

Bien préparer

Son projet de site internet



Un guide pour bien démarrer

Pourquoi ce guide?	2
Introduction	3
Mûrir son projet	4
A qui s'adressera votre site?	4
Définissez l'objectif de votre site	5
Quel type de site?	5
Quel look pour votre site?	5
Quel sera le contenu de votre site?	7
Et le budget dans tout ça?	11
Le type de site:	11
Qui créera le site?	12
Quelle solution technique choisir?	14
Un "CMS hébergé"	14
Un CMS Open Source	16
Un CMS Open Source avec assistance par un prestataire	19
Un CMS Open Source avec suivi durable par un prestataire	20
Conclusion	20

Pourquoi ce guide?

Je m'appelle Sophie, et je suis développeuse web depuis une quinzaine d'années, dont 5 en freelance.

Cette expérience m'a amenée à me rendre compte que mon métier allait bien au-delà d'une simple prestation "technique": avant de penser à la solution technique qu'on va apporter en réalisant "concrètement" le site internet, il y a toute une réflexion à avoir sur l'objectif, le contenu, l'image que renverra le site. Et c'est ce qui est en fait le plus passionnant: rencontrer un nouveau client, avec un métier que je ne connais pas forcément, qui sait déjà un peu ce qu'il veut, ou pas... et faire naître peu à peu un projet de site internet qui lui corresponde vraiment.

J'ai écrit ce guide pour permettre aux personnes qui souhaitent créer leur site de bien préparer leur projet de site internet afin d'avoir toutes les clés en main pour se lancer.

www.destination-internet.fr

contact@destination-internet.fr



Introduction

La création d'un site internet n'est pas qu'une question technique.

C'est un projet qui demande de s'interroger sur son entreprise et son métier, sur les personnes qu'on veut toucher, sur les objectifs de son site.

La réalisation concrète du site va bien sûr comprendre une partie technique, mais de nos jours on peut assez simplement créer un site sans être un as du développement, voire sans rien connaître au développement. Suivant la taille et les objectifs de votre projet de site, vous pourrez avoir besoin de faire appel à des prestataires qui vont vous accompagner et vous faire gagner du temps.

L'objectif de cet article est de vous donner les points essentiels à prendre en compte pour créer un site qui corresponde à vos attentes et à votre image.

Nous verrons les questions à se poser **en amont pour bien préparer votre projet, quel budget prévoir, quelles choix technologiques faire et comment choisir (ou pas) un prestataire pour vous accompagner.**

Mûrir son projet



Ça y est, vous êtes décidés, il vous faut un site internet et vous allez vous lancer.

Voici les questions que vous devrez **vous poser en amont du projet**, et qui vous guideront pour obtenir le site dont vous avez vraiment besoin (et envie).

A qui s'adressera votre site?

Lorsque vous créez un site internet, vous devez d'abord **penser aux personnes auxquelles il va s'adresser**.

Est-ce que vous allez vous adresser à des professionnels, ou à des particuliers?

Vous adresserez-vous à une tranche d'âge précise?

A un public plutôt féminin ou masculin ou les deux?

Quels sont leurs besoins, leurs problèmes, que viendront-ils chercher sur votre site?

La réponse à ces questions vous guidera pour le choix du design du site (son apparence, les couleurs, les types et tailles des polices, etc...), les types de contenus que vous présenterez, le ton des textes que vous rédigerez, etc.

Définissez l'objectif de votre site

Qu'attendez-vous de votre site internet?

Souhaitez-vous “juste” être présent, pour pouvoir indiquer vos coordonnées, vos horaires d'ouverture et vos services?

Souhaitez-vous trouver plus de prospects pour développer votre activité?

Allez-vous vendre sur le site? Quel type de produits? Des services?

Quel type de site?

Votre site peut être un simple site “**carte de visite**” dans le cas où vous souhaitez simplement **indiquer vos coordonnées et horaires**.

Vous aurez besoin d'un site “**vitrine**” si votre but est de **développer votre activité** en attirant plus de prospects que vous pourrez transformer en clients. Par rapport au site “carte de visite”, vous pourrez présenter vos produits et services de manière plus détaillée, vous pourrez avoir besoin d'une section “Actualités” ou “Blog” pour pouvoir mettre régulièrement des informations, vous pourrez souhaiter envoyer régulièrement des newsletters et les présenter sur votre site, etc...

