

Collection 100% Utile – Tome 2

Nouvelle édition prévue pour Septembre 2010



Présenté par Thierry Dubois
[Email](#)

Conditions d'utilisation

Cet ouvrage est protégé par un copyright et Thierry Dubois est détenteur des Droits originaux et initiaux.

Vous n'avez aucun droit de revente.

Cet ouvrage est gratuit, donc il est logique et honnête qu'il en soit de même pour toutes autres personnes désireuses de le lire.

Toute reproduction ou modification totale ou partielle du présent contenu est absolument interdite sans l'accord express de l'auteur.



Toutefois, le simple fait de lire ce présent ouvrage vous donne le droit de l'offrir en cadeau à qui vous le souhaitez.

Vous pouvez aussi acquérir une licence appelée
« Droit de personnalisation »

Pour en savoir plus, c'est très simple : [cliquer Ici](#)



L'auteur ne peut être tenu pour responsable des éventuels liens brisés au sein de cet ebook provenant de sociétés indépendantes et dont celui-ci n'a pas le contrôle.



L'auteur s'engage à rédiger tous les ans
une nouvelle version de cet ouvrage pour suivre
l'évolution du Web.

Mode d'emploi de cet ouvrage

L'outil essentiel pour apprendre sur Internet est :



L'ebook, version électronique d'un livre, un livre à lire sur votre ordinateur, le plus souvent au format acrobat (PDF)

Ce livre est au format PDF pour vous apporter un confort de lecture et de navigation impossible avec un livre traditionnel.

✓ Pour naviguer et vous déplacer facilement dans ce livre électronique, vous pouvez utiliser la table des matières et cliquer sur le titre ou sur un sous titre d'un chapitre, vous serez alors dirigé directement sur le sujet et à la page concernée.

✓ En cliquant sur un mot écrit en **bleu et souligné** vous serez dirigé vers un site Internet ou une page de téléchargement externe à cet ouvrage pour un complément d'information.

Il en va de même pour les images dont certaines sont cliquables et vous dirigent donc vers un site extérieur à cet E-book

Vous pouvez également redimensionner les pages de cet e-book en utilisant la fonction correspondante de votre outil de lecture de fichiers PDF préféré. Je vous recommande d'utiliser **Adobe Acrobat Reader** que vous pouvez télécharger gratuitement en quelques secondes.

Enfin, pour les lecteurs qui souhaitent pouvoir personnaliser cet ebook en y insérant leurs propres liens, un mode d'emploi leur sera fourni.

A Propos de l'auteur



Je m'appelle Thierry Dubois, j'ai 40 ans et depuis toujours, autonomie, indépendance sont selon moi les deux mots clés d'une réussite professionnelle.

Initialement électromécanicien, j'ai créé en 1995 avec un associé un club de rencontre. N'ayant pas pris réellement conscience de l'importance de la publicité, des moyens de communication pour pérenniser mon entreprise, j'ai du cessé cette belle aventure.

Mais, je ne voulais pas en rester là !

Créer, c'est selon moi, donner une forme à son destin, et lorsque l'on a l'âme d'un créateur il n'y a qu'une issue possible, plonger en envisageant l'avenir avec confiance et en s'engageant avec la volonté de réussir.

Mes débuts sur Internet remontent à 2001.

A l'époque je passais d'un concept à un autre, en travaillant sans vraiment suivre une méthode de travail et sans aucune connaissance particulière. Je me suis vite rendu compte qu'il était impossible de connaître le succès sans connaissance !

J'étais tellement impatient à vouloir gagner de l'argent rapidement que je faisais les mêmes erreurs que 95% des gens.

Après un grave accident, je me suis réfugié derrière Internet pour mieux appréhender ce média de masse.

J'ai COMPRIS que pour Créer sa "Net-Entreprise" il fallait avoir des connaissances approfondies telles que savoir faire passer des messages, réaliser un site attrayant et bien sur le rendre visible...

Dès lors, j'ai décidé de suivre une formation diplômante de développeur informatique.

J'ai étoffé mes connaissances en me spécialisant dans le web marketing afin d'avoir tous les outils pour créer ma « petite » entreprise...

En lisant sérieusement cet ouvrage et en suivant mes conseils avisés, vous allez profiter de mon expérience pour réaliser votre site Internet de qualité.

Je vous souhaite une très agréable lecture.

Thierry Dubois

Table des matières

Conditions d'utilisation.....	2
Mode d'emploi de cet ouvrage.....	3
A Propos de l'auteur.....	4
Table des matières.....	5
Préface	7
Comment créer un site Internet	9
1. Site statique ou site dynamique ?.....	9
2. Créer soi-même son site web.....	11
3. Utiliser un logiciel "Tout en un".....	18
4. Comment vendre des produits numériques.....	21
5. Comment vendre des produits physiques.....	28
6. Le coût d'un site Internet.....	35
7. A retenir !.....	38
Définir son projet	39
1. Pourquoi ?.....	39
2. Pour qui ?.....	40
3. Choisir l'activité idéale.....	41
4. Les erreurs à éviter.....	42
L'arborescence d'un site web	43
1. Hiérarchisation de l'information	43
2. Création d'une carte de site.....	44
3. Règles à respecter	47
Réalisation d'une page web.....	51
1. Techniques de mises en pages.....	51
2. A retenir !.....	53
La page d'accueil, une page essentielle	54
1. Comment créer une page d'accueil efficace.....	54
2. Les erreurs à éviter.....	58
Présentation d'un site web.....	60
1. Une mise en page réussie.....	60
2. Mise en relief d'une page web	62
3. L'identité graphique.....	64
4. Optimiser ses images	68

Créer un site interactif	71
1. La page de contact	72
2. Les coordonnées téléphoniques.....	74
3. Interagir en direct avec ses clients.....	75
4. La newsletter	76
5. Dynamiser son site web	78
Créer un site fonctionnel	81
1. La vitesse de téléchargement	81
2. La résolution d'écrans des utilisateurs.....	83
3. Adapter son site aux navigateurs du web	84
Les outils de statistiques à utiliser.....	86
1. Connaître le comportement de ses visiteurs.....	87
2. Outils de positionnement.....	88
Les moyens de paiement à utiliser.....	89
1. Paiements bancaires.....	90
2. Paiement interbancaires.....	90
3. Micro Paiement.....	91
Mettre du son, de la vidéo.....	92
1. Intégrer du son sur son site	93
2. Intégrer une vidéo sur son site	97
Le pouvoir d'un Popup réussi	99
Nom de domaine	102
1. Un nom de domaine, c'est quoi ?.....	102
2. Choisir un nom de domaine efficace ?.....	103
3. Où acheter un nom de domaine ?.....	105
Héberger son site.....	106
1. Critères pour bien choisir son hébergeur	106
2. Choix d'un hébergeur.....	109
3. Les erreurs à éviter.....	111
Apprendre pour réussir !	112
Aidez moi à vous aider	113

Préface

Avant de vous lancer dans la construction d'un site internet, vous devez avoir une idée précise de son utilité : besoin de visibilité, amélioration de la notoriété, collecte de données, vente en ligne...

La création d'un site Internet passe avant tout par une étude préalable qui est différente selon sa catégorie :

- **Site vitrine :**

Site Présentant des produits ou services d'une entreprise

Ex : vous êtes un électricien et vous souhaitez présenter votre entreprise et votre savoir-faire.

- **Site d'information :**

Site fournissant une information particulière à un type d'internautes et permettant éventuellement le paiement en ligne

Ex : Sur votre site, vous présentez de l'information sur l'écologie et vous permettez à vos lecteurs de commander au moyen d'une carte bancaire des produits ou services.

- **Page de vente :**

Une page de vente a pour objectif de capter l'attention du lecteur sur un produit unique pour le vendre.

Ex : mon site

- **Site marchand ou e-commerce**

Site spécialisé dans la vente de produits en ligne

EX : Amazone

Internet est un média unique permettant à tous de communiquer facilement auprès d'un potentiel énorme de clients.

Pour communiquer avec cette masse de clients potentiels, les attirer, augmenter vos ventes, votre site web doit avoir un contenu riche d'information et correctement illustré.

La qualité d'un site web est un véritable château de carte.

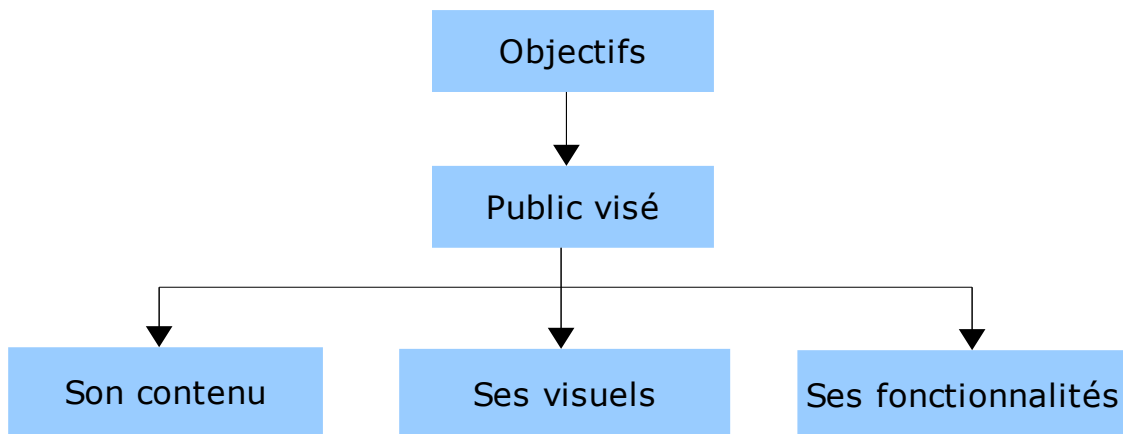
Si vous négligez un aspect, tout le château s'écroulera.

A quoi bon présenter de l'information de qualité si les internautes s'y perdent.

A quoi bon avoir un beau site s'il n'est pas attractif...

Vos objectifs engendreront le public que vous visez.

C'est uniquement en connaissant votre public que vous pourrez mettre en place tous les composants d'un site web d'une manière optimale :



Soyez consciencieux dans les phases de réalisation de votre site et vous obtiendrez un site attractif et rentable.

Comment créer un site Internet

Dans ce chapitre, vous trouverez toutes les solutions qui s'offrent à vous pour construire un site Internet.

1. Site statique ou site dynamique ?

On distingue deux types de sites : sites statiques et sites dynamiques. Votre choix se fera en fonction des besoins de votre site et de son évolution.

• Site statique

Un site statique est constitué de pages HTML créée à l'aide d'un éditeur HTML. Le contenu des pages est fixe.

Pour modifier le contenu d'une page, il faut modifier le fichier HTML correspondant sur votre ordinateur (en local) puis transférer ce fichier vers votre hébergeur via un FTP ([File Transfert Protocol](#)).

Evolutif

Si le contenu de votre site (textes et photos) doit évoluer rapidement, privilégiez la solution statique.

Néanmoins, les mises à jour vous demanderont un minimum de compétences informatiques (langages de programmation).

Fonctionnalités

Pour le rendre interactif, dynamique, il faudra rajouter des fonctionnalités liées à des bases de données.

Vous devrez soit avoir des connaissances en PHP/Mysql, soit utiliser des scripts prêts à l'emploi.

Référencement

Les pages étant individualisées (URL naturel pour chaque page), il est bien plus facile d'obtenir un bon référencement.

Pour quels besoins ?

Un site statique est à privilégier pour la construction d'un site à faible volume ne demandant pas des fonctionnalités très pointues.

Evitez le recours à un prestataire pour les mises à jour (trop cher).

• Site dynamique

Dans le cadre d'un site dynamique, le contenu (texte et photos) et la présentation des pages (mise en page) est gérée indépendamment.

Un site dynamique se compose de deux parties distinctes :

- la partie visible : celle qui est visible aux internautes
- la partie administration : réservé au [webmestre](#)

Pour modifier le contenu d'une page, plus besoin de modifier en direct les fichiers HTML ou PHP.

Via votre module administration (login/mot de passe), vous pouvez construire vos pages, modifier votre texte, insérer vos images d'une manière très simple, sans aucune connaissance en informatique.

Vos données (textes et photos) sont enregistrées dans une base de données et non dans des fichiers HTML.

Le contenu et le contenant sont donc distincts : les pages HTML se construisent lors de sa consultation par un internaute en faisant appel à la base de données.

Evolutif

Si votre site est destiné à être volumineux ou à intégrer des fonctionnalités pointues, privilégiez la solution dynamique.

En ce qui concerne les mises à jour, elles sont facilitées grâce aux outils d'administration.

Fonctionnalités

Grâce à l'utilisation d'une base de données, les fonctionnalités sont bien plus avancées qu'avec une solution statique.

Référencement

Le référencement d'un sites dynamique est bien plus difficile à mettre en place. Vous devrez avoir de bonnes connaissances en programmation et prendre en compte le référencement de votre site dès sa conception.

Pour quels besoins ?

Solution à privilégier pour la construction d'un site à fort volume, demandant des fonctionnalités avancées.

Sans connaissances en programmation, vous ne pourrez pas faire évoluer votre site (modification du design, personnalisation des fonctionnalités).

Maintenant que vous connaissez les différences qu'il y a entre un site statique et dynamique, voyons les différentes possibilités mises à votre disposition pour construire un site.

La liste des outils énoncés ci-après n'est bien évidemment pas exhaustive ; il existe en effet une multitude d'outils de création, mais les exemples que j'ai choisi de vous proposer ont été testés par moi-même et permettent de créer des sites de qualité plus ou moins bonne selon le cas.

2. Créer soi-même son site web

Si votre souhait est de gagner de l'argent via Internet, de monter votre petite affaire, c'est de loin la meilleure solution.

Mais vous devrez connaître au minimum le HTML, des notions CSS, savoir utiliser un logiciel de retouche d'images (ex: photofiltre), un logiciel FTP (ex : firezilla) pour transférer vos fichiers sur le serveur de votre hébergeur...

C'est à mon humble avis, le prix à payer pour réussir sur le web.

Lorsqu'on démarre sur Internet, on imagine pas tout ce que l'on peut y trouver comme outils et logiciels GRATUITS, notamment au niveau de la conception de sites et de la réalisation de graphismes.

Vous avez la possibilité de choisir entre deux types de logiciels pour créer vous-même votre site :

1. Editeur de site classique

Voici un outil gratuit amplement suffisant pour réaliser un site d'allure professionnelle :

[Kompozer](#) (nouvelle version de Nvu) est un éditeur WYSIWYG (What You See Is What You Get), une solution complète de création de sites Web ayant pour objectif de faciliter le processus de création pour les utilisateurs débutants.

Pour bien débuter, je vous recommande de bien lire cette [page](#) .

Pour vous aider à bien démarrer : [Installation](#) - [tutoriels et guides](#)



Parmi les fonctionnalités de KompoZer, on retrouve entre autres :

- Mise en forme de votre page web via des menus et des icônes,
- Insertion de tableaux, formulaires, images et liens, Gestionnaire des sites intégré,
- Editeur (graphique) intégré pour la création des feuilles styles

Pour autant, Komposer a trois faiblesses face à un concurrent tel que Dreamweaver :

- indentation du code (mise en forme, meilleure visibilité du code)
- utilisation du langage PHP
- visualisation d'un fichier CSS externe

Pour y remédier, il faut lui ajouter des modules complémentaires.

Il est tout à fait possible de se servir de l'onglet source pour visualiser le code source de la page (plus de bug).

Mais à chaque chargement d'un fichier HTML dans l'éditeur, celui-ci perd sa mise en forme. Le code devient donc plus ou moins illisible.

Très contraignant, si vous avez l'habitude de vous servir du code source pour construire vos pages...

Pour ouvrir et travailler sur votre fichier HTML, servez-vous d'un éditeur de texte externe :



[Notepad++](#) est un éditeur de source gratuit avec mise en relief de la syntaxe et mise en forme de cette dernière. Pas plus compliqué à utiliser qu'un simple bloc note.

Vu qu'il est impossible d'ouvrir un fichier .css dans Kompozer, Notepad++, vous sera d'une grande utilité.

De plus, pour lancer Notepad++ via la barre d'outils de Kompozer, vous devez installer [Handcover](#).

Handcover vous sera aussi utile pour intégrer correctement du code PHP dans vos pages à l'endroit voulu sans que votre éditeur Kompozer génère du code HTML devant votre code PHP.

Pour mettre en forme votre code (indentation) et qu'il soit nettoyé, servez-vous de [tidy](#).



En apprenant quelques balises HTML et quelques règles CSS, vous irez beaucoup plus vite à mettre en forme vos pages web.

En travaillant directement sur le code, vous n'aurez plus besoin de connaître toutes les fonctionnalités de votre éditeur, quel qu'il soit. [Apprenez !](#)

A noter :

La Roll Royce des éditeurs : [dreamweaver](#).

Inconvénients : difficile à prendre en main / le prix (plus de 500 euros)

2. CMS (Content Management System)

Le CMS est un Système de Gestion de Contenu (SGR).

Le principe consiste à séparer le code, le design et le contenu (appel de la base de données).

Le plus souvent, les CMS (comme Joomla, Typo3...) utilisent une base de données MySQL, et le langage PHP (accepté par la plupart des hébergeurs) pour interroger la base de données.

Cela permet donc d'éditer et de gérer un site vraiment complet et dynamique (gestion de membres, d'articles, de téléchargements, de sondages, de liens, de forums...).

La gestion est facilitée par une interface d'administration accessible en ligne. Il contient un éditeur qui vous permet d'insérer textes, photos, autres médias. C'est aussi simple que de taper du texte dans word ou open office.

Beaucoup de sites indiquent que vous n'avez pas besoin d'avoir de connaissances en HTML, CSS et PHP pour utiliser un CMS.

Je ne suis pas tout à fait d'accord avec cette fausse vérité !

Il est vrai qu'un CMS permet à un non-initié :

- l'installation d'un site web en peu de temps,
- la mise à jour de son site sans aucune connaissance technique,
- l'intégration de fonctionnalités avancées (Blog, Forum...)

Mais la construction d'un site ne s'arrête pas à ses mises à jour et à sa configuration dans son état standard.

Tout CMS demande de comprendre le code avant de le modifier.

Et croyez-moi, c'est jamais simple de comprendre un code que vous n'avez pas conçu.

Prenez ce critère en considération avant d'utiliser un CMS pour votre site. Toute personnalisation vous demandera un temps d'adaptation, des connaissances en :

- HTML/CSS pour modifier l'apparence de votre site,
- PHP/SQL pour modifier et configurer des fonctionnalités.

Un CMS a aussi ses inconvénients :

- **Code accessible à tous**
Un [hacker](#) peut trouver une faille de sécurité et l'exploiter.
Faîtes régulièrement des mises à jour.
- **Lenteur d'accès aux bases de données**
Visible à l'affichage des pages (selon l'hébergeur)

Il existe différents types de CMS permettant de faire :

- **des Sites web dynamiques**
Sites web permettant des mises à jour instantanées, une interactivité avec les internautes (forum, système de chat, newsletter...)
- **des Portails communautaires**
Sites web offrant à ses membres (gestion de groupes et de droits) un large choix de ressources et de services (forum de discussion, moteur de recherche, espace de publication) centrés sur un domaine ou une communauté particulière.
- **des Blogs**
Sites web spécialement conçus pour la publication régulière d'articles, de l'information. Interactivité avec les internautes.
- **des forums privés ou publics**
Sites web permettant l'échange d'informations et la discussion sur un thème donné (gestion d'accès, des catégories et des sujets...).
- **des Galeries photos**
Sites web permettant un album photos (ajout de photos, gestion des catégories...)
- **des E-commerces**
Sites spécialisés dans la ventes de produits en ligne (gestions des produits, des commandes...).

Chaque CMS a sa spécificité et ont de nombreux modules et thèmes pour vous permettre de le personnaliser à votre convenance.

Grâce à des communautés actives, les CMS sont toujours en amélioration (mises à jour fréquentes, corrections des failles de sécurité et des bugs...) et beaucoup de nouveaux modules sont disponibles.

Attention aux CMS récents qui n'ont pas encore une communauté assez active.

Je ne vais pas vous présenter tous les CMS car il en existe des centaines...

Je vous propose de prendre connaissance de trois CMS Open Source qui répondent en premier lieu à 4 critères :

- La simplicité
- Du code conforme aux spécifications du W3C
- Une communauté active
- Des mises à jours régulières (Sécurité !)



