

**RECOMMANDATIONS POUR LA
REFONTE DE
WWW.HOMELIGHTS.FR**

SOMMAIRE

→ AUDIT

1. ANALYSE DE L'EXISTANT

- 1.1 Graphisme et ergonomie
- 1.2 Arborescence et chemin de navigation
- 1.3 Charte éditoriale
- 1.4 Conclusion

→ NOTE TECHNIQUE

2. CONTEXTE

3. RECOMMANDATIONS ERGONOMIQUES ET RESPECT DES NORMES

4. UN SITE ACCESSIBLE POUR TOUS (qualité, accessibilité, performance)

5. RECOMMANDATIONS E-MARKETING

6. RECOMMANDATIONS GRAPHIQUE

7. CHARTE ÉDITORIALE

8. ARBORESCENCE ET ZONING

9. SCÉNARIO DE NAVIGATION ET PRINCIPE DE FONCTIONNEMENT

10. PROPOSITION DE FONCTIONNALITÉS

11. APPROCHE BUDGÉTAIRE

Avant-propos

L'objectif de cet audit est de cerner les points forts et d'identifier les faiblesses du site Internet d'Homelights.

Cette analyse critique s'appuie sur les standards actuels du web ainsi que les pratiques d'autres entreprises concurrentes.

L'audit s'articule autour des thématiques suivantes :

- **Graphisme**

Quelle image renvoie le site Internet ?

- **Ergonomie**

L'internaute peut-il naviguer de manière intuitive dans le site ?

- **Arborescence et chemin de navigation**

L'internaute parvient-il à trouver rapidement l'information qu'il recherche ?

- **Charte éditoriale**

Les pages et contenus du site sont-ils en cohérence avec l'image que souhaite véhiculer Homelights ?

Cette analyse constituera la trame des recommandations visant à la refonte du site Internet d'Homelights.

1. Analyse de l'existant

1.1 Graphisme et ergonomie

1.1.1 Graphisme

« Quelle image renvoie le site Internet ? »

→ *La charte graphique d'un site Internet permet de véhiculer l'image, l'identité et le positionnement de l'entreprise qui l'édite. Elle permet de donner de la cohérence au contenu du site et aide à la hiérarchisation des informations.*

Le graphisme est le premier élément perçu par l'internaute. Il mérite une attention particulière, pour ne pas le décevoir et éviter qu'il n'interrompe sa visite.

Le graphisme champêtre de la page d'accueil du site renvoie une **image écolo**, mais il n'illustre absolument **pas le côté innovant et high-tech** des ampoules et spots LED, plutôt connoté par la couleur grise. Par ailleurs, **ce fond omniprésent nuit quelque peu à lisibilité** de la zone de mise en avant des produits HomeLights & Toshiba (menu à gauche de la page), dont la police bleue ne tranche pas franchement avec le fond vert.

1.1.2 Ergonomie

« L'internaute peut-il naviguer de manière intuitive dans le site ? »

→ *L'ergonomie du site est au service de l'utilisateur. Elle se doit d'être intuitive et conviviale pour faciliter la navigation de l'ensemble des différents publics qui se connectent sur le site Internet.*

La présentation et la mise à disposition des informations doivent être pensées dans une démarche d'interactivité des contenus, de façon à ce que tous les utilisateurs du site accèdent facilement aux informations dont ils ont besoin.

Plus généralement, l'organisation de la page d'accueil n'invite **pas l'internaute à en savoir plus**. Les produits HomeLights & Toshiba ne sont pas vraiment mis en avant afin d'inciter l'internaute à les découvrir en cliquant. Au final, hormis la barre de navigation et le moteur de recherche multicritères des produits HomeLights & Toshiba, le visiteur n'a accès qu'à une vidéo ainsi qu'aux trois dernières actualités, qui ne sont pas mises en avant à l'aide d'un titre attrayant ou d'une image.