Dans le cas où votre but est de faire de la **vente en ligne de produits ou services**, il vous faudra un **site e-commerce**. Ce type de site demande souvent plus de travail, avant et pendant sa création (vous devrez par exemple prendre de belles (important ;-)) photos de vos produits, rédiger des descriptifs pour les produits, etc.). Et il faudra régulièrement ajouter des produits, gérer les commandes, suivre les stocks, etc.

Quel look pour votre site?

Il est important que votre site soit beau et ait un aspect professionnel. Voici pourquoi:

Crédibilité:

Un site à l'aspect propre et moderne inspire la **confiance**. Si votre site fait trop "amateur", vos visiteurs risquent de penser que vos services seront du même niveau.

Clair et facile à utiliser:

Vos visiteurs doivent **comprendre tout de suite** ce que vous faites / vendez, et si ça va les intéresser. Ils doivent pouvoir **trouver rapidement** ce qu'ils cherchent. La navigation sur votre site doit être simple, et les visiteurs doivent pouvoir rapidement repérer où ils sont et facilement passer d'une page à l'autre.

Le site doit refléter l'image de votre entreprise (ou de vous-même).

Souhaitez-vous un site à l'aspect moderne ou plus classique? Sophistiqué ou simple et épuré?

Avez-vous des couleurs de prédilection, ou au contraire des couleurs que vous ne souhaitez surtout pas utiliser?

Si vous avez déjà un logo ou une charte graphique que vous utilisez pour d'autres supports (cartes de visite, documents professionnels), il peut être intéressant de partir de là. Vous devrez mettre votre logo sur le site, donc les couleurs du site devront s'harmoniser avec celui-ci.

A cette étape de la réflexion, il peut être intéressant de faire une liste de sites que vous aimez (dans votre secteur d'activités ou dans un autre secteur), et desquels vous pourriez vous inspirer.

Et vous pouvez faire l'exercice inverse: notez tout ce que vous n'aimez pas (les couleurs, le type de police de caractères, le mode de navigation, etc...) sur d'autres sites (en particulier vos concurrents...)

Adaptable à tous les types d'appareil

Il est maintenant indispensable que votre site internet s'affiche parfaitement sur tous les types de support, que ce soit un ordinateur (avec différentes résolutions d'écran), une tablette ou un smartphone:

- De plus en plus de gens consultent internet sur **différents supports**
- **Les moteurs de recherche**, en particulier Google, **favorisent les sites en version mobile** pour le classement de leurs résultats de recherche.

Rassurez-vous, vous n'aurez pas à créer 2 versions de votre site, une pour les mobiles et une pour les écrans larges, vous pourrez créer un site “responsive”, c'est-à-dire qui adapte automatiquement la présentation du contenu en fonction de la taille de l'écran.

Quel sera le contenu de votre site?

Venons en maintenant au contenu du site.

Contenu statique ou dynamique?

La première chose à se demander: est-ce que le contenu changera souvent?

Dans le cas d'un site “**carte de visite**”, il est probable que non. Vous pourrez éventuellement avoir à modifier vos horaires, mais **la gestion de votre site vous demandera peu de temps**.

Pour un **site vitrine**, **cela dépend**: si vous présentez juste vos services et que ça ne varie pas beaucoup, vous aurez peu de contenus à modifier; si vous avez une rubrique “Actualités”, ça demandera un peu plus de temps (mais pas énorme non plus...)

Enfin, un **site e-commerce** vous prendra beaucoup plus de temps car vous devrez mettre de nouveaux produits en ligne (après avoir bien sûr pris des photos et rédigé des descriptifs produit), gérer les commandes (faire les colis, les envoyer, faire le suivi), gérer le service après-vente, mettre à jour les stocks sur le site quand vous recevez de nouveaux produits, etc...

Il est important d'avoir cela en tête dès le départ, car vous devez **évaluer les ressources** dont vous aurez besoin pour faire vivre et animer votre site. Prévoyez un budget pour la suite: faire connaître son site (référencement, réseaux sociaux, publicité...), ajouter des contenus régulièrement, s'assurer que le site est sécurisé.