[CMS Made Simple](#)

[Démonstration](#)

Atouts :

- Simple d'utilisation (parfait pour les débutants)
- Interface d'administration simple et claire
- Gabarits, "templates" conçus en CSS, sans tableau de mise en page
- Puissante gestion des groupes et des droits

Faiblesses :

- La documentation n'est pas entièrement rédigée en français
- Moins puissant que ses confrères tels que Joomla, typo3...
- Gestion des templates un peu compliquée : se familiariser avec le langage de gestion de gabarits Smarty

CMSMS permet de s'adapter à de nombreux projets web : son installation par défaut suffit à la plupart des besoins classiques.

Son principe de modularité très poussé lui ouvre de nouveaux horizons : menus multiples, fils d'actualité, calendrier, forum, album photo, blog.

C'est le CMS que je vous recommande si vous êtes débutant dans le domaine du web.

Ressources :

CMSMadeSimple.org [Article sur Alsacreation](#) framasoftware.org



(successeur de Mambo)

[CMS Joomla](#)

[Démo](#)

Atouts :

- Une communauté très active
- De nombreux templates et modules disponibles
- Interface d'administration simple et claire
- supports, documentation excellente

Faiblesses :

- Attention aux hacking ! Faîtes régulièrement des mises à jour
- Programme lourd en ressource
- système de gestion des groupes utilisateurs restreint
- certains modules non conformes aux spécifications W3C

En conclusion, je dirais que c'est un CMS complet de très bonne qualité qui néanmoins n'est pas très simple à prendre en main.

Joomla est à privilégier pour la construction d'un portail communautaire. Pour la réalisation d'un site web classique, utilisez une autre solution.

Si vous avez des besoins "standard", vous serez séduit par sa mise en place rapide.

Cependant, si vous utilisez des modules tels que le rewriting (récriture des url pour le référencement), la gestion des membres, création de groupes d'utilisateurs ayant des droits d'accès différents, boutique en ligne, vous devrez vous armer de patience (pas simple à maîtriser).

Concernant la mise en place d'un forum et de galeries photos, il est préférable pour des raisons de sécurité et de mise à jour, d'utiliser des programmes indépendants de la base de données Joomla.

Autres :

[Typo3](#) est certainement aujourd'hui le CMS le plus abouti du point de vue des fonctionnalités dont il dispose, mais il est certainement aussi un des plus complexes et des plus difficiles à s'approprier.

[eZPublish](#) est plus facile à utiliser que typo3 tout en possédant un très grand nombre de fonctionnalités.

Le principal inconvénient de Typo3 et eZpublish est qu'ils ne disposent pas (encore) d'une importante communauté d'utilisateurs, particulièrement en France (très peu de documentations en français).



[CMS WordPress](#)

[Démo](#)

Atouts :

- Très simple d'utilisation
- Solide communauté active ( volution régulière des versions)
- Facilité de personnalisation grâce à son  diteur Wysiwyg interne
- Nombreux thèmes, plugins
- code source facilement modifiable (avec des connaissances PHP/SQL)
- création de pages web statiques indépendamment du Blog

Faiblesses :

- pas simple à positionner sur les moteurs de recherche
- Documentation complète uniquement en anglais

Je conseille fortement WordPress pour la mise en place d'un blog.
Pour la création d'un site Internet, préférez une autre solution.

Il existe de nombreuses templates pour le design.

Le code des fonctions et templates est accessible et bien document  (souvent en anglais).

Il vous faudra pour adapter le code à vos besoins et au design de votre site, de bonnes connaissances en PHP, en SQL et bien maîtriser les feuilles de style (c'est toujours la même histoire...).

Quoi qu'il en soit, le nombre de plugins disponibles vous permettra une personnalisation maximale de votre blog. Le choix est immense.

L'inconvénient majeur de WordPress réside sur le fait qu'il n'est pas conçu pour le référencement.

La balise Méta description et la balise titre n'est pas intégrée dans la version standard.

Il vous faudra utiliser un plugin de SEO (Search Engine Optimization) ou intégrer vous-même le code...

Ressources :

[Documentation](#)

[Améliorer son référencement sur Google](#)

[10 étapes pour le référencement d'un blog](#)

3. Utiliser un logiciel "Tout en un"

Ce genre de logiciel permet de construire un site rapidement et sans aucune connaissance.

Le revers de la médaille : vous serez très vite limité dans son évolution. Ce type de logiciel est conçu plus particulièrement pour des sites personnels, sites d'informations pour communiquer une passion et à la rigueur pour un site vitrine (sauf XsitePro).

Si vous ne voulez vraiment pas apprendre le HTML, vous avez plusieurs solutions correctes qui ne demandent aucune connaissance particulière :

[Toweb](#) est le plus simple des logiciels que j'ai testé.

Vous pouvez créer, gérez et publiez vos sites web en toute simplicité et en un temps record.

Il existe 4 versions dont une gratuite (affichage de publicité !)
Deux versions 35 et 49€ pour la réalisation d'un site classique
Et une version avec un module e-commerce : 75€



Atouts :

- Les fonctions sont pratiques et intuitives
- petit prix

Faiblesse :

- L'allure des sites n'est pas très professionnelle...

[Exemples de sites](#)

[IziSpot](#) ,plus difficile à mettre en place que Toweb, ce petit logiciel vous permettra de créer vos 1ère pages et vos premiers sites facilement.

Et une version avec un module e-commerce (15€/mois) : [Izishopping](#)



Atouts :

- entièrement gratuit
- nombreuses fonctionnalités pour du gratuit
- Forum d'entraide réactif

Faiblesses :

- interface mal conçu
- design limité

[Exemples de sites](#)

[XSitePro](#) est très complet, particulièrement adapté pour faire du marketing Internet. Son prix : 197\$ soit environ 150 €



Atouts :

- de très nombreuses fonctionnalités
- facile à utiliser

Faiblesses :

- La structure des sites est réalisée en tableaux
- Il est en anglais

[Voir Démo](#)

De tous les logiciels "tout en un", c'est de loin le meilleur !

XsitePro vous permettra :

- **de créer rapidement vos sites**
Son interface est claire et pratique. Vous pourrez par exemple créer une page de vente en quelques minutes !
- **de mettre rapidement à jour vos sites**
En quelques clics, vous pouvez modifier vos sites sans avoir à changer chaque page manuellement.
- **de placer facilement des publicités Google AdSense**
XsitePro gère les différents formats de publicité AdSense
- **de créer une Google SiteMap**
Pour chaque mise à jour, une nouvelle SiteMap est généré automatiquement.
- **d'intégrer Google Analytics sur votre site**
En quelques clics...
- **de gérer vos liens d'affiliation**
Vous pourrez facilement insérer vos liens dans vos pages
- **d'optimiser vos sites pour les moteurs de recherche**
XsitePro a un module intégré d'optimisation (SEO).
Il vous indique clairement ce que vous devez modifier pour améliorer votre référencement.
Etc...

C'est celui que je vous recommande si vous ne voulez pas utiliser Kompozer.

Son inconvénient, c'est qu'il est en anglais et vu qu'il comporte de nombreuses fonctionnalités sa prise en main peut prendre du temps.

Mais J'ai déniché la solution pour vous aider ! Connaissez-vous Eric Barzin ?

Ce monsieur a eu la bonne idée de créer une formation en vidéo (en français bien entendu...) adaptée aux débutants.

Cette formation comporte une initiation générale à la création de sites web basée en grande majorité sur le logiciel XsitePro, appliquée à la vente en ligne et aux techniques de marketing sur Internet.

Je vous le recommande chaudement, car ce monsieur est très réactif et dévoué à ses clients. Vous allez apprendre énormément...

Visitez son site : [Vidéo Marketing Internet](#)

A noter :

► **Deux éditeurs de sites que j'ai testé et particulièrement décevants :**

Webcreator Pro4

De nombreuses fonctionnalités mais de nombreux bugs sont générés pendant son utilisation. De plus, l'éditeur répond rarement aux questions...

Website X5 evolution

Il fonctionne très mal sous Firefox, bug lorsqu'on veut créer des tableaux, impossible de modifier les balises meta (référencement...).

voir la [liste des éditeurs de sites](#)

► **Vous pouvez aussi confier votre travail à un consultant**

Pour réaliser un site professionnel, la solution apparemment la plus appropriée est celle d'en confier la réalisation à un expert.

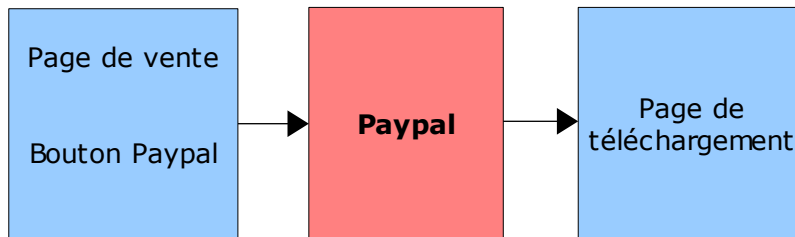
Dans ce cas, vous devrez fournir des indications précises et les contenus nécessaires pour que le site correspond à ce que vous voulez.

L'inconvénient majeur, c'est que vous serez lié à votre prestataire pour les mises à jour, les évolutions...

4. Comment vendre des produits numériques

Le plus important quel que soit le procédé utilisé est de mettre en place un système automatisé permettant à l'acheteur de télécharger le produit numérique (ebook, logiciel...) juste après le paiement.

Processus N°1 : Bouton paypal



- ❶ L'acheteur clique sur le bouton paypal pour commander le produit. Il est dirigé vers la plateforme sécurisée de paiement paypal.
- ❷ L'acheteur paye via l'interface paypal avec son compte paypal ou par carte bancaire.
- ❸ L'acheteur est dirigé vers la page de téléchargement.

Mettre en place un bouton paypal

Pour obtenir les outils pour vendre, paypal vous demandera d'ouvrir un compte premier (gratuit).

Si vous n'avez pas de compte paypal, c'est le moment : [cliquez Ici](#)

- Connectez-vous
- Cliquez dans la barre de menu sur Solutions e-commerce
- Cliquez sur le lien :Boutons Acheter
- Via un formulaire (voir ci-dessous), indiquez le nom de votre objet (produit) et son prix :

▼ Etape 1 : Choisissez le type de bouton et saisissez les détails du paiement

Accepter ces paiements pour
Produits [Afficher un exemple de bouton](#)

Remarque : [Accédez à Mes boutons enregistrés](#) pour créer un nouveau bouton sur la base d'un bouton existant.

Souhaitez-vous permettre à vos clients d'acheter plusieurs produits avant de procéder au paiement ?

Oui, créer un bouton Ajouter au panier. [En savoir plus](#)

Non, créer un bouton Acheter. [En savoir plus](#)

Nom de l'objet ID de l'objet (obligatoire) [Qu'est-ce que c'est ?](#)

Prix Devise [Voulez-vous besoin de plus de détails sur les prix ?](#)

Vous pouvez opter pour un bouton standard paypal ou le personnaliser.

Pour le personnaliser, vous n'avez qu'à inscrire le chemin (url) où se situe votre image sur votre site : ex : <http://votresite.com/images/bouton.jpg>.

Vous pouvez aussi ajouter un menu déroulant si vous avez plusieurs options à différents prix à présenter sur votre page de vente.

Cochez l'identifiant de compte marchand sécurisé pour plus de sécurité...

Personnaliser un bouton

Ajoutez un menu déroulant avec un prix/une option [Exemple](#)

Ajouter un menu déroulant sans prix [Exemple](#)

Ajouter un champ de texte [Exemple](#)

▶ [Personnaliser l'apparence](#)

Vue de l'acheteur

Expédition et livraison

Utiliser un montant spécifique : [] EUR

Taxe

Utiliser le taux de TVA [] %

Identifiant du marchand pour les transactions d'achat : [Qu'est-ce que c'est ?](#)

Identifiant de compte marchand sécurisé [En quoi est-ce sécurisé ?](#)

Adresse email en texte brut : [contact@comment-gagner-sur-internet.com](#)

▶ [Etape 2 : Suivez votre stock, vos bénéfices et vos pertes \(facultatif\)](#)

▶ [Etape 3 : Fonctions de paiement \(facultatif\)](#)

Créer un bouton

L'étape 2, vous n'en avez pas besoin...

L'étape 3, renseignez l'url de vos pages de redirection :

- Une page pour l'annulation (non obligatoire)
- et une page pour le téléchargement du produit.

Diriger le client vers une page (URL) spécifique après l'annulation du paiement :

<http://www.votresite.com/annulation.html>

Par exemple <https://www.monmagasinenligne.com/annulation>

Diriger le client vers une page (URL) spécifique après le paiement :

<http://www.votresite.com/paiement.html>

Par exemple

<https://www.monmagasinenligne.com/paiementeffectue>

Attention de bien renseigner ces liens. Votre acheteur sera mécontent s'il est dirigé vers une page qui ne s'ouvre pas...

Vous n'avez plus qu'à cliquer sur : "créer le bouton".

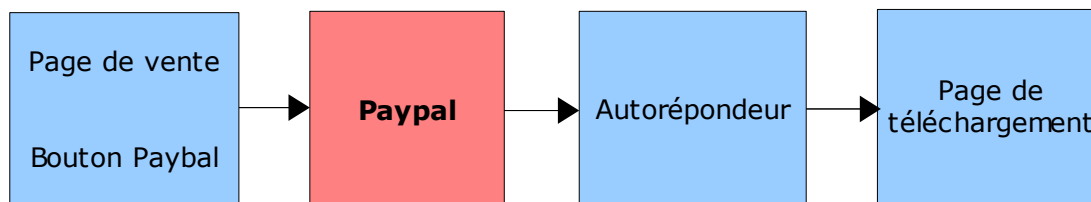
Faites un copier/coller du code et placez le à l'endroit voulu dans votre page web :



Voilà c'est terminé ! Vous avez votre boutique en ligne sécurisée qui marche en automatique. Les internautes pourront commander vos produits et se faire livrer dans les minutes qui suivent.

A noter : Il existe une application qui gère un processus de vente automatique pour téléchargements ou abonnements Paypal : [Vendromatic](#)

Processus N°2 : Bouton paypal + autorépondeur



C'est le processus que je vous conseille !

Vous obtenez l'email de vos acheteurs pour pouvoir leur vendre d'autres produits par la suite. Voir le tome 3 / comment vendre par email !

- ❶ L'acheteur clique sur le bouton paypal pour commander le produit
- ❷ L'acheteur paye via l'interface paypal
- ❸ L'acheteur est dirigé vers votre page où se situe votre [autorépondeur](#)
L'acheteur donne son prénom et email
- ❹ L'acheteur est dirigé vers la page de téléchargement pour récupérer son produit.

Pas plus compliqué que le processus N°1.

Dans l'étape 3 de la création du bouton paypal, mettez l'URL de votre page où se situe votre auto-répondeur.

Et configurez votre auto-répondeur en indiquant l'URL de la page de redirection (page de téléchargement).

A noter :

Je vous recommande de vous procurer ces tutos/vidéos pour la mise en place de vos boutons paypals et pour les tester : [Cliquez Ici](#)

Processus N°3 : Site avec un panier de commande

Si vous avez plusieurs produits numériques à vendre et vous voulez donner la possibilité à vos clients d'en commander plusieurs par un système de panier (comme un mini e-commerce).

Si vous avez un produit numérique à vendre et vous voulez donner la possibilité à vos clients de commander vos produits avec plusieurs moyens de paiement.

Je vous recommande [PMP e-commerce](#)

Il vous permettra d'intégrer facilement sur votre site une véritable boutique, avec gestion des paniers de commande.



Cette application en PHP est facile à installer et permet de gérer de façon automatique la vente, le paiement et la livraison automatique de produits numériques tels que des ebooks ou logiciels.

Vous n'avez besoin d'aucune connaissances en informatique pour l'utiliser !

Compatible avec plusieurs moyens de paiement (par chèque, par virement, par CB, paypal, [moneybooker](#)..), l'application PMP permet au client d'acheter en un minimum d'étapes les produits désirés.

Voici la liste des fonctionnalités du script :

- Livraison automatique des produits numériques en téléchargement.
- Relance automatique des clients n'ayant pas terminé leur commande
- Gestion des droits d'accès aux fichiers en téléchargement et/ou aux pages protégées de votre site web.
- Possibilité de limiter les téléchargement d'un fichier pour chaque client en nombre et dans le temps.
- Création d'une base client
- Générateur de facture automatique
- Possibilité de configurer un code promotionnel pour chaque produit
- Gestion dynamique d'une boutique virtuelle paramétrable depuis le tableau de bord du script

Un forum utilisateurs est à votre disposition pour répondre à toutes vos questions concernant la configuration et l'intégration de ce script sur votre site.

Pour vendre des produits numériques, une simple page de vente suffit.

C'est quoi une page de vente ?

Une page de vente est une page web conçue spécialement pour vendre un seul et unique produit.

Header : Haut de page
Le contenu Description détaillé du produit Bouton de commande (paypal...)
Footer : bas de page

Sa particularité est qu'il n'y a pas de menu de navigation.

De cette manière, votre visiteur ne sera pas attiré vers d'autres produits, ne sera pas enclin à visiter une autre rubrique de votre site, à cliquer sur une publicité...

Le gros avantage d'une page de vente est que son contenu est consacré à la mise en valeur du produit.

Par conséquent, les ventes se font plus facilement.

Bien entendu votre argumentaire doit être pertinent afin d'attiser la curiosité de votre lecteur et le convaincre à passer à l'acte d'achat.

Si vous avez de nombreux produits numériques à vendre, vous pouvez opter pour la solution d'un e-commerce prêt à l'emploi.



Pour moins de 100 €, vous obtenez un e-commerce simple d'utilisation.

A ce prix là, cela ne vaut vraiment pas la peine de s'en priver...

[JLD Boutique](#)

5. Comment vendre des produits physiques

Si vous avez des produits ou services à vendre, pensez à faire de la vente en ligne pour augmenter votre zone de prospection et vendre 24h sur 24...

Pour cela, plusieurs solutions sont envisageables :

- **Créer son e-commerce avec un logiciel Open Source**

Le coût est quasiment nul si vous faites tout vous-même. Vous ne serez pas dépendant d'une société et vous bénéficierez une totale maîtrise quant à l'évolution de votre boutique.

- **Utiliser une plateformes e-commerce en mode ASP**

Une solution clé en main, facile à mettre en place et peu onéreuse. Toutefois, sachez que toute modification ou personnalisation non "standard" entraîne des coûts.

- **Faire appel à un professionnel.**

C'est la solution la plus simple (boutique personnalisée prêt à l'emploi) mais la plus onéreuse ! (de 5000€ à plus de 20 000€) De plus, vous n'aurez aucun contrôle pour les modifications. Si vous souhaitez faire évoluer votre e-commerce, pensez aussi aux facturations supplémentaires.

Il n'y a pas de bonne et de mauvaise solution, chacune de ces solutions a un et un seul objectif : vendre.

Votre choix dépendra de votre budget, vos besoins et de vos compétences.

1. Utiliser un logiciel Open Source

Créer une boutique en ligne (e-commerce) fonctionnelle est un vrai boulot. Choisissez cette solution que si vous avez de bonnes connaissances en programmation (PHP/MySQL).

Sinon vous pouvez apprendre quelques rudiments et vous verrez que vous pourrez faire beaucoup de choses...

Toutes les solutions Open Source fonctionnent avec [Linux](#), [PHP](#), [Mysql](#)

Avec un logiciel Open Source ou libre, vous pourrez :

- utilisez le code pour l'adapter à vos propres besoins
- copier et diffuser le code auprès de vos connaissances
- améliorer le programme afin de développer votre propre logiciel.
-

Open Source ne veut pas dire gratuit. Le temps que vous allez mettre à configurer votre e-commerce, c'est de l'argent....

De plus, vous devrez penser à vous différencier des autres boutiques en ligne. Chaque solution standard aussi puissante soit-elle utilisent le même graphisme. Vous devrez donc faire votre propre charte graphique ou faire appel à un prestataire de services.

Voici trois logiciels Open Source reconnus et fiables :

Oscommerce

Oscommerce est sans aucun doute la plate-forme d'e-commerce la plus connue et la plus utilisée. [Forum](#) - [Tutoraux](#)

Avec du travail, vous pouvez obtenir un e-commerce très professionnel. le forum de soutien est très réactif aux questions, ce qui contribue à son succès.

Malheureusement, sa conception est très ancienne, peu ergonomique de par l'utilisation importante de patches (code que l'on ajoute à un logiciel, pour y apporter des modifications).