→ **Le graphisme actuel dessert le site en renvoyant une image orientée écologie, développement durable alors que la volonté de la marque est de véhiculer une image d'innovation, de technologie et d'économie d'énergie. D'autre part, d'un point de vue marketing, les produits ne sont pas mis en avant : produits en tant que tels, outils et services...**

1.2 Arborescence et chemins de navigation

« L'internaute parvient-il à trouver rapidement l'information qu'il recherche ? »

→ *L'arborescence doit résumer l'ensemble des contenus du site. Les chemins de navigation guident l'internaute clic après clic tout au long de sa visite. Les intitulés des titres de rubriques et sous rubriques doivent être explicites tout comme les titres des pages.*

Les rubriques du menu principal ne sont pas pertinentes, dans le sens où **l'essentiel des contenus se retrouve dans la rubrique « Les LED et vous »**. Rubrique très riche en informations, mais qui reste peu, voire pas, accessible.

Après son clic, l'internaute se retrouve en effet sur une page « à rallonge », qui débute sur une série de questions dont les réponses ne sont accessibles qu'en téléchargeant le pdf du dossier de presse. Le reste des contenus n'est lui visible qu'en scrollant sur la page, où une série de liens renvoie vers les différents paragraphes.

Ce **chemin de navigation n'est guère évident** pour l'internaute qui ne peut pas se faire, facilement et rapidement, une idée des contenus auxquels il peut accéder sur www.homelights.fr.

Les autres rubriques du menu de navigation (Points de vente / Actualité / Eco-calculateur / Forum / Vidéos) ne sont pas hiérarchisées, ces types de contenus figurant généralement dans un menu de second niveau.

1.3 Charte éditoriale

« Les pages et contenus du site sont-ils en cohérence avec l'image que souhaite véhiculer Homelights ? »

→ *La charte éditoriale assure la cohérence des contenus, sur le fond et sur la forme. Elle définit les différents modes de traitement des informations de manière à en homogénéiser la présentation. L'objectif étant de délivrer à l'internaute une grille de lecture pour faciliter sa navigation.*

> Le site Internet d'Homelights ne semble pas disposer de charte éditoriale, dans le sens où **il n'existe pas vraiment de cohérence et d'homogénéité dans l'organisation des contenus** des différentes rubriques et pages du site.

L'organisation selon les standards rédactionnels du web est la suivante : surtitre – titre – chapô – intertitre – texte – lien.

Cette organisation **facilite la lecture** de l'internaute. Il sait dans quelle rubrique il se trouve, le chapô le remet dans le contexte, et les intertitres lui offrent **plusieurs entrées et niveaux de lecture**.

Bon à savoir : 80% des lecteurs des sites Web lisent les pages en diagonale. Les titres, les surtitres, les intertitres sont 5 fois plus lus que le texte de la page.

→ **Cette hétérogénéité empêche l'internaute d'accéder facilement et intuitivement à l'information qu'il recherche. A chaque nouvelle page ou presque, son œil doit s'habituer à une nouvelle présentation.**

1.4 Conclusion

Le site d'Homelights dispose de contenus riches. Ceux-ci restent toutefois difficilement accessibles pour l'internaute. Le graphisme, l'ergonomie et l'absence de charte éditoriale ne permettent pas de retrouver facilement les informations. L'internaute peut rapidement se perdre dans sa recherche, se décourager et ainsi se déconnecter du site.

De plus, le Homelights souhaite être perçu comme le leader d'information dans le domaine de l'éclairage éco-responsable en particulier de l'éclairage par LED.

Plus globalement, le site ne renvoie pas l'image souhaitée et ne correspond pas aux ambitions de la marque.

NOTE D'INTENTION

2. Contexte

Homelights souhaite faire évoluer son site Internet. L'objectif : proposer un outil en cohérence avec son image. Tant sur le plan technologique que dans la volonté d'accompagner les consommateurs dans l'évolution du marché, en délivrant à l'ensemble des cibles un contenu adapté en fonction de leurs attentes.

La solution Internet devra s'adresser à un large panel de publics et leur garantir un accès rapide à l'information ainsi qu'aux produits. Le site devra également être évolutif, tant dans son architecture que dans sa capacité à intégrer de nouvelles fonctionnalités.

