

ORGANISE LA CRÉATION DE TON SITE WEB

sans te casser la tête

8 décembre 2023



Patricia Filiatrault

pf@patriciafilatrault.com

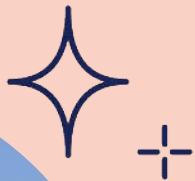




QUI SUIS-JE ?

- Passionnée par le marketing numérique
- Chargée de cours à l'UQAM depuis 2012
- Bacc en communications et maîtrise en administration
- Fondatrice de PF communications

Suivez-moi sur Facebook



**C'est quoi le lien
entre le ramonage
de cheminées et la
création de site
Web?**

1.

**Nom de domaine &
hébergement**

2.

DIY ou engager?

3.

Cahier de charges

4.

Textes

5.

Images

6.

**Représentant des
ventes**

7.

Plateforme

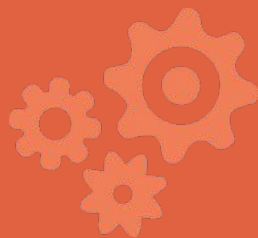
8.

**Formation
(no code)**

9.

Questions

1



Nom de domaine

& hébergement Web

LE NOM DE DOMAINE, C'EST QUOI ÇA?

Le choix de ton nom de domaine est une étape cruciale. En fait, ça devrait être la première étape de ta création.

- Simple, ni trop long, ni trop court, résonnant et représentatif de ton entreprise
- Pas besoin d'inclure les mots clés (mais on peut le faire)
- On l'achète quand? Dès que possible!
- Et si tu hésites entre utiliser «.com», «.ca» ou «.net», prends les tous!
- Idéalement, tu devrais aussi t'abstenir d'y inclure des tirets ou des accents.

Coût nom de domaine ≈ 25\$/année

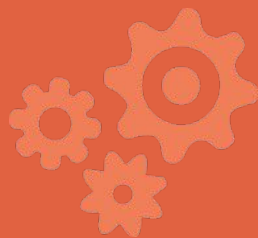
Coût hébergement : ≈ 150\$/année



Et l'hébergement? Pourquoi j'ai choisi Likuid?

patriciafiliatrault.com/likuid

2



DIY ou engager?

Vas-tu le faire tout.e seule.e?

ENGAGER UNE AGENCE



Avantages :

- **Expertise professionnelle**
- **Gestion de projet intégrée**
- **Gain de temps**
- **Design et fonctionnalités sur mesure**
- **Support et maintenance**

ENGAGER UNE AGENCE



Inconvénients :

- **Coût**
- **Délais de réalisation**
- **Moins de contrôle direct**

FAIRE SON SITE SOI-MÊME

3 options :

1. Utiliser un layout et l'adapter (sans graphiste)
2. Tout faire designer par un graphiste (et intégrer soi-même)
3. Faire un mix entre les 2 : choisir un layout et engager un graphiste pour adapter certains éléments du design

Évidemment, ça vous prend un logo et une identité visuelle avant toute chose.

[OPTION 1] UTILISER UN LAYOUT ET L'ADAPTER (SANS GRAPHISTE)



Avantages :

- **Coût plus faible**, car vous n'avez pas besoin d'embaucher un graphiste.
- **Gain de temps**, car les layouts préexistants peuvent être mis en place rapidement.



Inconvénients :

- **Moins d'originalité**, car vous utilisez un design qui n'est pas unique à votre site.
- **Flexibilité limitée dans la personnalisation**, car certains éléments de design peuvent être difficiles à modifier sans compétences en graphisme ou en codage.

[OPTION 2] TOUT FAIRE DESIGNER PAR UN GRAPHISTE (ET INTÉGRER SOI-MÊME)



Avantages :

- **Design unique et personnalisé**, adapté à votre marque ou à votre vision personnelle.
- **Liberté créative totale** pour le graphiste, ce qui peut aboutir à un design plus innovant et attrayant.



Inconvénients :

- **Coût plus élevé**, car les services d'un graphiste professionnel peuvent être onéreux.
- **Temps de développement plus long**, car le processus de conception et de révision peut prendre du temps.
- **Nécessité de compétences techniques** pour intégrer le design dans le site, ce qui peut être un défi si vous n'avez pas d'expérience en développement web.

[OPTION 3] UN MIX DES 2 : CHOISIR UN LAYOUT ET ENGAGER UN GRAPHISTE POUR ADAPTER CERTAINS ÉLÉMENTS DU DESIGN



Avantages :

- **Équilibre entre coût et personnalisation**, permettant d'avoir un design semi-personnalisé sans le coût total d'une conception sur mesure.
- **Flexibilité pour ajuster le design** selon vos besoins spécifiques tout en bénéficiant de la structure de base d'un layout préexistant.

