

On m'a confié le site/projet/truc web...

Au secours !

Panorama des bonnes pratiques
François Nonnenmacher — Paris Web 2008

Qui suis-je ?

ubiquitíc

- entrepreneur
- explorateur du web
- geek bilingue

Sommaire

- Contexte
- Les trucs difficiles
- Les trucs plus difficiles

Le contexte

Un media technique

- comme d'autres, et avec ses **spécificités** et ses **standards**
- regroupe de nombreuses **professions** et **expertises techniques** (ergonomie, architecture, graphisme, développement web, écriture web, intégration et exploitation informatique...)

« bonne » pratique ?

invisible, incertain, dynamique

**Pratique
commune**

externaliser
déléguer

**Pratique
avancée**

améliorer
tisser des liens
faire confiance

Mainteneur

Entrepreneur

se concentre
sur ce qui
est connu

**Bonne
pratique**

contrôler
maintenir

**Meilleure
pratique**

augmenter
la quantité

se concentre
sur ce qui
n'est pas
(encore)
connu

visible, certain, statique

Les trucs difficiles

Les fondamentaux

Mode projet

Fonctionnement, vie du site

Phase de
conception

Analyse
Architecture
Graphisme
Intégration

Ergonomie
Accessibilité

Prototypage
Mesures
Mises à jour

Création et
édition contenus
Hébergement
Interactions
Stats, métriques

Vie du site

Le vernis

(notions minimales)

- Architecture de l'information
- Ergonomie, accessibilité
- Ecriture web, référencement
- « Clients » et standards web
- Logiciels libres, langages
- Métriques et méthodes de mesure
- Hébergement, exploitation

Les trucs plus difficiles

L'enfer
c'est
les autres

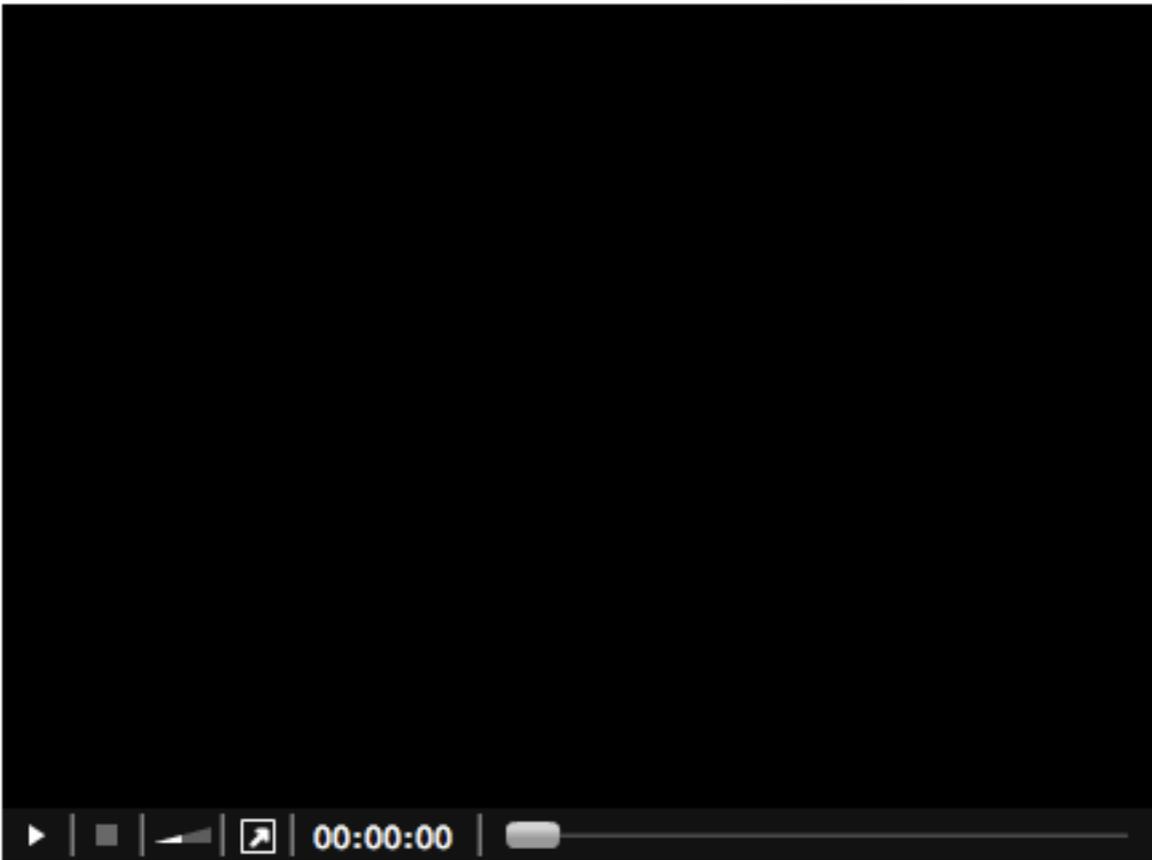
Connaissez
vos ennemis

Le patron

« Plus gros le logo ! »

« Ma femme n'aime pas le rouge. »

« Mon fils a dit que c'était nul. »



Love the site? [Buy some 'Make My Logo Bigger Cream' SWAG.](#)

- IMPROVES BRAND RECOGNITION!
- GRABS CUSTOMERS' ATTENTION!
- WORKS IN JUST MINUTES!
- GOES ON SMOOTH!