> Problématique

Le site actuel ne correspond plus à l'image qu'Homelights souhaite véhiculer :

- Le site est peu attractif
- Le graphisme demande à être dynamisé et modernisé
- L'architecture est confuse et rend difficile la navigation pour l'internaute
- Les nouvelles normes de l'Internet ne sont pas intégrées
- La solution technique n'est pas assez souple et fiable
- L'interactivité avec les internautes est très peu présente
- Le message à véhiculer n'est pas présent

> Objectifs

Dans ce contexte, le nouveau site Internet d'Homelights devra se positionner comme un véritable relais de communication et d'information auprès de ses différentes cibles. Et également comme un outil marketing pour présenter ses produits.

Il se doit de répondre à plusieurs objectifs stratégiques autour d'un concept général : **renforcer l'attractivité et la notoriété d'Homelights et positionner la marque comme un acteur incontournable dans l'univers de l'éclairage. Tant sur un plan pédagogique que technologique.**

Objectifs d'information & de notoriété

- Diffuser des informations de manière à **faire connaître** Homelights
- Mettre à disposition l'ensemble des **informations pratiques et utiles**
- Présenter la démarche d'Homelights : prescripteur d'information et acteur majeur sur le marché

Objectifs d'image

- Mettre en avant et valoriser les activités et produits proposés par Homelights
- Valoriser l'image d'Homelights en mettant en avant sa démarche pédagogique auprès des consommateurs

Objectifs de comportement

- Faciliter l'accès à l'information
- Faire réagir les internautes

La structure, l'organisation et l'interface graphique du site devront répondre à ces objectifs.

> Cibles

Cibles stratégiques

- Les consommateurs

Cibles secondaires

- Les distributeurs

Cibles relais :

- Les partenaires
- La presse, les autres médias et vecteurs d'opinions
- Les prescripteurs potentiels

> Les avantages attendus

Pour Homelights : un véritable outil d'information et de communication interactive, qui diffuse ses actualités, ses produits et qui propose l'ensemble des informations utiles à ses différents publics.

Un outil qui permet à Homelights d'être un véritable acteur sur le marché de l'éclairage tant sur le plan pédagogique que technologique.

Pour les utilisateurs : un outil pratique, facile d'utilisation, régulièrement actualisé, avec des informations utiles et bien structurées. Un outil qui les accompagne dans le changement et leur permet d'appréhender les avantages des ampoules LED (consommation d'énergie, coût, durée de vie).

3. Recommandations ergonomiques et respect des normes

L'ergonomie du site devra être intuitive de manière à répondre à une véritable approche utilisateur. L'objectif est de placer l'utilisateur final au cœur du projet, en prenant en compte la diversité des publics, tant dans leur connaissance du web que dans leurs intérêts et leurs usages. Le site Internet devra arborer un design et une ergonomie modernes, dynamiques et conviviaux en fonction des rubriques. Il devra avant tout être intuitif et épuré pour mettre en avant le contenu et les animations.

Le site devra répondre aux normes et standards actuels du web, dans sa conception comme dans son développement (règles d'ergonomie, normes d'intégration...). Outre ces standards, le site devra tout particulièrement être accessible selon les recommandations WAI - A du W3C, dont l'objectif est l'accessibilité auprès de publics en difficulté (déficients visuels, handicapés).

La présentation et la mise à disposition d'informations doivent être pensées dans une démarche d'interactivité des contenus, de façon à ce que le site soit résolument tourné vers ses utilisateurs.

