



# **MODULE 1 – Concevoir et Créer son site Internet : bases et préparation du projet**

## *Cours*

### **Table des matières**

1. COMPRENDRE LES BASES D'UN SITE INTERNET PROFESSIONNEL.....	2
1.1 Le rôle d'un site internet dans une activité professionnelle.....	2
1.2 Les différents types de sites internet.....	2
Le site vitrine.....	2
Le blog.....	3
Le portfolio.....	3
La boutique en ligne.....	3
1.3 Définir les objectifs du site.....	4
1.4 Identifier sa cible.....	4
1.5 Comprendre la structure d'une page web.....	4
2. ÉLABORER UN CAHIER DES CHARGES SIMPLIFIÉ.....	5
2.1 Pourquoi rédiger un cahier des charges.....	5
2.2 Les éléments essentiels du cahier des charges.....	5
2.3 Définir les pages du site.....	6
2.4 Structurer l'arborescence.....	6
3. NOM DE DOMAINE ET HÉBERGEMENT WEB.....	7
3.1 Le nom de domaine.....	7
3.2 Vérifier la disponibilité.....	7
3.3 Comprendre l'hébergement web.....	7
3.4 Critères de choix d'un hébergeur.....	8
4. PRÉPARER L'ASPECT JURIDIQUE PROFESSIONNEL.....	8
4.1 Les obligations légales.....	8
4.2 Mentions légales.....	8
4.3 RGPD et données personnelles.....	8
4.4 Politique de confidentialité et cookies.....	9
4.5 Conditions Générales de Vente.....	9
5. DÉCOUVRIR WORDPRESS ET PRÉPARER L'INSTALLATION.....	9
5.1 Qu'est-ce qu'un CMS.....	9
5.2 Pourquoi WordPress.....	10
5.3 WordPress.com et WordPress.org.....	10
5.4 Préparer l'installation.....	10
6. BILAN – Préparer son projet de site internet.....	10



---

## 1. COMPRENDRE LES BASES D'UN SITE INTERNET PROFESSIONNEL

### 1.1 Le rôle d'un site internet dans une activité professionnelle

Un site internet professionnel n'est pas une simple vitrine numérique.

Il constitue un **outil stratégique** au service de l'activité.

Il permet notamment de :

- présenter clairement son activité, ses services ou ses produits
- inspirer confiance auprès des prospects et clients
- être visible sur les moteurs de recherche
- centraliser les informations essentielles (coordonnées, horaires, documents)
- générer des contacts, des devis ou des ventes

Contrairement aux réseaux sociaux, un site internet :

- appartient entièrement à son propriétaire
- n'est pas soumis aux changements d'algorithmes
- reste accessible en permanence
- constitue une base stable de communication à long terme

👉 Le site internet devient le **point central** autour duquel gravitent les autres outils numériques :

réseaux sociaux, newsletter, publicité, référencement.

---

### 1.2 Les différents types de sites internet

Il existe plusieurs types de sites, selon les objectifs poursuivis.

#### **Le site vitrine**

Il a pour but de présenter une activité, une entreprise ou un professionnel.

Il contient généralement :

- une page d'accueil
- une page de présentation
- des pages services
- une page contact

👉 Il est adapté aux indépendants, artisans, prestataires de services.



---

## Le blog

Le blog permet de publier régulièrement :

- des articles
- des actualités
- des contenus informatifs

Il est souvent utilisé pour :

- améliorer le référencement naturel
- démontrer une expertise
- fidéliser une audience

👉 Un blog peut être intégré à un site vitrine.

---

## Le portfolio

Il sert à présenter des réalisations ou projets :

- graphistes
- photographes
- artistes
- développeurs

👉 Le visuel y occupe une place centrale.

---

## La boutique en ligne

Elle permet de vendre directement en ligne.

Elle implique des fonctionnalités spécifiques :

- paiement
- gestion des commandes
- gestion des clients
- livraison ou accès numérique

👉 Un même site peut combiner plusieurs fonctions.

Le choix dépend toujours des **objectifs définis en amont**.

---



### 1.3 Définir les objectifs du site

Avant toute création, il est indispensable de répondre à la question :

#### Pourquoi ce site existe-t-il ?

Exemples d'objectifs :

- être trouvé sur Google
- présenter ses services
- vendre en ligne
- obtenir des demandes de contact
- rassurer les clients
- développer sa notoriété

Un site sans objectif clair est un site inefficace.

👉 Chaque page, chaque contenu et chaque fonctionnalité doit **servir un objectif précis**.

---

### 1.4 Identifier sa cible

La cible correspond aux personnes à qui le site s'adresse :

- particuliers ou professionnels
- clients locaux, nationaux ou internationaux
- public débutant ou expert

Identifier sa cible permet de :

- adapter le vocabulaire
- structurer le contenu
- choisir le bon ton
- définir les appels à l'action

👉 Un site professionnel est toujours pensé **du point de vue de l'utilisateur**, et non uniquement du créateur du site.

---

### 1.5 Comprendre la structure d'une page web

Une page web est généralement composée de trois grandes zones :

- **L'en-tête (header)**  
Logo, menu de navigation, parfois un bouton de contact



- **Le contenu principal**  
Textes, images, vidéos, boutons, formulaires
- **Le pied de page (footer)**  
Mentions légales, liens utiles, coordonnées, informations secondaires

Une bonne page web doit être :

- claire
- aérée
- hiérarchisée
- facile à lire
- orientée vers l'action (contact, clic, achat)

👉 L'objectif n'est pas de tout dire, mais de **guider le visiteur**.

