

**WebexpR**

Communication digitale des PME

249 rue Irène Joliot Curie  
60610 La Croix Saint Ouen  
contact@webexpr.fr



**WebexpR**



# Créer un site internet ?

“Qui ?” “Quoi ?” “Pour qui ?” “Pourquoi ?”  
“Quand ?” “Comment ?” “Combien ?”

Rédaction et conception :

**Valentin BARTHEL - WebexpR**

Tél : 03.65.98.01.09 E-mail : vbarthel@webexpr.fr

**Pierre-Guillaume VILLEDARY - WebexpR**

E-mail : pvilledary@webexpr.fr

# WebexpR

## Créateur d'image de marque



Spécialiste de l'image de marque des petites et moyennes entreprises, WebexpR propose une large gamme de services aux TPE/PME en matière de communication digitale. Créer un site internet, facile ? Pas toujours ... Aujourd'hui, 65% des entreprises en France sont présentes sur internet. C'est désormais au tour des TPE/PME d'investir dans leur communication digitale pour rester dans la course. Des milliers d'options, de plateformes et de prestataires, à tous les prix, vous sont proposés. Comment bien choisir et s'y retrouver pour créer un site internet qui performant et utile ? L'équipe WebexpR répond à vos questions et vous donne les clés pour réussir votre projet de création.

**Temps de lecture estimé**

**9 minutes**



## WebexpR

WebexpR est une jeune agence fondée en 2012. Nous avons pour vocation d'accompagner les TPE/PME dans leurs démarches de communication digitale. Ne pas laisser la place au concurrent, faire évoluer la communication ou trouver de nouveaux clients, chaque entreprise a son propre intérêt à créer un site internet. Notre métier ? Mettre les meilleurs outils et les dernières technologies à votre disposition pour atteindre vos objectifs.

La communication digitale, c'est un tout ! Sa puissance : la diversité des supports (newsletter, site internet, vidéo, e-commerce, graphisme ...)

### 1 équipe à votre écoute

Dynamique et réactive pour votre projet

### 2 fois plus de visibilité

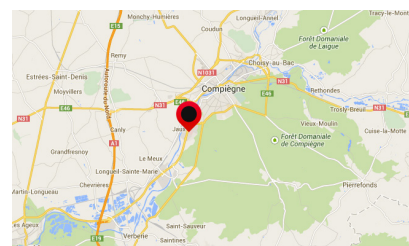
Pour votre communication physique et digitale

### 3 activités liées (site, e-commerce, vidéo)

Pour vous apporter plus qu'une simple approche

### 4 valeurs clés pour réaliser vos objectifs

- Analyser
- Concevoir
- Accompagner
- Mesurer

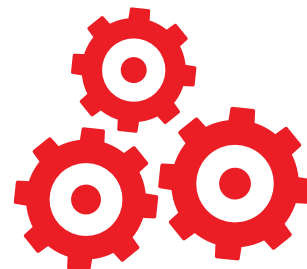


## WebexpR

Communication digitale des PME

249 rue Irène Joliot Curie  
60610 La Croix Saint Ouen  
contact@webexpr.fr  
03.65.98.01.09

# Nos prestations



## Création de site vitrine



- Audit et analyse des besoins & objectifs
- Conception de visuels de site AVANT création sous forme de maquettes
- Conception Graphique
- Développement Technique HTML5 / CSS3 / PHP
- Installation & développement de CMS (Content Management System)
- Formation à l'utilisation de CMS en autonomie
- Gestion de nom de domaine
- Hébergement & maintenance de site internet

## Développement de boutique en ligne



- Création graphique et technique de site avec Back-Office
- Réalisation de modules sur mesure
- Intégration de modules de paiement
- Mise à disposition de logiciels de gestion des ventes (ERP)
- Suivi de performance & analyse des ventes
- Rapports d'optimisation, ergonomie & référencement

## Couverture d'événement & Vidéo d'entreprise



- Couverture d'événements d'entreprise
- Création et mise à jour de web TV
- Stratégie de publication et mise en ligne de vidéo
- Création de vidéo publicitaire
- Animation motion design 2D & 3D

## Graphisme, print et supports visuels



- Carte de visite
- Plaquette d'entreprise
- Réalisation de charte graphique complète
- Flyer, affiche, objet publicitaire

# Un site web ?

## Pour quoi faire ?



Pour quoi faire ? C'est le discours de nombreux dirigeants de TPE/PME. Trop d'offres, d'options, de possibilités ... Beaucoup de chefs d'entreprise n'ont ni le temps, ni la patience de s'atteler à un tel dossier. Cependant, aujourd'hui plus de 75% des acheteurs visitent un site en amont d'un achat. Aujourd'hui indispensable, quels sont les bons outils pour créer un site ? L'équipe WebexpR vous répond en 7 étapes :

Temps de  
lecture estimé

**9** minutes

**Qui ? Quoi ? Pour qui ? Pourquoi ? Quand ? Comment ? Combien ?**

## Qui ?

Tout organisme, entreprise ou indépendant a aujourd'hui une utilité potentielle à la création d'un site internet. Marchand ou non, il peut être à destination d'une clientèle internationale, nationale, régionale ou tout simplement à titre informatif ! Un site internet est utile à tous ! L'objectif est de mettre en place une technologie, des fonctionnalités et une stratégie appropriées à son utilité future.

