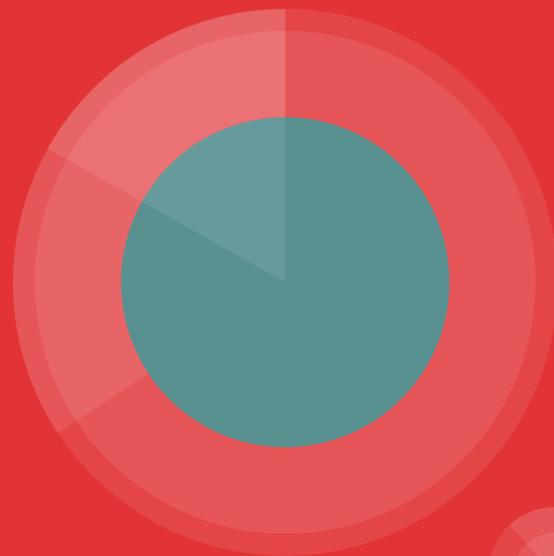


PROJET SAE

EPISODE MAQUETTAGE - SUPPORT POUR
LES ETUDIANTS





Si vous ne l'avez pas déjà fait

1. définir le périmètre et les objectifs de votre site web



Avant de commencer à créer votre site web, il est important de déterminer ce que vous cherchez à accomplir. Une fois que vous connaîtrez vos objectifs et que vous aurez défini vos critères de réussite, vous aurez l'assurance que votre site web répond parfaitement à vos besoins. Gardez à l'esprit que les choix de conception varient en fonction de l'objectif et du périmètre. Un énoncé de mission clair vous aidera à prendre des décisions.



Si vous ne l'avez pas déjà fait

Vous devez vous poser trois questions :

- **Quelle est la raison d'être du site web ?** Chaque type de site web répond à des besoins différents. Par exemple, la vente de produits et la vente de services sont deux activités distinctes, et vous n'afficherez pas vos créations de la même manière pour attirer l'attention d'employeurs potentiels. Peut-être souhaitez-vous également partager des informations sur un événement tel qu'un mariage ou faire part de vos idées à une audience.
- **Que cherchez-vous à accomplir avec ce site web ?** Pour reprendre certains exemples du point précédent, si vous créez un site web de e-commerce, il doit attirer la clientèle et booster les ventes. Si vous vendez des services en ligne, vous chercherez sans doute à ce que la clientèle prenne rendez-vous ou demande un complément d'information. En revanche, un site web de portfolio serait tout indiqué pour présenter vos plus belles créations.
- **Quels éléments de design vous aideront à atteindre vos objectifs ?** Vos objectifs doivent guider vos choix en matière de design. Si le but de votre site web est de vendre des produits, vous aurez probablement besoin d'un panier et d'un processus de passage en caisse sécurisé. La vente de services peut nécessiter un formulaire de contact ou un calendrier pour que les personnes puissent prendre facilement rendez-vous. Si vous présentez un portfolio, vous pouvez ignorer ces éléments et opter pour un design visuel mettant vos réalisations en valeur.



2. définir le périmètre et les objectifs de votre site web



C'est une étape incontournable, en effet **savoir à qui on va s'adresser à travers le site internet**, l'application mobile ou bien la web app est essentiel car, en fonction de la cible, des différences de design ou bien de fonctionnalités peuvent être importantes.

Pour bien la définir la cible il vous faudra répondre à ce type de questions, qui sont-ils? quel est leur problème ou besoin auquel le site internet va répondre? quelles sont leurs inhibitions?

L'idéal est d'établir un "**persona**" pour avoir un *profil type du visiteur*, grâce à lui il sera possible par la suite de présenter des scénarios d'utilisation pour bien présenter les fonctionnalités de votre projet digital.



3. **Benchmark de la concurrence sur le web**



Connaître **l'environnement concurrentiel online** de l'entreprise est primordial pour tout bon projet web. Il vous faudra les lister sous forme de concurrents directs et indirects, mais aussi les analyser pour *savoir quelles menaces ils représentent*. L'étude pourra se faire en vous faisant passer pour un internaute type afin de repérer les bonnes pratiques et les erreurs qui seront à éviter.



4. Architecture de votre site

Commencez par créer une page d'accueil contenant votre raison sociale, votre logo et des liens de navigation clairs vers d'autres pages, dont une pour raconter l'histoire de votre entreprise et présenter votre équipe.

Il est également important de créer une page de contact comportant votre adresse e-mail, votre adresse postale, votre numéro de téléphone et vos réseaux sociaux pour que les personnes puissent vous contacter.

Les autres pages dépendront de la finalité de votre site.