Il est très difficile d'optimiser les pages web pour un bon référencement (pas de balise meta par catégorie, par produits, pas de re-écriture des urls...).

Pour ces raisons, Oscommerce tend aujourd'hui à être remplacé par :

Prestashop

Prestashop est une nouvelle plateforme e-commerce open source, d'origine française. [aide à l'installation](#) - [Forum](#) - [Blog](#)

Cette plateforme a de sacrés avantages, à savoir la facilité de maintenance, une prise en main intuitive, un code facile à comprendre et à maintenir, un design géré par un Smarty (moteur de templates reconnu).

De plus, tout est fait pour un bon référencement : optimisation du code pour les robots, intégration du plan du site, de balises meta par catégories et par produits, google Sitemaps...

Si vous avez un projet d'e-commerce évolutif sans contrainte technique particulière, je vous le recommande tout particulièrement.

Une solution clé en main pour 45€/mois (très bien...) : prestashop.me

Magento

Magento est une plateforme e-commerce à la pointe de la technologie.

Fonctionnant avec le "[framework Zend](#)", cette plateforme intègre les dernières contraintes liées au référencement, des fonctionnalités de marketing unique, une ergonomie bien pensée. Bref un vrai bijou.

Malheureusement, la communauté de développeurs autour de cette plateforme est encore très limitée.

Il faut attendre encore un peu pour voir apparaître tous les modules additionnels nécessaires.

Pour le moment, il est donc préférable d'utiliser Oscommerce ou Prestashop.

Je vous recommande cette plateforme si vous êtes un développeur confirmé et que votre projet demande des fonctionnalités marketing élaborées.

Il existe d'autres scripts Open source (Php/Mysql) de bonne qualité tels que :

[Peel](#)

[ZenCart](#)

[OpenCart](#)

[DigiStore](#)

[OXID eSales](#)

[Plici](#)

Certains [CMS](#) (système de gestion de contenu) ajoutent une fonctionnalité e-commerce :

[VirtueMart](#)

Joomla

[Wordpress e-commerce Plugin](#)

Wordpress

[Ubercart](#)

Drupal

[PluginXoops](#)

Xoops

2. Choisir un logiciel qui s'utilise en mode ASP

Ces solutions commerciales fonctionnent sous [Windows](#) / [ASP](#) / [SQL Serveur](#). Contrairement aux solutions Open Source, vous n'avez pas accès au code de programmation.

Comment choisir son logiciel ?

Il y a de nombreux critères à prendre en compte avant de choisir son prestataire.

La plus grande erreur est de choisir sa plateforme en se basant uniquement sur le tarif.

Pour vous aider à faire le bon choix selon vos besoins, voici les critères primordiaux à prendre en compte avant de vous engager :

- **La charte graphique**

Les boutiques en ligne pullulent sur le web.

L'attraction de votre boutique en ligne dépendra donc, en grande partie de son aspect visuel.

Attachez de l'importance au design de votre site.

Si vous avez déjà une boutique, un magasin, optez pour une charte graphique personnalisée, à vos couleurs (à partir de votre logo, votre carte de visite, votre univers graphique).

A noter : renseignez-vous si l'intégration de la charte graphique est facturée en supplément.

- **Le paiement en ligne sécurisé**

De nombreuses plateformes proposent le paiement sécurisé en ligne par CB en supplément.

Donc il est important que savoir si cette option (qui devrait pas en être une) est comprise dans le tarif indiqué.

N'oubliez pas les frais liés à la vente en ligne.

Pour un contrat de VAD (vente à distance), variable selon les banques :

frais d'ouverture (150 à 250€)

abonnement mensuel (15 à 50€)

commission sur chaque transaction (0,5% à 1,5%)

coût fixe par transaction...

Pour Paypal :

commission sur chaque transaction (3,4% à 1,4%)

coût fixe par transaction : 0,25€

- **Boutique optimisée pour le référencement**

Peu de personnes prennent ce critère en considération.
Et pourtant il est capital. Je dirais même que c'est le critère le plus important !

Pourquoi ?

Comme je disais, des e-commerces, il en existe des centaines de milliers.

Un internaute aura tendance à regarder uniquement les premiers résultats affichés sur son moteur de recherche.

De nombreux critères rentrent en jeu pour obtenir un bon référencement (voir tome 3) mais si dès le départ la structure de votre e-commerce n'est pas conçue pour le référencement (optimisation des pages web), ne respecte pas les normes du web (W3C), vous partirez avec un sacré handicap !

Votre but est que votre boutique soit vue par un maximum d'internautes. Arrêtez-moi si je me trompe !

Optez pour une solution qui propose :

- **un codage en XHTML /CSS :**

séparation du fond de la forme / respect du standard du web,

- **la réécriture des urls :**

chaque page de votre boutique doit avoir sa propre url comportant les mots clés liés au contenu de celle-ci.

Exemple : www.votreboutique.com/nomdevotreproduit.html

et non : www.votreboutique.com/14ssd457/de52d.html

Visitez les sites créés par les plateformes et vous saurez de suite s'ils utilisent la réécriture des urls (url rewriting).

Sans cette technique, les robots ne pourront pas indexer vos pages selon vos mots clés...

- **l'insertion des balises "meta description" et balises "titre"**

Chacune de vos pages web doit contenir ces balises.

Sinon, vous n'avez aucune chance que les moteurs de recherche les indexent correctement !

- **L'édition d'une sitemap (création d'un plan de site)**

La réalisation d'une arborescence de tous les liens de votre e-commerce informe les moteurs de recherche sur les modifications que vous avez apporté à vos pages.

- **Location mensuelle ou achat d'une licence**

Vous aurez le choix entre deux modes de paiement :

La location mensuelle

Ce mode locatif permet la mise à disposition d'applications à des tarifs très compétitifs grâce à une standardisation et une mutualisation des coûts.

Avantages :

Ces prestataires louant des logiciels installés sur leurs serveurs, le coût initial de mise en place de votre boutique sera moins cher. L'évolution, les mises à jour du logiciel et l'hébergement de votre site sont prévus dans le coût de votre abonnement.

Inconvénients :

Vous devrez payer votre prestataire tous les mois durant tout le temps que vous exploiterez votre boutique. En définitive, après quelques années, le coût sera plus important que si vous achetiez la licence d'un logiciel. De plus, n'étant pas propriétaire de votre boutique, le jour où vous décidez de partir, vous perdez tout.

Achat d'une licence

En achetant votre logiciel de e-commerce, vous obtenez une totale liberté d'action.

Avantages : paiement en une fois/pas de location mensuelle
De plus, vous n'êtes pas lié à un prestataire, votre boutique vous appartient.

Inconvénients : son coût de mise en place
L'hébergement de votre site reste à votre charge.

- **L'assistance**

Lors de la mise en place de votre boutique, il est utile de savoir si vous aurez un suivi gratuit, une aide technique, une assistance par téléphone et/ou par email.

- **Et le tarif bien entendu...**

En standard, les plateformes d'e-commerce proposent plus ou moins les mêmes fonctionnalités.

Mon choix portera donc avant tout sur deux critères : la structure des sites (Frame,tableaux,CSS) et le référencement naturel optimisé !

N'hésitez pas à visiter les sites ci-dessous pour connaître en détails leurs propositions :

		Structure	URL rewriting	Tarif	Particularités
42stores***	L	CSS	Oui	3% du CA	Pour Blog / pas d'engagement
Boutikone***	A	Tableaux	Non	280 à 480 €	Url rewriting en option : 190€
Boutique-expert	L	Tableaux	Oui	65 à 150€/mois	Nombreuses fonctionnalités
Cybershopasp	L	Tableaux	Oui	100€ /mois	Possibilité achat : 1890€
Enlignetoutsimplement	L	CSS	Oui	500€ + 90€/mois	Un tout nouveau
Myeshop	L	Tableaux	Oui	49 à 150€/mois	De très beaux design
Oxatis	L	Tableaux	Oui	50€/mois	Aucun engagement de durée
Rentashop	L	Tableaux	Oui	50 à 199€/mois	Une équipe réactive
Rpack	L	CSS	Oui	149€/mois	Nombreuses fonctionnalités
Store-factory***	L	CSS	Oui	20 ou 50€/mois	400€ : charte graphique perso
Wizishop	L	CSS	Oui	5% à 0,5% du CA	Gratuit et sans engagement
Kiubi	L	CSS	Oui	55€/mois	Bon rapport qualité/prix
ShopFactory***	A	CSS	Oui	393 ou 785€	Très professionnelle

A : achat du logiciel
 Loc : location mensuelle
 *** mes favorites

Il en existe bien d'autres comme par exemples :

- | | | |
|-------------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| Amen | openboutique | Ugal |
| Boutika | powerboutique | Micrologiciel |
| Sitodi | ClicBoutique | |

Pour autant, le codage et l'optimisation des pages de leurs boutiques en ligne ne permettent pas un bon référencement.

3. Faire appel à un prestataire

Si vous avez un projet ambitieux, voici deux agences sérieuses.
 Comptez entre 5000 € et 20 000 € pour la création de votre e-commerce personnalisé.

[Businessshop](#)

[BoutiqueBuilder](#)

6. Le coût d'un site Internet

Combien coûte un site Internet ?

Une question que se pose de nombreuses personnes désirant passer par un prestataire pour réaliser leur site Internet.

En fait, il est impossible d'y donner une réponse unique et évidente.

C'est comme si, vous me demandiez : combien coûte une voiture ?

Je vous répondrais, voulez-vous une 2 cv ou une porche ? Voulez-vous rouler à 90 ou à 250 Km/heure ?

Pour un site Internet, c'est exactement la même chose.

Un site web, pour quel projet ?

Le prestataire doit avoir une idée précise de votre projet.

Etant donné que plusieurs critères rentrent en jeu, en premier lieu, c'est à vous de répondre aux questions suivantes :

- Quel est l'objectif de votre site, la clientèle visée ?
- Quel type de site, voulez-vous créer : un site vitrine, d'information, un site pour vendre, une boutique en ligne ?
- Voulez-vous une charte graphique personnalisée ?
- Voulez-vous un site statique, un site dynamique ?
- Avez-vous défini l'arborescence de la structure de votre site ?
- Quel temps voulez-vous consacrer à votre projet ?
- Quelles fonctionnalités souhaitez-vous intégrer sur votre site ?
- De combien de pages web avez-vous besoin ?
- Avez-vous travaillé sur son contenu informatif ?
- Souhaitez-vous des mises à jour en interne ou en sous-traitance ?
- Voulez-vous un référencement de votre site dans les moteurs de recherche et sur combien de mots clés ?
- Souhaitez-vous un suivi de votre référencement ?

Cette liste de questions n'est bien évidemment pas exhaustive.

En présentant votre projet sur papier, votre prestataire pourra visualiser au plus prêt vos attentes et vous proposer un devis détaillé.

De cette manière, vous saurez combien coûtera votre site web.

La mise en ligne d'un site Internet passe par de nombreuses phases :

- **Etude préalable** : comprendre les attentes du client, cahier des charges
- **La conception** :
Fonctionnelle : structure, ergonomie...
Technique : type de programmation, fonctionnalités, optimisation pour le référencement...
Visuelle : charte graphique
- **La réalisation** :
Création des pages web (mise en place du contenu, des photos) conforme aux standard du web (W3C), intégration de la charte graphique.
- **L'hébergement** : mise en ligne du site
- **La promotion** :
Référencement sur Google, dans les annuaires, échange de liens...
- **La maintenance** : Les mises à jour, la sécurité...

Toute ces phases de création et d'exploitation demandent de nombreuses heures de travail.

Il ne faut pas croire que vous obtiendrez un site Internet professionnel, créé dans les règles de l'art sans dépenser un centime.

Vous trouverez des propositions de création à la location ou pour quelques euros mais avant de succomber à la tentation de ces réalisations à prix discount, posez-vous les questions suivantes :

- **Est-il conçu de manière professionnelle ?**
Votre site se télécharge-t-il rapidement, adaptées aux navigateurs ?...
De préférence, optez pour un code réalisé en XHTML/CSS.
- **Combien vais-je payer pour les mises à jour ?**
Faîtes attention aux offres qui proposent des CMS tels que Joomla car qui fera les mises à jours des plugins pour sécuriser votre site ?
- **Est-il "référencable" ?**
Un site mal conçu et non optimisé pour le référencement sera un lourd handicap si le votre objectif est de toucher une large clientèle (pour vendre par exemple).

Comment est calculé le prix d'un site Internet ?

Chaque réalisation se calcule en fonction du nombre d'heures travaillé.

Si vous passez par une société qui a pignon sur rue employant une équipe de personnes ayant des compétences spécifiques et complémentaires, le coût d'un site basique va très vite chiffrer.

Selon la fonction de la personne qui travaille sur votre projet (chef de projet, responsable technique, webDesigner, Développeur internet, référenceur), le tarif horaire pratiqué varie de **50 à 70€ de l'heure**.

Ne faites appel à ce genre de structure que si vous êtes une PME ou un grand groupe avec un projet bien spécifique et ambitieux.

Pour réaliser un site d'information avec moyen de paiement en ligne, un site vitrine qui ne demandent pas des fonctionnalités pointus, il est préférable de passer par un développeur Internet indépendant.

Ayant moins de charges de fonctionnement, il peut se permettre de pratiquer un taux horaire moindre.

Attention au choix de votre prestataire et de ce qu'il vous proposera.



N'ayant pas la maîtrise dans tous les domaines (le design, le développement web, le référencement), le prestataire doit vous aiguiller vers d'autres professionnels pour combler ses lacunes.

Le tout en un dans les règles de l'art, par une et une seule personne, je n'y crois pas...

Pour avoir une idée de prix, visitez ce site : [Kob one](#)

Et n'oubliez pas !

Un site Internet est un moyen publicitaire puissant qu'il ne faut pas négliger. La principale utilité d'un site est d'être vu. Achetez un site sans résultat, je n'en vois pas l'utilité...

Optez pour la qualité et la visibilité !

7. A retenir !

Nous avons vu dans ce chapitre **les différentes solutions pour mettre en ligne un site Internet.**

▶ La première solution est de **réaliser son site soi-même**, en utilisant des logiciels tels que Kompozer (gratuit) ou Dreamweaver (payant).

Avec l'éditeur Kompozer, il est possible de créer son site en utilisant uniquement les fonctionnalités de celui-ci (sans connaître le HTML et le CSS). Mais, vous aurez à coup sûr des problèmes d'affichage dans les navigateurs.

▶ Par ailleurs, vous avez la solution des **CMS** (Content Management System). Les CMS tels que Joomla, CMS Made Simple, Spip sont personnalisables jusqu'à un certain point. Bien sur, il existe des CMS payants que l'on peut faire réaliser par des professionnels, mais leur prix risque d'être prohibitifs.

A noter : la solution du **blog** tel que Wordpress ou Dotclear ne convient pas pour tous les usages, car contrairement à un site Internet classique, le blog bénéficie d'une structure éditoriale préexistante, sous la forme d'outils de publication plus ou moins formatés.

Conclusion

Autrement dit, pour obtenir ce que vous souhaitez, vous n'avez pas des milliards de choix : vous apprenez à créer votre site web ou vous passez par un prestataire.

Que vous soyez particulier ou professionnel, la meilleure solution pour mettre en ligne votre site web est d'avoir suffisamment de base pour modifier et faire évoluer votre site.

Si vous souhaitez qu'un professionnel du web crée votre site tout en XHTML/CSS, qu'il vous apprenne à le modifier, qu'il vous apprenne à communiquer sur Internet pour rentabiliser au mieux votre site alors n'hésitez pas à visiter mon site : [Auto entrepreneur du web](#)

Définir son projet

La première étape avant la construction de son site internet est de définir son son but.

Organisez-vous pour que l'allure de votre site soit professionnelle, sans pages manquantes, une ergonomie bien pensée, un contenu bien structuré.

Réfléchissez calmement à ce que vous attendez de votre site, pour qui vous le faites et pourquoi.

1. Pourquoi ?

Les raisons d'avoir un site Internet ne manquent pas : site vitrine pour présenter ces produits, démarcher de nouveaux prospects, vendre en direct, développer sa popularité auprès du grand public...

Voici quelques réponses pour vous aider dans votre réflexion :

- Présenter votre entreprise
- Présenter vos produits / services
- Augmenter la notoriété de votre entreprise
- Réaliser de la vente en ligne
- Améliorer votre communication externe, pour vos clients, prospects...
- Améliorer votre communication interne, pour vos commerciaux...
- Améliorer vos performances commerciales
- Réaliser une base de données clients / prospects
- Fidéliser votre clientèle
- Tester un nouveau produit ou service
- Augmenter votre zone de prospection
- Offrir de l'information
- Offrir de nouveaux services à vos clients



N'oubliez pas ! Votre site doit vous correspondre, répondre à vos besoins et aux attentes de vos clients et prospects.

Ecrivez sur une feuille de papier toutes les idées qui vous passent par la tête.

Ordonnez vos idées et organisez-les en thèmes.

2. Pour qui ?

Cette question est très importante. Plus votre réponse sera complète, plus votre site sera adapté à la cible que vous visez.

Votre contenu sera en parfaite adéquation avec les recherches des internautes.

De plus, vos textes devront être légèrement différents si vous vous adressez par exemple à des particuliers, plutôt qu'à des professionnels.

Questions/réponses pour vous aider dans votre projet web :

- Obtenir de nouveau client
 - Des particuliers
 - Des professionnels
 - Des adultes
 - Des enfants
 - Des femmes
 - Des hommes

- Obtenir de nouveaux distributeurs
 - VRP
 - VDI
 - Grande distribution
 - Magasins traditionnels

- Communiquer en interne / en externe
 - Avec vos clients (fidélisation)
 - Avec vos prospects
 - Avec vos distributeurs
 - Avec vos commerciaux

Vos réponses vous donneront une bonne vision de ce que sera votre site :

- ✓ votre public cible,
- ✓ votre message.
- ✓ Les visuels à mettre en place
- ✓ les fonctionnalités de votre site

3. Choisir l'activité idéale

Pour gagner de l'argent avec votre site, consacrez votre site à un domaine d'activité que vous connaissez ou que vous appréciez.

Plus vous serez passionné par les produits ou services que vous proposerez et plus vos clients potentiels le ressentiront et seront intéressés par votre site.

Lors de votre réflexion initiale, de l'élaboration de votre plan projet, ne perdez pas de vue ce facteur fondamental.

- Utilisez votre expérience passée dans le « monde réel » (en opposition au « monde virtuel » dont il est ici question).
- Servez-vous de vos connaissances dans un domaine particulier (par exemple la mode ou le sport), de vos aptitudes personnelles (par exemple les langues étrangères ou encore la cuisine).
- Pensez également à faire une recherche en utilisant les principaux moteurs de recherche afin de savoir combien de sites traitent déjà de votre sujet et comment ces sites traitent du sujet.

Évitez de vous lancer dans un site consacré aux tennis de table si vous n'avez jamais tenu une raquette !

Cela peut vous sembler illusoire et vous allez peut être penser que ce que je viens d'écrire est une évidence, mais détrompez vous, car c'est là une des raisons de l'échec de certains entrepreneurs du Web.

4. Les erreurs à éviter

Se lancer dans la création d'un site sans avoir préparé son plan

- ✚ Mettez noir sur blanc vos idées et envies à la base de votre projet.
- ✚ Définissez vos objectifs.
- ✚ Observez ce qui se fait déjà sur Internet dans votre domaine de prédilection pour vous en inspirer ou justement pour vous différencier.

Ne pas avoir clairement défini sa clientèle potentielle

- ✚ Ciblez votre future clientèle potentielle.
- ✚ Déterminez précisément le type de produits ou services que vous proposerez.

Se jeter tête baissée dans un projet qui n'est peut être pas viable.

- ✚ N'hésitez pas à « tester » votre idée auprès de votre famille et de vos amis avant d'aller plus loin dans le développement de votre projet.
- ✚ Vérifier l'intérêt qu'il suscite.
En effet, ce qui vous paraît être une idée géniale est peut être sans grand intérêt pour le reste du Monde...

L'arborescence d'un site web

Maintenant que vous avez défini vos objectifs, vous devez regrouper toutes vos idées dans un plan de site clair, précis et viable.

Si vous voulez construire une maison, vous attendrez d'avoir des plans bien précis avant de commencer. Pour un site internet, c'est exactement pareil.