**Le saviez-vous ?**

**80%**

des entreprises qui ont fait  
faillite en 2013 n'étaient  
pas sur internet

*La tribune du 14/02/2014*

### Artisans et Professions libérales

De plus en plus présents sur la toile, les artisans et professions libérales n'ont qu'un objectif : être trouvés ! Aujourd'hui 96% des 18-25 ans cherchent une information sur internet.

Besoin d'un plombier, coiffeur, électricien, dépanneur le plus proche ? Avoir un site permet d'être trouvé et donc de faire la différence.

### TPE / PME

Premiers sur le marché du Web, les entreprises en France sont 65% à posséder un site internet. Site vitrine, institutionnel ou e-commerce, les TPE/PME, à l'instar des grands groupes utilisent leur site pour :

- Informer la clientèle
- Valoriser l'entreprise
- Communiquer les valeurs
- Attirer de nouveaux clients
- Devancer la concurrence

### Organismes et Associations

A vocation très informative ces sites sont souvent équipés d'un nom de domaine en .org.

- Récolter des dons ?
- Communiquer sur un évènement ?
- Promouvoir des actions solidaires ?

Ces organismes créent des sites pour informer le public et promouvoir leurs actions.

# Quoi ?



## Un site c'est quoi ?

Difficile de s'engager dans un projet qu'on ne comprend pas. Un site internet, c'est techniquement un ensemble de pages, liées les unes aux autres et stockées dans un espace virtuel. Ces pages sont reliées à un nom appelé "un nom de domaine", par exemple *www.monentreprise.com*.

Chaque nom de domaine est une adresse unique, que l'on peut acquérir auprès d'un registrar (Organisme de gestion des noms de domaine). Accessible depuis n'importe quel pays dans le monde, les pages liées entre elles créent une suite logique et organisée qui permet à l'internaute de « Naviguer sur le site »

Les pages sont indexées (comme dans un annuaire) à des moteurs de recherches tels que google, bing, yahoo etc ... Ce sont ces moteurs qui permettent aux visiteurs de trouver votre site à l'aide de mots clés. Certains sites internet sont plus faciles à trouver que d'autres car de nombreux critères favorisent leur accessibilité : contenu, mots clés, mises à jour, nombre de visites et bien d'autres !

Un site reflète votre entreprise, vos produits, vos informations au sein d'un annuaire interactif géant.

**Sans site, un concurrent sera trouvé à votre place !**

## Les types de site :

### Site vitrine

Destiné à informer et valoriser votre entreprise, il peut comporter des fonctionnalités diverses adaptées à votre objectif. Par exemple, prise de rendez-vous en ligne, réservation, calcul de prix etc ...

### Site marchand

Destiné à la vente de produits en ligne, il permet d'augmenter les ventes mais nécessite des investissements importants et la construction d'un réel business plan. De nombreux aspects sont à prendre en compte (Colisage, Gestion de stock, logistique ...)

### Blog

Il sert à relayer l'information, écrire des articles, informer sur un produit. Le blog est une plateforme d'échanges et d'informations grand public. L'objectif est de récolter des avis clients, informer et connaître les tendances du marché au jour le jour.

### Forum

Destiné à échanger sur des sujets variés, le forum est un excellent outil pour les domaines d'activités techniques et pour créer une communauté autour de vos produits. Attention ! Il doit être modéré et mis à jour régulièrement.

## Les technologies principales :



## Quelles obligations techniques a votre site ?

- Un temps de chargement/page < à 1.9 sec
- Un développement responsive design qui adapte le site aux appareils mobiles
- Un nom de domaine lié à l'activité du site
- Un design ergonomique, épuré et réfléchi
- La possibilité d'ajouter du contenu régulièrement.

# Pour qui ?



## Un site, oui, mais à destination de qui ?

Un site doit être créé dans un but précis. Par exemple un site e-commerce est destiné aux acheteurs de produits. Beaucoup d'entreprises pensent que leur portefeuille clients est de taille suffisante et qu'un site n'aurait pas de valeur ajoutée. Cependant le client n'est pas la seule finalité dans la création d'un site.