Comment sera structuré votre contenu?

La première chose à faire est de réfléchir à la façon dont vous allez présenter les choses.

Pour un site “**carte de visite**”, c'est assez simple, vous même faire un site sur une seule page où on trouvera:

- Un petit texte de présentation
- Vos coordonnées et vos horaires

- Un formulaire de contact

Un site vitrine demande déjà plus de réflexion:

- Comment allez vous présenter vos services, vos prestations? Vous pouvez adopter une approche “besoins du client”, en créant une page pour chaque besoin, et en détaillant la prestation que vous proposez pour le résoudre. Vous pouvez aussi partir de votre offre, en expliquant en quoi chaque prestation va aider le client à résoudre son problème. Les deux approches peuvent être conjuguées, la page “Notre offre > prestation1” renvoyant au type de besoin client qu’elle résout , et vice-versa, la page “Vos besoins > besoin1” renvoyant à la prestation qui va résoudre ce besoin.
- Les prestations peuvent être regroupées en rubriques si cela facilite la compréhension des visiteurs
- Vous pouvez présenter des études de cas et des témoignages client pour illustrer et renforcer la présentation de vos prestations et services.
- La page d’accueil devra indiquer clairement ce que vous proposez, et avoir des liens vers les autres pages (vos différentes prestations, la page “A propos”, la page de contact.
- Si vous avez une rubrique “Actualités” ou “Blog”, affichez la / les plus récentes sur la page d’accueil.
- Une page “A propos” sert à vous présenter ou présenter votre entreprise. C’est une page importante, car les gens veulent savoir à qui ils ont affaire.
- Il faut une page “Contact”, avec vos coordonnées complètes et un formulaire de contact (à préférer à l’adresse mail affichée directement). Cette page peut comporter un plan pour accéder à votre entreprise si vous recevez du public, et les liens vers vos réseaux sociaux (ceux-ci peuvent aussi être affichés dans l’en-tête ou le pied de page du site).
- N’oubliez pas la page de mentions légales et la page de politique de confidentialité si vous récoltez les données des visiteurs.

Pour **un site e-commerce**, les conseils ci-dessus sont valables, mais il faut en plus réfléchir à la structuration des produits: vous allez devoir les classer en “catégories” de produits pour regrouper les produits similaires (un peu comme les rayons d’un magasin physique). Ne perdez pas de vue que votre (futur) client doit trouver facilement ce qu’il cherche. En fonction de nombre de produits similaires que vous allez avoir dans chaque catégorie, il faudra peut-être les regrouper, ou au contraire les diviser. Par exemple, si vous avez une catégorie “Gommes” et une catégorie “Crayons”, et que vous avez un seul produit dans “Gommes”, il vaudra peut-être mieux créer une unique catégorie “Crayons et gommes” pour éviter d’avoir un seul produit dans la catégorie “Gommes”.

Souvent la page d'accueil d'un site e-commerce présente les nouveautés, cela permet d'avoir un site plus vivant.

Cette étape de réflexion sur la manière dont vous allez structurer votre contenu est très importante, car c'est à ce moment vous vous allez véritablement commencer à réfléchir au contenu de votre site.

Quel type de contenu?

Le texte

C'est le type de contenu le plus important.

Vos visiteurs doivent comprendre rapidement ce que vous leur proposez. Evitez le "jargon" de votre métier, utilisez les mots qu'utilisent vos prospects (ou définissez les mots du jargon).

Aérez et structurez vos textes, utilisez des sous-titres pour les différents paragraphes.

Utilisez des listes à puces, du gras, etc...

