



Le site Web de votre entreprise

Des réponses claires aux questions que se posent les entrepreneurs souhaitant lancer la construction du site Web de leur société



10 bonnes raisons d'être membre de Beci

Brussels Enterprises Commerce and Industry

- 1 Vous appartenez à un réseau de plus de 3.000 entreprises** implantées à Bruxelles, représentant près de 2/3 de l'emploi bruxellois, soit un fabuleux carnet d'adresses
- 2 Vos intérêts sont représentés et défendus** auprès des instances politiques et économiques bruxelloises, belges, européennes et internationales
- 3 Vous êtes assisté par nos conseillers à toutes les étapes** du développement de votre entreprise et bénéficiez de nos conseils gratuits en matière commerciale, juridique, financière, sociale et environnementale
- 4 Vous tissez des liens fructueux pour le développement de vos affaires grâce à nos manifestations** (Soirée info, Garden Party, compétition de golf, Starters Night...)
- 5 Vous trouvez des clients, des fournisseurs ou des partenaires** grâce à notre base de données complète d'entreprises belges et étrangères (978.000 entreprises). Votre prospection commerciale est facilitée
- 6 Nous vous aidons à décrocher des financements** européens, à monter des projets UE et vous pouvez rencontrer les délégations étrangères en visite à Bruxelles. Pour importer comme pour exporter, nous vous fournissons des analyses sur les formalités douanières, les quotas, les taxes
- 7 Vous améliorez vos compétences** en suivant nos formations et séminaires de qualité à des prix préférentiels
- 8 Vous recevez tous les mois notre magazine économique «Entreprendre»**, diffusé auprès de 14.000 entreprises. Faites connaître votre société en y publiant vos informations et communiqués !
- 9 Vous recevez chaque année le Who's Who**, le guide complet des entreprises appartenant au réseau Beci, et la carte de visite détaillée de votre entreprise
- 10 Vous bénéficiez d'offres Privilège** réservées exclusivement à nos membres

Beci, la clé de votre succès



BECI

Chambre de Commerce et Union des Entreprises de Bruxelles

Avenue Louise 500 Louizalaan - B - 1050 Bruxelles

T 02 648 50 02 F 02 640 93 28 www.beci.be

BRUSSELS ENTERPRISES
COMMERCE AND INDUSTRY

Votre site Web, ambassadeur de Votre entreprise à travers le monde

Vous lancez votre activité... Vous allez donc très certainement lancer la promotion de celle-ci car, vous le savez, la communication autour d'un produit est la clé de son succès.

Actuellement, une **étape incontournable** de cette communication est la création du site Web de l'entreprise. Mais pour bon nombre d'entrepreneurs, elle s'accompagne de son lot de questions. Cette brochure vous apportera les premiers éléments de réponse, et vous aidera à comprendre bon nombre de notions indispensables.

Cette brochure vous accompagnera également dans le **travail de réflexion** que vous devrez impérativement mener en amont de la réalisation de votre site. Les éléments que vous en dégagerez permettront, en collaboration avec l'exécutant auquel vous confierez la création de votre site, d'élaborer une **stratégie de communication efficace** et adaptée à votre activité professionnelle.

De plus, vous y découvrirez les nombreuses possibilités qui s'offrent à vous : CMS, service en ligne, commerce électronique, outils d'administration, e-mailing, ...

L'enjeu d'un site Web	3
Quel est le but de votre site Web ?	4
L'architecture de votre site Web	5
Quel contenu pour votre site Web	6
Agrémenter vos pages Web	8
Votre site Web devient interactif !	10
Bien choisir votre nom de domaine	13
Un hébergement adapté	14
Où trouver les meilleurs conseils ?	15



Le but de votre site Web

En premier lieu, déterminez de façon claire les **objectifs de votre site Web** :

- quel est le but de votre site ? Autrement dit, pourquoi réalisez-vous un site Web ?
- quels sont les produits et/ou les services que ce site défend ?
- à qui s'adresse ce site, quel est votre public cible ?
- à quel type de communication et de graphisme ce public est-il sensible ?
- ...

Cette étape est primordiale car c'est elle qui conditionnera les étapes suivantes, ainsi que tous les éléments (textes, images...) qui composeront votre site.

Si la définition de vos objectifs n'est pas suffisamment claire, vous risquez de manquer votre cible.

L'architecture de votre site

Les objectifs de votre site étant déterminés, vous pouvez à présent plus facilement vous faire une idée **du contenu** (textes, illustrations, photos, animations...) que vous devez mettre en oeuvre pour **faire passer votre message auprès de votre public**.

Répartissez le contenu de façon logique et uniforme en pages de taille raisonnable, regroupées au sein de différentes rubriques. Pour cela, esquissez un **plan de votre site** (arborescence), dans lequel vous donnerez un nom unique à chaque page. Vous voyez ainsi comment le site s'articule : **rubriques, hiérarchie et liens** (hyperlinks) entre les pages.