Aujourd'hui, un site représente l'entreprise dans tous ses aspects : clients, prospects, équipes, fournisseurs et partenaires. Chaque élément de l'environnement de l'entreprise est donc susceptible de l'utiliser pour une raison bien précise.

### Les clients

Valorisez votre image, affichez vos promotions, informez sur vos produits et services, indiquez votre localisation ...

### Les prospects

Donnez envie de choisir votre entreprise, créez le désir, facilitez les opportunités.

### Les équipes

Donnez aux équipes un support crédible et valorisant ! Générez la cohésion autour d'un message fort et appuyez le discours commercial.

### Les fournisseurs

Mettez en avant vos actions, vos événements, votre chiffre d'affaires ou encore vos atouts pour faciliter les négociations et créer de nouvelles opportunités.

## Quelle stratégie de nom de domaine pour atteindre votre cible ?

Il existe aujourd'hui des centaines d'extensions possibles à votre nom de domaine : .com, .fr, .eu, .net, .biz etc ... Il est conseillé de prendre aujourd'hui un nom de domaine le plus proche de votre activité pour améliorer la pertinence de votre nom de domaine. Par exemple, un site de vente de jouets en ligne choisira de se positionner sur [www.jouets.boutique](http://www.jouets.boutique) alors qu'un magasin de jouets en Ile de France fera l'acquisition de [www.jouets-idf.fr](http://www.jouets-idf.fr).



**Faites vous conseiller !**

# Pourquoi ?

## L'objectif d'un site : **A.I.D.A.** !

Attirer l'**Attention**, susciter l'**Intérêt**, provoquer le **Désir**, pousser à l'**Action** !



**Informier & communiquer dans l'environnement de l'entreprise**

*83 % des français sont des internautes*



**Valorisez l'image de l'entreprise, renforcer sa crédibilité**

*L'internaute juge un site en moins de 4 secondes*



**Ne pas laisser la place à la concurrence. Se placer : être trouvé.**

*65% des entreprises disposent d'un site web*



**Un point d'informations ou magasin disponible 24h/24 – 7j/7**

*9 internautes sur 10 préparent leurs achats sur internet*



**Un investissement minime en comparaison aux avantages apportés**

*Un retour sur investissement moyen de 2,7 ans*



**Apporter un outil efficace et crédible à la vente et aux équipes.**

*Une entreprise perd 10% de ses clients par an par manque d'informations*



**Mettre en avant les valeurs et atouts de l'entreprise = Faire la différence.**

*80% des entreprises en faillite en 2013 n'étaient pas sur internet*



**Améliorer le service, la relation et la communication auprès des clients**

*En 2013, 61 % des visites se sont transformées en fréquentation en magasin*

# Quand ?

**Un site internet, OUI, mais QUAND ? Il y-a-t-il une bonne période?  
Un moment clé ? Une saison ?**

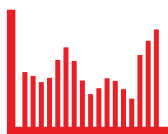
Et bien, oui et non ! Il est recommandé de créer un site internet dès la constitution de l'entreprise ou de l'organisme. Le plus tôt sera le mieux, votre site suivra votre évolution et représentera dans ce cas un outil de communication peu couteux et très puissant. En revanche pour les entités déjà créées, il est nécessaire de ne pas laisser passer votre chance. Aujourd'hui de plus en plus d'entreprises sont présentes sur internet et leur antériorité joue beaucoup.

Pour toute entreprise ou organisation, la création d'un site est souvent conseillée lors d'un évènement et/ou un changement majeur dans la vie de l'entité. Lancement produit ? Changement de direction ? Modification significative du positionnement ? Ces événements peuvent très aisément être appuyés par la création d'un site web. Communiquez de manière plus efficace pour faciliter la communication de ces moments forts.

Enfin, il est également recommandé de développer sa communication lors de périodes de faible activité pour dynamiser d'avantage les périodes plus intenses.



## La saisonnalité



La saisonnalité existe aussi sur internet. Lors de la construction d'un site vitrine ou marchand, il est nécessaire de planifier sa sortie avant les fortes périodes d'activité pour amplifier son utilité et exploiter dès le départ, le potentiel de votre site.

## Fréquence de Mise à jour

La question "Quand ?" implique également de définir la fréquence de mise à jour de votre site. Quelle est la fréquence recommandée ? Idéalement, le plus souvent possible ! Votre référencement dépend beaucoup des mises à jour et ces dernières jouent également sur votre crédibilité !



### Les + de la mise à jour

- Une meilleure position sur google
- Une meilleure crédibilité (rien de pire d'un site obsolète)
- Une meilleure image de l'entreprise

## Temps de création



Pour un site de type vitrine, un blog ou un forum, le temps de création moyen est estimé de 4 à 6 semaines après la réception complète du contenu du site. Pour un site e-commerçant, le développement est plus lourd, les délais généralement constatés sont de 2 à 6 mois.