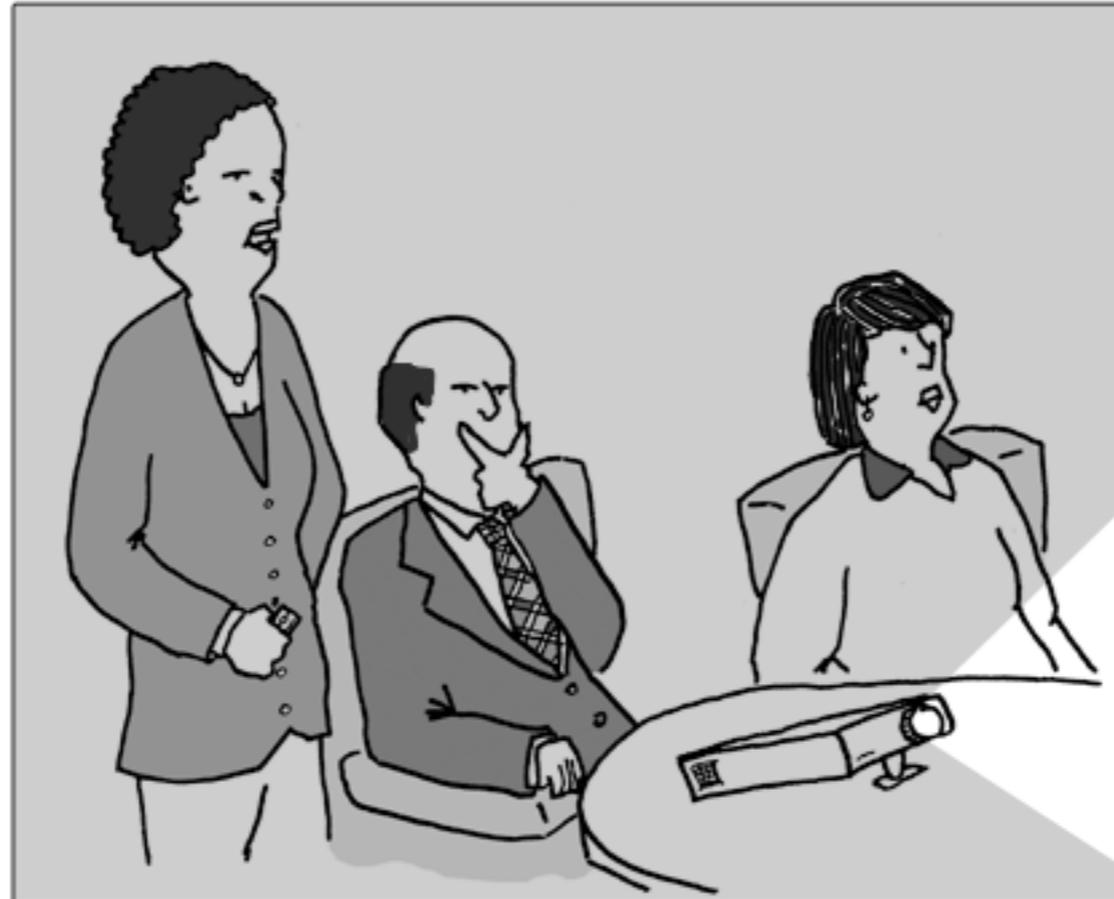
*“ My logo is
so much BIGGER now!!! ”*

—BUBBA'S USED CARS

[CLICK HERE TO
BUY NOW!!!](#)

[ADD TO DIGG](#) - [ADD TO DEL.ICIO.US](#) - [@ AGENCY FUSION](#)

<http://makemylogobiggercream.com/>



As this next slide demonstrates, the ROI of setting fire to your money isn't quite as favorable as blowing it all at the track, but still outperforms building a Flash intro screen.