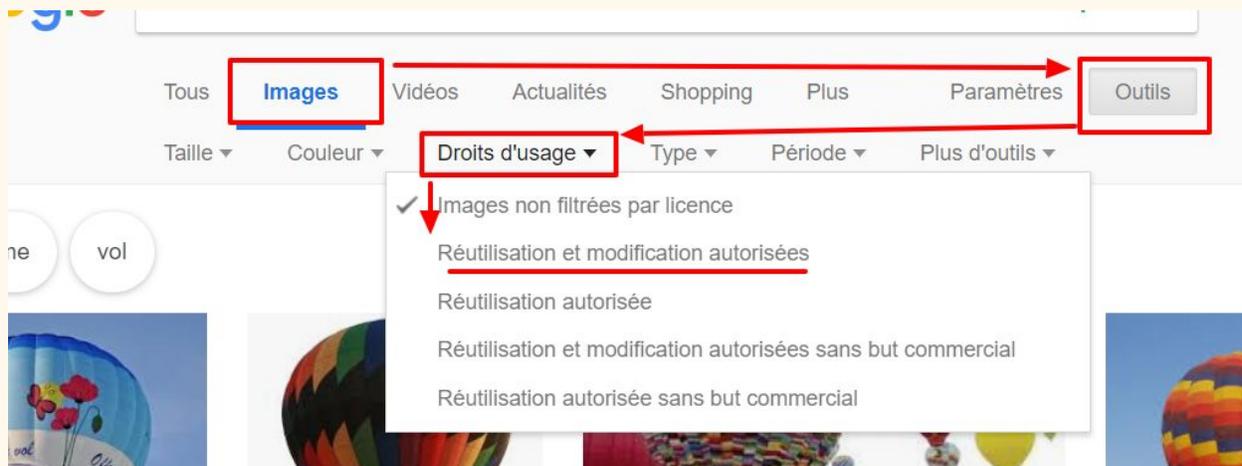
Le texte est important aussi pour le bon référencement de votre site (son positionnement dans les résultats des moteurs de recherche). Chaque page de votre site doit aborder un sujet et un seul, qui sera représenté par un mot-clé principal (l'expression sur laquelle vous souhaitez positionner votre site dans les résultats du moteur de recherche. Pour en savoir plus sur le fonctionnement des moteurs de recherche, vous pouvez aller [lire cet article](#).

Les photos

Les photos sont importantes surtout pour l'aspect esthétique du site, elles rendront le site plus vivant et attractif.

Vous pouvez mettre des photos que vous avez prises vous-même (vos locaux, vos produits, etc.), mais vous pouvez-aussi utiliser des photos d'illustration. Certains sites comme [Pixabay](#) proposent gratuitement sous licence Creative Commons que vous pouvez utiliser librement.

N'utilisez pas de photos "récupérées" sur internet sans vérifier leurs droits d'utilisation: il y a une option dans la recherche Google images qui permet de filtrer les images en fonction de leurs droits d'utilisation:



Les photos sont indispensables si vous vendez des produits : la photo est alors le seul élément “concret” que le visiteur a sur votre produit. Il est donc très important de faire de belles photos, qui montrent bien le produit sous tous ses angles (mettez donc si possible plusieurs photos pour chaque produit). Que ce soit pour les photos ou pour le texte de la fiche produit, mettez-vous toujours à la place de l’acheteur: donnez-lui toutes les informations dont il a besoin pour prendre sa décision, sinon, il ira voir ailleurs...

Les vidéos

Selon votre secteur d’activité, les contenus vidéos peuvent être intéressants, par exemple une démonstration de produit.

L’idéal est de publier vos vidéos sur un service externe comme Youtube, et de l’intégrer à votre site. Ainsi la vidéo sera visible sur Youtube, ce qui peut vous amener du trafic vers votre site si vous avez fait un lien vers celui-ci, et sur votre site pour compléter une information sur un produit ou un service.

Vous pouvez faire assez simplement des vidéos avec un smartphone et il existe des logiciels assez simple à utiliser pour réaliser des montages simplement.

Vous savez maintenant précisément pour quel type de public vous allez créer votre site, quel est son objectif, quel sera son aspect et quel sera son contenu, vous êtes donc prêt à vous lancer dans le vif du sujet.

Oui mais....

Et le budget dans tout ça?



Vous devez vous dire, c'est bien joli tout ça, mais moi, ce que je veux savoir, c'est combien ça va me coûter? C'est évidemment la première question qui vient souvent à l'esprit, et la seule qu'on me pose parfois quand on me contacte pour un projet...

Si vous avez lu tout ce qui précède, vous avez déjà dû comprendre qu'on ne peut pas répondre à cette dernière question sans avoir répondu aux autres.