1. Hiérarchisation de l'information

Lors de l'étape précédente, vous aviez :

- ✓ listé vos informations
- ✓ Ordonné vos idées
- ✓ organisé vos idées en thèmes

Maintenant, pour satisfaire au mieux vos lecteurs, vous devez organiser vos thèmes (groupe d'idées) sous forme hiérarchique :

- **Définissez vos rubriques principales**

Chaque thème représentera une rubrique de votre site. Chacune de vos rubriques doit contenir assez d'informations pour pouvoir les présenter en thèmes logiques sur d'autres pages de niveau inférieur.

- **Hiérarchisez vos informations à l'intérieur de vos rubriques principales**

Chaque groupe d'informations représentera une sous-rubrique. Pour chaque rubrique, vous pouvez proposer jusqu'à 7 sous-rubriques.



Essayez de respecter la règle des 3 clics. C'est à dire évitez de dépasser quatre niveaux dans votre arborescence (voir ci-après) Au dessus de 3 clics, l'information présentée est rarement lue !

L'architecture de votre site est aussi importante que les textes eux-mêmes pour donner un sens à l'information.

Vous devez élaborer l'arborescence de votre site avec la plus grande logique. Il faut savoir anticiper ce que le visiteur va rechercher et surtout faire en sorte qu'il ne soit jamais perdu !

2. Création d'une carte de site

Cette carte vous aidera à identifier les différentes pages de votre site, ainsi que les différents liens qui existent entre ces pages.

A cette étape de la réflexion, faites un schéma sur une feuille de papier. Notez, pour chaque page, quelques mots pour décrire son contenu. Et n'oubliez pas que chacune de vos pages doit fournir un minimum d'informations !

Niveau 1 : Le sommet de votre hiérarchie commence par la page d'accueil.

Niveau 2 : Présentation de vos rubriques principales d'une manière générale et un sommaire interne à la rubrique. Ce sont des pages d'orientation.

Niveau 3 : Présentation détaillée de vos rubriques principales. Ces sous-rubriques sont exclusivement des pages d'informations.

Niveau 4 : Présentation des sous-sous-rubriques. A prévoir uniquement si les pages de niveau 3 sont trop denses en informations.

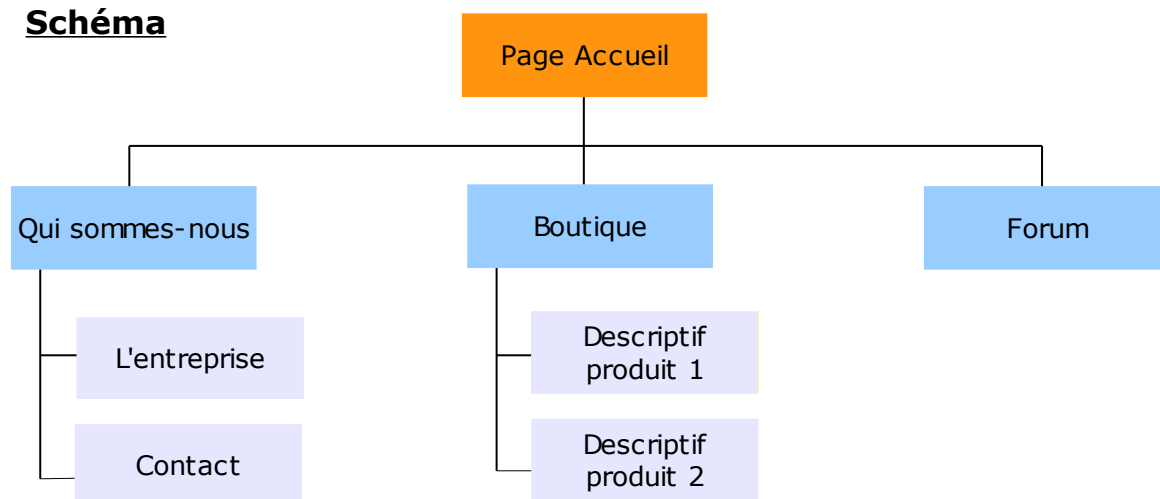
Prenons par exemple, un commerçant qui souhaite présenter son entreprise, ses produits, mettre en place un forum.

Chaque cadre dessiné représente une page de votre site.

Chacune de ces pages représente une rubrique principale ou une rubrique détaillée...

Chaque ligne en noir représente un lien de navigation.

Schéma



■ Page accueil – Niveau 1

■ Rubrique principale (éléments générales) – Niveau 2

■ Sous-Rubrique (éléments plus spécifiques) – Niveau 3

Vous avez terminé votre premier schéma présentant l'arborescence de votre site.

Avant d'aller plus loin, revenez sur le schéma présenté ci-avant.
Et, étudiez la navigation en vous mettant à la place de l'utilisateur.

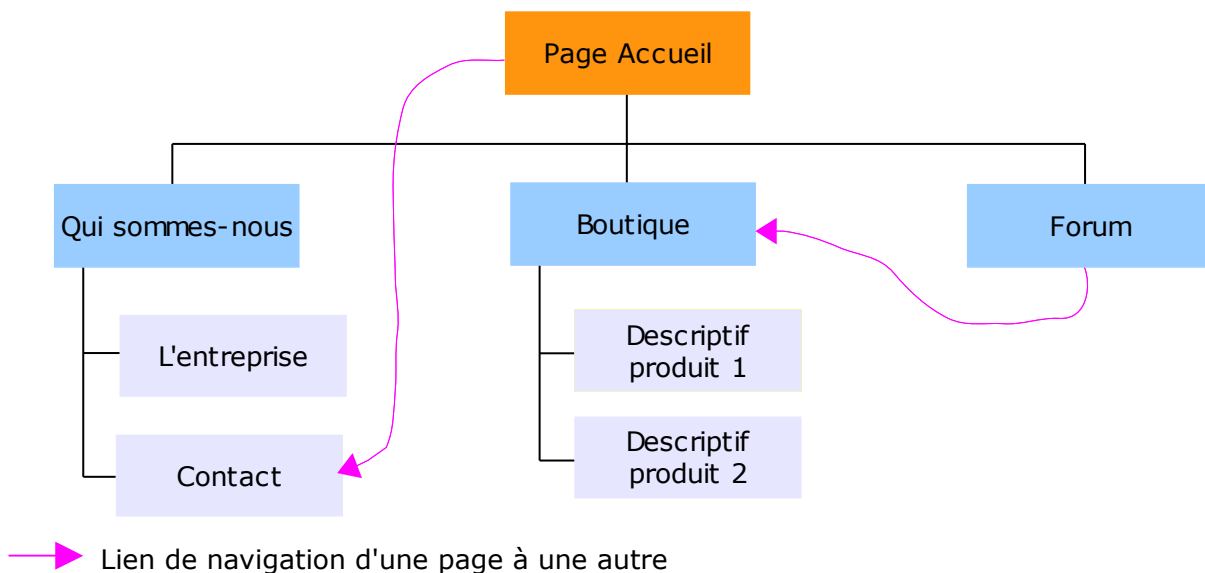
Les chemins qui partent de la page d'accueil vers les rubriques et sous-rubriques sont mis en place.

Mais est-ce que l'utilisateur ne voudrait-il pas prendre un autre chemin pour obtenir l'information plus rapidement ?

Par exemple, l'utilisateur se trouvant sur la page "forum" veut parcourir votre boutique pour visualiser vos différents produits.
Devra-t-il remonter la hiérarchie et repasser à la page d'accueil, pour aller à votre page "boutique"...

Bien sur que non ! Mettez en place d'autres liens sur votre carte de site en réfléchissant au comportement de vos utilisateurs, aux chemins qu'ils aimeraient prendre.

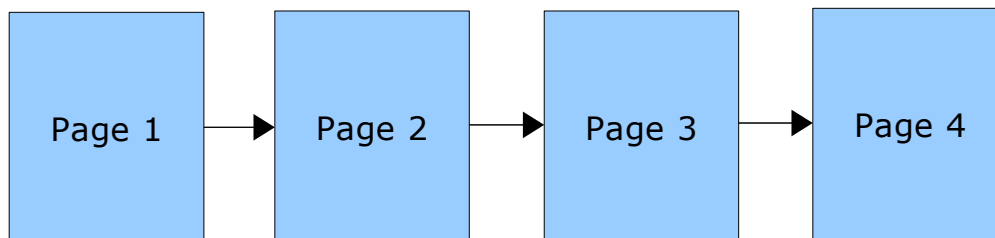
Toujours est-il qu'il ne faut pas mettre des liens partout !!
Ne liez pas votre page d'accueil avec toutes les autres pages. Soyez logique...



Cette structure hiérarchisée par thèmes est la meilleure manière de procéder lorsqu'il y a beaucoup d'informations à présenter.

Vous pouvez aussi organiser certaines pages de votre site de manière séquentielle.

C'est à dire, exactement de la même manière que si vous tournez les pages d'un livre.



→ Lien de navigation d'une page à une autre

Cette structure séquentielle est particulièrement adaptée pour présenter un tutoriel, un long texte où le passage à la page suivante demande d'avoir pris connaissance des informations présentées à la page précédente.

Cette étape est très importante : la structure cohérente de votre site internet en dépendra.

Vous devez créer un site très facile à utiliser.

Faites ce travail sur papier. De cette manière, vous gagnerez énormément de temps.

Ce n'est pas lorsque votre site Internet ressemblera à une usine à gaz, qu'il faudra penser à tout réorganiser. Je dis çà à tout hasard ☺



3. Règles à respecter

Chaque page de votre site doit répondre aux questions de l'internaute :

- Où suis-je ?
- Où puis-je aller ?
- Comment vais-je revenir en arrière ?

Un visiteur perdu est un visiteur déçu.

Un visiteur déçu est un visiteur qui est PERDU à jamais. Sachez-le !

Votre navigation doit être cohérente et ce, pour chaque page de votre site.

Règle N° 1 : Réalisation d'un menu principal

Votre menu de navigation principal (horizontal ou vertical) doit être visible sur chacune de vos pages.

Présents sur toutes vos pages, les liens ou boutons de votre menu de navigation doivent impérativement :

- Avoir toujours la même fonction.
- Être placé dans le même ordre.
- Avoir les mêmes intitulés de rubriques.

De plus, votre menu principal doit présenter des liens vers vos thèmes ou rubriques les plus importantes de votre site Internet.

Cela vous paraît peut être logique mais sur beaucoup de sites, il faut chercher pour trouver la page d'accueil.

Certains placent le lien de leur page d'accueil sur leur logo.

C'est très bien mais cela ne suffit pas.

Placez votre bouton "Accueil", toujours en premier sur votre barre de navigation principale.

Variante : si vous n'utilisez pas de menu principal, vous devez cependant ne pas oublier de mettre un lien "retour à la page d'accueil" sur toutes vos pages.

Règle N° 2 : Réalisation d'un menu secondaire

Certains liens doivent être présents sur toutes les pages mais ce n'est pas pour autant qu'il faut les intégrer dans la barre de navigation principale.

Notamment les liens tels que "FAQ ", "liens utiles", "carte du site", "Conditions Générales de Ventes"

Règle N° 3 : Largeur / profondeur du site

Vous devez équilibrer la largeur et la profondeur de votre site.

Plus votre site est "profond", plus l'accès à l'information est difficile.
On en revient à la règle des trois clics expliquée précédemment.

Plus votre site est "large", plus votre site deviendra illisible.
On remarque beaucoup de sites où tous les liens de navigation se trouvent sans tri logique au premier niveau (menu de gauche, menu horizontale, menu de droite). C'est vraiment ce qu'il ne faut pas faire !

Sur votre page d'accueil, ne mettez pas plus de 20 liens hypertextes !

Trouvez un juste milieu, entre accessibilité et lisibilité.

Règle N° 4 : L'apparence des liens hypertextes

Le lien hypertexte est l'essence même de la navigation sur Internet.
Que se soit un lien interne ou externe, ce lien doit être :

- **Explicite**
En lisant l'intitulé du lien, l'utilisateur doit avoir une idée de l'information qu'il va visualiser.
- **Souligné**
Pour un souci de standard, il est préférable de souligné tous les liens hypertextes.
Ce n'est pas à l'internaute de chercher vos liens...
- **Couleur standard**
Il est vrai que nous avons l'habitude des liens non visités en bleu souligné et les liens visités en rouge pourpre .
Privilégiez cette couleur standard.
Toutefois, si votre design le permet, vous pouvez utiliser une autre couleur à condition que les liens soient toujours aussi visibles et identifiables.
- **Ni trop long ni trop court**
Utilisez de deux à 5 mots pour décrivent vos liens.
Utilisez des mots qui seront repris sur votre page de destination (très bon pour le référencement)

Règle N° 5 : Possibilité de revenir en arrière

Pour une navigation séquentielle , vous devez donner la possibilité aux utilisateurs de revenir en arrière.

Faites un lien "suivant", "précédent" sur chacune de ces pages.

Pour que l'utilisateur sache où il se trouve vous pouvez mettre en haut de chaque page ce type d'annotation :

Nom page 1 > Nom page 2 > Nom page 3

Règle N° 6 : Zone membre

Si vous avez l'intention de mettre une zone membre (zone privée) celle-ci doit être clairement visible dès la page d'accueil.

Règle N° 7 : Les liens externes

Il est intéressant pour le lecteur d'avoir recours à des informations complémentaires à la vôtre mais ne mettez pas de liens externes à profusion.

Surtout, limitez les liens externes qui seraient exclusivement commerciaux.

Vérifiez régulièrement si vos liens externes sont encore valides.

Il serait dommage que vos lecteurs tombent sur des "erreurs 404"...

Règle N° 8 : Outils d'aide à la navigation

En général, un internaute navigue sur un site internet via les menus ou les liens hypertextes.

Cependant, vous pouvez mettre en place des outils pour lui faciliter ces recherches.



Tous ces outils d'aide doivent être :

- Accessibles depuis toutes les pages de votre site,
- Tenus à jour.

La carte de site

Une carte de site permet à l'utilisateur d'avoir une vue d'ensemble de votre site.

Elle constitue une sorte de grande table des matières qui répertorie de manière hiérarchique toutes les pages du site, et permet de s'y rendre directement en un clic.

Dès que votre site prendra de l'ampleur (nombre important de pages), il deviendra nécessaire de la mettre en place.

Les F.A.Q

Si le fonctionnement de votre service est plus ou moins compliqué, il est intéressant pour le visiteur d'accéder directement à des questions/réponses.

En rédigeant cette F.A.Q, mettez-vous dans la peau de vos lecteurs afin de répondre d'une manière précise aux questions qu'ils sont susceptibles de se poser.

Son utilité : Un gain de temps considérable.

Vous n'aurez plus à répondre par email aux mêmes questions.

Vous pourrez compléter votre FAQ en fonction des nouvelles questions posées.

Visite guidée

Certains internautes aiment qu'on leur donne la main.

Vous pourrez via cette page web, présenter les points forts de votre site.

Cette page peut, par exemple, assister les visiteurs dans l'utilisation de votre site, de vos produits ou de vos services.

Rubrique d'aide

Normalement, aucune documentation ne devrait être nécessaire pour comprendre votre site web.

Cependant, vous pouvez créer des documentations sur des thèmes bien précis se rapportant directement au sujet de votre site Internet.

Vous pouvez par exemple, créer des vidéos explicatives sur votre fonctionnement, sur l'utilisation d'un de vos services...



Réalisation d'une page web

1. Techniques de mises en pages

Il existe trois techniques pour réaliser la mise en page d'une page web : les frames, les tableaux et le CSS.

Un webmaster débutant serait tenté d'utiliser des frames qui semblent au premier abord plus pratique que les tableaux.

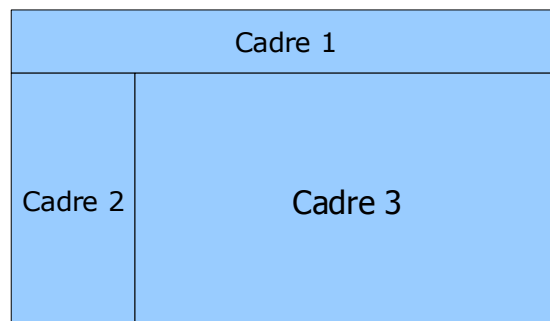
Le principe des frames (cadres) consiste à diviser l'écran en plusieurs fenêtres et afficher dans chacune d'elles, des documents HTML bien distincts.

La page ainsi chargée ne fait en réalité qu'indiquer quelles autres pages vont être affichées dans le navigateur et de quelle manière elles sont organisées (<frameset>).

On peut comparer cette organisation à celle d'un tableau dont les cellules seraient des pages entières.

Exemple : découpage d'une page web en trois zones distincts

Le cadre 1 sert pour l'entête (header), le cadre 2 pour la navigation et le cadre 3 pour le contenu de la page qui variera selon le menu sélectionné.



Plutôt que de répéter un même ensemble d'éléments sur toutes les pages d'un site, le webmaster peut, grâce aux frames, réserver et afficher qu'une seule et unique fois l'entête et la navigation sur l'ensemble de ces pages web.

De cette manière, le webmaster n'a plus qu'à se consacrer qu'à un seul élément indépendant : le corps de la page dédié au contenu.

Les avantages sont :

- Simplicité du code
- Menu de navigation toujours présent à l'écran
- Rapidité de mise en page

Mais avant de vous lancer, voyons ensemble les inconvénients des frames :

- **Barre de défilement pas très esthétiques**
Le cadre 2 ayant une hauteur fixe, si votre corps de page (cadre 3) a une hauteur supérieur au cadre 2, une barre de défilement va apparaître...
- **Impossibilité de connaître la page visitée**
L'URL indiquée dans la barre d'adresse du navigateur correspond à la page comprenant le frameset donc le visiteur ne peut connaître l'adresse (url) de la page visitée.
- **Difficulté d'impression**
Il est impossible d'imprimer une page entière. L'impression se fera uniquement sur le corps de la page (cadre 3).
- **Non appréciée par les internautes**
Les internautes n'aiment pas ce genre de sites car pour visualiser l'intégralité d' une page, ils doivent se servir de cette fameuse barre de défilement verticale (pas très commode pour naviguer).
- **Référencement très délicat**
Les frames sont incompatibles avec quasiment tous les moteurs de recherche, dont Google....
Pourquoi ? Un moteur de recherche scanne le texte de la page qu'il visite or la page initiale de frames ne comporte que très peu de lignes de code HTML.

Les frames sont donc à éviter !

Voyons maintenant pour les tableaux.

Originellement prévus dans le but de mettre en forme des données, les tableaux ont rapidement été détournés par les auteurs web pour combler un vide qui faisait cruellement défaut au HTML à l'époque : la mise en page.

Avant l'arrivée du CSS, les développeurs pensaient avoir trouvé la parade avec les tableaux et ont donc commencé à utiliser massivement ces derniers pour du positionnement et autres mises en page complexes.

Vous allez voir dans l'article ci-après que les tableaux sont franchement inadaptés aux exigences d'aujourd'hui, à cause de leurs limites notamment en termes d'accessibilité, de facilité d'utilisation et de maintenance.

[Lire cet article](#)

2. A retenir !

A l'heure actuelle, il est facile de créer un site internet.

En travaillant avec un éditeur de création Web WYSIWYG tel que Kompozer, vous pouvez mettre en forme directement vos pages Web et visualiser immédiatement le résultat sans passer par le code.

WYSIWYG (What You See Is What You Get): ce qui signifie :
« Ce que vous voyez est ce que vous obtenez »

Mais, vous vous apercevrez très rapidement, qu'il est nécessaire de connaître un minimum le HTML, si vous souhaitez concevoir de bonnes pages Web.

Le langage HTML repose sur des règles bien précises publiées par un consortium international : le W3C (World Wide Web Consortium).
Il serait dommage de voir vos pages web très bien interprétées par un navigateur et illisibles sur les autres.

Le but est, vous en conviendrez, d'avoir un site Internet qui s'affiche correctement sur les principaux navigateurs pour obtenir une visibilité maximale.

Les normes ayant évoluées, il est important de savoir que W3C a déclaré de nombreuses balises « obsolètes » ou dépréciées. La grande majorité des webmasters n'ont pas pris en considération ces évolutions.

Il n'y a qu'à voir le nombre de sites utilisant :

- Des tableaux, des frames pour structurer leurs pages web.
- Des propriétés de mise en forme interdites telles que <center>, .

Créez votre site en séparant le fond (le contenu) de la forme (présentation) :

- Utilisation du langage HTML pour structurer vos pages web, insérer du texte et images.
- Application d'une feuille de style (CSS) pour décrire l'apparence de vos pages Web.