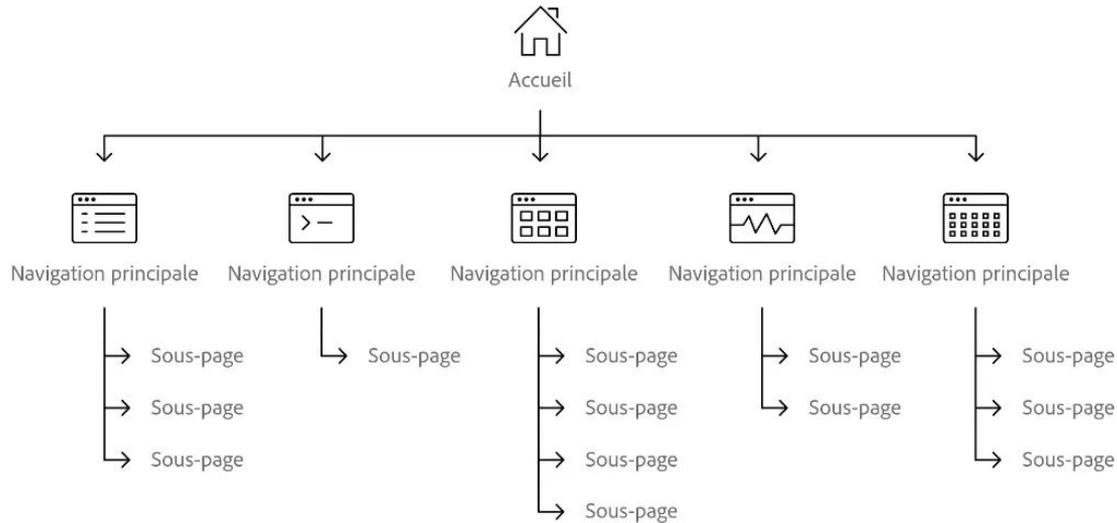


4. Architecture de votre site

Par exemple, si vous vendez des produits ou des services, vous aurez besoin d'une boutique en ligne avec des pages produit, un panier et une page de confirmation. Si vous souhaitez faire connaître vos compétences ou fournir des informations en continu, un blog sera probablement plus adapté. Vous pouvez également envisager de créer une page de FAQ ou une page d'erreur 404 originale



Définir l'architecture de votre site web



Voici un outil pour réaliser votre plan de site: <https://www.flowmapp.com/> version gratuit disponible pour 1 site web de 20 pages maximum vous pourrez aussi y faire votre wireframing ou <https://www.mindmaps.app/>



4. Architecture de votre site

Pour chaque page on listera les titres et les mots clefs

un outil pour rechercher des mots clés

<https://neilpatel.com/fr/ubersuggest/>



4. Architecture de votre site

Différents outils de référencement naturel peuvent vous aider à trouver et à analyser les termes de recherche les plus susceptibles d'être saisis dans les moteurs de recherche. Il est préférable de rechercher des mots-clés qui, en plus d'être fréquemment utilisés, génèrent du trafic. Testez différents termes et effectuez vos propres recherches afin d'identifier le type de contenu trouvé, les pages les mieux classées, les mots-clés manquants et opportuns, ainsi que les autres termes de recherche recommandés.



4. Architecture de votre site

`Référencement naturel sur la page

Le référencement naturel sur la page désigne l'ensemble des modifications que vous apportez à une page pour l'optimiser, tandis que le référencement naturel hors de la page consiste à donner plus de poids à votre contenu par d'autres moyens.

Une fois que vous avez identifié les meilleurs mots-clés, choisissez-en quelques-uns parmi les plus adaptés à votre activité. Intégrez ces mots-clés de manière stratégique dans le contenu de votre site web, notamment dans les titres, en veillant à ce que le texte reste fluide et naturel. Les métadonnées, le texte alternatif et les liens internes sont d'autres aspects du référencement naturel sur la page.



4. Architecture de votre site

Métadonnées

Les métadonnées comprennent l'URL, le titre et la description de la page qui apparaissent lorsque votre site s'affiche dans les résultats de recherche. Utilisez vos meilleurs mots-clés à chacun de ces emplacements pour que les moteurs de recherche puissent identifier l'objet de votre site. Ce texte apparaîtra uniquement dans les résultats de recherche, et non sur votre site, mais il est important pour votre classement général dans les moteurs de recherche.



4. Architecture de votre site

Liens internes

Les liens entre les pages de votre site web aident les moteurs de recherche à lire celui-ci et à l'indexer. Ils contribuent également à ce que les personnes restent sur votre site web, ce qui augmente la durée des sessions et favorise les conversions. Il peut s'agir de liens de navigation, de liens de pied de page, de liens dans le texte ou de liens d'image.