---

## 2. ÉLABORER UN CAHIER DES CHARGES SIMPLIFIÉ

### 2.1 Pourquoi rédiger un cahier des charges

Le cahier des charges est un document de référence qui permet de :

- structurer ses idées
- poser un cadre clair
- éviter les oublis
- gagner du temps
- faciliter la création et les évolutions futures

👉 Même pour un petit site, il est essentiel.

---

### 2.2 Les éléments essentiels du cahier des charges

Un cahier des charges simplifié comprend :

- une présentation de l'activité
- les objectifs du site
- la cible visée
- la liste des pages
- les fonctionnalités attendues
- les contraintes (budget, délais, autonomie)



Il n'a pas vocation à être technique.  
Il doit être **clair, lisible et compréhensible**.

---

## 2.3 Définir les pages du site

Pages courantes :

- Accueil
- À propos / Présentation
- Services ou Produits
- Contact
- Mentions légales
- Politique de confidentialité

Pour une boutique :

- Boutique
- Panier
- Commande
- Mon compte
- CGV

👉 Chaque page doit avoir **un rôle précis** et répondre à un besoin utilisateur.

---

## 2.4 Structurer l'arborescence

L'arborescence correspond à l'organisation des pages entre elles.

Une bonne arborescence permet :

- une navigation fluide
- une compréhension rapide du site
- un meilleur référencement naturel

Bonnes pratiques :

- limiter le nombre de niveaux
  - regrouper les contenus logiquement
  - rester évolutif
-



### 3. NOM DE DOMAINE ET HÉBERGEMENT WEB

#### 3.1 Le nom de domaine

Le nom de domaine est l'adresse du site.

Bonnes pratiques :

- court
- facile à mémoriser
- sans caractères spéciaux
- cohérent avec l'activité
- professionnel

Le choix de l'extension (.fr, .com...) dépend :

- de la cible
- de la zone géographique
- de la stratégie de communication

---

#### 3.2 Vérifier la disponibilité

Avant l'achat :

- vérifier la disponibilité
- vérifier l'absence de conflit avec une autre entreprise
- anticiper les variantes proches

👉 Un nom trop proche d'un concurrent peut créer de la confusion.

---

#### 3.3 Comprendre l'hébergement web

L'hébergement est l'espace où sont stockés :

- les fichiers du site
- les images
- la base de données
- les emails liés au site

Les hébergements mutualisés sont généralement suffisants pour :

- sites vitrines



- blogs
  - petites boutiques
- 

### 3.4 Critères de choix d'un hébergeur

Un bon hébergeur propose :

- sauvegardes automatiques
- sécurité renforcée
- support technique réactif
- interface claire
- bon rapport qualité / prix

👉 L'hébergeur joue un rôle clé dans la stabilité du site.

---

## 4. PRÉPARER L'ASPECT JURIDIQUE PROFESSIONNEL

### 4.1 Les obligations légales

Tout site professionnel est soumis à des obligations légales, même sans vente en ligne.

---

### 4.2 Mentions légales

Les mentions légales permettent d'identifier :

- l'éditeur du site
- l'hébergeur
- les coordonnées professionnelles

👉 Elles sont **obligatoires** sur tous les sites professionnels.

---

### 4.3 RGPD et données personnelles

Le RGPD encadre la collecte des données :

- formulaires
- emails
- newsletters
- statistiques



L'utilisateur doit :

- être informé
  - donner son consentement
- 

#### **4.4 Politique de confidentialité et cookies**

La politique de confidentialité explique :

- quelles données sont collectées
- pourquoi
- comment elles sont utilisées

Les cookies nécessitent :

- une information claire
  - un consentement explicite
- 

#### **4.5 Conditions Générales de Vente**

Les CGV sont obligatoires pour les sites marchands.

Elles définissent :

- les règles de vente
  - les droits et obligations
  - la protection du vendeur et du client
- 

### **5. DÉCOUVRIR WORDPRESS ET PRÉPARER L'INSTALLATION**

#### **5.1 Qu'est-ce qu'un CMS**

Un CMS permet de gérer un site sans écrire de code.

Il sépare :

- le contenu
  - le design
  - les fonctionnalités
-



## 5.2 Pourquoi WordPress

WordPress est utilisé pour :

- sites vitrines
- blogs
- boutiques
- sites professionnels

Il bénéficie :

- d'une grande communauté
- d'un écosystème riche
- d'une forte pérennité

---

## 5.3 WordPress.com et WordPress.org

WordPress.org est la version utilisée pour les projets professionnels, car :

- elle offre une liberté totale
- elle permet l'installation d'extensions
- elle n'impose pas de limites fonctionnelles

---

## 5.4 Préparer l'installation

Avant d'installer WordPress, il faut :

- un hébergement actif
- un nom de domaine relié
- une base de données
- des accès administrateur

👉 Cette préparation garantit une installation fluide.

---

## 6. BILAN – Préparer son projet de site internet

À l'issue de ce module, le participant est capable de :

- comprendre le rôle stratégique d'un site internet
- définir des objectifs clairs
- identifier sa cible



- structurer un site cohérent
- préparer les aspects techniques et juridiques
- aborder WordPress avec une vision claire et professionnelle

👉 Un site réussi commence **avant la technique**, par une bonne préparation.

---

1formanet