Bien entendu, vous pouvez mettre en forme vos pages web en utilisant uniquement le langage HTML mais dans ce cas, vous ne garantissez pas la pérennité de votre site.

Si vous avez l'habitude de créer vos pages web, avec des tableaux, sans utiliser les feuilles de style, je vous conseille d'oublier vos mauvaises habitudes.

La page d'accueil, une page essentielle

1. Comment créer une page d'accueil efficace

La page d'accueil est la première page qui apparaîtra à l'ouverture de votre site. Vos visiteurs vont juger votre site par le biais de cette page. Il est donc très important que vous la réalisiez avec le plus grand soin.

Votre page d'accueil doit répondre aux questions des internautes :

- Ce site parle de quoi ?
- Qu'est-ce que ce site peut m'offrir ?
- Comment puis-je accéder aux différentes informations ?
- Y-a-t-il du nouveau depuis ma dernière visite ?

On peut comparer la page d'accueil d'un site Internet à la vitrine d'un magasin. Tant que l'internaute n'a pas cliqué sur un lien, celui-ci est toujours au seuil du magasin.

Le but d'une page d'accueil est donc d'inciter l'internaute à franchir ce seuil. Sachez que votre page d'accueil doit retenir l'attention de votre lecteur et ce, en quelques secondes, si vous voulez qu'il prenne la peine de visiter les autres pages de votre site.

Plusieurs études démontrent que les visiteurs prennent seulement 10 secondes pour décider si oui ou non, ils vont continuer leurs visites.

Il est donc primordial d'utiliser ces dix secondes de manière optimale.

Qu'est-ce que cela implique ?

Votre visiteur doit comprendre tout de suite l'objectif de votre site, savoir ce que vous pouvez lui offrir.

Le message de votre page d'accueil doit être très concis :

- Rédigez le but, la vocation de votre site Internet avec :
 - une accroche de quelques mots,
 - une à deux phrases comportant de 15 à 20 mots chacune.
- Présentez 3 ou 4 bonnes raisons au visiteur de rester sur votre site.
 - téléchargement d'un ebook,
 - proposer vos services,
 - proposer au visiteur des articles, une mini formation...

Voici un exemple d'un message réussi :



Sur cette page d'accueil, nous savons tout de suite ce que le site propose : une aide pour rédiger notre texte sur le web.

Les colonnes *Contexte* et *Outils* sont destinées à répondre au besoin de recherche d'information.

La colonne du milieu, l'*Editorial*, permet toutefois, à ceux qui le désirent, de faire une consommation immédiate d'information, en l'occurrence une information contextualisante.

De plus, cette page présente d'autres bonnes raisons pour ne pas surfer : proposition de formations, recevoir des articles.

Vous vous demandez sûrement **à quoi sert ce tracé en rouge**.

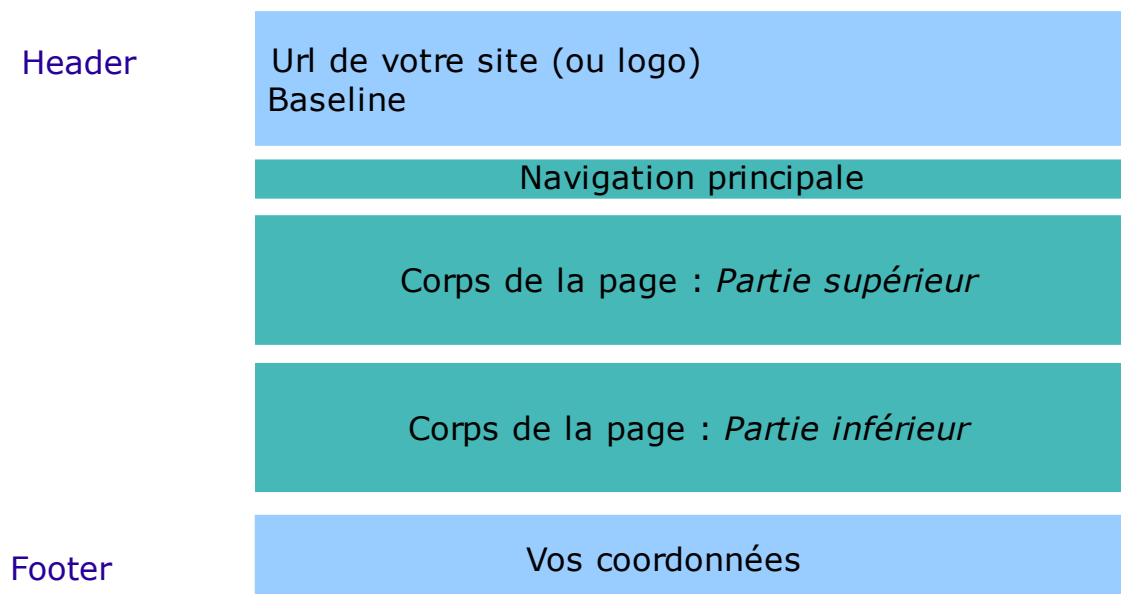
Et bien, c'est la trajectoire du regard d'un internaute lorsqu'il découvre un site. Le regard démarre en haut et à gauche de l'écran, se dirige vers le centre, vers la gauche, revient vers le centre pour finir vers la droite de l'écran.

Vous pouvez donc constater deux choses importantes :

Le premier regard est en haut et à gauche de l'écran puis le visiteur porte rapidement son regard au milieu de la page du site. C'est précisément à ces endroits que vous devez placer le contenu qui retiendra l'attention du visiteur.

Voici un très bon article sur l'étude de suivi du regard, sur la prédominance du texte sur l'image ou la nécessité d'écrire concis. D'autres aspects sont abordés, tels le "colonnage", les variations typographiques ou le positionnement des barres de navigation : redaction.be

Voici un exemple de page d'accueil avec les éléments indispensables à mettre en place, avec un emplacement à respecter :



Header (haut de page)

Les yeux de l'utilisateur commençant à parcourir le site dans le coin supérieur gauche, vous devez insérer l'adresse de votre site web et une baseline.

Baseline : Mi-slogan & mi-thématique, cet élément doit permettre au visiteur d'avoir une idée de l'objectif de votre site. Cet élément est capital pour un site non reconnu.

Navigation principale (Menu principal)

En général, la barre de navigation se trouve à cet emplacement. Cependant, il n'y a pas de règle précise quant à son positionnement. Vous pouvez tout aussi bien créer un site sur deux colonnes et placer votre menu sur la colonne de gauche ou de droite.

Corps de page

Sur la partie supérieure, vous décrirez l'objectif de votre site. Cette partie doit être très aérée et contenir peu de texte ou image. Vous pouvez renforcer le message en proposant une newsletter ou un cadeau en téléchargement pour capter l'adresse email du visiteur. Utilisez la partie inférieure pour des informations de moindre importance.

Footer (bas de page)

Cette partie n'est pas à négliger ! Mettez vos coordonnées, les conditions d'utilisations de votre site...

Votre page d'accueil doit contenir les informations indispensables au contact, mettre à l'aise votre visiteur et lui donner l'impression immédiate qu'il a trouvé le bon site.

Rappelez-vous que vous n'avez aucune notoriété.
Il est donc impératif que vos visiteurs puissent vous identifier en tant que personne physique.

Sur votre page d'accueil doit figurer :

- Votre nom ou celui de votre entreprise,
- Votre adresse postale !
- Votre adresse mail ou un lien vers une page contact,
- Votre N° de tél, si vous souhaitez que l'on vous contacte de cette manière.



Votre page d'accueil est la page la plus importante de votre site web.

Prenez le temps de concevoir cette page avec le plus grand soin.
Prenez le temps d'écrire un message de qualité qui ATTIRE le lecteur à surfer sur votre site plutôt que sur celui du voisin !

Voyons maintenant ensemble toutes les erreurs à ne pas commettre...

2. Les erreurs à éviter

Ne pas faire figurer son nom et son adresse postale

- ✘ Sans ces éléments, vous ne serez pas crédible aux yeux de vos lecteurs.
C'est élémentaire et pourtant cette erreur est visible sur d'innombrable sites. Évidemment si c'est une arnaque, cela peut se comprendre...

Créer une page d'accueil trop longue

- ✘ 1 à 2 pages d'écran maximum
Ne laissez pas votre visiteur trop longtemps sur la page d'accueil.

Proposer trop de choix à ses lecteurs

- ✘ Trop de choix tue le choix. Si vous donnez trop de choix à votre lecteur, il n'ira pas où vous voulez qu'il se rende.
- ✘ Aiguillez votre visiteur vers une ou deux actions, comme par exemple : lire la suite d'un article, s'abonner à votre newsletter, télécharger une documentation...

Faire une page "tunnel"

- ✘ Votre page d'accueil doit rester une "vrai" page d'accueil.
Le genre de page construite avec une image et un message : « cliquez ici pour entrer » envoyant vers la "vrai" page d'accueil est un très mauvais procédé si vous souhaitez un bon référencement !

Mettre des liens externes sur sa page d'accueil

- ✘ Le but d'une page d'accueil est que le visiteur visite votre site.
En mettant des liens externes, vous donnez la possibilité à vos lecteurs de s'échapper...
A la rigueur, vous pouvez placer des liens partenaires, si vos partenaires font de même sur leurs sites ou si ces partenaires placent votre lien sur des pages à fort trafic.

Mettre de la publicité sur sa page d'accueil

- ✘ Exactement pour la même raison que pour les liens externes : votre visiteur risque de partir immédiatement sans consulter votre site.
- ✘ Il est vrai que c'est tentant de mettre une bannière en haut de sa page d'accueil ou des annonces google AdSense. C'est à vous de voir... Dans tous les cas, ne transformez pas votre page d'accueil en un étalage de pubs sous prétexte que vous pourriez toucher quelques commissions.

Utiliser des technologies non standard

- ✘ Utilisez du code HTML standard pour vos pages web. Oubliez le flash, les applets java... car :
 - si votre visiteur n'a pas le bon plug-ins installé sur son ordinateur, il ne prendra pas le temps de le télécharger.
 - Avec ce type de langage, votre page sera beaucoup plus longue à se charger.

Faire sa page d'accueil trop lourde

- ✘ Votre page doit se charger le plus rapidement possible. N'oubliez pas que beaucoup de particuliers n'ont pas encore l'ADSL.

Ne pas mettre de barre de navigation

- ✘ Votre site doit être structuré de telle manière que votre visiteur trouve rapidement les principaux thèmes de votre site. Ne faites pas compliqué lorsque l'on peut faire simple.

Ne pas faire de mise à jour

- ✘ S'il y a une page que vous devez mettre à jour, c'est bien la page d'accueil.

Montrez à vos visiteurs que votre site bouge. Chaque semaine, vous pouvez par exemple sur la partie inférieure de votre page, rajouter un petit article, une nouveauté, un lien vers une de vos pages peu visitée.

Présentation d'un site web

Un site bien construit, présenté d'une manière agréable à lire avec une ergonomie bien pensée attirera la sympathie de vos lecteurs.

1. Une mise en page réussie

La mise en page n'est pas uniquement une question de goût. Elle obéit à certaines règles largement éprouvées, en terme de confort et d'efficacité.

Voici plusieurs critères à prendre en considération pour présenter le contenu de votre site de façon attractive :

- **Présentez sur chaque page un certain nombre d'informations**

- le nom de votre site
- l'email de contact
- le nom de la rubrique visitée
- le menu de navigation principal
ou la possibilité de retourner sur la page d'accueil...

- **Rédigez les titres de chacune de vos pages « Meta tag »**

Lorsque vous allez sur un site internet, un titre apparaît tout en haut de votre écran, au dessus de votre navigateur.

Si le lecteur a ouvert plusieurs fenêtres, il peut grâce aux titres des pages web ouvertes se repérer dans l'historique de sa consultation.

En ce qui concerne les Meta-tag, j'en parle dans le tome 3 de cette collection.

- **Facilitez la lisibilité de vos pages, vos textes (typographie)**

Police de caractère :

- N'utilisez pas plus de 3 polices de caractères différentes.
- Privilégiez les fontes sans serif : Arial, Verdana, Georgia.
- Évitez les polices de caractères spéciales.

Taille de caractère

- Utilisez une taille suffisamment grande.
- Mettez en avant les titres et intertitres en jouant sur la taille des caractères.

Majuscule

- Utilisez les majuscules pour des titres de rubrique.
- Évitez les majuscules dans le texte d'un paragraphe.

Italique

- A utiliser uniquement pour les citations.

Soulignement

- Évitez de souligner du texte autre que les liens hypertextes.

• **Soignez la Présentation de vos textes et titres**

- Évitez les animations ralentissant la navigation.
- Évitez les textes clignotants ou défilants.
- Évitez les textes avec des lignes trop longues (90 caractères maxi/ligne).
- Soigner le contraste entre la couleur de vos textes et celle du fond de votre page web.

• **Respectez la règle des trois écrans**

En général, la longueur d'une page ne doit pas dépasser 3 écrans pour limiter le défilement vertical.

Le premier écran doit rassembler le maximum de l'information et inviter à la découverte du reste de la page.
Vous pouvez toutefois aller jusqu'à 5 ou 6 écrans (grand maximum).

Si votre texte est trop long, faites deux pages avec une navigation suivant, précédent.

• **Évitez le défilement horizontal**

Il n'y a rien de plus désagréable que de se servir du défilement horizontal pour voir une page dans son intégralité.

Quelle que soit la résolution de l'écran de votre utilisateur, faites en sorte qu'il n'ait pas à l'utiliser !

2. Mise en relief d'une page web

Avez-vous déjà entendu l'expression : lire en diagonale ?

Dans la presse écrite, la plupart des gens ont l'habitude de lire de cette manière lorsqu'ils démarrent un article.

Ce n'est uniquement qu'après avoir été accroché par un titre ou un slogan qu'ils adoptent la direction vers une lecture plus attentive.

[Selon Jakob Nielsen](#), 79% des internautes lisent toujours en diagonale et seulement 16% lisent mot à mot !

Sur Internet, il est normal que ce phénomène s'amplifie vu le nombre d'informations mises à disposition de l'internaute.

Qu'est-ce-que cela implique ?

Votre site web doit répondre à deux objectifs :

- Permettre à vos lecteurs de trouver rapidement l'information recherchée.
- Contenir assez d'informations pour assouvir la soif de vos lecteurs.

Conseils pour mettre en relief vos pages web :

- **Aérez vos textes**

Un écran ne doit être rempli qu'à 50% de texte et de graphique.
Le reste est consacré au fond d'écran.

Faites respirer la page par des espaces vides qui reposeront le lecteur.

- **Utilisez des titres et des intertitres**

Ecrivez des titres accrocheurs.

En mettant des titres entre les différents paragraphes vos visiteurs auront un aperçu global de l'information en un seul coup d'œil.

Ne faites pas trop d'espace entre les intertitres et le texte qui suit.

- **Utilisez des listes à puces ou numérotées**

Ce type de liste donne du relief à votre page tout en énumérant différents éléments importants.

- **Utilisez la couleur ou la mise en gras** pour les mots importants

Attention de ne pas utiliser la même couleur que celle utiliser pour vos liens hypertextes.

- **Utilisez des visuels** (images, graphiques, photos)

Choisissez des visuels qui ont un rapport direct avec le contenu de votre page web.

- **Détachez votre information en plusieurs paragraphes**

Ecrivez de petits paragraphes
Chacun de vos paragraphes ne doit contenir qu'une seule idée.

- **Découpez votre page web en plusieurs blocs d'informations**

Découpez la page en zones clairement distinctes : zones réservées à la navigation, au contenu...
Encadrez certaines zones de texte.

A noter :

Mais selon une étude dénommée « Usage de l'internet » réalisée par ISH (Institut des sciences de l'homme)
Seulement 17,3 % lisent un texte entièrement sur écran, alors que 37,3 % l'enregistrent pour le lire plus tard, et que presque la moitié des internautes l'impriment.

Il est donc conseillé de prévoir une version imprimée de vos pages web ou de donner la possibilité à vos lecteurs de télécharger une version en PDF.

3. L'identité graphique

L'importance d'un programme d'identité visuelle n'est plus à démontrer.

Le contenu d'un site peut être très riche, mais la première chose que juge l'utilisateur, c'est le graphisme et la façon dont les informations sont présentées.

L'identité graphique doit permettre à l'utilisateur de reconnaître du premier coup d'œil une marque ou une entreprise.

En d'autres termes, **l'utilisateur doit reconnaître votre site Internet !**

Pour traduire votre identité visuelle, vous devez mettre en place une charte graphique **cohérente pour l'ensemble du site** définissant les éléments graphiques suivants :

- Choix des couleurs (couleurs prédominantes, couleur du fond d'écran)
- Taille , couleur et apparences des textes
- Images et boutons du site
- Le positionnement des informations

Vous devez choisir des couleurs adaptées à votre domaine d'activité, aux couleurs de votre entreprise (notamment aux couleurs de votre logo).

Quel que soit le choix des couleurs, il est recommandé de définir une couleur prédominante, représentant la majeure partie de la page web, et une ou plusieurs couleurs secondaires plus dynamiques (plus vives), en moindres proportions , afin de mettre des éléments en exergue.

La couleur dicte une ambiance globale, un look et fournit des émotions (perceptives et affectives) au visiteur.

Il est donc important de les choisir en connaissance de cause.

Voir à ce sujet cet excellent article : [webdesign](#)

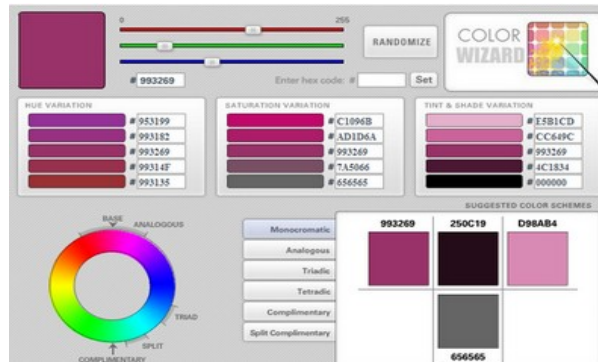
L'élément principal dont vous devrez tenir compte est la couleur d'arrière-plan. C'est elle qui jouera le rôle majeur en termes de contraste.

C'est à partir de cette couleur, que vous pourrez déterminer les autres couleurs de votre site, les couleurs de votre texte, des éléments de navigation...

Pour harmoniser les couleurs de vos pages web, vous pouvez utiliser [l'outil](#) présenté ci-après.

Choisissez une couleur prédominante en utilisant les trois réglettes. Automatiquement, vous obtiendrez des couleurs complémentaires à votre couleur prédominante.

Cliquez sur "Randomize" pour obtenir d'autres combinaisons de couleur.



Quelques conseils :

- **N'utilisez pas plus de trois couleurs différentes** pour votre site afin de respecter le critère de sobriété.
- **Choisissez un bon contraste de couleurs**
Exemple : texte noir sur fond blanc.
- **Choisissez une palette de couleur cohérente**
Ne faites pas de faute de goût en utilisant des couleurs qui ne se marient pas entre elles...
- **Choisissez des couleurs en fonction de votre cible**
Votre site s'adresse-t-il à un public jeune et dynamique, s'inscrit-il dans une tendance sérieuse, sportive...
- **Faites preuve de professionnalisme !**
La qualité de votre charte graphique influencera la crédibilité de votre site Internet.
Évitez par exemple les cliparts (dessins) animés qui sont signe d'amateurisme.
- **Soignez vos visuels**
Vos photos doivent être en rapport avec le contenu et optimisées pour ne pas être longues à charger.

Pour créer votre propre charte graphique, vous avez trois solutions :

- **Par vous-même :**

Avantage

- Maîtrise totale de l'apparence visuelle de votre site
- Exclusivité de votre charte graphique

Inconvénient

- Difficile d'obtenir un design d'apparence professionnelle
- Très long à mettre en place

- **En passant par un infographiste, un designer :**

Avantage

- Charte graphique exclusive et professionnelle
- Gain de temps

Inconvénient

- Son prix (comptez un minimum de 500€...)
- Aucun contrôle pour les modifications ultérieures
- Difficulté d'obtenir exactement ce que l'on souhaite

- **En téléchargeant une charte graphique sur le net :**

Avantage

- Charte graphique tout prête à l'emploi en un clic
- Charte graphique professionnelle selon le choix
- Gratuit ou très bon marché

Inconvénient :

- Aucune exclusivité
- Obligation d'insérer un lien texte sur les pages de votre site

Pour mettre en ligne très rapidement votre site sans réellement vous préoccuper de la partie design, je vous recommande la troisième solution.