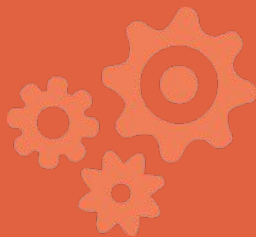


Inconvénients :

- Peut-être **un peu plus coûteux** que d'utiliser un layout seul, en fonction de l'étendue des modifications apportées par le graphiste.
- Le **design final peut être limité** par les contraintes du layout sélectionné.

PSSST... MON OPTION PRÉFÉRÉE! 😊

3



Cahier de charges

Rien de moins que ta bible.

LE CAHIER DE CHARGES, UN MAL NÉCESSAIRE

Tu dois d'abord connaître ton **public cible**, celui qui va venir sur ton site Web.

Tu as également la tâche de trouver ton **objectif principal**.

- Tu veux que les gens restent sur ton site pour lire tout le contenu?
- Tu veux vendre un produit ou un service?

Ensuite, tu dois connaître les **fonctionnalités** que tu veux apporter à ton site :

- un formulaire de contact?
- une connexion directe à tes réseaux sociaux?
- un abonnement à ton infolettre?
- une section blogue?
- un commerce électronique?

PUBLIC

À qui parles-tu?
Les connais-tu?

ÉCHÉANCIER

Ton site doit être en
ligne quand? Hier?

OBJECTIF

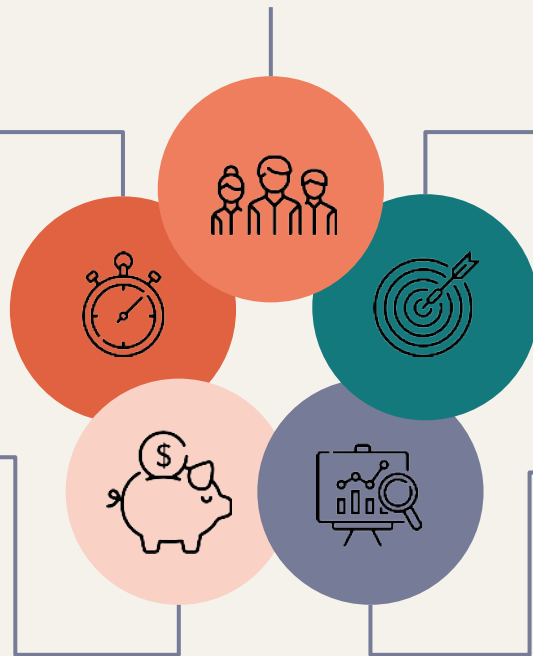
À quoi va servir ton
site?

RESSOURCES

Tu le fais tout.e seul.e
comme un.e grand.e?
Tu demandes de l'aide?

FONCTIONNALITÉS

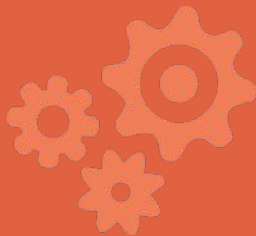
Qu'est-ce que les
gens pourront y faire?



NOTE TOUT!

- Ton site va-t-il être en une seule langue, deux ou trois? Tu dois penser à cela pour être en mesure d'adapter ensuite ton contenu à ton audience!
- Tu dois également déterminer si tu vas utiliser le “tu” ou le “vous” pour que tout ton site soit uniforme à long terme.
- Aussi, qui rédigera le contenu? Comptes-tu écrire toi-même les textes? Ou vas-tu engager quelqu'un pour le faire? ChatGPT?
- Et les images... As-tu tes propres photos ou prévois-tu d'utiliser des banques d'images?
- **Exemple de cahier de charges**
- Ça prend combien de temps créer un site? **Exemple d'échéancier**
- Ça coûte combien?

4



Les textes

Pour tes utilisateurs oui...
mais Google aussi

SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO) RÉFÉRENCEMENT NATUREL

- Que veut-on vraiment pour notre site? Qu'il soit attrayant... oui, mais pas seulement ça!
- On veut qu'il soit visible dans Google (ou autre moteur de recherche), donc qu'il soit bien référencé/indexé/positionné.



Google

cours de méditation en entreprise

Powered by SURFER

Let it Be Méditation
https://letitbemeditation.com › services-aux-entreprises

Méditation, pleine conscience et leadership conscient en ...

