché constituera le travail en amont pour la mise en place de votre cahier des charges. Vous avez la possibilité de contacter un consultant pour qu'il réalise cette étude de marché pour vous, ses compétences lui permettront d'analyser plus en profondeur le marché. Le prestataire chargé de la conception de votre site, étudiera également votre cible avant de commencer à programmer.

Dans un second temps, réfléchissez à une ou plusieurs maquettes de votre projet avant de la soumettre aux professionnels en charge de la conception technique.

Le cahier des charges travaillé et une maquette en main, vous êtes prêt à lancer votre appel d'offre aux prestataires.

Aujourd'hui deux types de sites sont mis en ligne sur la toile : le site vitrine et le site marchand.

B. Le site vitrine ou le site institutionnel

Le site vitrine est utile pour une présentation globale de votre entreprise, de votre activité et des produits ou services que vous proposez aux internautes. Un site vitrine occupe la fonction de plaquette commerciale ou publicitaire disponible en ligne. Vous allez mettre en avant votre savoir-faire tout en générant des contacts. Cet outil indispensable vous permettra de mettre en valeur l'image de votre entreprise.

D'un point de vue technique, le site vitrine est de type statique. Il est souvent composé de 5 à 6 rubriques :

- Page d'accueil
- Plan du site
- Qui sommes-nous ?
- Activité/produit/service
- Contact
- Mentions légales

L'ergonomie du site devra respecter une charte graphique prédéfinie qui sera en harmonie avec l'identité de votre entreprise. Le graphisme est l'élément essentiel de ce type de site car il ne contient pas de fonctionnalités dynamiques (mises à jour dynamique, bases de données, contenu régulièrement mis à jour, etc.). Quelques fonctionnalités peuvent être associées au site, comme par exemple proposer un accès sécurisé à vos clients.

Le site de présentation peut être une alternative si vous souhaitez un site plus dynamique. L'objectif reste le même, ce n'est pas une boutique en ligne (un site marchand) mais une présentation de votre société. Ce sont juste les fonctionnalités qui diffèrent. Les internautes auront la possibilité de prendre la parole, les informations sont mises à jour régulièrement, etc.

La mise en place d'un site vitrine pour une entreprise représente un réel avantage commercial et concurrentiel incontournable.

C. Le site marchand ou le site e-commerce

Le site e-commerce est un site marchand de type dynamique offrant aux internautes un point de vente virtuel. Un site e-commerce est généralement constitué d'une page d'accueil, d'un plan du site, de mentions légales, d'un catalogue et d'un panier de commandes, d'un formulaire de contact et d'un système de paiement.

Sachez que les internautes attachent une grande importance à système de paiement en ligne. Assurez-vous de proposer un système sécurisé et performant.

Pourquoi se lancer dans la gestion d'un site e-commerce ?

Le web est devenu le canal de distributions phare pour les consommateurs. Sa montée en puissance constante impose de nouvelles règles de communication et de vente aux acteurs du marché. La vente en ligne ne se limita pas seulement aux transactions. Le e-commerce englobe également le service après-vente, les conceptions de devis on-line ou encore les suivis de livraison ; toute une logistique déclinée du commerce physique mais qui doit être optimisée différemment. La mise en place de plateforme de commerce en ligne requiert, à des niveaux variables en fonction des besoins de chaque entreprise, un ensemble d'applications permettant la gestion et le traitement de l'information, la gestion de la production, des stocks ainsi que la logistique.

90€ Montant moyen

D'une transaction en ligne



Source : Fevad, Bilan e-commerce 2009

Aujourd'hui, plus de 28 millions d'internautes font des achats en ligne soit 72,5% des internautes (étude de la FEVAD, 2011).

Selon les études menées par la Fédération E-commerce et Vente A Distance (FEVAD) le chiffre d'affaire généré par les ventes en ligne a progressé de 20% au premier trimestre 2011. Cette forte progression s'explique à la fois par le nombre de création de site web en constante augmentation et par le nombre d'acheteurs sur internet qui progresse de 11% (source Médiamétrie - Observatoire des usages internet). Ce sont plus de 18 500 sites marchands supplémentaires en un an.

II) L'importance du marketing et du référencement

A. Les actions de communication et de marketing

Les vastes marchés présents sur internet nécessitent quelques connaissances fondamentales pour ne pas transformer en échec votre projet de site web. Les principaux facteurs à prendre en considération sont l'environnement du marché et la connaissance des concurrents.

Après avoir pris connaissances de ces éléments attachez-vous aux stratégies de la communication et de marketing ainsi qu'aux pratiques de référencement. L'évolution des besoins et des comportements des consommateurs obligent les marques à adapter leurs outils à tous les niveaux de prospection. Ces nouvelles formes de publicité se doit de capturer l'attention des clients pour cela différentes formes de stratégies s'offrent à vous.



Les connexions de plus en plus planifiées et brèves obligent les professionnels du marketing et de la communication à s'adapter à ce phénomène. Les actions webmarketing lancées devront faire preuves d'originalité pour attirer l'attention du consommateur. Leurs navigations sont cependant plus routinières permettant de prévoir certaines actions.

Le webmarketing se doit d'intégrer les évolutions engendrées par les nouvelles technologies de l'information et de la communication en optimisant leurs pratiques des usages de l'e-mail et des réseaux sociaux.

En effet, plus de 95% des internautes consultent aux moins une fois par jour sa boîte mail d'où l'intérêt d'utiliser l'email comme outil principal de communication publicitaire. Il n'est pas la peine de préciser que les réseaux sociaux sont omni présent dans la vie des internautes, ce canal de diffusion peut donc être utilisé sans modération.

