



1- Donnez la définition d'un site web et listez les principaux sites

Document-

Revenons à la **définition du site internet** : un site web est un ensemble de pages web et de ressources liées par des hyperliens, accessible par une **adresse web**, un **nom de domaine** et une **extension** qui seront uniques.

Le site web est hébergé sur un serveur web disponible sur internet, sur un intranet local ou via ce même serveur. L'ensemble des sites internet composent le WWW, l'acronyme du World Wide Web. Avant de vous lancer dans la rédaction d'un cahier des charges **technique et fonctionnel**, il reste primordial de vous demander quels sont vos **objectifs web** à travers cette future création de sites internet, mais également vos besoins et votre enveloppe budgétaire pour la conception de votre nouvel outil web.

Votre futur site reste votre première carte de visite. Vous renforcerez la **notoriété** de votre marque avec une identité forte, une ergonomie réfléchie et une fluidité dans la navigation, quel que soit le type de sites adoptés.

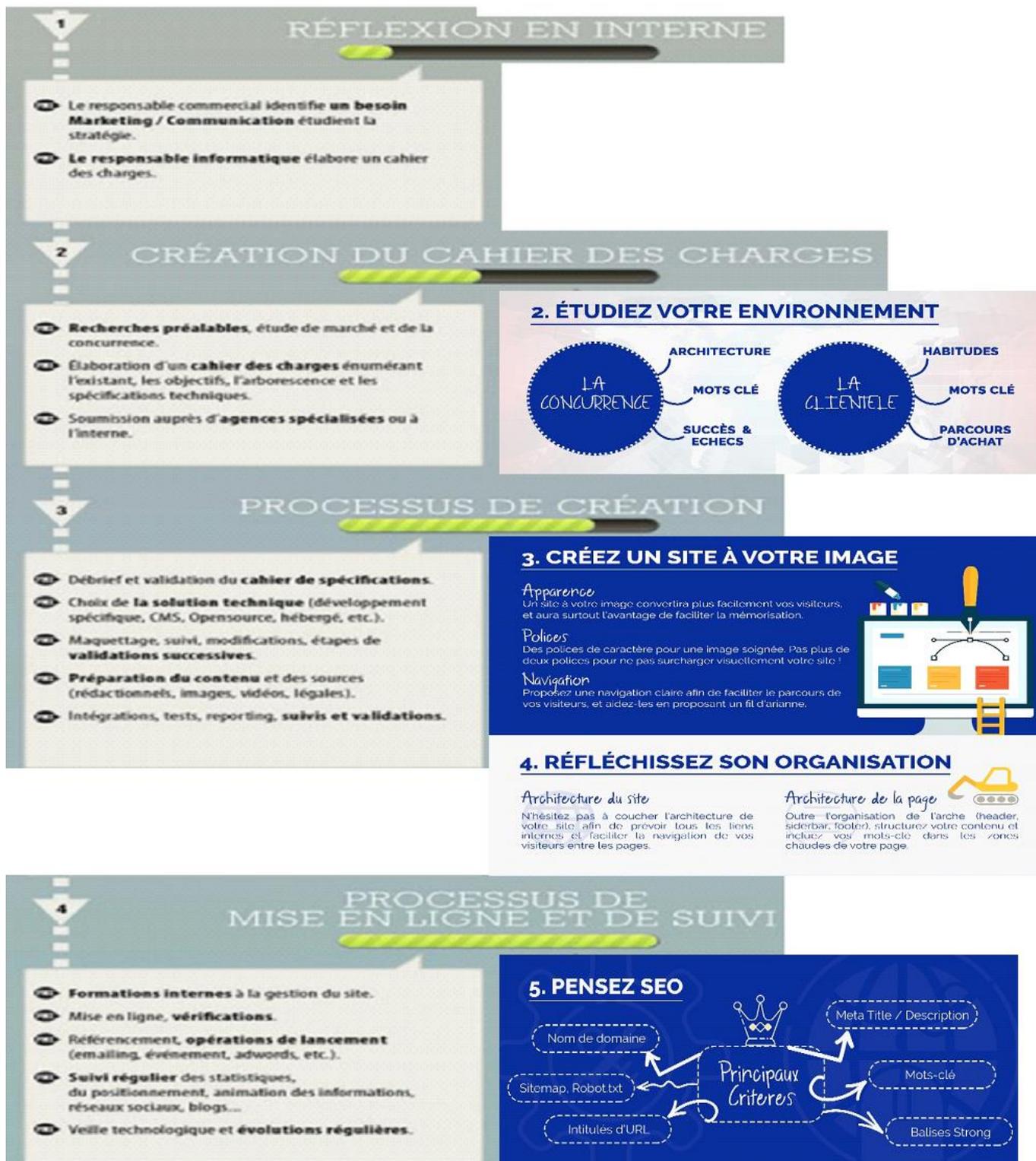
Le site vitrine est un véritable vecteur de votre identité, le site vitrine a pour vocation de mettre en avant votre entreprise, vos services ou pour certains vos produits pour rediriger en magasin (web to store). En travaillant votre identité graphique, vous créez de la **valeur perçue** autour de votre nom de marque et y développerez votre notoriété. Le site marchand a pour objectif premier de générer des **ventes en ligne**. Le paiement des commandes s'effectuera en ligne, avec un processus sécurisé par les sites de banques ou des plateformes de paiement comme Paypal, par exemple. Le site corporate ou institutionnel a pour principe de **promouvoir l'image** de votre entreprise, de votre marque auprès de votre cible primaire ou secondaire (fournisseurs, médias, actionnaires de votre société, etc.). Similaire au site web vitrine, il travaille essentiellement le **branding** de votre marque/entreprise et ce site internet professionnel a pour but d'informer ou de renseigner l'internaute. Les grandes entreprises préfèrent cloisonner leur site vitrine ou site marchand à leur site institutionnel car les enjeux sont différents, la cible également. Le site web corporate va mettre en avant la présentation de l'entreprise, son histoire, les activités, les chiffres clés, la présentation des membres, les valeurs, une page de relation presse, une page pour le recrutement, l'actualité de votre entreprise, etc. Le blog a pour but de **créer du trafic** sur une cible qualifiée. Cette cible peut être acquise avec les recherches naturelles ou par le biais des réseaux sociaux. Tournant autour d'une célébrité ou d'une thématique (voyage, beauté, décoration, lifestyle, sport, digital, etc.), les articles de blog peuvent être **rédigés** par un ou plusieurs auteurs. Les lecteurs peuvent commenter les articles, les partager sur leur réseau social préféré ou simplement trouver une information.