119 2,400 0 TITLE CHANGED

Vous vous apprêtez à découvrir les différentes options (formations, conférences, activités, etc.) pour amener la méditation en entreprise de façon dynamique, ...

Goalmap
https://goalmap.com › ... › Calm : santé mentale et RPS

Cours de méditation en entreprise

32 2,862 4

Les cours de méditation en entreprise permettent de réduire le stress et de mieux gérer ses émotions. Et si vous en proposiez à vos salariés ?

meditationmontreal.ca
https://meditationmontreal.ca › products › pratique-de-...

Pleine conscience en entreprise ou au sein de votre organisme

278 596 0 TITLE CHANGED

MÉDITATIONS GUIDÉES - forfait mensuel dès le 10 janvier 2024 · Cours de méditation sur place en studio · Abonnement annuel · 42 semaines de méditations ...

Plus de questions à poser

Comment faire de la méditation au travail ?

Pourquoi les entreprises devraient offrir des cours de méditation à tous leurs salariés ?

Quelle est la durée optimale pour pratiquer la méditation ?

75%

des utilisateurs de moteurs
de recherche ne se rendent
pas plus loin que la
première page de résultats.



moz.com

SEO VS SEM?

- **SEO sémantique** (marketing de contenu)

- Création et distribution d'articles, de billets de blog, de vidéos, de guides, d'images, d'infographies, de podcast, etc.
- Contenu optimisé, qualité du contenu, mots-clés
- Liens internes et externes
- Etc.

- **SEO technique**

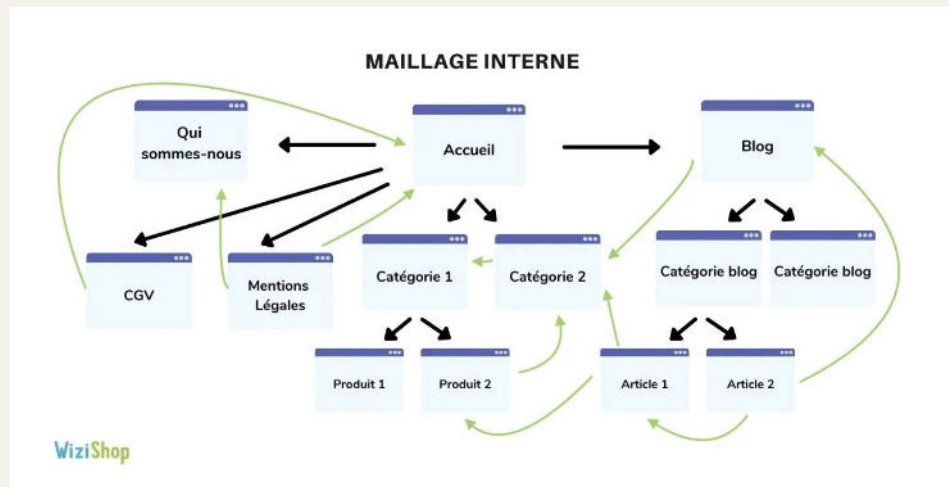
- UX
- Code propre
- Temps de chargement
- Version mobile
- Etc.

SEM

- Google Ads, Facebook Ads

QUOI FAIRE?

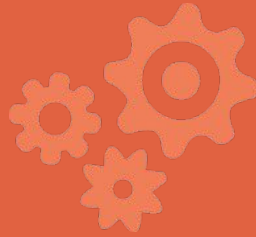
- **Structurer** le texte (méta titre, méta description et Hn) pour que les moteurs de recherche le jugent pertinent.
- Créer des contenus de **qualité** (riche, généreux, persuasif)
- Créer des **contenus uniques** (attention au plagiat et éviter de copier-coller des contenus d'autres pages... même les vôtres!)
- **Combien de mots** par page?
- Créer des liens entrants et sortants de qualité (**maillage interne** et backlinking)



QUOI FAIRE?

- Analyser son SEO et les mots-clés recherchés par les internautes Mangools: patriciafiliatrault.com/mangools (10% de rabais)
 - L'objectif avoué est autant de proposer une lecture facile, agréable, sans lourdeur pour l'internaute que de répondre aux standards d'écriture définis par Google et ses «spiders » qui indexent chacune des pages des sites Web.
- L'importance de nourrir votre site de **manière régulière** (Blogue, Podcast, études de cas, résumés de vidéos ou lives, etc.)

5



Les images

On ne veut pas le savoir,
on veut le voir!

L'IMPORTANCE DE LA RECHERCHE PAR IMAGES

- Nom, format, taille, texte ALT et titre
- Temps de chargement
- Qualité des images : lisibilité, clarté, objets visibles sur fond clair

Si les images font plus de 2MB à 5MB, c'est trop lourd!