La procédure est simple :

- Choisissez votre kit graphique
- Téléchargez votre kit graphique
- Installez votre kit graphique
- Modifiez la charte graphique à votre goût, à vos couleurs
- Ajouter votre contenu avec un éditeur html

Sélection de 10 sites proposant des kits graphiques Gratuits :

[Graphiques-kits](#)

[Gratos.be](#)

[FreeTemplate](#)

[Zwatla](#)

[Spyka](#)

[KGG](#)

[Sarkis](#)

[Dotemplate](#)

[Zymic](#)

[Kg-design](#)

Sélection de 4 sites proposant des kits graphiques payants :

[Kitgrafik](#)

[Graphik-system](#)

[KitGraphique](#)

[Templatemonster](#)



4. Optimiser ses images

Lorsque vous souhaitez insérer des images sur votre site, il est important de les optimiser.

Sans cette optimisation, vos pages web seront bien plus longues à charger et consommeront plus de bande passante.

De plus, avant d'insérer une image, posez-vous la question suivante : Apporte-t-elle un élément supplémentaire au contenu de ma page ?

Il ne sert à rien de mettre des images uniquement pour faire beaux...

C'est quoi une image ?

Pour faire simple, une image est composée de pixels (*picture elements*), c'est à dire un assemblage de petits points ayant chacun une taille très infime.

Plus la taille de l'image est grande, plus elle contient de pixels, plus le poids de l'image est grande (poids exprimés en octets), plus le temps de chargement augmente.

Pour vous donner un ordre de grandeur, 100 ko (100 000 octets) correspond à temps de chargement d'environ 7 secondes avec un modem 56k (tout le monde n'a pas l'ADSL...)

Voir à ce sujet le chapitre : votre site est-il fonctionnel ?

En sachant qu'une page web ne doit pas dépasser 100 ko (grand maximum !), vous comprenez maintenant pourquoi il est impératif de :

- Réduire la taille de l'image
- Réduire le poids de l'image

Quel format choisir ?

La plus part des webmasters n'utilisent que le format JPEG pour les images de leurs sites.

C'est pourtant une erreur !

Pour choisir le format d'une image, il faut prendre en considération le type d'image : est-ce une photographie, texte ou dessin simple, dessin complexe ?

Les formats d'images

Il existe trois formats standards parfaitement supportés par les navigateurs actuels :

JPEG (Joint Photographic Experts Group)

Ce format dont l'extension informatique est "jpg" permet d'enregistrer des images comportant des millions de couleurs.

Son avantage, c'est qu'il permet une compression réglable.

A l'enregistrement, vous pouvez choisir le taux de compression à appliquer à l'image.

La compression est "destructrice" : la diminution du poids de l'image sera au prix d'une perte de qualité.

A vous de trouver le juste milieu pour obtenir une image de qualité pour un poids raisonnable.

Ce format est utilisé pour enregistrer des **photographies de couleurs** ou des images qui comportent de nombreux détails.

Ce format ne gère pas la transparence

GIF (Graphics Interchange Format)

Ce format utilise seulement 256 couleurs, ce qui n'est pas gênant pour enregistrer **des images** tels que logos, graphiques, boutons, images synthétiques, photographie en noir et blanc

En revanche, ce format n'est pas adapté pour les photographies couleurs. C'est le seul format qui permet de créer des animations (sans son).

Ce format gère la transparence.

C'est à dire qu'une des couleurs peut être non visible. Vous pouvez par exemple utiliser des images sans avoir la couleur d'arrière plan.

PNG (Portable Network Graphics)

Il existe deux types de fichiers png : le png8 et le png24.

Png8 utilise 256 couleurs comme le format GIF.

Png24 utilise des millions de couleurs comme le format JPEG.

La compression est "non-destructrice" , c'est à dire que la compression n'altère pas la qualité de l'image mais supprime des couleurs superflues.

Ce format convient pour **tout type d'images** et gère la transparence.

A noter :

Il existe d'autres formats d'image, comme par exemple le BMP ou le TIFF. Ces formats ne sont pas recommandés pour le web car vous ne pourrez pas compresser vos images.

Conclusion

Pour les photographies, je vous suggère d'utiliser le format JPEG
Pour les autres images, vous pouvez utiliser Le format GIF ou PNG.
Voir cet article : [Le PNG face au GIF.](#)

Un outil simple à utiliser

Une fois que vous aurez choisis le bon format d'enregistrement, vous utiliserez des outils pour mettre l'image à la taille voulue et réduire au maximum son poids.

IL existe de nombreux logiciels de traitement d'images mais ils sont souvent compliqués à manipuler (exemple : Photoshop, Gimp...).

Pour traiter et optimiser vos images d'une manière simple, je vous recommande **Photofiltre**.

[Cliquez Ici](#) pour le télécharger et comprendre son fonctionnement

Créer un site interactif

L'un des avantages d'un site Internet est de pouvoir communiquer facilement avec ses visiteurs.

Un site Internet n'est pas juste un support informatif ou commercial. En tant que webmaster, montrez à vos visiteurs qu'ils ont de l'importance, que leurs opinions comptent à vos yeux.

1. La page de contact

Lorsqu'on surfe sur un site Internet, on aime avoir la possibilité de joindre le webmaster ou l'auteur du site visité.

Et bien figurez-vous, bon nombres de sites et de blogs ne possèdent aucune coordonnée de contact.

Sans adresse email, ou de N° de téléphone comment voulez-vous qu'un visiteur puisse vous joindre...

Comment pouvez-vous donner de la crédibilité à votre site web, si vos visiteurs ne peuvent rentrer en contact avec vous !

Pour palier à cela, deux solutions s'offrent à vous pour établir le contact avec vos visiteurs :

1. En insérant votre adresse email sur votre site

Votre adresse mail peut être insérée sur chaque page de votre site (footer) ou sur une page web nommée par exemple : *contactez le webmaster*.

2. En mettant en place un formulaire de contact

Ainsi les visiteurs écrivent leurs messages en remplissant le formulaire et vous les recevrez sur votre messagerie.



Solution 1 : un simple lien « mailto »

Son avantage réside sur sa grande simplicité d'intégration.
Juste un lien hypertexte à mettre en place à l'endroit voulu.

Dès qu'un utilisateur clique sur ce lien, sa messagerie s'ouvre (ex : outlook Express et permet l'envoi d'un message à l'adresse indiquée dans le lien.

Ex : l'adresse spécifiée étant : contact@monsite.com

```
<a href="mailto:contact@monsite.com">contact</a>
```

L'inconvénient majeur est que votre adresse email est à la vue de toutes personnes et surtout des robots (programmes qui scrutent le web à la recherche d'adresses mail pour du spam)
Vous allez donc être spammé (courrier indésirable).

De plus, nombreuses personnes n'ont pas configuré leur messagerie interne car ils utilisent à la place des webmails (ex : laposte.net, gmail de google...)

Solution 2 : formulaire de contact

Son avantage réside sur le fait que votre email étant invisible, vous évitez ainsi de vous faire spammer.

Mais si votre formulaire n'a pas un système anti-spam, rien empêche les robots de vous spammer.

Donc, choisissez un formulaire de contact qui propose un captcha du type :



Téléchargez un formulaire de contact optimisé en [Cliquant Ici](#)

Le code du formulaire proposé ci-dessus a l'avantage d'être léger, de fonctionner correctement, d'être compatible avec les navigateurs principaux : Firefox, Opéra, Netscape, IE7 ...

Son inconvénient

Si vous ne connaissez pas grand chose en programmation, vous aurez un peu de mal à réaliser son intégration et surtout à le modifier au couleur de votre site.

Conclusion

Le formulaire est de loin plus pratique, plus incitatif et plus agréable qu'un lien « mailto »

Préférez l'usage d'un formulaire, plus complexe à mettre en place mais qui apporte une puissance non négligeable à la page.



Répondez !

Les visiteurs qui vous adressent un message doivent être traités avec attention... Si vous souhaitez vendre en ligne, dites-vous que chaque email reçu doit être considéré comme un élément de PROSPECTION.

2. Les coordonnées téléphoniques

Pour ce qui concerne de savoir si vous devez indiquer vos coordonnées téléphoniques, tout dépendra de vous :

Avez-vous envie de répondre à vos visiteurs, pour les renseigner, pour les aider, les rassurer ?

La grande majorité de vos visiteurs préféreront vous contacter par email. Donc pas de crainte, vous ne serez pas submerger par les appels téléphoniques.

Il existe deux autres moyens pour être contacté par téléphone sans donner son numéro de téléphone privé :

Création d'une Hotline tout en étant payé à chaque appel.

Anciennement appelé Selftelecom, [monservicevocal](http://monservicevocal.com) est le premier opérateur à fournir une ligne téléphonique rémunératrice, sans aucun frais, sans abonnement ni engagement.

Après inscription, vous obtenez un numéro de téléphone surtaxé associé à votre numéro de téléphone fixe ou portable.

En d'autre terme, 2 lignes téléphoniques pour un seul et même téléphone.

Avantages :

- Les coûts de communication sont inclus dans la facture téléphonique du client.
- Vous avez donc la possibilité d'être contacté par téléphone en évitant de donner votre numéro de téléphone privé.
- Vous gagnez de l'argent sur chaque appel.

Inconvénients

La personne qui vous appellera, payera chère la communication.
(environ 1,34€ /appel + 0,34€/min)

Cette solution est adaptée uniquement si vous avez un service bien particulier à fournir : astrologues, voyance, un service à vendre, un conseil, une assistance bien particulière...



Ne mettez pas en place un N° surtaxé sur votre site uniquement dans le but de gagner de l'argent sur les appels.
Cela serait malhonnête !

A noter : vous pouvez aussi mettre en place un N° indigo pour recevoir des appels de personnes sans donner votre N° de téléphone personnel.
Cette solution est bien moins onéreuse pour vos clients (0,12€ à 0,15€/appel)

[Pour en savoir plus](#)

Skype, plus de 200 millions de personnes l'utilisent dans le monde

Vous pouvez utiliser votre connexion Internet pour convertir votre ordinateur en téléphone Internet et passer des appels gratuits vers des utilisateurs Skype.

De la même manière, les utilisateurs de skype peuvent vous appeler sans payer.



Pour se faire, chaque utilisateur doit télécharger un petit logiciel sur son ordinateur et être muni d'un casque audio
L'avantage : vous parlez en main libre, sans combiné.

Vous devez vous dire : « mais si la personne ne connaît pas skype ».

Il existe un autre service appelé skypeIn , une solution économique pour passer des appels à tarif réduit de votre ordinateur via skype vers des téléphones fixes (0,017€/min) et mobiles (0,164€/min).

Les visiteurs de votre site qui n'utilisent pas skype peuvent vous contacter en composant votre N° en ligne, votre N° skype.

[Pour en savoir plus](#)

3. Interagir en direct avec ses clients

Un internaute qui dialogue est déjà presque un client ...

Le Chat est une alternative efficace et économique au téléphone comme canal d'interaction en temps réel.

Vous avez par exemple, Plugoo qui propose des services de communication liés à la messagerie instantanée.

Le [Widget Plugoo](#) offre aux visiteurs de votre site web, la possibilité de vous contacter en temps réel sur votre Messenger (MSN Messenger, GoogleTalk, Yahoo! Messenger, AOL AIM, ICQ, Jabber...).



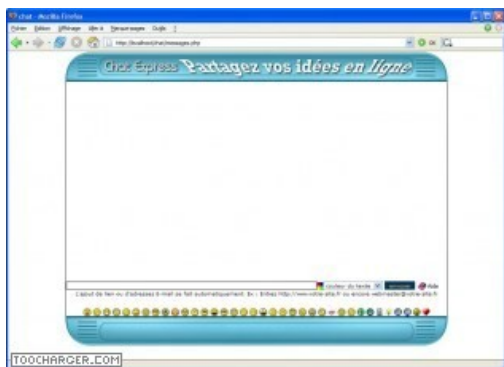
Si vous êtes en ligne sur votre Messenger, ils peuvent vous envoyer un message instantané via le contact Plugoo dans votre liste de contacts et vous pouvez ainsi "chatter" avec eux, répondre à leurs questions.

Vos visiteurs n'ont aucun logiciel à télécharger ou de compte à créer avant de vous contacter. Ils n'ont jamais accès à votre adresse de messagerie instantanée.

Les conversations avec vos visiteurs sont strictement privées .

Les autres visiteurs qui se trouvent au même instant sur le site ne voient pas les messages qui transitent. Vous ne modifiez pas vos habitudes, vous continuez d'utiliser votre Messenger favori.

Sur Internet, il existe de nombreux codes tous prêts pour installer un chat (système de dialogue en ligne) sur votre site.



Sur le site comscript, vous avez ce [chat express](#) qui a l'avantage d'être simple à installer et de ne pas utiliser de base de données.

Ce script est idéal pour les petits et moyens sites, et permettra aux webmasters de dialoguer avec ses visiteurs.

4. La newsletter

Cet outil est très important, absolument indispensable sur votre site !

Son utilité

En s'inscrivant à votre newsletter, vous permettez à vos visiteurs de rester en contact avec vous et d'être informés de toutes les nouveautés ajoutées sur votre site.

Atteignez des adresses Emails (opt'in) de qualité car ce sont vos visiteurs qui ont formulé leur accord pour recevoir des informations de votre part et cela n'a pas de prix : c'est un gage de confiance de la part du visiteur et il vous montre son intérêt pour votre site ou vos produits.

Vous allez donc désormais pouvoir adresser des emails (messages publicitaires, informations diverses, mises à jour...) à vos abonnés sans être accusé de faire du « Spamming » (répréhensible !).

Toutefois, cela ne vous dispense pas d'ajouter en bas de vos newsletters un lien de désinscription qui reste obligatoire et doit permettre à toute personne inscrite à votre lettre d'informations d'annuler son abonnement à tout moment.

Le choix du format

Il existe deux formats : le texte brut et le HTML.

Avec un format texte, vous pouvez uniquement inclure de la couleur et jouer sur la taille des caractères.

Une lettre au format HTML est bien plus esthétique car vous pouvez rajouter des images, des tableaux de la même manière qu'une page web.

L'inconvénient, c'est que de nombreuses messageries telles que webmail, hotmail désactivent par défaut l'accès aux images pour améliorer le temps d'ouverture de l'email.

Si vous choisissez le format HTML, pensez bien à :

- Intégrer des images légères pour diminuer le temps de chargement
- Respecter la largeur pour éviter que vos lecteurs se servent des ascenseurs (largeur comprise entre 550 et 750 pixels)

Contrairement aux attentes des responsables marketing, les internautes semblent très nettement préférer les e-mails commerciaux envoyés au format texte, révèle une étude menée par Opt-in News et publiée par Emarketer.

Selon cette enquête réalisée auprès d'internautes ayant reçu des e-mails publicitaires, 62 % des personnes interrogées déclarent préférer les documents électroniques sous format texte.

Vient ensuite le format HTML, 35 %, et enfin, loin derrière, les messages en Rich Media (3 %). Le faible succès de ce format s'explique certainement par la nécessité de disposer d'une importante bande passante.

Personnellement, je pense que le format texte est plus adapté pour une entreprise qui n'a pas à présenter les photos de ces produits.

La périodicité

Les fréquences varient du tout au tout selon le but de votre newsletter. Certains préfèrent le quotidien, d'autres le mensuel... avec toutes les périodicités intermédiaires.

Voir à ce sujet mon ebook tome 3 : Fréquence d'envoi des messages

Envoi en manuel ou en automatique

Si votre but est juste d'informer vos lecteurs des nouveautés de votre site, un simple système de newsletter suffit.

Si vous souhaitez vendre par email, optez pour un auto-répondeur.

Voir à ce sujet mon ebook tome 3 : Outils à utiliser pour envoyer des emails

5 astuces pour monter le taux de lecture de sa newsletter : [cliquez Ici](#)

Gestionnaire de newsletter

je vous recommande tout particulièrement : [Pop-list](#)

Ou deux scripts à intégrer sur votre site (connaissances en php/mysql requises) :

- [phpmynewsletter](#)
- [wanewsletter](#)

Si vous souhaitez un service de haute qualité pour relancer vos clients à un achat, je vous recommande d'investir dans un

[autorépondeur \(en anglais\).](#)

5. Dynamiser son site web

Vos visiteurs doivent toujours ressentir que votre site Internet évolue, qu'il est fréquenté, qu'ils peuvent participer à la vie du site.

Quelques solutions pour rendre votre site dynamique, plus vivant :

Fréquence de visite

Je vous déconseille les compteurs de visites car il est très simple de fausser le nombre de visites.

Rien n'empêche le webmaster de définir un nombre de visiteurs initiaux...

Plus pertinent, vous pouvez utiliser un script qui présente :

- le nombre de visiteurs quotidien
- le nombre de visiteurs en ligne.

[Script 3en1 compteur](#)

Module de commentaire

Cet outil vous permet de rajouter de l'interactivité à votre site, en laissant la possibilité à vos visiteurs de donner leur avis sur différents éléments de votre site (documents, images, articles, ...).

[Script commentaire v2.2](#)

Sondage en ligne

Les internautes aiment exprimer leurs opinions.

Donc Sondez vos *internautes* et assurez-vous que votre site offre ce qu'ils attendent.

Avec ce type d'outil interactif, vous pouvez par exemple tester un nouveau concept, animer votre site (sondage du jour...), une enquête de satisfaction de vos clients, une étude de marché...

[Magic Questionnaire](#)

Livre d'or

Cet outil est particulièrement intéressant pour connaître l'avis de vos visiteurs sur la qualité de votre site web.

[livre d'or](#)

[Signatux](#) (celui que j'utilise)

Forum

Un forum est avant tout un site d'échange entre le webmaster et ses visiteurs ainsi que les visiteurs entre eux.

Avoir son propre forum est un très bon moyen de dialogue mais prenez en compte le temps passé à l'administrer...

Mettre en place un forum n'est pas facile si vous n'avez aucune notion PHP/MySQL.

Quelques solutions de forums :

[phpbb](#) Forum professionnel

- **Atouts**
Très complet, de nombreuses fonctionnalités
- **Inconvénients**
 - Difficile à mettre en place (pour un débutant)
 - Une certaine lenteur dans son exécution

[Punbb](#) Le petit frère de phpbb

- **Atouts**
 - Facile à administrer
 - Bien plus rapide que phpbb
 - Code source lisible et bien commenté
 - [documentation](#) – [support francophone](#)
- **Inconvénients**
 - Difficile à mettre en place pour un débutant
 - Moins riche en fonctionnalités que phpbb

[nowhere.sheep](#)

- **Atouts**
 - Facile à administrer
 - Ne nécessite aucune base de données
- **Inconvénients**
 - Peu de fonctionnalités
 - Peu de documentation

Si vous n'avez pas envie de vous casser la tête à mettre en place un forum »
Ok, il existe une très bonne solution :

[Forumactif](#)

Si vous souhaitez créer votre propre forum en un clic je vous recommande celui-ci. Il est totalement gratuit et personnalisable.

De plus, un forum d'entraide est mis à votre disposition pour répondre à vos questions.



Nous avons vu dans ce chapitre qu'un site doit témoigner d'une certaine interactivité.

Si vous débutez, et c'est compréhensible, vous n'avez sûrement pas envie de passer énormément de temps à intégrer les outils que je vous propose.

Avec [Iservice](#), vous avez la possibilité d'ajouter tout un tas de services et de fonctionnalités sur votre site sans avoir pratiqué la programmation. Du sur mesure...

Vous pouvez par exemple ajouter des fonctionnalités très professionnelles sur votre site telles que :

- Une newsletter
- Un livre d'or
- Un forum
- Un service de petites annonces
- Un module de news, de sondage,
- Proposer un espace de partenariat ou d'échange de bannières
- Installer un compteur de clics ou de visites...

Ce service est gratuit si vous acceptez qu'Iservice affiche de la publicité sur ses services. (Non recommandé)

Il est préférable de prendre un abonnement Sylver (24€ H.T/an) ou gold (60€ H.T /an).

Vu la qualité de leurs scripts, la pérennité d'obtenir des codes sécurisés, je trouve que les prix d'abonnement sont justifiés.

Pour en savoir plus, [Cliquez Ici](#)

Créer un site fonctionnel

Dans ce chapitre, vous allez prendre connaissances des différents points à respecter pour obtenir un site fonctionnel, c'est à dire un site répondant aux exigences du web.