Voici par exemple l'architecture d'un site simple. Celui-ci comporte principalement :

- une **page d'introduction** (nommée page d'index), la première page que le visiteur voit lorsqu'il arrive sur le site. On y trouve un message de bienvenue et une animation de présentation de l'entreprise
- une **page principale** (Home page), qui guide le visiteur vers chacune des rubriques du site
- plusieurs pages détaillant chacune un des aspects de l'entreprise
- une page reprenant les **coordonnées** (téléphone, e-mail, adresse...)
- une page mentionnant les **liens** utiles.
- ...



Le contenu de votre site Web

Un contenu adapté et percutant

Une règle de base : tous les éléments que vous incluez dans vos pages Web doivent aller dans le sens du **message que vous souhaitez faire passer**. Autrement dit, si la présence d'un élément ne trouve aucune justification, cet élément est superflu. Gardez à l'esprit que la surcharge entraîne la confusion.

Voyons les différents types de contenu que vous pourriez mettre en œuvre dans vos pages, ainsi que leurs spécificités.

6

Contenu textuel

Sans conteste, le contenu le plus riche en informations réside dans les textes. Il faut apporter un soin particulier à leur rédaction, tant au niveau du fond que de la forme.

Rédigez donc des textes **structurés**, **soignés** et **concis**. Adoptez toujours des structures claires, par exemple : titre principal, chapeau, sous-titre, paragraphes. Evitez les textes très longs, de façon à ne pas submerger le visiteur. Si nécessaire, répartissez un texte sur plusieurs pages, ou créez des sous rubriques, auxquelles on accèdera au moyen de liens hypertextes.

Faites ressortir le **côté accrocheur** et les **mots clés** en modifiant le style de typographie (caractères **gras**, *italiques*, soulignés, ...). Ainsi, l'attention du visiteur sera dirigée vers les éléments importants. Cela facilitera également le travail de référencement de votre Webmaster, et donc la qualité du résultat.

Design et graphisme

Afin de rendre un site convivial, il est bon d'y intégrer des éléments graphiques comme des **logos**, des **photos** ou des **illustrations**. Ceux-ci doivent être **conçus et intégrés avec cohérence**. La surcharge graphique diminue la lisibilité des pages, en conséquence, demandez-vous toujours si le fait de rajouter un élément visuel aidera réellement à convaincre le public, ou si au contraire, il entraînera la confusion.

Il vous sera sans doute difficile d'expliquer sans équivoque à votre Webmaster/ designer quel type de design vous attendez de lui. Afin qu'il cerne rapidement l'esprit graphique vers lequel vous désirez vous diriger, montrez-lui plutôt des **exemples concrets** : dressez une liste de liens vers des pages Web, et indiquez les éléments que vous y appréciez (par exemple une barre de menu, une typographie, une illustration, une animation...). A la vue de ces exemples, il pourra sans problème vous proposer des **solutions originales et adaptées à votre activité professionnelle**.

Sur cette base, une charte graphique et une « page type » pourront être réalisées.



D'autres possibilités pour habiller vos pages Web

Les animations Flash

Macromédia Flash permet la réalisation d'**animations** en tous genres, certaines pouvant également être interactives. Les animations Flash procurent un aspect plus attrayant et plus abouti aux sites Web. On peut par exemple se servir de Flash pour créer des barres de menus tout à fait originales, des animations didactiques, des présentations interactives de produits...

Flash est un format particulièrement bien adapté à Internet, vu le faible poids des fichiers qu'il génère (Flash fonctionne en effet par interpolation de données vectorielles).

8

La vidéo

La vidéo peut s'avérer être un moyen très efficace pour faire passer un message. C'est un fait reconnu : l'internaute préfère regarder passivement une séquence vidéo, plutôt que de faire l'effort de lire plusieurs pages de texte.

En optimisant le format de la vidéo, il est possible de la regarder en flux continu (streaming), sans devoir patienter le temps de son téléchargement.

Le son

Utilisés avec parcimonie, la musique, les messages sonores et les bruitages peuvent agrémenter la visite du site Web. Il faut néanmoins veiller à donner aux visiteurs la possibilité de couper le son. Pensez aussi à ceux dont l'ordinateur n'est pas muni de haut-parleurs.

Les visites virtuelles

Rien de tel pour mettre en valeur un cadre de travail exceptionnel : commerce, hôtel, bien immobilier, restaurant, entreprise, ...

Le visiteur se retrouve au cœur du lieu que vous souhaitez lui faire découvrir. Il peut l'explorer sous toutes ses coutures : se déplacer à 360 degrés (horizontalement et verticalement), et même zoomer sur un objet de l'environnement afin d'en observer tous les détails.