Reportez-vous au plan du site et adoptez une approche stratégique quant à la manière d'inviter les gens à parcourir les pages de votre site web.



4. Architecture de votre site

Les pages à ne pas oublier quand on modélise un site web:

- Page 404:
 - C'est quoi une page 404 ?
 - Il peut arriver que vous constatiez des erreurs 404 sur des URL qui n'ont jamais existé sur votre site. Ces erreurs se produisent lorsqu'un internaute consulte une URL inexistante sur votre site. Quelqu'un a peut-être fait une faute de frappe en saisissant une URL dans le navigateur ou en saisissant l'URL d'un lien.
 -

4. Architecture de votre site: page 404



<https://www.blogdumoderateur.com/meilleures-pages-404/>

<https://graphiste.com/blog/reussir-design-page-erreur-404/>



4. Architecture de votre site

Les pages à ne pas oublier quand on modélise un site web:

- La page de présentation des conditions générales d'utilisation (CGU):
 - Dans de nombreux projets de sites web, la page dédiée aux conditions générales d'utilisation est absente.
 - Pourtant, même si l'internaute n'y accorde que peu voire pas d'importance la plupart du temps, il est essentiel que les règles que les internautes doivent suivre pour utiliser convenablement votre site web soient stipulées sur une page.



4. Architecture de votre site

Les pages à ne pas oublier quand on modélise un site web:

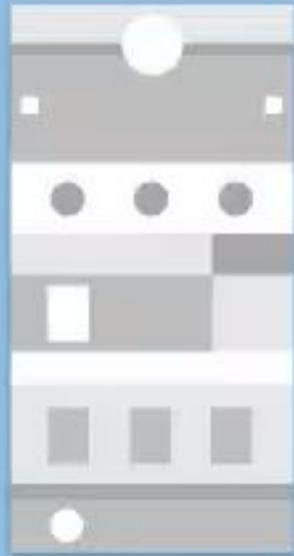
- La page de remerciements à la suite d'une inscription
 - Parce que la conception de votre site web doit être réfléchie pour offrir la meilleure expérience utilisateur aux internautes, il est intéressant de prévoir une page de remerciements à la suite d'une inscription.
 - Eh oui, dès lors qu'un internaute vous confie ses données, il serait bon de lui faire savoir qu'elles ont bien été enregistrées. Par la même occasion, remerciez-le de sa confiance.
 - <https://mailchimp.com/fr/resources/thank-you-page-examples/>



5. Zoning, Wireframing et prototypage

Par exemple, si vous vendez des produits ou des services, vous aurez besoin d'une boutique en ligne avec des pages produit, un panier et une page de confirmation. Si vous souhaitez faire connaître vos compétences ou fournir des informations en continu, un blog sera probablement plus adapté. Vous pouvez également envisager de créer une page de FAQ ou une page d'erreur 404 originale

5. Zoning, Wireframing et prototypage



ZONING



WIREFRAME



PROTOTYPE



5.1 Zoning c'est quoi ?

C'est un terme qui permet de *schématiser de façon "grossière"* une page web à travers l'emploi de blocs.

Son but est donc de présenter la position des différentes zones de contenus, ainsi que celles des grandes fonctionnalités.

Cette étape permet donc de définir l'organisation générale des pages d'un **projet web**. Elle intervient après la conception d'une arborescence, ou peut se réaliser de manière simultanée. Outre le fait de permettre la présentation d'une première approche du projet pour validation ou réajustement, cette étape permet également de s'assurer que les souhaits du client sont adaptés ou non au projet, avant de passer à l'étape suivante.



5.2. Wireframe ?

Ou en français "*maquette fil de fer*", cette étape exploite ce qui a été réalisé à l'étape précédente, dans l'optique de préciser chaque bloc en insérant les contenus présents (textes, images, vidéos, etc.).

Son objectif est donc de définir avec précision et sans notion graphique l'organisation, les **formes** (d'une manière générale), les **contenus présents** et la **structure des éléments**.

Ici, les interfaces seront donc conçues en tenant compte des *souhaits et standards ergonomiques*.
Il est généralement employé dans la rédaction d'un cahier des charges fonctionnel, afin de mieux présenter chaque fonctionnalité tout en l'associant à ses spécifications fonctionnelles.



5.2. Wireframe ?

Il s'agit à cette étape de *transformer chacune des pages réalisées à l'étape précédente en pages interactives*. Il sera donc possible d'insérer des liens pour présenter les principes de navigation du **projet web**. Cette étape permet également de rendre un formulaire fonctionnel, pour réaliser des simulations, en associant les contraintes techniques, ainsi que l'affichage de messages de confirmation ou d'erreur en fonction des informations fournies.