Le coût d'un site internet va dépendre de plusieurs facteurs:

Le type de site:

- Site carte de visite
- Site vitrine. Le prix dépendra des fonctionnalités que vous souhaitez y ajouter.
- Site e-commerce. Comme pour le site vitrine, en fonction des fonctionnalités que vous souhaitez ajouter, le prix pourra augmenter. Pour un site e-commerce plus encore que

pour les autres types de site, il faut prendre en compte dans votre budget non seulement le coût de la réalisation du site en lui-même, mais aussi tout ce qui va autour :

- la rédaction des descriptifs produit,
- le shooting des photos des produits,
- la formation des personnes qui vont gérer le site (mise en ligne de nouveaux produits, gestion des commandes, SAV etc.)
- Les éventuelles évolutions techniques dont vous pourrez avoir besoin pour faire évoluer votre projet et améliorer votre rentabilité.
- La communication autour de votre site (référencement, réseaux sociaux, publicité, etc.)

Qui créera le site?

Quand on parle de “budget” ou de ressources que vous allez allouer à votre projet de site, on ne parle pas seulement d’argent, mais aussi de temps.

En effet, vous pouvez ne pas avoir un gros **budget en argent** à investir dans le projet, parce que vous débutez une activité, ou pour d’autres raisons, et dans ce cas, décider de faire tout ou une partie des choses vous-même (ou en interne). C’est tout à fait possible, on peut maintenant techniquement créer un site soi-même pour un budget assez limité.

Par contre vous devrez disposer d’un **budget “temps”** qui peut être assez important en fonction bien sûr du type de site dont vous avez besoin.

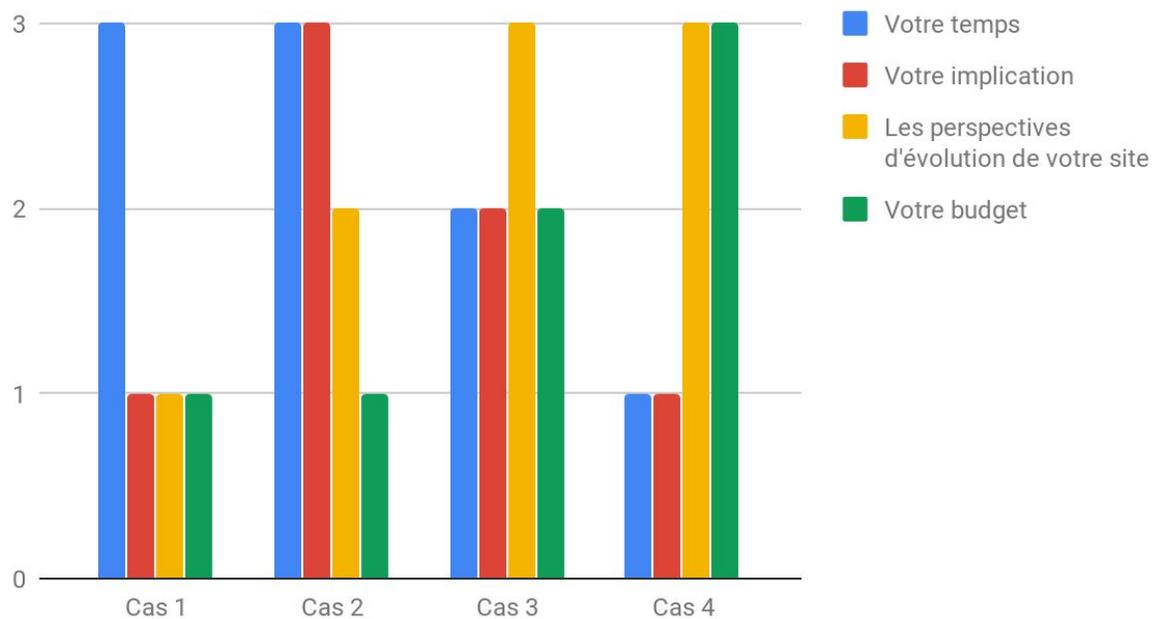
Un autre facteur à prendre en compte est **l’implication** que vous souhaitez avoir dans la création de votre site : vous pouvez déjà avoir quelques compétences ou envie de les acquérir, dans ce cas vous pouvez choisir de faire tout ou partie du site vous-même. Mais si vous n’y connaissez rien, et que vous n’avez pas tellement envie de vous impliquer, vous devrez soit choisir une solution de création très simple (mais moins souple, avec moins de possibilité de faire évoluer votre site), soit en confier la réalisation à un prestataire si votre projet de site est plus complexe.