<https://digital-cover.fr/les-differents-types-de-sites-web/>

Ensemble de pages web et de ressources liées par des hyperliens, accessible par une **adresse web**, un **nom de domaine** et une **extension** qui seront uniques

- **Le site vitrine** : Présente l'entreprise ou la marque ainsi que son activité et ses prestations
- **Le site d'e-commerce** : Boutique en ligne – Site marchand
- **Le site institutionnel** : Décrit une organisation, ses activités et ses valeurs
- **Le blog** : Permet de publier, jour après jour des billets dans lesquels vous pouvez écrire vos humeurs mais aussi des articles d'actualité ou d'analyse d'un domaine particulier

2- A l'aide de l'infographie ci-dessous, expliquez le processus de création d'un site internet



D'après Webagoo et Creative captain

- **Créer une équipe** avec plusieurs compétences
- **Rédiger un cahier des charges** : document qui permet à chaque intervenant de connaître la liste des tâches à réaliser et les contraintes : description du graphisme, des pages et rubriques ainsi que des autres fonctionnalités (contact, module de recherche...)
- **Choisir le type de site**
- **Créer le site**
Modalité de réalisation : interne/externe (pas dit dans l vidéo)
hébergement

Choix d'une adresse internet (URL) (Le nom de domaine+ extension)

- ✓ Définir la structure et les contenus : l'arborescence (architecture):page d'accueil, rubriques, sous-rubriques... /texte, vidéo...

Ergonomie et Conception graphique (charte graphique)

Site Responsive(adapté à tout support)

Sécuriser le site

Tester le site

Faire des mises à jour

3- Qu'est-ce qu'un hébergeur ? Quels sont les différents types d'hébergement possibles ?

Vidéo : hébergement web. Quel serveur choisir ?/ (1'49)

L'hébergement désigne, le fait de mettre à disposition des créateurs de sites Web des espaces de stockage sur des serveurs sécurisés, afin que les sites en question puissent être accessibles sur Internet. moyennant un abonnement

Et on trouve différents types d'hébergement : l'hébergement sur un serveur mutualisé, dédié ou Cloud.