Cette étape est généralement suivie d'un *mockup* ou maquette graphique dont le but présenter le plus fidèlement le résultat final du site.



A ne pas oublier

Les contenus multimédias sont des éléments importants d'un bon site Web. Parallèlement au design et à la mise en page, les images servent à illustrer vos propos dans vos contenus. Il est fortement conseillé, notamment en e-commerce, de présenter vos produits avec des photos de qualité. Pourtant, chaque image ou photo ajoutée augmente le temps de chargement de votre site Web, notamment lorsque ces dernières ne sont pas sauvegardées sur votre propre serveur, mais sur un serveur étranger. Cela vaut aussi pour d'autres fichiers médias comme des musiques, vidéos ou des PDF.

Voilà ce que vous pouvez faire :

- limiter autant que possible de charger des éléments de pages externes
- Éviter les images et vidéos redondantes
- Stocker des images sur un serveur externe
- Indiquer la largeur et la hauteur des images (autrement, le navigateur les définit par défaut)
- Utiliser des icônes SVG
- Utiliser le format d'image performant WebP
- Les balises img



6. Le maquetage

C'est l'heure du design, des couleurs



Demain autonomie

Vous devez avoir fait pour vendredi:

plan du site avec titre de page, mots clefs, balise meta

Maquettage avec le wireframing

Déterminer la charte graphique de votre site

Rendu écrit du brief de la stratégie en marketing digital.

- persona /
- Benchmark / Business model /
- Première version de votre stratégie marketing
- Première version de votre stratégie Commercial



Dossier SAE: Rappel

Le dossier doit contenir:

1. La présentation générale du projet **Executive Summary**
2. le Business model (canvas)
3. Un business plan simplifié
4. l'étude de marché
 - a. offre (concurrence)
 - i. concurrent direct
 - ii. concurrent indirect



Dossier SAE: Rappel

vous devez donc faire un swot de vos produits ou vos services après l'étude de la concurrence

- b. demande (cible)
 - i. cible primaire /persona
 - ii. cible secondaire



Dossier SAE: Rappel

5. Stratégie marketing & commerciale

Pour chaque levier il faut une roadmap de vos actions avec des indicateurs de performances et donc des objectifs

- a. **Levier 1** : L'optimisation de votre site web.
- b. **Levier 2** : Le référencement naturel (SEO),
- c. **Levier 3** : Le référencement payant (SEA),
- d. **Levier 4** : Les réseaux sociaux pour développer et fidéliser une communauté
- e. **Levier 5** : La newsletter

pour vous aider;

<https://www.slideteam.net/blog/modeles-de-feuille-de-route-de-marketing-numerique>



Dossier SAE: Rappel

6. Présentation du site web
 - a. UX et Sitemap du site
 - b. mock-up
 - c. maquette design ou exemple de style

7. Réalisation du site
 - a. Liste des plugins utilisés
 - b. action SEO sur le contenu



Dossier SAE: Rappel

8. Strategie mobile
 - a. -Développement de la stratégie application mobile et budgétisation (présentation orale de 15mn).

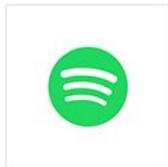
9. Analyse réflexive sur le projet (dans sa globalité) / (présentation orale de 15mn).

10. Les travaux & évaluations spécifiques au SPOC



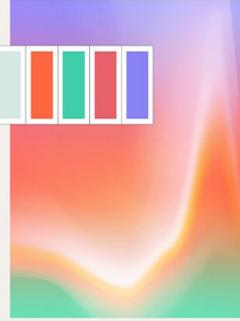
Voici quelques ressources pour vous aider

- Palette de couleurs : <https://coolors.co/>
- Vos polices de Caractères: <https://fonts.google.com/> ou <https://www.fontinlogo.com/>
- Template wordpress: <https://fr.wordpress.org/themes/browse/new/>



	Green* #1DB954 R30 G215 B96 C80 M0 Y80 K0		White #FFFFFF R255 G255 B255 C0 M0 Y0 K0		Black #191414 R25 G20 B20 C0 M0 Y0 K100
---	---	---	--	--	---





LinkedIn



LinkedIn



Aa

LinkedIn 领英



Our color palette is warmer and more approachable. Blue now complements the palette instead of dominating it. Accessibility was a guide post for all our decisions.

Our logo is now just one color instead of three. It's simpler, more modern, and helps our name to read as one word.

Our core shapes—a circle and a rectangle—are inspired by the 'i's in LinkedIn, making them unique and ownable. As design elements they help to frame our people and messages.

Our new custom font is called Community. It incorporates elements of handwriting and rounded, more organic letterforms.