Comme la diapo suivante le montre, le retour sur investissement en mettant le feu à votre argent n'est pas aussi favorable qu'en le claquant au jeu, mais reste meilleur que de construire un écran d'intro en Flash

Le directeur communication

- « Mettez une vidéo du patron sur la page d'accueil. »
 - « Il y a un bouton vers le rapport annuel ? »
- « Faites un communiqué de presse pour annoncer le nouveau site web. »
 - « C'est pas sexy. »
- « Mettez la dernière campagne de branding partout ! »



SNCF, des écrans d'avance

ACCEDER AU SITE
SNCF.COM

La SNCF est Partenaire de la 2e édition du Festival des 4 Ecrans, qui célèbre ceux que vous utilisez tous les jours, du tout petit au plus grand : mobile, ordinateur, télé et cinéma.



Tout savoir sur la SNCF sur sncf.com

► VOIR LE PROGRAMME



GROUPE
FONDATION

VOYAGER
S'INFORMER

ALYS - ARTESIA - LYF
OCES+ - INFOLIGNES

TRANSPORTS / LOGISTIQUE
CONSEIL / EXPERTISE

Sélectionnez
Sélectionnez



Accueil

Vous recherchez OK

L'entreprise

Chiffres-clés

Emploi

Vie pratique

Idées d'avance

Eco-mobilité

Culture

Hier et demain

Journalistes

Territoires

Partenaires

Fournisseurs

DERNIER COMMUNIQUÉ DE PRESSE

11/11/2008 REMERCIEMENTS SNCF - ARRESTATIONS AUTEURS...

Eco-mobilité

VISAGES DE L'EUROPE À 300 KM/H



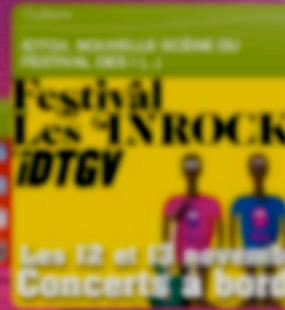
Entrée en gare du T 3 / 9 s dans la diversité"

Culture

56 BD À LIRE EN LIGNE



SNCF, partenaire du Fest de la BD d'Ang



Emploi



Recrutement, Stage, Alternance

Webcast littéraire



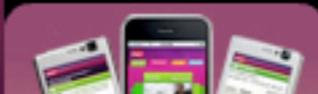
Spécial BD et Beaux livres

Opinions & débats



Posez vos questions

Nouveau: sncf.mobi



Testez vos horaires sur mobile

TRAFIC EN DIRECT

9 trains sur 10 à l'heure pour la grande vitesse SNCF en 2007

Suivez votre train en temps réel

Acheter un billet





[Recherche avancée](#)
[Préférences](#)
[Outils linguistiques](#)

Rechercher dans : Web Pages francophones Pages : France

[Programmes de publicité](#) - [Solutions d'entreprise](#) - [À propos de Google](#) - [Google.com in English](#)

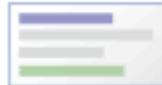
©2008 - [Confidentialité](#)

[Accueil Google](#)

[À propos de Google](#)

Pour commencer

Votre publicité sur Google avec AdWords



Vous pouvez faire de la publicité pour votre entreprise quel que soit votre budget. Votre annonce apparaît sur Google et vous met en relation avec les internautes qui recherchent vos produits ou services.

[En savoir plus »](#)

Gagnez de l'argent avec AdSense



Augmentez vos revenus grâce à votre site Web, tout en offrant une expérience en ligne plus enrichissante à vos visiteurs. Google AdSense diffuse sur votre site des annonces ciblées avec précision.

[En savoir plus »](#)

Répertoriez votre entreprise sur Google Maps



Des millions d'utilisateurs consultent chaque jour des annuaires pour chercher des commerces et des services de proximité. Faites en sorte qu'ils vous trouvent. L'ensemble du service est gratuit.

[En savoir plus »](#)

Toutes nos solutions d'entreprise

Faites-vous connaître sur Google

Présentez votre entreprise, vos produits et votre site Web sur Google. Les internautes vous trouveront plus facilement.

Présentez vos...



[Coordonnées et plans d'accès](#)
sur Google Maps



[Pages Web](#)
avec les outils Google pour webmasters



[Livres](#)
avec le programme Partenaires Google Livres

Optimisez votre site Web



[Analytics](#)

Des rapports clairs et visuels sur les performances de votre site Web et les sources de trafic vous aident à apporter des améliorations génératrices de revenus.



[Optimiseur de Site](#)

Créez des sites Web efficaces
Testez automatiquement différents contenus de vos pages Web afin d'augmenter les taux de conversion des visiteurs sur votre site.



[Recherche sur Internet et sur site](#)

Proposez les résultats de recherche Google aux internautes souhaitant effectuer des recherches sur Internet ou sur votre site Web.

Augmentez votre productivité



[Google Search Appliance : Solutions de recherche Google pour votre site Web et/ou votre intranet](#)

Aidez vos employés à trouver plus rapidement les informations dont ils ont besoin grâce à notre système intégrant les recherches sur Internet, le réseau d'entreprise et leur ordinateur.