1/ Dans le cas d'un serveur mutualisé, le site est stocké avec d'autres sites sur un même serveur. L'avantage est l'aspect économique

A utiliser pour les petits sites ou avec peu de ressources (en e-commerce)

Car peu performant

2/ Dans le cas d'un hébergement dédié, le site a son propre serveur

Serveur adapté en cas de fort trafic (ex : boutique en ligne avec plusieurs milliers de produits et de très nombreux visiteurs), pour améliorer les performances du site ou mieux sécuriser le site internet et ses données associées (avec l'aide d'un professionnel compétent).

Service plus coûteux

3/ Cloud : répartition des ressources sur plusieurs serveurs en grappe (clusters) et non sur un seul et unique serveur

4- Qu'est-ce qu'une url ? Quelles sont ses composantes ? et comment l'optimiser ?

Vidéo : comment optimiser vos urls en SEO ?

Adresse unique d'une page web

Protocole (https), nom de domaine (marque) et du chemin d'accès

Visible par l'internaute et permet au moteur de recherche de comprendre le thème de la page

Utiliser des mots clés de la requête, limiter le nb de caractères, éviter les caractères complexes

5- Quels sont les choix d'extension du nom de domaine ? Comment choisir le plus adapté ?

Document-

Vous êtes en train d'étudier la création de votre site web ? Vous avez enfin fixé votre structure et contenu ? Ou vous souhaitez faire un pas en avant en attendant d'y voir plus clair ?

Sachez que parmi les premières actions à mener pour préparer la création de votre site web est le choix de votre nom de domaine, nécessitant entre autres, la recherche de l'extension la plus adaptée à l'objet principal de ce dernier.

Mais comment réussir son choix d'extension et quelle importance pour son site ?

En achetant votre nom de domaine, vous sécuriserez et protégerez tout d'abord votre marque sur le web avant qu'un concurrent ne se l'approprie à votre place !

Le nom de domaine est la principale composante de votre adresse web. Comme celle d'une boîte postale, il permettra aux personnes intéressées par votre activité de vous atteindre facilement sur internet. Grâce à un nom de domaine vous serez non seulement répertorié et visible sur les moteurs de recherche mais vous pourrez aussi compléter votre identité de marque en l'affichant sur l'ensemble de vos supports de communication.

Son choix est donc à prendre très au sérieux pour qu'il joue en votre faveur et non le contraire ! Prenons comme exemple, l'adresse web : www.lafabriquedunet.fr. Ici le "www" est le préfixe : world wide web, quant à lafabriquedunet.fr **c'est le nom de domaine.**

2 principaux éléments constituent donc un nom de domaine : le nom de votre entreprise situé à gauche du point et l'extension constituant la partie droite du nom de domaine

Il existe 3 grandes familles d'extensions de domaine, chacune répondant à des besoins différents :

Les extensions de domaine « génériques » : Il se compose de 3 caractères au minimum et se base sur une classification par activité. L'extension la plus populaire est le .com. Cette même catégorie de domaines compte également dans son top classement les : .net , .org ,.xyz,...

Certaines extensions de domaine sont ouvertes au public, sans restriction aucune. En voici quelques-unes : .com, .net , .org.

D'autres sont sponsorisées : des sponsors (organismes) gèrent ces extensions et mettent en place une charte d'utilisation pour la communauté qu'ils représentent. Les plus populaires sont : .mil pour le militaire, .edu pour l'éducation et enseignement, .gouv pour les gouvernements, .aero pour le secteur aéronautique, .museum pour les musées.

Et les extensions restreintes : sont très similaires aux autres types d'extension classiques mais il est nécessaire de justifier au moment de l'enregistrement le choix de l'extension pour vérifier si l'activité est conforme et que les critères valident l'éligibilité. Quelques exemples: .name, .pro.

Les extensions de domaine « géographiques » : Composées de 2 caractères au maximum, ces extensions sont relatives à la localisation du pays ou territoire et sont représentées par les abréviations de chaque pays, suivant la norme ISO 3166 : le .fr pour la France, .be pour la Belgique, .uk pour le Royaume-Uni, etc.

Ce choix se base sur la localisation de votre audience cible et l'emplacement dans lequel vous souhaitez faire connaître votre activité. Si vous êtes en France le meilleur choix est d'opter pour le .fr, pour 2 raisons principales :

- Cela aura un impact direct sur votre référencement, en vous classant parmi les sites nationaux. Vous ferez donc officiellement partie de la famille des .fr.
- L'organisme national qu'est l'AFNIC (Association Française pour le Nommage Internet en Coopération) régira votre extension de domaine. Vous vous conformerez donc à la réglementation française.