Les bannières animées

Les bannières sont de courtes animations, la plupart du temps créées à des fins publicitaires. Leur but est de capter l'attention du visiteur pour l'inciter à cliquer afin de l'amener sur la page publicitaire d'un produit. En plaçant vos bannières sur un autre site, vous pouvez renforcer votre flux de visiteurs.

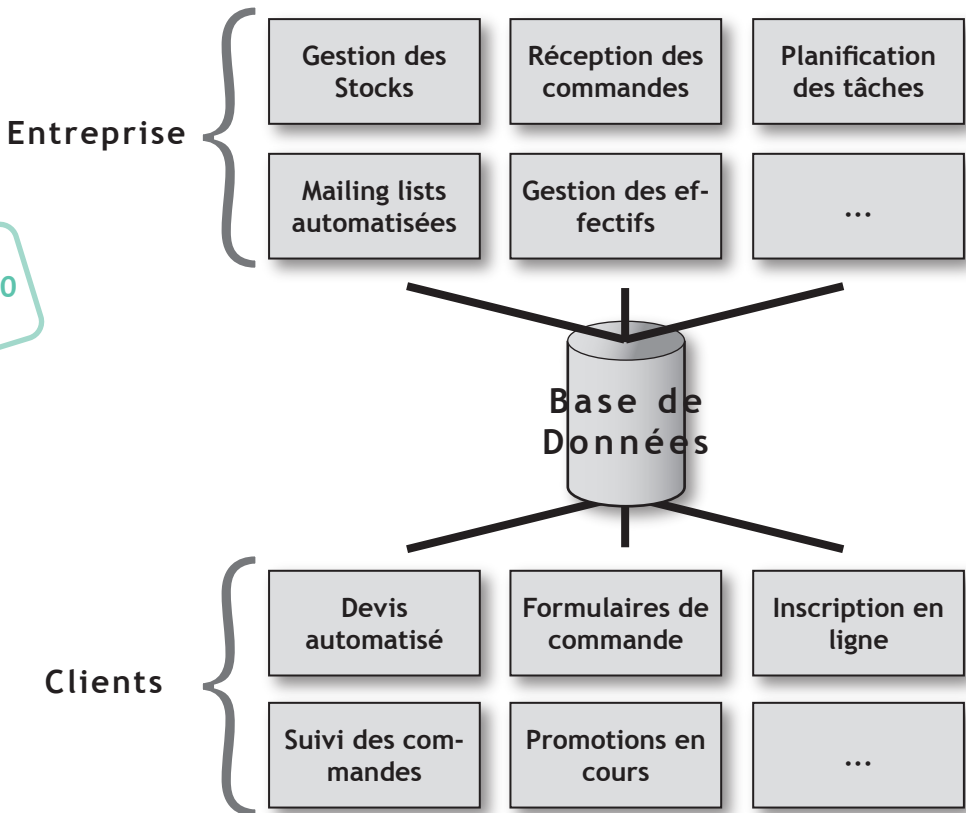


Rien de plus efficace qu'un site interactif

On différencie les sites Web dits « **statiques** » et les sites Web dits « **dynamiques** ». Un site « statique » est un site Web dont le contenu, une fois créé, ne change plus, sauf lors des mises à jour effectuées par le Webmaster.

A l'inverse, le contenu d'un site « **dynamique** » change en fonction de vos décisions et des actions que vont faire les visiteurs.

Voici quelques applications typiques des sites dynamiques :



www.strategique.be

Voici par exemple trois avantages des sites dynamiques :

1/ Dynamisez votre site en offrant de l'interactivité à vos visiteurs !

Au delà de la vitrine que constitue le site Web de votre entreprise, celui-ci peut également **offrir de l'interactivité à ses visiteurs**, par exemple :

- commande de produits en ligne
- demande de devis
- accès à des services
- participation à des sondages
- recherche d'informations sur un forum de discussion
- ...

2/ Actualisez vous-même les pages votre site Web

Grâce aux **CMS** (Content Management Systems ou systèmes de gestion de contenu), vous pouvez à tout moment **actualiser vous même le contenu de votre site**, sans faire appel à votre Webmaster.

Vous accédez donc à une **autonomie totale** : ni délai d'attente, ni surcoût lors des mises à jour. Vous pouvez par exemple :

- mettre à jour les « news » de votre page d'accueil
- créer de nouvelles pages et ajouter des rubriques à votre site
- diffuser périodiquement votre newsletter par e-mails
- rajouter des produits à votre catalogue en ligne
- ...



3/ Votre site Web : l'outil idéal pour la gestion des tâches quotidiennes de l'entreprise

Votre site peut aussi devenir le parfait outil pour **gérer et automatiser** les tâches quotidiennes de votre entreprise :

- plannings partagés
- gestion des stocks
- centralisation des données clients
- commerce électronique
- formulaires d'inscription automatique
- ...