1. La vitesse de téléchargement

Lorsque je vous expliquais quelques chapitres avant qu'il faut réduire le poids de vos images, c'est bel et bien pour accélérer le téléchargement de votre site web.

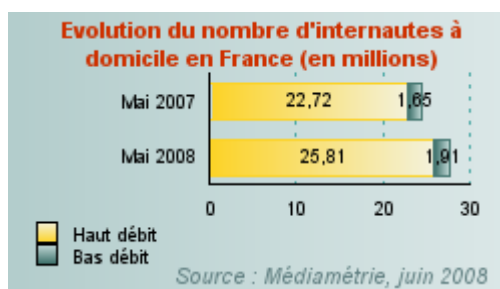
Le poids maximale d'une page web (photos + texte) devrait, en général, ne pas dépasser 100 ko.

Sachez que 100 ko sont vite atteints si vous insérez plusieurs photos sur votre page web.

Etant donné que chaque image insérée sur votre site ralentit le chargement de votre page web, choisissez uniquement celles qui donnent une réelle plus value au contenu de votre page.

La majorité des internautes ont accès à L'ADSL mais ce n'est pas pour autant qu'ils ne peuvent rencontrer des problèmes de performance telle que la surcharge du réseau aux heures de pointes.

De plus, Il faut prendre en compte les internautes (environ 2 millions) connectés en bas débit.



Le haut débit se maintient à 93 % des internautes en France.

Le nombre d'internautes de plus de 11 ans connectés à l'Internet haut débit chez eux a progressé de 14 % en un an, à 25,81 millions.

Mais ceux connectés en bas débit ont augmenté encore plus vite, de 15,4 %, selon Médiamétrie

Il est estimé que, si une page ne s'affiche pas dans les 5 à 8 secondes, vous perdrez 1/3 de vos visiteurs.

Donc, le but est de faire en sorte que la grande majorité de vos lecteurs puissent accéder à votre site Internet de manière rapide !

Quel est le temps de chargement d'une page web à 100 ko selon les différentes connexions utilisées par vos visiteurs ?

connexion	Débit maximal (théorique) en réception	Temps de chargement	
		Théorie	Pratique
Modem 56K	7 kilo-octets/seconde	14,28 secondes	7,14 secondes
ADSL 128	16 kilo-octets/seconde	6,25 secondes	3,12 secondes
ADSL 256	32 kilo-octets/seconde	3,12 secondes	1,56 secondes
ADSL 512	64 kilo-octets/seconde	1,56 secondes	0,78 secondes
ADSL 1024	128 kilo-octets/seconde	0,78 seconde	0,39 seconde
ADSL 2048	256 kilo-octets/seconde	0,39 seconde	0,19 seconde

Comprendre l'ADSL : [Cliquez ICI](#)

Vous remarquez sur le tableau ci-dessus qu'un utilisateur qui utilise un modem 56K doit attendre patiemment pour visualiser votre page web !

C'est pourquoi de nombreux webmasters expérimentés vous conseilleraient de limiter votre page d'accueil non pas à 100 ko mais à 50 ko.

Comment connaître le temps de téléchargement de vos pages web ?

Vous pouvez utiliser ce logiciel [watson.addy](http://watson.addy.com).

Il est en anglais mais c'est très simple pour comprendre.

URL (*http:// is optional*)

- Analyze HTML syntax
- Verify regular links
- Verify image links
- Generate word counts
- Spell-check non-HTML text
- Compute estimated download speeds
- Check search engine compatibility
- Check site link popularity

Proceed with diagnosis

Insérez l'URL de votre page web.

Cochez la case : Compute estimated download speeds

Vous allez obtenir un tableau comme ci-dessous.

Size in bytes : taille ou poids de la pages

1 byte = 1 octet => 44553 = 44,553 KO

T1 : ADSL 256

Les modems 14,4 à 33,6 n'existent plus...

Object type	Number	Size in bytes	Estimated download times (seconds)					
			14.4	28.8	33.6	56k	128K	T1
HTML	1	17357	12.66	6.94	5.79	4.96	2.17	0.87
Images	5	27196	19.84	10.88	9.07	7.77	3.40	1.36
Total	6	44553	32.50	17.82	14.85	12.73	5.57	2.23

A noter : avec cette application, vous pouvez aussi analyser votre code HTML, vérifier vos liens, vos images etc...

2. La résolution d'écrans des utilisateurs

Avant de choisir la taille de votre site, vous devez prendre en considération la résolution d'écrans de vos utilisateurs.



[Choisir sa résolution d'écran](#)

Les internautes utilisent majoritairement les résolutions **1024x768** et 1280x1024

Environ 8% des internautes naviguent encore avec une résolution de 800x600 sur des écrans de 15 pouces.

Source : [Journal du net](#)

La plus grande erreur que vous pourriez faire, serait de créer un site web qui aurait une largeur plus importante que la largeur de l'écran de la majorité de vos visiteurs.

Etant donné que 90% des internautes utilisent une résolution d'écran supérieure à 1024px de large, les designers préconisent donc de créer un site Internet occupant un espace de **960 px** de large pour **620 px** de hauteur.

Pourquoi 960 px au lieu de 1024 px ?

En créant un site de 960 px de large, la page apparaîtra entièrement sans avoir à se servir du scrolling horizontal, tout en laissant des marges à droite et à gauche de l'écran pour présenter la couleur du fond d'écran.

Pourquoi 620 px au lieu de 768 px ?

Il faut prendre en compte l'espace « above-the-fold », c'est à dire la partie visible de la page sans que l'utilisateur n'ait besoin de se servir de l'ascenseur (scrolling) vertical.

Il faut donc retirer la hauteur alloué à la barre d'outils :



Vous pouvez créer votre site de 2 manières, soit en utilisant des tailles fixes (px), soit avec des tailles relatives (%). La 2ème solution a l'avantage d'être flexible mais donne rarement un bon résultat sur tous les navigateurs. Je vous recommande d'utiliser les tailles fixes et de centrer votre site au milieu de l'écran.

3. Adapter son site aux navigateurs du web

C'est quoi un navigateur ?

Un navigateur web ou navigateur Internet est un logiciel qui vous permet de naviguer (surfer) sur Internet.

Autrement dit, sans navigateur, impossible d'accéder à Internet.

Les principaux navigateurs utilisés

Navigateurs	Parts des navigateurs utilisés par les français (%)
Internet explorer	79,7 %
Mozilla/Firefox	15,8 %
Safari	2,6 %
Opera	0,2 %
Netscape	0,2 %
Autres	1,5 %

Source : [Journal du Net](#)

En visualisant ce tableau, il n'y a pas photo !

Votre site doit s'afficher correctement sur le navigateur Internet explorer et Mozilla car plus de 95% des utilisateurs les utilisent.

En affichant votre site Internet sur les différents navigateurs, vous verrez qu'il n'apparaîtra pas exactement de la même manière.

Donc c'est à vous d'adapter votre site aux navigateurs, en prenant en compte les petites variations visuelles liées à celles-ci.

Comment tester son site sur les différents navigateurs ?

Vous avez deux possibilité soit en local, soit en ligne.

En local, c'est à dire sur votre ordinateur, je vous recommande d'installer au minimum en plus d'Internet explorer :

[Firefox](#)

[Safari](#)

► Pour tester en Local les **différentes versions de IE**, utilisez [IETester](#)

Télécharger cette application : Download IETester v0.2.3
Et exécuter cette application.



► Pour tester en Ligne les **différentes versions de FireFox**, utilisez [Scapture](#)

URL : (ex. : http://www.exemple.com)

Navigateur : (présentation des navigateurs [dans la FAQ](#))

Résolution :

Capturer le pied de page Ne pas publier la capture

Avec cet outil, vous avez aussi la possibilité de visualiser l'affichage de vos pages web selon différentes résolution d'écran. Génial Non !

Pour en savoir Plus : [Tester son site](#)

Les outils de statistiques à utiliser

Il est intéressant d'étudier le comportement de vos visiteurs lorsqu'ils surfent sur votre site.

1. Connaître le comportement de ses visiteurs

Avec un outil de statistique, vous allez apprendre exactement comment ils naviguent sur votre site et ce que vos visiteurs regardent :

- Les pages populaires, les pages les plus demandées
- Le nombre de pages vues par visite
- Le nombre de visiteurs par jour, par mois...
- Le type de navigateur utilisé par vos visiteurs (Internet explorer...)
- Le système d'exploitation utilisé par vos visiteurs (windows, mac os...)
- Le domaine source : les noms de domaine (url) où vos visiteurs ont trouvé un lien vers votre site

Bref, vous aurez à votre disposition énormément d'informations qui vous seront utiles pour optimiser, améliorer la structure de votre site.

Par exemple, si vous voyez que vos visiteurs visitent uniquement votre page d'accueil, vous devez revoir votre page d'accueil afin de la rendre plus attractive et ainsi les pousser à aller plus loin.

Autre exemple, vous remarquez qu'une page de votre site n'est jamais visitée. C'est peut être tout simplement le lien qui n'est pas assez visible (mal placé).

Si vous avez opter pour un hébergement payant, vous trouverez des outils statistiques plus ou moins performants selon l'hébergeur.

Il existent deux types de statistiques web :

- **Statistique issue d'un serveur web**

Ces statistiques, proposées par votre hébergeur sont en fait une lecture des [fichiers logs](#) (archives des connections à votre site).
Exemples : [Webtrends](#), [Webaliser](#)

- **Statistique issue d'un serveur distant**

Il en existe une multitude, des gratuits et des payants.
Exemples : [Xiti](#), [Estats](#) , [Weborama](#).

Le problème est qu'il y a une énorme différence entre les résultats émis par les deux types de statistiques ci-avant nommés.

Si vous voulez comprendre pourquoi, je vous recommande de lire [cet article](#).

Donc ne vous fiez pas uniquement aux statistiques de l'outil proposé par votre hébergement.

Par exemple, pour le calcul du nombre de vos visiteurs, l'outil inclut les visites des robots de recherche ; ce qui entraîne une forte augmentation du nombre de visiteurs...

Optez pour l'utilisation d'un outil de statistique d'un serveur distant tels que :

[Google Analytic](#)



Ce logiciel appelé [Urchin](#) coûtait environ 500 euros/mois.

Lors du rachat de ce logiciel par google, il est passé à 200 €/mois.

Avec quelques fonctionnalités en moins, vous pouvez maintenant l'obtenir gratuitement ! Sans Pub, sans aucune obligation...

Juste un script à placer

Comment ça marche ? Vous avez juste à ouvrir un compte chez Google Analytic et copier un code sur chaque page web dont vous souhaitez effectuer un suivi (en le plaçant juste avant la balise </body>)

Vous pouvez aussi utiliser Google Analytics en utilisant l'interface de Google Adwords (par le biais d'un onglet).

Une aide en ligne est accessible sur le [centre d'assistance Google Analytics](#).

[Xiti](#)



Xiti propose une version gratuite performante.

Cette version offre les indicateurs de base vous permettant d'obtenir une vision globale de la fréquentation de votre site.

Utilisée par plus de 200 000 sites, elle offre la fiabilité et la crédibilité du standard francophone de la mesure de fréquentation.

L'inconvénient est que la version gratuite de Xiti vous oblige à placer sur les pages de votre site une image qui sert de marqueur.

Vous avez aussi la solution d'utiliser votre propre script, en plaçant un marqueur javascript sur vos pages web.

Le meilleur, à mon sens, dans cette catégorie est [phpMyVisites](#).

Voici un [comparatif de ces trois outils](#).

Il existe une forme de statistique très importante : le positionnement de votre site sur les moteurs de recherches.

2. Outils de positionnement

Des outils peuvent enregistrer votre positionnement sur de nombreux moteurs et ainsi vous avez la possibilité de visualiser pour chaque robots les résultats sur des graphes.

Ceci vous permet de connaître très rapidement les modifications à apporter sur votre site afin d'améliorer son positionnement (voir le tome 3).

Il en existe deux très performants s'adressant surtout aux professionnels du référencement et du e-marketing :

[AgentWebRanking](#)



Ce logiciel permet d'effectuer des audits de positionnement et de référencement de sites web sur les moteurs de recherches.

Il vous permet de générer des rapports personnalisés (logo de votre société, site url...), de comparer plusieurs sites concurrents, de comparer des rapports de positionnement dans le temps...

Prix : 2 versions / 165€ ou 550€ /an

[Yooda SeeUrank](#)



De qualité équivalente à AgentWebRanking, ce logiciel a été conçu pour répondre aux exigences des référenceurs professionnels.

Son ergonomie et sa facilité de prise en main en font un produit également adapté aux besoins de tous les responsables de site web.

Prix : 550€ H.T /an

A noter :

Vous avez aussi [Seo Toolkit](#), moins performant mais bien plus adapter aux webmasters, à ceux qui souhaitent améliorer le positionnement de leurs sites.

Tarif : achat du logiciel pour 258 € !
J'en parle plus longuement dans le tome 3...

Les moyens de paiement à utiliser

Pour vendre et encaisser votre argent sur Internet, vous disposez de plusieurs méthodes.

1. Paiements bancaires

Avec le développement du commerce électronique (e-commerce), toutes les banques ont mis en place des moyens de paiement sécurisés qui évitent au consommateur de communiquer au site marchand, son numéro de carte bancaire :

Banque populaire : [Cyber Paiement](#)

BNP : [Mercanet](#)

Caisse d'épargne : [SPPlus](#)

Crédit Agricole : [E-transactions](#)

Crédit Lyonnais : [Sherlocks](#)

Crédit mutuel : [Cybermut](#)

La poste : [Scellius](#)

Société Générale : [Sogénactif](#)

Si vous avez choisi de créer une boutique en ligne (e-commerce), votre banque vous permettra de sécuriser tous les paiements pour des achats effectués sur votre site.

C'est votre banque qui prend en charge la sécurisation via une interface créée par elle même.

Comme vous vous en doutez, ce service vous sera facturé selon un barème que votre banquier se fera un plaisir de vous fournir.

Cette solution est excellente, car elle rassure vos clients et ils peuvent payer avec leur carte bancaire sans difficultés particulières.

Parfois, même si votre client utilise une carte à débit différé, cela lui permettra de bénéficier d'un petit laps de temps avant d'être débité.

Vous devrez souscrire un contrat de vente à distance (VAD).

Les frais sont variables selon les banques :

- frais de contrat (150 à 250€)
- abonnement mensuel (15 à 50€)
- commission sur chaque transaction (0,5% à 1,5%)
- coût fixe par transaction : 0 à 0,2€

Renseignez-vous auprès de votre banquier pour obtenir toutes les informations nécessaires.

2. Paiement interbancaires

[Paybox Services](#) vous permet de choisir votre établissement bancaire. Si vous souhaitez ne pas être dépendant d'une banque, je vous suggère Paybox. Plus de 7000 commerces l'utilisent...



Paybox vous apporte donc toute l'indépendance souhaitée, aussi bien au niveau du large choix de cartes acceptées, mais également au niveau de vos éventuels changements de banques.

Vous obtiendrez une plateforme de paiement sécurisé et un Back Office complet et performant (Saisie, Crédit, Statistiques, Journal, Black List...). La seule condition : être titulaire d'un contrat de vente à distance.

Mise en service : 390 € H.T

Abonnement mensuel : 23,74 € H.T

Au delà de 100 transactions /mois : 0,069€/transaction

La banque vous prélèvera les frais qui sont liés à votre contrat commerçant, (cela s'appelle la commission inter bancaire). Elle est négociée selon votre CA potentiel et le prix moyen de vente.

[Paypal](#) est la plateforme sécurisée de paiement électronique par excellence sur Internet. C'est plus de 100 millions de comptes en service...



Avec Paypal, vous pouvez vendre sur Internet, sans aucun frais au démarrage !

L'inscription est entièrement GRATUITE, très simple et rapide.

Inconvénient : le coût par transaction

Très simple à mettre en place, vous avez juste un script à insérer pour obtenir un bouton paypal qui renvoie vers une page de paiement sécurisée.

Ventes mensuelles	Coût par transaction
De 0 à 2500€	3,4% + 0,25€
Plus de 2500 à 10000 €	2,0% + 0,25€
Plus de 10000 à 50 000€	1,8% + 0,25€

A noter :

Paypal est la solution idéale pour démarrer une affaire sur Internet. Lorsque vous faites un nombre de transactions important, il est plus avantageux d'investir dans un système de paiement proposé par une banque ou Paybox.

3. Micro Paiement

Comme le nom l'indique, ce sont des organismes qui vous propose de monétiser vos produits et d'en proposer l'acquisition pour des montants qui n'excèdent généralement pas 50 euros.

Je vais vous présenter le leader de ce marché :

ALLOPASS vous permet de vendre vos produits à partir du prix d'un appel téléphonique surtaxé.

Le principe est très simple, le client qui désire acquérir votre produit doit selon sa localisation géographique appeler un numéro de téléphone surtaxé et vous serez payé via le reversement d'une fraction du prix de cet appel.

Hormis la possibilité de monétiser vos produits, vous pourrez également :

- Vous inscrire à de nombreux programmes d'affiliation monétisés par cette plate forme.
- Acheter des codes pour vos propres achats à tarif réduit en utilisant vos propres gains.



L'inscription sur la Plate forme Allopas est entièrement GRATUITE et très rapide. Allopas reste un essentiel, car de très nombreux programmes l'utilise comme option de paiement et les clients apprécient ce service.

[Ouvrir un compte Allopas](#)

Il est également possible de faire payer vos produits par carte bancaire via la plate forme Allopas à concurrence de 50 euros, mais celle-ci n'étant pas spécialisée dans ce type de transaction, les frais sont excessivement élevés, pour ne pas dire prohibitifs...

Préférez utiliser ce type de monétisation pour des produits dont le prix n'excède pas une dizaine d'euros et limitez vous à la proposition d'achats de codes par téléphone.

A noter :

Il existe un autre organisme très bien, qui propose un service de micropaiement, la possibilité de créer son propre programme d'affiliation etc...



Mettre du son, de la vidéo

1. Intégrer du son sur son site

Vous avez plusieurs solutions pour mettre de la musique sur votre site web. Le plus simple est d'utiliser Dewplayer.



Ce lecteur très léger (4 ko) vous fournira les fonctions nécessaires : lecture, pause, stop. Il est gratuit alors pourquoi s'en priver... Pour l'installer et comprendre son fonctionnement [cliquez Ici](#)

Il y a une autre manière de mettre du son, votre propre voix, votre message !

Si je pouvais vous montrer une façon très simple d'ajouter de l'audio sur votre site pour attirer l'attention de vos visiteurs, augmenter votre crédibilité et vos ventes, en quelques clics seulement, seriez-vous intéressé ?



Impact Web Audio utilise les trucs des pros pour transformer un audio banal en audio professionnel !

De quelle manière ? C'est simple, ils ajoutent un fond musical qui masque les imperfections derrière la voix.

Ce procédé est utilisé depuis plus de 50 ans, mais jusqu'à présent, il était très complexe à utiliser pour un novice en la matière.

Impact Web Audio est simple d'utilisation.

Si vous avez un microphone et si vous savez faire du copier/coller, vous pouvez ajouter du Streaming Web Audio à votre site en quelques minutes !

Il est disponible à 9€ avec droit de revente Maître : [Pour en savoir plus](#)

A noter :

Pour enregistrer sa voix, il faut un micro et un logiciel audio.

[Télécharger Audacity](#)

[Tutoriels Audacity](#)

2. Intégrer une vidéo sur son site

Pour présenter un message au travers d'une vidéo, vous avez besoin d'une webcam. Vous pourrez de cette manière vous filmer et présenter votre site. Je vous propose ci-dessous des outils gratuits.

Etape N°1

Il vous faut un logiciel pour enregistrer votre vidéo avec une webcam.

Sous windows xp : Télécharger [windows movie maker](#)

Sous vista : Télécharger [debut video capture](#) (testé avec une webcam intégré sur un portable)

Ces deux logiciels sont en anglais, mais vous n'aurez aucune difficulté à vous en servir. Tout est indiqué (servez-vous du [traducteur de google](#))

Votre fichier vidéo aura pour extension .wmv, bien trop lourd pour penser à l'insérer sur un site.

Etape N°2

Il faudra donc convertir ce format en [flv](#).