Les extensions de domaine spécifiques : elles ont pour objectif de rendre les systèmes d'extensions plus malléables. Elles ont commencé à émerger entre 2012-2014 et permettent d'avoir des extensions et noms de domaines uniques, avec des possibilités de personnalisation et de branding plus larges !

Un bon moyen de se différencier sur la toile même si certains utilisateurs risquent d'éprouver quelques réticences par manque d'habitude, surtout ceux qui considèrent le .com comme une valeur sûre et usuelle pour leur navigation.

Cette famille d'extensions de domaine se divisent en plusieurs catégories :

- génériques : ouverts au public sans restrictions : exemple : .guru, .work
- noms de *marques** comme : exemple : .apple ou .kinder
- communautés : exemple : .green
- zones géographiques ou par régions appelés aussi geoTLD : exemple : .paris
- thématiques : exemple : .hotel, .gym

<https://www.lafabriquedunet.fr/creation-site-vitrine/articles/choisir-extension-domaine/>

- Les extensions de domaine « génériques »/ .org/.net/ .com (par activité)
- **Les extensions géographiques : .fr/.us/.be**
- **Les extensions spécifiques : .bio/.vin/.bar (thèmes), ou les marques (.apple.com), Ville (.paris)**

Tenir compte de ses objectifs, de son budget, de son marché cible (local ou international)



6- Qu'est-ce que l'arborescence d'un site web ? Quels en sont les enjeux ?

Document-

Une arborescence est un système de classement des données par hiérarchie.

L'arborescence d'un site web correspond à **son architecture** et permet d'organiser et de structurer le contenu du site. Lors de la création d'un site web, il convient de lister tous les contenus et de les ranger dans des catégories afin de présenter aux visiteurs une navigation logique et facile sous forme de **menus et de sous menus**. L'objectif est de permettre au visiteur de naviguer facilement sur votre site.

Afin d'améliorer l'expérience utilisateur le maillage interne est fortement conseillé. Il désigne généralement l'organisation des liens internes de votre site Web.

Il permet de diriger le lecteur vers une page précise, ou tout au moins une page pertinente, afin qu'il puisse obtenir plus d'informations. Les liens internes encouragent les internautes à rester sur votre site et diminuent votre taux de rebond

Comme vous le savez déjà, les moteurs de recherche comme Google apprécient les sites Web qui procurent une expérience utilisateur de qualité et tiennent compte des liens internes dans le référencement.

C'est la structure du site. Elle permet de classer les informations en rubriques et sous-rubriques et de lier les pages entre elles (maillage)

Objectif : améliorer le référencement et l'expérience client (facilité de navigation, redirection vers des informations pertinentes...)

7- Comment créer une page d'accueil efficace ?



Vidéo (1'15)- Réussir la page d'accueil de son site web

<https://www.youtube.com/watch?v=GQa3ogZLYzE>

C'est la vitrine du site

Il faut savoir où on se trouve

Elle doit être attractive pour donner envie de poursuivre la navigation

Mettre des actualités régulièrement

Trouver facilement l'information (rubrique apparentes avec information claire et explicite) pour faciliter l'orientation

8- Qu'est ce qu'un web designer ?



<https://www.youtube.com/watch?v=RdvrGorYbQg> (1,53))

Un webdesigner doit concevoir et réaliser le design d'une interface web

Informaticien du web à la fois informaticien et créatif. Il crée des sites internet (ergonomie, navigation, arborescence, charte graphique, animation)

Créer identité visuelle d'une marque, charte graphique (couleurs, logo, typographie, bannières de communication)

9- Allez sur le site de ZARA et Louis Vuitton déduisez-en les mentions légales obligatoires qui doivent y apparaître

The ZARA logo is displayed in a large, black, serif font.

Dénomination de l'entreprise et coordonnées

nom du directeur de la publication (pour les sites éditant des contenus éditoriaux) ;

nom de l'hébergeur et ses coordonnées

numéro de déclaration à la CNIL si vous collectez des données personnelles et créez un fichier avec ces données

Politique de confidentialité : Si vous utilisez des cookies sur votre site Internet, vous devez obligatoirement informer les internautes de la finalité des cookies et obtenir leur consentement.

Les CGU (conditions générales d'utilisation): modalités, droits et limites d'utilisation du site

Les CGV (conditions générales de vente): modalités, droits et limites liées à toute opération de vente effectuée sur le site

The Louis Vuitton logo, featuring the letters 'LV' in a stylized, black, serif font.