Le dernier facteur concerne les **perspectives d’évolution de votre site à moyen terme**: pensez-vous que vous voudrez ajouter des fonctionnalités supplémentaires (un blog, un système d’envoi de newsletter, présenter le site en plusieurs langues, un module de prise de rendez-vous, etc.)

Pour résumer, **vous devez prendre en compte les 4 facteurs suivants** pour décider de la solution technique et de la personne qui va créer votre site:

- Le **temps** dont vous disposez
- Votre **implication** dans la réalisation du projet (vos compétences, votre envie d'apprendre...)
- Les **perspectives d'évolution** de votre site à moyen terme
- Le **budget** dont vous disposez

Quelles ressources en fonction du type de site?



1. Cas 1: Site simple peu évolutif - faible budget
2. Cas 2: Site plus complexe amené à évoluer - faible budget
3. Cas 3: Site plus complexe amené à évoluer - budget moyen
4. Cas 4: Site en constante évolution - budget plus important

Quelle solution technique choisir?



Avec toutes ces données en tête, vous êtes maintenant plus à même de décider en toute connaissance de causes de la solution technique que vous devez choisir:

Un “CMS hébergé”

Vous pourrez vous tourner vers une solution de type “**CMS¹ hébergé**”.

Il s’agit de plateformes qui proposent un service “tout en un”, souvent sous forme d’abonnement.

¹ CMS = Content Management system : système de gestion de contenu.

Un CMS est un logiciel ou un programme informatique permettant de créer et de gérer des sites internet simplement, sans avoir besoin de connaître les langages de programmation comme html, php, css, etc.

Voici quelques exemples : Wix, Jimdo, Shopify pour les boutiques e-commerce.

Avantages:

Adapté aux débutants: ils sont généralement faciles à prendre en main et assez intuitifs.

Le processus de création de site est très simple:

- se créer un compte
- choisir votre offre
- choisir son thème graphique, éventuellement apporter quelques personnalisations (limitées, vous ne pouvez pas créer un thème complètement personnalisé)
- choisir et connecter votre nom de domaine
- entrer votre contenu

Budget réduit, en tout cas pour débiter (même des offres gratuites avec le logo de la marque).

Simplicité: pas besoin de se soucier d'un hébergement ni d'installer quoi que ce soit, vous choisissez votre abonnement, vous payez, vous avez directement accès à l'interface de création de votre site.

Inconvénients:

Possibilités d'évolution réduites, et il faudra prévoir un **budget supplémentaire.**

Vous n'avez pas la main sur la sécurité de votre site.

Vous n'êtes pas complètement propriétaire de votre site.

Si vous décidez de changer de plate-forme, vous pourrez au mieux récupérer vos textes et photos, mais toute la belle mise en page que vous avez passé des heures à peaufiner devra être refaite dans le nouveau CMS. **Le contenu vous appartient, mais pas l'outil.**

Vous êtes **dépendant des changements** (interface, tarifs, etc...) décidés par le service que vous avez choisi.

Coûts:

Paiement par abonnement **chaque mois:** la mise de départ est plus faible que si vous faites faire votre site par un prestataire, mais ce paiement est récurrent.

Un CMS hébergé est un bon choix si:

- Vous souhaitez un **site très simple**, avec peu de pages
- Vous voulez un **site rapidement et sans trop d'effort**
- Vous êtes **complètement allergique à la technique** et vous ne voulez pas (ou ne pouvez pas) payer un prestataire pour vous aider à créer votre site. Cependant n'oubliez pas que vous paierez un abonnement tous les mois pour un site dont vous ne serez jamais complètement propriétaire.

Ce choix peut donc convenir à un projet de site “carte de visite” ou site “vitrine” très simple.

Un CMS Open Source

Si vous avez un **budget assez réduit**, mais que vous avez un projet de **site plus complexe** (un site avec plus de fonctionnalités ou un site que vous envisagez de faire évoluer par la suite), et vous ne craignez pas de vous impliquer, vous pouvez envisager d'installer un **CMS Open Source**.

Exemples de CMS open source:

WordPress, Joomla, Drupal pour les sites vitrines.