[Google Apps : Communiquer et collaborer](#)

Gmail, Google Agenda et Google Talk en marque blanche et gratuitement. Aucun matériel ni logiciel requis.



[Travaillez en collaboration](#) avec vos collègues où que vous soyez et en temps réel.

Le directeur financier

On peut externaliser la production de contenus
en Inde ou en Chine ?

[Store](#)[Mac](#)[iPod + iTunes](#)[iPhone](#)[Téléchargements](#)[Support](#)

MacBook

[Design](#)[Fonctionnalités](#)[Graphismes](#)[Mac OS X + iLife](#)[Environnement](#)[Caractéristiques](#)[Acheter](#)

Parfaitement con

De sa superbe coque unibody en aluminium à sa puissante architecture graphique, le nouveau MacBook fait rimer progrès avec esthétique.



Aluminium pur. Intelligence pure.

Au lieu d'être assemblé à partir de multiples pièces, le nouveau MacBook a été réinventé à partir d'un bloc unique : la nouvelle coque unibody en aluminium massif. C'est à cette coque unibody que MacBook doit sa plus grande finesse, son poids allégé et son profil encore plus élégant. Mais il ne s'agit pas uniquement d'esthétique. Grâce à sa coque d'un seul tenant, ce MacBook est plus résistant que jamais. Il a été conçu pour accueillir tout votre monde. Alors, glissez-le dans un sac à



Beautifully engineered, inside and out.
(mais bien mal traduit)

MOTO Q^{we} 9h



Mon Q.
L'intelligence
renouvelée.

MOTO Q^{MC} 9h



Mon Q9h.
L'intelligence
renouvelée.

Le service marketing

« Il faudrait leur demander de remplir ce petit questionnaire (50 questions) avant d'aller plus loin »

(Comment ça qu'est-ce qu'on fait avec les réponses ?)

Les champs marqués d'un * sont obligatoires.

Civilité : *

Nom : *

Prénom : *

Société ou
organisation :

Téléphone :

Adresse : *

Code postal : *

Ville : *

Pays : *

Vous êtes : *

Choisissez le
domaine
concerné : *

Vous êtes
intéressé par :

Votre e-mail : *

Le sujet de votre message :

Votre message :

+Annuler

+Valider

Le service informatique

« Non
Interdit
Impossible
Pas le temps
On a déjà fait
Tu as un budget ? »

(mais ai-je vraiment besoin de vous faire un dessin ?)

Connaissez
vos amis

Vos utilisateurs

attention, ils sont divers
et ne savent pas toujours ce qu'ils veulent...

(surtout quand on leur présente quelque chose
de nouveau et dont ils n'ont pas besoin)

L'utilisateur moyen n'existe pas

- ciblez
- structurez
- prototypez
- testez, modifiez, testez, modifiez...



Guerrilla usability testing training workshop

Learn how to plan, moderate and analyse the results of a usability test. We hold full-day workshops at the Clearleft offices in Brighton. [Read more details & book your place](#)

Clearleft presents

Silverback

Spontaneous, unobtrusive usability testing software for designers and developers.

-  Capture screen activity
-  Video the participant's reactions
-  Record the participant's voice
-  Add chapter markers on the fly
-  Control recording with the remote
-  Export to Quicktime

Download

FREE FOR 30 DAYS



Purchase

\$49.95

10% OF ALL PROFITS GO TO SAVE THE GORILLAS



Silverback requires
Mac OS X (10.4 or 10.5)

Vous !

mais...

Savez-vous
ce que vous voulez ?

Si ce n'est vous, c'est donc votre agence ?

Les pièges classiques

- « Collecter » les besoins n'est pas la panacée
- Tout le monde a un avis sur le « design »
 - mais personne ne veut être responsable
- Chacun voit midi à sa porte
 - Mais on adore se réunir en comité
- Certains veulent tout faire eux-mêmes
 - D'autres veulent tout faire faire
- Syndrome « taille unique, unisexe »
- Mode projet ≠ Jetable
- Flash et paillettes ≠ Contenu / services
- C'est la jungle, là dehors

Quelques pistes

- Détecter et réunir les acteurs clés
 - **distinguer** ceux qui **décident/font/contribuent** et **les isoler** des interférences nuisibles
- Savoir ce que l'on fait
 - savoir pourquoi votre site/service doit voir le jour, à quoi et à qui il sert (aucune agence ne le saura à votre place !)
 - faire soi-même ce qu'on sait mieux faire que personne, externaliser le reste (en sachant choisir ses prestataires)
- Distinguer projet/**vie du site**, présentation/**contenu**
- Mesurer, tester, modifier, mesurer, tester, modifier...

Contact

ubiquitíc

François Nonnenmacher

info@ubiquitic.com