Pour l'heure, le mobile représente un formidable outil de marketing interactif. Certaines études ont démontré que les "mobinautes" seraient favorables à la réception de publicité sur leur mobile.

B. Le référencement sur les moteurs de recherche

Concernant le référencement de votre site internet voici quelques astuces pour l'améliorer.

Il existe deux type de référencement : le référencement naturel appelé également Search Engine Marketing (SEM) et le référencement payant appelé Search Engine Optimisation (SEO). Suivant les problématiques et les objectifs visés, le détenteur du site choisira d'activer l'un ou l'autre des deux leviers marketing complémentaires le référencement naturel ou le référencement payant.

Répondant à une vraie stratégie, le référencement naturel doit être considéré en amont de la conception même du site.

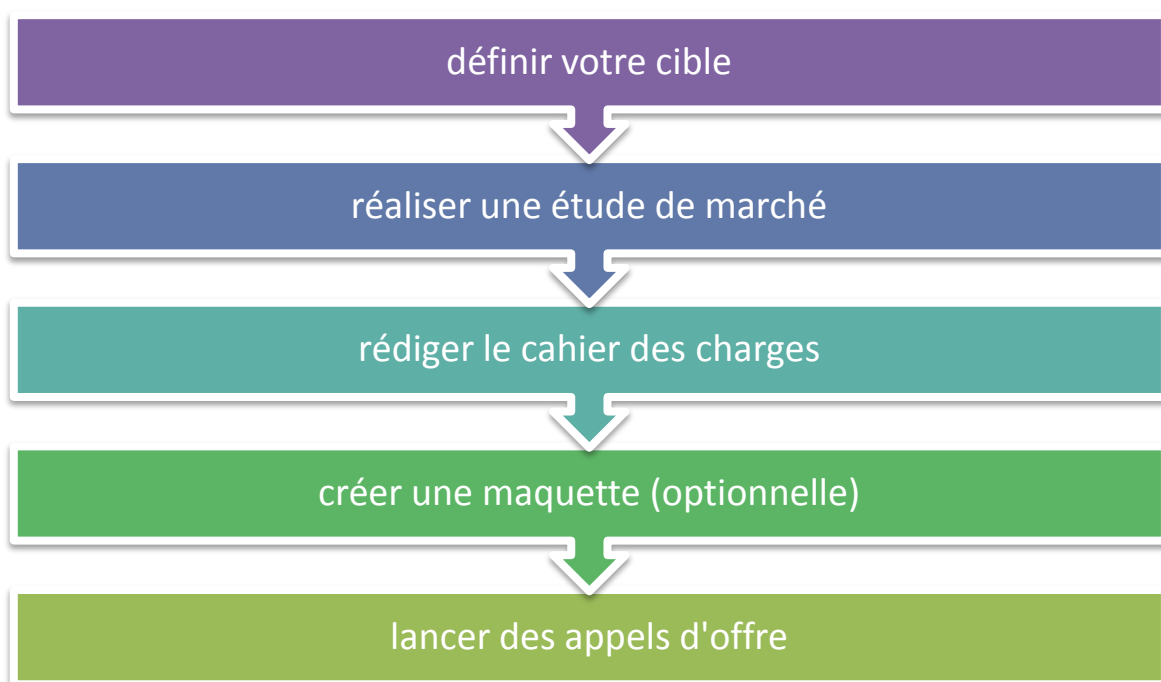
Un référencement naturel efficace repose sur le contenu et son corollaire les mots clés. Le référencement naturel a pour objectif d'optimiser le ranking, c'est-à-dire la position occupée par le site sur les moteurs de recherche afin de générer un trafic qualifié. Plus ce positionnement est élevé et meilleures sont les chances d'être vu et « cliqué ». Le référencement naturel regroupe donc l'ensemble des procédés destinés à faire figurer le site dans les premières pages de résultat des moteurs de recherche via les mots clés (les requêtes) qui amènent l'internaute à la marque ou à l'activité de l'entreprise.

Le Search Engine Marketing (SEM) est la discipline d'acquisition de trafic la plus importante pour un site web puisque les moteurs de recherches sont la première source d'information sur Internet. Par ailleurs, le SEM contribue, dans une moindre mesure, à développer la notoriété d'une marque. Il faut savoir que 80% des internautes ne vont pas au-delà de la première page de résultats lorsqu'ils émettent des requêtes sur les moteurs de recherche. Autant dire que, quels que soient les domaines d'activité, les places sont chères pour figurer et surtout rester sur ces « gold pages » c'est tout l'art du référencement.

Pour conclure

La création d'un site internet est un projet qui doit être réfléchi au préalable. Des études approfondies de vos cibles devront être réalisées ainsi qu'une étude de marché permettant de connaître la viabilité de votre projet.

Voici ce dont vous devez vous préoccuper avant de contacter un professionnel en informatique pour la programmation de votre projet.



Les analyses sont une chose, le développement de votre site internet sur la toile en est une autre. Les prestataires vont vous livrer un site internet clé en main, à vous de mettre en place des actions de communication et de marketing. Votre visibilité sur les moteurs de recherche doit être elle aussi organisée et structurée.



A propos de Fizeo

Notre entreprise Fizeo est présente sur le marché depuis 2006. Nous développons notre activité d'année en année, avec plus de 20 000 demandes de devis par mois. Fizeo est un portail d'intermédiation entre professionnels et particuliers. Les particuliers reçoivent jusqu'à trois devis gratuits. Notre équipe sélectionne des professionnels chevronnés et qualifiés.



Retrouvez-nous sur le forum et le blog de Fizeo !

<http://forum.Fizeo.com/>

<http://blog.Fizeo.com>



Contact

1 Place Pierre Mendès-France
Immeuble Le Dorval
31 100 TOULOUSE

Courriel : contact@fizeo.com