Si vous avez une image de plus de 500KB, il faut la compresser. Idéalement, on vise le 200KB.

Utiliser des outils de compression dans Photoshop (ou Canva), ou sur des sites externes comme compressjpeg.com

On peut tester la vitesse de notre site : pagespeed.web.dev

BANQUE D'IMAGES OU PHOTOS ORIGINALES?

C'EST QUI ELLE?



5 **Les images** : On ne veut pas le savoir, on veut le voir!

SI GOOGLE LE DIT...

“We now prioritize sites where the image is central to the page, and higher up on the page.”

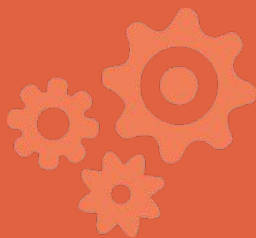
Source – Google blog

Inclure une image tous les 400-500 mots environ.

La photo peut être remplacée par :

- Graphiques
- Illustration
- Vecteurs pour les logos simples ou les designs
- Embeded des vidéos

6



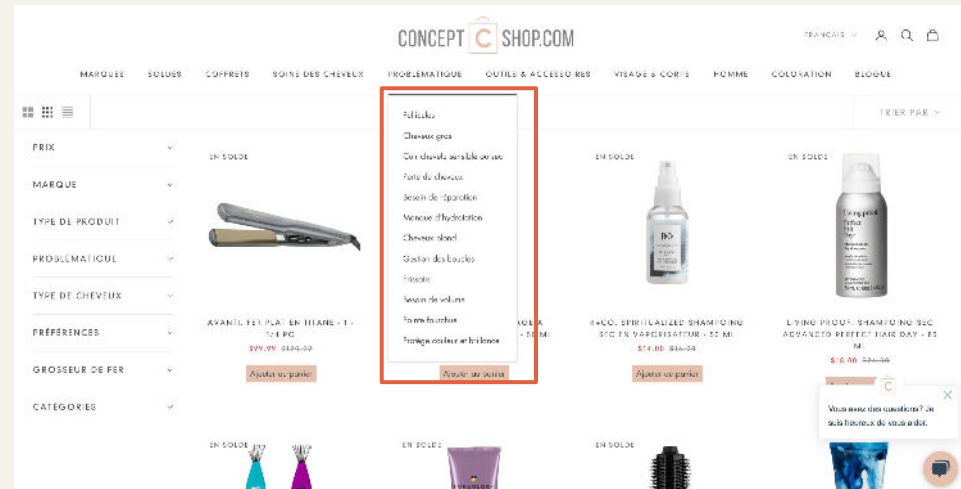
Un site qui vend

Un représentant des ventes

UN SITE QUI VEND

Design et expérience utilisateur (UX) :

- **Design attrayant et professionnel** : Il doit être visuellement engageant pour attirer et retenir l'attention des visiteurs.
- **Navigation intuitive** : Les utilisateurs devraient pouvoir naviguer facilement sur le site et trouver ce qu'ils cherchent sans effort. (Ex. : conceptshop.com)
- **Adaptabilité mobile** : Le site doit être responsive, c'est-à-dire bien fonctionner sur les appareils mobiles.



UN SITE QUI VEND

Contenu de qualité et SEO :

- **Contenu pertinent et utile** : Fournissez des informations qui répondent aux besoins et aux questions de votre public cible.
- **Optimisation pour les moteurs de recherche (SEO)** : Utilisez des mots-clés pertinents pour améliorer le classement de votre site dans les résultats de recherche.

Appels à l'action (CTA) clairs :

- Incitez les utilisateurs à **agir** (acheter, s'inscrire, contacter, etc.) avec des boutons ou des liens bien visibles et persuasifs.

UN SITE QUI VEND

Pages de produits/services efficaces :

- **Descriptions détaillées** : Fournissez des informations complètes sur les produits ou services.
- **Images de haute qualité** : Montrez vos produits sous leur meilleur jour avec des images claires et attrayantes. Pourquoi ne pas faire une vidéo du produit?

Processus de paiement simplifié :

- Facilitez l'achat avec un processus de paiement simple et sécurisé.
- **Options de paiement variées** : Offrez plusieurs méthodes de paiement pour répondre aux préférences de différents clients.

Confiance et crédibilité :

- **Avis et témoignages de clients** : Affichez les avis positifs de vos clients pour renforcer la confiance.
- **Certifications** : Vous êtes membre d'un ordre professionnel? Montrez-le!
- **Badges de sécurité** : Montrez que votre site est sécurisé et fiable.