Télécharger [Format Factory](#) (choisissez "europe site")

Vraiment très simple d'emploi :

- Cliquez sur "tout type vers .FLV", une fenêtre s'ouvre :
- Cliquez sur "ajouter un fichier" (récupérez sur votre ordinateur votre fichier de votre vidéo)
- Cliquez sur "OK" (la fenêtre se ferme)
- Cliquez sur "Démarrer" (barre de menu) : automatiquement votre fichier.wmv est converti en .flv
- Cliquez sur "Dossier de destination" pour retrouver votre fichier converti

Etape N°3

La solution la moins contraignante est d'héberger sa vidéo sur YouTube, Dailymotion, Google vidéo... etc.

Dans ce cas, vous devez créer un compte pour [uploader](#) votre vidéo.

Il vous restera plus qu'à insérer le code HTML fourni pour intégrer la vidéo sur votre site.

Le code fourni n'étant pas valide au standard W3C, visualisez cet [article](#).

La deuxième solution est d'héberger ses vidéos sur son propre hébergement. Dans ce cas, il faut trouver un lecteur de vidéo FLV en Flash.

Il en existe de nombreux...

Je vous en propose un où tout se passe en ligne :
Téléchargez [FLV-Player](#)

- Choisissez le type : normal, maxi...
- Cliquez sur Générateur
- Indiquez l'url où se trouve votre fichier vidéo sur votre serveur (hébergement).
Ex : <http://votresite.com/dossiervideo/fichier.flv>
Mettez sur 1, l'autoplay si vous voulez que la vidéo démarre en automatique. Etc...
- Copiez le code et insérez-le sur une de vos pages web.

Et voilà votre vidéo en ligne !

A noter :

Pour ceux qui utilisent le navigateur Mozilla, celui-ci demande de télécharger un plugin pour lire les fichiers en .flv.



La meilleure façon de présenter un produit tel qu'un logiciel est d'enregistrer et de mettre en ligne des vidéos explicatives capturées directement à partir de votre écran.

On appelle cette capture vidéo de l'écran un **screencast**.

Si vous souhaitez faire un enregistrement vidéo d'un écran d'ordinateur accompagné d'une narration audio, le meilleur sur le marché est Camtasia Studio. Excellent mais il coûte cher : 292€.

Sinon, vous avez CamStudio, un logiciel de screencast basique qui donne une bonne qualité d'image mais pour ce qui est du son c'est autre chose...

Je vous recommande de lire cet article :

[Choisir un logiciel pour faire un screencast](#)

Le pouvoir d'un PopUp réussi

Vous connaissez sûrement ce qu'est un popup.

Généralement, il s'agit d'un message publicitaire ciblé, une petite fenêtre qui s'ouvre automatiquement lorsqu'on accède à une page Web.

En général, cette fenêtre surgit à l'écran de manière très désagréable pour l'internaute.

Mais le pouvoir du popup n'est plus à démontrer car il est un bon moyen pour capter immédiatement l'attention de vos visiteurs.

Vous pouvez l'utiliser pour :

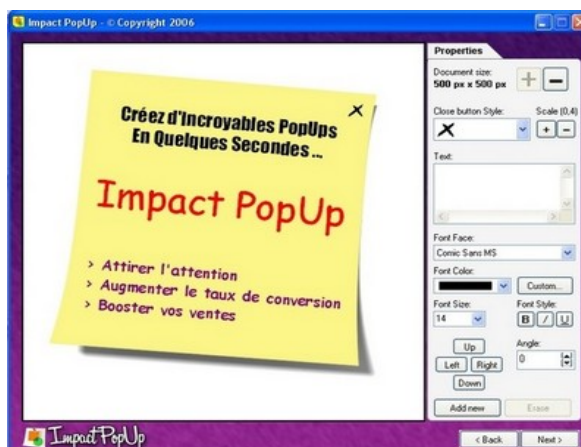
- Présenter une promotion
- Présenter un nouveau produit
- Proposer un cadeau gratuit à l'internaute contre son adresse email...

Il y a deux conditions pour qu'un pop-up soit efficace :

- Il ne doit pas être agressif, ne doit pas être gênant.
- Il ne doit pas être bloqué par les logiciels anti-popups.

Vous trouverez de nombreuses solutions pour créer un popup.

J'en ai testé une bonne dizaine et celui qui me semble à la fois efficace, simple à personnaliser, simple à intégrer sur une page, avec un look qui sort de l'ordinaire est : [Impact Popup](#)



Écran de création

Il existe aussi une autre forme de popup très intéressant.

Au lieu d'afficher une fenêtre à l'ouverture d'un site web, vous pouvez placer un popup qui s'affiche uniquement lorsqu'il détecte que l'internaute est sur le point de quitter votre site.

Ce popup s'appelle un « capteur de sortie ».

Il en existe sous plusieurs formes.

On trouve par exemple des scripts php qui doivent être chargés (transmis via FTP) sur le serveur de votre hébergeur de site (il n'est pas compatible avec 100% des hébergements).

Et Exit Grabber, un logiciel qui ne demande aucune installation et est beaucoup plus facile à utiliser (fonctionne uniquement sous Windows).

Les avantages du logiciel Exit Grabber sont :

- En un seul clic, vous pouvez configurer votre capteur de sortie de sorte qu'il ne s'ouvre qu'une seule fois durant une même visite.

Avec un script php, il s'ouvre à chaque fois qu'un visiteur passe accidentellement son curseur au-dessus de la page.
Et comme bien des gens passent leur temps à faire un peu tourner leur curseur sur une page durant la lecture d'une page de vente, vous comprendrez que ça devient vite irritant si le capteur s'ouvre à chaque fois.

- Vous avez l'option de choisir un délai entre une fermeture de votre capteur de sortie et sa réactivation prochaine.

Par exemple, vous pouvez le configurer pour qu'il ne se réactive pas avant 15 secondes suite à une fermeture.



C'est un bon moyen pour faire réagir une personne qui veut quitter votre site.

Ce sera le moment de présenter sur cette fenêtre (capteur de sortie), vos promotions, l'inscription à votre mailing-liste, faire une offre que l'internaute ne peut refuser...

[Pour le découvrir Cliquez Ici](#)

Son inconvénient : Il augmente le poids de la page.

Utilisez des publicités d'un nouveau genre incroyablement efficace dans le processus de captation du regard et de l'attention de vos visiteurs.

Regardez la petit "pelure" animée dans le coin supérieur droit de la page ci-dessous :



Le visiteur est obligé de la voir et est incité à cliquer dessus. Une fois que l'internaute passe sa souris dessus, le coin s'ouvre pour laisser découvrir votre annonce publicitaire :



Pour découvrir [Peel Away Ads, cliquez Ici](#)

Avez-vous penser au clic droit ?

Ce n'est un secret pour personne, certains internautes feront un clic droit pour voir votre code source, afin de vous soutirer quelques informations.



Et bien au lieu d'afficher ce type de message :



il est bien plus judicieux d'utiliser un message propre à votre activité pour booster votre chiffre d'affaire.

[Découvrez le clic droit rémunérateur](#)

Nom de domaine

1. Un nom de domaine, c'est quoi ?

Un nom de domaine est l'adresse virtuelle d'une entreprise ou d'un particulier. A chaque nom de domaine correspond une adresse IP (Internet Protocol) utilisée par les ordinateurs afin de communiquer entre eux.

Comme il est plus facile de mémoriser un nom, Internet est parsemé de serveurs DNS (Domain Name Service) permettant de "traduire" un nom de domaine en une adresse IP.

Par exemple 1and1.fr a pour adresse IP 212.227.126.71. Vous pouvez faire l'essai dans votre navigateur, entrez à la place de www.1and1.fr l'adresse IP : 212.227.126.71 et vous verrez le même site.

Ne confondez pas le dépôt d'un nom de domaine avec le dépôt d'une marque. La marque est un "signe" servant à distinguer précisément vos produits ou services de ceux de vos concurrents. Exemple de marque : Renault.

Si vous avez déposé une marque pour vos produits ou services, vous avez tout intérêt et dans la mesure du possible d'acheter les noms de domaine relatifs à votre marque pour les extensions suivantes :

.fr	extension géographique pour la france
.eu	extension géographique pour l'europe
.com	pour les structures commerciales /extension pour le monde
.net	pour les structures liées à l'Internet
.org	pour les structures à but non commercial
.edu	pour les structures à vocation éducative



[Comment ça marche les noms de domaine ?](#)

2. Choisir un nom de domaine efficace ?

Le choix de votre nom de domaine doit être abordé avec le plus grand sérieux. Donnez-vous le temps de la réflexion.

Pour être plus visible et accessible sur le Net, il est indispensable d'avoir un nom de domaine efficace. Celui-ci permet d'afficher votre identité et votre présence sur le Web.

Il va influencer la mémorisation de l'adresse de votre site, améliorer par la suite son référencement naturel. D'où l'importance du « bon choix ».

Choix du nom de domaine avec des extensions adaptées et multiples

Si vous avez déjà une entreprise reconnue avec une dénomination sociale ou une marque déposée, il est logique que vous utilisiez votre nom d'entreprise ou marque avec une ou plusieurs extensions (Exemple : www.peugeot.fr). En effet, les internautes ont tendance à essayer dans un premier temps des adresses (URL) liées au nom de l'entreprise.

L'une des meilleures solutions pour une personne qui veut lancer une affaire à domicile depuis la France, c'est de posséder l'extension du nom de domaine du pays concerné.

Si l'on prend l'exemple du .fr, il traduit la localisation du site : ici en France. Mais, en contrepartie, il sera refusé par les annuaires pour s'afficher dans des pays tiers.

En matière de référencement à l'étranger ou dans les autres pays francophones, il ne faut pas hésiter à s'enregistrer avec un .com. Le .com étant international, il est pris en compte par tous les outils de recherche.

A noter : ce n'est pas parce que vous avez acheté un nom de domaine avec deux extensions que vous devez créer deux sites. Vos deux noms de domaine pointeront sur votre site unique.

Choix du nom de domaine avec 2 ou plusieurs noms composés

Un nom de domaine ne pouvant pas contenir d'espace, les deux noms seront accolés ou séparés par un tiret.

Ex : www.commentgagnersurinternet.fr et www.comment-gagner-sur-internet.fr

La deuxième solution est à retenir car les moteurs de recherche ne savent pas séparer deux mots ainsi concaténés.

Choix du nom de domaine pour le référencement

Choisissez un nom de domaine qui représentera (si possible) votre « mot clé principal », celui qui désignera le mieux votre activité.

Les noms de domaine conditionnent en effet le référencement, aussi bien dans le choix des vocables que dans celui des extensions.

La meilleure stratégie reste encore d'intégrer directement le(s) mot(s)-clé(s) à l'intérieur du nom de domaine.

Exemple : restaurant-toulouse.com ou travail-a-domicile.fr

Choix pour une meilleure interaction avec l'internaute

Votre nom de domaine doit si possible :

- Être simple et le plus court possible (meilleure mémorisation pour l'internaute).
- Avoir une réelle signification (meilleure compréhension pour l'internaute).

3. Où acheter un nom de domaine ?

Les solutions pour réserver un nom de domaine ne manquent pas.

Il est important d'acheter son domaine chez un registrar agréé par l'[ICANN](#).

Le choix du fournisseur se fera essentiellement sur le prix vu que les services qu'ils proposent sont quasi identiques.

Un des moins cher du marché avec des services de qualité est [l'hébergeur 1and1](#).

Toutefois, si vous souhaitez acheter un nom de domaine séparément de l'hébergement, je vous conseille :



De cette manière, vous pourrez changer facilement d'hébergeur en cas de problème.

Héberger son site

S'il y a un seul poste sur lequel vous ne devez pas hésiter à investir quelques euros, c'est l'hébergement de votre site web...

Il est important de pouvoir compter sur son hébergeur, car sans lui pas de site, pas de visites, pas de ventes et pas de gains...

Trouver un hébergeur pour son site internet, c'est comme trouver des locaux pour son entreprise.

L'hébergeur vous alloue :

- Une adresse sur internet (adresse IP).
- Un espace de stockage (des mégaoctets).
- Chemin d'accès au réseau internet par l'intermédiaire de lignes spécialisées (bande passante).
- Des services généraux (sécurité, courrier électronique).
- Des outils de création de site.
- Des bases de données...

Si vous avez des exigences bien précises, prenez le temps de les observer, comparez leurs offres en fonction de vos besoins, interrogez les hébergeurs et voyez à quelle vitesse ils vous répondent.

1. Critères pour bien choisir son hébergeur

Avant de faire votre choix, définissez vos besoins tant au niveau technique qu'au niveau des services que vous souhaitez :

- Quel est l'espace nécessaire pour mon site ?
- Combien j'aurais de nom de domaine à gérer ?
- Quels services me sont indispensables ?

Liste des critères à prendre en compte pour le choix d'un hébergeur :

Hébergement Mutualisé ou Dédié ?

Avec l'hébergement mutualisé, votre site sera hébergé avec d'autres sites sur un des serveurs de votre hébergeur.

Il convient à la plupart des sites car la variété des services fournis et des coûts d'hébergement permettent de choisir en fonction de ses besoins et de faire évoluer son site raisonnablement. Les hébergements dédiés coûtent chers et sont adaptés uniquement aux webmasters confirmés.

Espace disque

La plupart des hébergeurs proposent suffisamment d'espace de stockage pour vos fichiers.

Une page avec une ou deux petites photos pèse en moyenne 0,1 MO. Un site de 1000 pages représente donc : 100 Mo.

Choisissez au minimum un espace de 100 Mo pour être à l'aise.

Si vous avez un contenu plus important, des animations, avec de nombreuses photos, prévoyez plus large.

A noter : L'espace disque web est selon le cas indépendant ou non de l'espace disque occupé par les comptes mails.

Trafic mensuel ou bande passante

Le trafic est le volume d'informations échangées entre les visiteurs et le serveur. Plus le site est visité, plus il réalise un trafic important.

En d'autres termes, Le trafic mensuel est la somme des fichiers (pages,images...) téléchargés par vos visiteurs en un mois.

5 Go (5000 Mo) de trafic correspond à environ 5000/0,1 MO (1 page) soit 50 000 pages vues ; ce qui est déjà beaucoup !

Langages de programmation

Evitez les offres qui ne proposent pas de langage de programmation (php, asp) vous permettant de rendre votre site dynamique.

Vous serez très vite limité si vous voulez insérer des fonctionnalités telles qu'un forum, livre d'or...

Adresse Email

Il est intéressant d'avoir un compte Email chez son hébergeur pour avoir une adresse email de la forme contact@monsite.com.

Le nombre de domaines "hébergeable" signifie que vous pourrez gérer un nombre restreint de noms de domaines.

Si par exemple, vous souhaitez héberger 10 sites avec 10 noms de domaine, il serait dommage que votre hébergement n'en ait prévu que 5 !

La base de données

Une base de données (mysql) est indispensable si vous souhaitez créer un site dynamique, manipuler des données qui peuvent être classées en fiches, tels qu'une liste d'adresses ou un catalogue de produits.

Comptes FTP

Un compte FTP donne accès à votre espace web 24h/24 7j/7 via un logiciel appelé client FTP tels que Filezilla, CuteFTP...

Chaque compte FTP correspond à un identifiant (login) et un mot de passe. Si vous voulez donner accès à vos collaborateurs d'une partie ou de la totalité de votre espace web, des comptes FTP supplémentaires sont utiles.



FileZilla est un logiciel FTP gratuit créé par l'allemand Tim Kosse. Il permet de se connecter à distance sur un serveur pour y télécharger des fichiers.

Même si votre hébergeur vous propose un autre outil pour le transfert de vos fichiers, je vous recommande d'utiliser FileZilla.

Il est très simple d'emploi !

[Voir le site de FileZilla](#)

2. Choix d'un hébergeur

Personnellement, j'héberge mes sites chez 1and1.

Leurs Packs Hébergement sont des solutions adaptées aux besoins des utilisateurs débutants, amateurs ambitieux comme aux professionnels. 1and1 ne limite ni le nombre de domaines ni de sites.

Vous bénéficiez d'une messagerie moderne et souple, d'un vaste espace disque et d'un grand nombre de fonctions vous aidant dans la création de votre site Web. De plus, 1and1 pratique des tarifs imbattables !

La seule chose que je pourrais reprocher à 1and1 serait qu'ils ne sont pas assez réactifs pour répondre aux emails.

Pour avoir de l'aide rapidement, la solution est de les appeler par téléphone (0,15€/min).

Pour démarrer, je vous recommande [leur Pack Perso initial \(sous linux\)](#) à 2 euros HT /mois.

Vous aurez tout le temps de prendre un autre pack par la suite.

Espace disque web	2,5 Go
Trafic	100 Go
Nombre de domaine inclus	1
Compte FTP	1
Compte email	20
Espace disque email	2 Go
Scriptage PHP	Oui
Base de données Mysql	1

Mon second choix est [infomaniak](#), un monstre dans son domaine. Cette société Suisse qui a pignon sur Web depuis de nombreuses années vous propose un service de grande qualité à un prix tout ce qu'il y a de plus compétitif.

3. Les erreurs à éviter

Choisir un hébergeur gratuit qui impose de la publicité envahissante...

- ✘ Votre hébergement c'est la qualité de votre vitrine, vous ne devez absolument pas la prendre à la légère.
Investir moins de 10 euros par mois pour posséder son propre nom de domaine et un super espace d'hébergement ce n'est pas une dépense, c'est une absolue nécessité...
- ✘ Il existe de très nombreux sites d'hébergement gratuit qui peuvent être tentant, mais pourquoi accepter de voir votre espace amputé ou votre site envahi par des publicités qui ne vous rapportent rien...?
- ✘ Il existe des sites d'hébergement gratuit sans pub mais avez-vous pensé aux coupures régulières, intempestives de leurs serveurs surexploités...
Le but est bien d'avoir un site web fonctionnant 24h/24, 7j/7...

Choisir son hébergeur en se basant uniquement sur le prix

- ✘ Ce n'est pas parce que c'est bon marché que c'est forcément mauvais et vice versa ;
il y a de mauvais hébergeurs dans toutes les catégories de prix...
- ✘ Ne vous précipitez pas chez le premier hébergeur dit "Discount" sans prendre le temps de connaître les services ainsi que la légalité de leur activité !

Apprendre pour réussir !

Si vous souhaitez construire un site Internet de qualité ou une belle page de vente, vous devez avoir quelques connaissances en informatique.

Voici donc trois sites qui vous proposent des formations et des informations gratuites pour acquérir rapidement les fondements indispensables.

[Le site du Zéro](#) – Le site où vous apprenez à faire un site en partant de Zéro.

[Alsacrérations](#) – tutoriels sur le XHTML et CSS

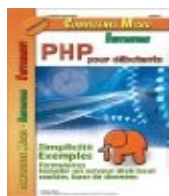
[CSS Débutant](#) – Cours de CSS (feuille de style) pour apprendre à gérer vos couleurs, vos polices de caractères, vos couleurs de fond et bien plus encore...

Un excellent choix pour bien démarrer :



Sans doute le meilleur livre pour débiter !
La grande vertu de ce livre, c'est de ne jamais laisser le lecteur "en panne" avec une question...

[Réussir son site web avec XHTML et CSS](#)



Méthode d'apprentissage très pédagogique.
Les explications sont claires, simples et toujours accompagnées d'exemples précis.

[PHP pour débutant](#)



Meilleur ouvrage que j'ai lu sur le couple mysql/php destiné à des débutants.
A lire après avoir lu les deux précédents...

[Pratique de Mysql et PHP](#)



Excellent ouvrage qui présentent toutes les questions à se poser pour concevoir un site de qualité.
A découvrir absolument !

[Réussir son site web en 60 fiches](#)

Aidez moi à vous aider

Le but de cet ouvrage est de vous aider à réaliser un site web qui vend.

De nombreux liens sont présents pour apporter à cet ouvrage de nombreuses informations complémentaires.

Si vous constatez que des liens sont brisés, c'est-à-dire que lorsque vous cliquez sur un lien :

- Un message d'erreur s'affiche
- Le site est annoncé comme fermé
- Le site est différent de celui décrit

Merci de me prévenir en m'envoyant un email avec comme objet du message : Erreur sur l'ebook intitulé ...

Dans le message, indiquez la nature du problème et sur quelle page.

Si vous souhaitez présenter votre produit ou service sur cet ouvrage, apporter de nouvelles idées, des critiques, des commentaires sur celui-ci,

N'hésitez pas à me contacter : contact@comment-gagner-sur-internet.com

D'avance merci pour votre aide !

Thierry Dubois



Devenez membre du Club Stratégie
et apprenez tout en gagnant de l'argent !

[Pour en Savoir Plus](#)