# Comment ?

Plateformes en ligne automatiques, agences de création, freelances ou indépendants ? Quel est le bon interlocuteur pour créer un site internet ?

Tout d'abord, à vous de définir vos attentes. Posez-vous ces principales questions : Quel est mon budget ? De quel niveau de service ai-je besoin ? De quelles options mon site aura-t-il besoin ? Quel est mon délai ? Chaque interlocuteur présente ses avantages et inconvénients.



Les agences	Les freelances	Les plateformes gratuites
<b>Les +</b> Services & Stratégie Suivi et évolutions possibles Réactivité Compétences	<b>Les +</b> Prix Disponibilité	<b>Les +</b> Prix Délai
<b>Les -</b> Le prix	<b>Les -</b> Pas d'équipe Peu de services complémentaires Dépendance	<b>Les -</b> Site copié/collé Pas de valeur ajoutée Pas d'options Pas d'interlocuteur

## Les 14 étapes de la création de votre site :

- 1 Définir l'objectif du site et ses caractéristiques
- 2 Définir le budget
- 3 Définir le prestataire
- 4 Choisir le nom de domaine
- 5 Création de la charte graphique
- 6 Développement du site et de ses options
- 7 Création du contenu du site
- 8 Intégration et mise en page du contenu
- 9 Mise en ligne et ajustements
- 10 Livraison du projet et formation
- 11 Communiquer sur le nouveau site
- 12 Impliquer le site dans la vie de l'entreprise
- 13 Mettre à jour régulièrement
- 14 Analyser les performances

# Combien ?



## Un site à 0,99€ ou à 4 500€ ? Combien coûte réellement un site ? Quel est le budget le plus adapté ?

Un site internet est un produit comme un autre. Le plus cher n'est pas toujours le meilleur, le moins cher est souvent de faible qualité ou sans valeur ajoutée.

Bien entendu, tout dépend de vos attentes et de vos besoins. Vous vous doutez qu'un site sur mesure, avec de nombreuses options pour 0,99€ n'existe pas. A vous de faire la part des choses et de trouver la solution qui vous semble être le meilleur rapport qualité/prix.

## Les critères impactant le prix :

- La complexité du design
- La possibilité d'être auto-administrable
- Les fonctionnalités spécifiques (catalogue produits en ligne, prise de rendez-vous, etc ...)
- Le responsive design (adapter votre site aux appareils mobiles)
- Le nombre de pages
- La création de contenu par le prestataire



## Comment mesurer la rentabilité de mon site ?

- Google Analytics (calcul du trafic, des visites)
- Demander un audit de ROI auprès de votre prestataire (agences plus particulièrement)
- Mettre un numéro de téléphone dédié au site internet
- Mettre un label spécifique aux e-mail en provenance du site.

## Quelques recommandations :

- Attention aux prix trop élevés (> à 5/6 K pour un site vitrine basique)
- Attention aux prix trop bas ou abonnements avec engagement
- Attention à bien être propriétaire de votre Nom de Domaine
- Attention à bien connaître les coûts pour effectuer des modifications sur votre site.



# Nos repères tarifaires

Beaucoup d'options existent dans le domaine de la création de site internet et nombreuses sont les différences tarifaire d'un prestataire à l'autre. Voici donc quelques repères pour vous aider à faire la part des choses entre le ridicule peu cher et l'exorbitant. N'oubliez pas ! Un site correctement construit et indexé prend du temps et donc demande parfois beaucoup de travail. il est donc normal que son prix soit en conséquence.



de **1500 €**  
à **4500 €**

**SITE VITRINE**

#### Les critères impactant le prix :

- Les fonctionnalités
- Les options souhaitées
- L'adaptation du site aux mobiles
- La qualité du prestataire

de **5000 €**  
à **30000 €**

**SITE E-COMMERCE**

#### Les critères impactant le prix :

- Le nombre de produits
- Le chiffre d'affaire potentiel
- Le nombre de visites potentielles
- Les mises à jour
- Les fonctionnalités et options
- L'adaptation du site aux mobiles
- La qualité du prestataire

de **800 €**  
à **3000 €**

**BLOG**

#### Les critères impactant le prix :

- Les fonctionnalités
- Les options souhaitées
- L'adaptation du site aux mobiles
- La qualité du prestataire



## Un projet, une question ?

N'hésitez pas à contacter l'équipe !  
**03.65.98.01.09 - [www.WebexpR.fr](http://www.WebexpR.fr)**



## **Communication digitale des PME**

249 rue Irène Joliot Curie  
60610 La Croix Saint Ouen  
contact@webexpr.fr

**03.65.98.01.09 - [www.WebexpR.fr](http://www.WebexpR.fr)**