UN SITE QUI VEND

Analyse et optimisation constantes :

- Utilisez des **outils d'analyse** (Google Analytics 4) pour suivre le comportement des visiteurs et comprendre ce qui fonctionne ou non.
- Testez (AB testing) et optimisez régulièrement différents éléments du site pour améliorer les conversions.

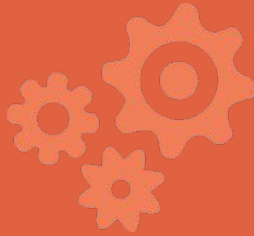
Marketing intégré :

- **Email marketing** : Capturez les adresses email pour les campagnes de marketing et les mises à jour.
- **Réseaux sociaux** : Utilisez les médias sociaux pour promouvoir votre site et engager votre communauté.

Autres :

- FOMO
- FAQ

7



Plateforme

WordPress, Wix, Shopify?

Tu ne veux pas
te *tromper*...





LE CMS LE PLUS UTILISÉ AU MONDE...

WordPress est un CMS (Content Management System ou Système de Gestion de Contenu), soit un logiciel open-source permettant de mettre en page son contenu en ligne, via une interface simplifiée.

Il permet de mettre à jour le contenu de son site en ligne sans connaître les langages informatiques.

Ses principaux concurrents : Shopify, Wix, Squarespace, Webflow

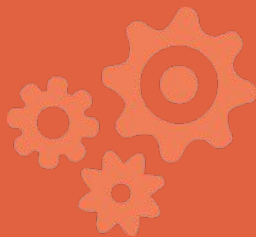
CMS	UTILISATION (2022)
Aucun CMS	33.10%
WordPress	42.90%
Shopify	4.30%
Wix	2.30%
Squarespace	2.00%
Joomla	1.60%
Drupal	1.20%
Blogger	0.90%
Bitrix	0.80%
Magento	0.60%
Webflow	0.60%

Source : Search Engine Journal

POURQUOI AI-JE CHOISI WORDPRESS?

- C'est gratuit !
- Un produit **fiable** et **sécuritaire** (mises à jour régulières)
- Relativement simple d'utilisation, interface intuitive
- Donne l'accès à des extensions (gratuites et payantes)
- Permet d'ajouter **une multitude de fonctionnalités** à son site Web : site multilingue, e-commerce, clavardage en ligne, partage sur les réseaux sociaux, blogue, événements, formulaires de contact, connexion à des applications tierces, etc.
- Possibilité d'ajouter (Yoast SEO, Google Analytics 4, Aceptio, etc.) et créer des extensions sur mesure (custom)
- Soutien d'une très **large communauté**
- Axé sur le **SEO** (référencement naturel)

7



Le code

Pas besoin de savoir coder



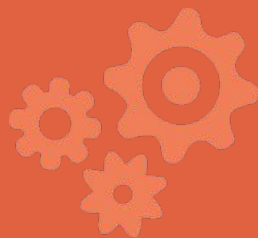
DIVI

Avec DIVI, tu peux mettre un site Web en ligne en quelques heures seulement !

Profite de **25% de rabais sur DIVI dès maintenant** : <https://patriciafiliatrault.com/divi>



8



Ma formation

Si vous avez besoin d'aide



VOLET 1 [Module stratégique]

Volet 1 seulement : ~~597\$~~ 497\$ (+ tx)

Prix de lancement jusqu'au 15 décembre 23h59

JE VEUX CETTE FORMATION

patriciafilatrault.com/formation-site-web



VOLETS 1 & 2 [Modules stratégique & technique]

Volets 1 & 2 : ~~1397\$~~ 1197\$ (+ tx)

Prix de lancement jusqu'au 15 décembre 23h59



EN BONUS

Si tu prends les 2 volets de la formation, je t'offre en bonus, ma formation complète **SEO Pratico!**

➔ Une valeur de 295\$

JE VEUX EN PROFITER

 LIVE

La formation ultime

CRÉE UN SITE PERFORMANT

SANS ÊTRE GEEK

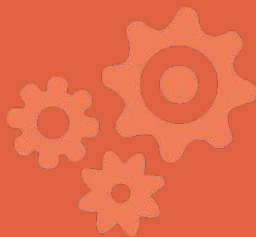
VOLET 1 : ~~597\$~~ 497\$

VOLETS 1 & 2 : ~~1397\$~~ 1197\$

JUSQU'AU 15 DÉC.



9



Questions

Je vous écoute! :-)