12

Du 100% sur mesure

Les applications de gestion de contenu et leur environnement sont créés **sur mesure**, selon les fonctionnalités, l'**ergonomie** et l'**aspect visuel** que vous spécifiez.

Notons que leur fonctionnement repose sur une base de données (qui stocke les informations), et nécessite des langages de programmation distincts du HTML, comme par exemple le **PHP**, dont l'avantage majeur est de ne présenter aucun frais de licence d'exploitation.

Choisir votre nom de domaine

Le **nom de domaine** est l'adresse que le visiteur doit introduire dans son navigateur (Internet Explorer, FireFox, ...) pour **atteindre votre site Web**, par exemple, "<http://www.strategique.be>" ou "<http://www.beci.be>".

Vous pouvez choisir librement votre nom de domaine, en observant toutefois certains principes et certaines normes :

Pour être efficace, votre nom de domaine doit :

- bien vous représenter
- être court
- simple à transmettre oralement (de préférence sans devoir l'épeler)
- facile à retenir
- présenter une orthographe simple et unique

Il doit également être conforme à certaines normes :

- Il doit comporter entre 2 et 63 caractères
- il ne peut comporter que des lettres (a-z), des chiffres (0-9) et des traits d'union (-)
- Il ne peut pas y avoir de traits d'union en troisième et quatrième position, ni commencer ou se terminer par un trait d'union
- Vous ne pouvez pas utiliser le nom d'une marque appartenant à autrui

Et bien sûr, le nom de domaine que vous convoitez doit **être disponible**. Pour le vérifier, utilisez les liens suivants :

- extension ".com" : <http://www.internic.net/whois.html>
- extension ".be" : <http://www.dns.be/fr/home.php?n=41>
- extension ".eu" : <http://www.eurid.eu/>
- autres extensions : <http://www.iana.org/cctld/cctld-whois.htm>



Le choix de l'hébergement

Qu'est-ce qu'un hébergement ? C'est la location d'un serveur Web sur lequel vous pouvez déposer le contenu de votre site Web afin de le rendre accessible au public.

Qu'est-ce qu'un serveur ? C'est un ordinateur conçu pour le partage des informations sur Internet. Il est placé dans un local répondant à des normes de sécurité comme la protection contre les coupures de courant, le feu, les intrusions, ...

Bien choisir sa formule d'hébergement ?

Les PME optent souvent pour une solution d'hébergement mutualisé, c'est-à-dire un serveur abritant plusieurs sites, réduisant de ce fait le coût de l'abonnement. Le coût (annuel) d'un hébergement mutualisé de qualité satisfaisante est en général inférieur à la centaine d'euro.

14

Une entreprise ne pourra pas se contenter des offres d'hébergement gratuites. **Adoptez de préférence la formule d'hébergement que vous propose votre Webmaster.** La qualité de son travail sera d'autant meilleure qu'il connaît déjà les spécificités de son hébergeur favori. Et il saura juger des fonctionnalités et des technologies nécessaires pour votre site : bande passante, bases de données, adresses e-mail, sécurisation, rapidité, sous-domaines, ...

*Ce dossier pratique est mis à votre disposition par les
Productions Stratégiques, entreprise de création multimédia, en partenariat avec
BECI (Chambre de Commerce et Union des Entreprises de Bruxelles).*

**Les Productions Stratégiques, entreprise de création multimédia,
prennent en charge l'intégralité de la construction de votre site Web.**

Les Productions
STRATEGIQUES
Création Multimédia

www.strategique.be - info@strategique.be
+32 (0) 2 537 14 56
+32 (0) 475 98 55 38
TVA/Entreprise BE 876.863.073

BECI
Chambre de Commerce et Union des Entreprises de Bruxelles

Avenue Louise 500 Louizalaan - B - 1050 Bruxelles
T 02 648 50 02 F 02 640 93 28 www.beci.be



BRUSSELS ENTERPRISES
COMMERCE AND INDUSTRY

Tous droits réservés. Toute reproduction de contenu, même
partielle, par quelque moyen que ce soit doit faire l'objet d'une
autorisation préalable et écrite auprès de Renaud Jean Louis
11 avenue de l'Hôpital Français - 1081 Koekelberg

Une question ? Envie de concrétiser le
site Web de votre entreprise ?
Contactez nous !

info@strategique.be
+32 (0) 2 537 14 56
+32 (0) 475 98 55 38
www.strategique.be

- Création de sites Web
- Développement d'applications
- Intégration de CMS
- Commerce en ligne
- CD-ROM interactifs
- Conception graphique
- Autres services multimédia

Les Productions
STRATEGIQUES
Création Multimédia



BRUSSELS ENTERPRISES
COMMERCE AND INDUSTRY