Prestashop ou WordPress avec l'extension Woocommerce pour les boutiques e-commerce.

Le plus populaire est WordPress, qui représente en 2018 plus de 30% des sites dans le monde (source: https://w3techs.com/technologies/overview/content_management/all)

Le **processus d'installation** est un peu plus complexe que pour les CMS hébergés, mais ça reste tout-à-fait faisable sans être un as de l'informatique:

- Réserver un nom de domaine
- Choisir un hébergement
- Faire pointer votre nom de domaine vers votre hébergement (si vous prenez le nom de domaine et l'hébergement chez le même prestataire, ça sera fait “de base”)
- Installer le CMS (la plupart des plateformes d'hébergement proposent une installation simple depuis leur interface de gestion)
- Choisir un thème graphique pour votre site et l'installer.
- Configurer votre site: installation d'extensions si vous souhaitez ajouter des fonctionnalités particulières (ex: agenda d'événements, inscription à la newsletter,

portfolio, etc.), installer et paramétrer les extensions de sécurité et de sauvegardes, installer et paramétrer les extensions pour gérer l'optimisation du référencement, etc.)

- Et bien sûr intégrer votre contenu: choisir les différentes rubriques, créer les pages, intégrer les textes et les images.

L'utilisation des CMS est généralement assez simple, même si cela peut varier d'un CMS à l'autre. Wordpress est réputé comme plus simple à installer et à utiliser que Drupal ou Joomla.

Pour les sites e-commerce, Prestashop et l'extension Woocommerce pour Wordpress sont simples à prendre en main elles-aussi.

Avantages:

Souplesse pour faire évoluer votre site:

- Au niveau **graphique**: il existe un large choix de thèmes graphiques, certains gratuits, d'autres payants, et il est simple de changer de thème.
- Au niveau des **fonctionnalités**: quelle que soit la fonctionnalité que vous souhaitez ajouter à votre site (un calendrier d'événements, un formulaire d'inscription à votre newsletter, une section e-boutique, etc.), vous trouverez forcément une extension (gratuite ou payante) qui vous permettra de le faire. Et si elle n'existe pas ou ne correspond pas exactement à votre besoin, vous pourrez facilement trouver un prestataire pour la développer.

Communautés importantes et dynamiques:

Les principaux CMS étant très populaires, il y a des milliers de ressources (tutoriaux, blogs, forums, freelances) pour vous aider à les prendre en main.

Pérennité:

En choisissant un logiciel populaire, qui a fait ses preuves et qui est utilisé par des milliers de sites dans le monde, vous ne risquez pas de voir cette technologie disparaître et votre site avec ;-)

Inconvénients:

Responsabilité:

- vous êtes en charge de la réservation d'un hébergement,
- vous devez prendre en compte vous-même la sécurité de votre site.

Mais selon moi ce dernier point peut être un avantage, car au moins c'est vous qui avez la main sur l'ensemble de votre site, et si vous faites les choses correctement (faire les réglages de sécurité de base, faire des sauvegardes et mettre votre site à jour régulièrement), vous êtes tranquilles.

Implication:

Il n'est pas nécessaire de connaître la programmation pour créer un site avec un CMS, mais vous allez quand même devoir consulter quelques articles et tutoriaux pour bien prendre en main l'interface d'administration. C'est assez intuitif, mais parfois on peut gagner du temps en consultant la documentation pour se simplifier la vie et utiliser pleinement les possibilités du logiciel .

Coûts:

Le logiciel en lui-même est **gratuit** le plus souvent. C'est le cas de WordPress, Joomla, Drupal, Prestashop.

Mais il y aura quand même **quelques frais**:

Le nom de domaine: compter entre 10 et 15€ par an, cela dépend de l'extension du nom de domaine (un .com est un peu plus cher souvent qu'un .fr)

L'hébergement: même chose, les tarifs sont variables, d'une quarantaine d'euros par an pour un hébergement mutualisé "de base" à plusieurs centaines d'euros pour un hébergement dédié. Pour un simple site vitrine un hébergement mutualisé suffit généralement, mais si vous avez une boutique e-commerce avec pas mal de trafic (et surtout si c'est votre principale source de revenus), il faut prendre un hébergement d'un niveau supérieur. On peut trouver des hébergements premium (plus puissants que des mutualisés de base) pour une vingtaine d'euros par mois.

