

Webmaster

- Concevoir • Réaliser
- Promouvoir • Animer

un site Internet/Intranet

Philippe LACROIX

DUNOD

Table des matières

Introduction	1
Chapitre 1 ■ Le webmaster, ses activités, son positionnement et les métiers rattachés	3
La typologie des webmasters	4
Le webmaster d'un site Internet de faible volume	5
Le webmaster d'un site intranet de faible volume	5
Le webmaster d'un site Internet ou intranet de gros volume	6
Les activités du webmaster	7
Le profil professionnel du webmaster	9
La place du webmaster dans l'entreprise	11
Le savoir-faire minimum d'un webmaster ?	12
Les compétences complémentaires que peut posséder un webmaster ?	12
<i>Un webmaster doit-il connaître le HTML ?</i>	12
Quelles différences entre un webmaster et un administrateur système ou un administrateur réseau ?	13
Les métiers rattachés	14

TABLE DES MATIÈRES

Le budget (investissement, développement)	48
Le planning de réalisation (étapes, charge, date d'ouverture, date de recette totale)	49
Les utilisateurs (information, formation)	50
La promotion et le référencement (positionnement, visites attendues)	51
L'évaluation (statistiques, critères, outils)	51
L'étude de la concurrence (sites identiques, activité similaire)	52
Le plan des évolutions (nouvelles parties, fonctionnalités, performances)	53
Les aspects juridiques (droits, déclarations, noms de domaine)	54
Réaliser une maquette	55
Quel outil utiliser pour réaliser la maquette ?	55
Réaliser des tests et procéder à des aménagements	56
Choisir l'hébergement	57
L'hébergement mutualisé ou dédié ?	58
<i>Quels sont les critères permettant d'opter pour un hébergement mutualisé ?</i>	59
<i>Quels sont les critères permettant d'opter pour un hébergement dédié ?</i>	60
Comment prévoir une stratégie d'hébergement ?	60
Chapitre 3 ■ Réaliser un site : 3 étapes et 3 options	63
Faire réaliser par un prestataire externe	64
Où trouver un prestataire ?	64
Comment soumettre le cahier des charges ?	65
Comment choisir le prestataire ?	66
Fixer les règles du jeu	69
Évaluer au cours de la réalisation	70
Effectuer la recette	71
Constituer une équipe dédiée	71
Quelles compétences recruter ?	72
Comment recruter ?	73
Coordonner le travail d'équipe	74

TABLE DES MATIÈRES

Comment soigner l'esthétique du site ?	93
Comment respecter la spécificité du support Internet ?	95
Comment respecter l'internaute ?	96
Faire vivre le site	97
L'importance des mises à jour	98
Garder le contact avec ses visiteurs	99
Mettre régulièrement en avant des informations nouvelles	100
Envoyer périodiquement un bulletin d'information	103
Informers régulièrement par liste de diffusion	104
Utiliser des formulaires	106
Suivre l'usage et la fréquentation du site	107
Première technique : émettre des cookies	108
<i>Qu'est-ce qu'un cookie ?</i>	109
<i>Que contient un cookie ?</i>	109
<i>À quoi sert un cookie ?</i>	109
<i>Qui peut exploiter le cookie ?</i>	110
Deuxième technique :	
baliser les pages avec des tags spécifiques	110
Troisième technique : exploiter les fichiers log	116
<i>Que contiennent les fichiers log ?</i>	117
<i>À l'avenir, une intégration dans un dispositif global</i>	122
 Chapitre 5 ■ Promouvoir un site :	
le casse-tête du référencement	123
Le référencement : mission impossible ?	123
L'exemple du bananier	124
<i>Les bananiers d'Altavista</i>	125
<i>Les bananiers d'Excite</i>	126
<i>Les bananiers de HotBot</i>	127
Les moteurs, les annuaires et les métamoteurs	129
<i>Le fonctionnement des moteurs de recherche</i>	132
Les points de vigilance	133
La description des pages : les balises obligatoires	134
Le contenu des pages : les règles à respecter	138
La soumission du site à un moteur de recherche	139
Les évolutions prévisibles des moteurs et des annuaires	141

La publicité	143
Concevoir des bannières publicitaires	143
Associer bannière et mot clé	146
L'échange de liens	148
Générer un réseau de sites	148
Initier un échange de contenu	151
Les partenariats	153
Créer un réseau d'affiliés	154
S'associer avec un comparateur de prix	157
Jouer les complémentarités de services	158
Conclusion	161