Le thème graphique: il existe beaucoup de thèmes gratuits et on peut tout-à-fait commencer avec, mais vous voudrez peut-être un thème un peu plus élaboré, et il vous faudra acheter un thème premium (compter entre 50 et 80€).

Les extensions: vous pourrez étendre les fonctionnalités de votre site avec des extensions gratuites, mais dans certains cas, vous ne pourrez le faire qu'avec des extensions payantes. Les prix des extensions sont variables.

Un CMS Open Source que vous installez seul est un bon choix si:

- vous souhaitez **avoir la main** sur les différents aspects de votre site (design, sécurité, fonctionnalités, etc.) et **pouvoir le faire évoluer**.
- votre site a **beaucoup de contenu**: nombreuses pages et rubriques, gros catalogues produits avec déclinaisons...
- votre site nécessite des **fonctionnalités avancées**: forum, espace membre, etc.
- vous n'avez **pas trop peur de l'aspect technique**... Et n'oubliez pas, si vous êtes vraiment allergiques, mais que votre projet de site correspond à un des points ci-dessus, vous pouvez **faire appel à un prestataire** spécialisé dans le CMS Open Source de votre choix, pour créer le site dont vous avez besoin.

Ce choix peut donc convenir à un projet de site pour lequel vous ne disposez pas d'un gros budget, mais que vous souhaitez pouvoir faire évoluer.

Un CMS Open Source avec assistance par un prestataire

Si votre **budget** est **un peu plus important**, et que vous n'avez **pas le temps**, l'envie ou les compétences pour l'installer seul, la meilleure solution est de faire appel à un **prestataire externe**, qui se chargera de vous accompagner dans la réservation de l'hébergement et du nom de domaine, dans l'installation et le paramétrage du CMS, éventuellement dans l'intégration de vos contenus. Le prestataire peut aussi vous proposer une mini-formation pour vous apprendre à intégrer vous-même les contenus.

Vous pourrez être amené à faire une partie des choses vous-mêmes: par exemple, le prestataire installe le CMS sur votre hébergement, fait les configurations (installation du thème, des plugins les plus importants), éventuellement crée la structure du site (les pages et les menus), et ensuite à vous d'entrer les contenus et d'animer le site.

Pour vous assurer que votre site reste **à jour et sécurisé**, votre prestataire pourra vous proposer une maintenance technique régulière (par exemple tous les 2 mois), afin de mettre à jour le CMS et ses extensions (c'est particulièrement important pour Wordpress).

Ce choix peut donc convenir à un projet de site pour lequel vous ne disposez pas des compétences et du temps, et que vous souhaitez pouvoir faire évoluer.

Un CMS Open Source avec suivi durable par un prestataire

Dans le cas d'un site que vous souhaitez **faire évoluer constamment**, et qui est le **coeur de votre activité** (cas d'un site e-commerce ou d'un blog professionnel par exemple), il sera plus intéressant pour vous de faire appel à un prestataire qui installera et paramétrera votre site, mais aussi sera là pour répondre à vos demandes d'évolutions, pourra vous conseiller pour améliorer son fonctionnement.

Vous devrez aussi prévoir **d'autres types de prestations**, par exemple pour le référencement et suivi, la rédaction de contenu, le shooting photo, etc.

Ce choix peut donc convenir à un projet de site qui assure une grande partie de votre revenus, par exemple un site e-commerce, qui nécessite un suivi régulier et une évolution constante.

Conclusion

Je vous ai donné dans ce guide toutes **les clés pour bien penser votre projet de site**.

Quel que soit votre budget, le type de site, votre choix technique, et que vous décidiez de vous lancer seul ou de vous faire accompagner, il est important d'avoir mené cette réflexion pour être clairs sur votre objectif et vos moyens et créer ainsi **le site qui correspond le mieux à vos besoins et à votre activité**.

Une fois que votre site sera tout beau et en ligne, l'aventure ne fera que commencer, car le plus beau et pratique des sites ne sert à rien si personne ne le connaît: il faudra donc **communiquer, le faire vivre et évaluer vos résultats**. Mais ça, c'est une autre histoire...