Voir la partie « Charte éditoriale » pour plus de détails

L'ergonomie doit être conçue afin de guider au mieux l'utilisateur dans sa navigation, et notamment :

- Repérage constant dans le site (fil d'Ariane...)
- Limiter les niveaux d'information (règle des 3 clics)
- Possibilité d'imprimer la page
- Génération d'un PDF par page
- Privilégier la navigation contextuelle ou transversale (relier des éléments contenus dans diverses rubriques)

- Plan du site
- Des URL intuitives dans la barre d'adresse (réécriture des URL)
- Moteur de recherche avancé avec possibilité de rechercher des produits par catégorie et type de lampe ainsi que par mots clés. Et également aux PDF présents dans le gestionnaire des fichiers.
- Feedback : accès formulaire « Vos remarques » ou « Vos questions » présent sur toutes les pages du site
- Menus riches pour accéder à l'ensemble de l'information
- Envoyer à un ami

4. Un site accessible pour tous : qualité, accessibilité et performance

4.1 Respect des recommandations du W3C

Afin de **garantir la qualité du socle technique**, **l'interopérabilité de l'affichage** du site sur les différents navigateurs Web et d'**optimiser le référencement** du site dans les moteurs de recherche. Le site Internet respectera le DOCTYPE (contraction pour "Document Type Declaration") XHTML Strict édité par le W3C (Consortium international qui publie des recommandations garantissant l'interopérabilité des technologies du Web). Toutes les autres technologies employées respecteront également les recommandations éditées par le W3C (documents CSS et XML par exemple).

4.2 L'accessibilité au cœur du projet

L'accessibilité, la qualité ainsi que la performance Web sont les **trois piliers de la démarche d'amélioration continue**.

Il ne faut pas oublier que la réussite d'un projet se joue dès le départ. Pour être terre-à-terre : quand on construit une maison, on commence par les fondations qui ne peuvent être retouchées en cours de chantier, ou pire encore au moment de sa livraison, au risque de mettre en péril la stabilité de l'édifice. C'est exactement la même chose dans un projet Web ! Il faut construire une **base saine et ouverte pour permettre son évolutivité, et notamment l'interopérabilité avec les futurs navigateurs, matériels...**

En résumé, la prise en compte de ces piliers assure un meilleur service aux différents publics, et donc une meilleure satisfaction ; elle permet d'accroître

l'efficacité du site selon des indicateurs précis (audience & trafic, inscriptions en ligne...) ; et elle garantit la pérennité ainsi que l'évolutivité, pour anticiper l'avenir.

Il est donc essentiel de vérifier que les éléments graphiques proposés ne poseront pas de problèmes de compatibilité avec les navigateurs, avec les technologies (Flash, javascript...).

L'accessibilité doit être prise en compte dans le cadre d'une **démarche d'amélioration continue**, et non être définie uniquement par une liste de critères à valider.

Dans une approche pragmatique, le respect de certaines règles d'accessibilité peut entraîner d'autres problèmes inhérents aux technologies Web. En effet, l'utilisation des RIA (Rich Internet Application) apporte un vrai plus ergonomique mais également de nouvelles contraintes d'accessibilité.

En attendant la mise en place des ARIA (Accessible RIA) par le WAI, nous préconisons de ne pas de se focaliser sur un niveau d'accessibilité défini uniquement par des critères techniques qui peuvent devenir rapidement obsolètes mais de **prendre en compte les piliers fondamentaux de l'accessibilité qui sont proposé par le RGAA** (Référentiel général d'accessibilité pour les administrations) et de les **améliorer au fur et à mesure de la vie du site et de l'évolution des documentations du WAI et des outils techniques mis à disposition par les concepteurs de navigateurs Web.**

Une autre problématique vient également de la relation entre l'accessibilité et les prestations externes au site. Par exemple, les services accessibles avec des « frames » (fenêtres invisibles imbriquées dans la fenêtre de votre site), constituent une contrainte d'accessibilité. Pour pallier ce facteur bloquant, nous préconisons de mettre en place des liens externes directs vers le contenu affiché dans les iframes.

D'autres exemples d'éléments à prendre en compte lors de l'insertion de contenu pour que celui-ci soit accessible :

- Utiliser un balisage sémantique afin de désigner les titres (<h>), les listes (, , <dl>), les paragraphes (<p>), etc.
- Mettre en place des sous-titres synchronisés pour tout élément vidéo ou sonore.
- Donner une alternative textuelle (attribut "alt") à toutes les images portant du sens.
- Eviter les liens n'ayant aucune sémantique, ou leur ajouter un titre plus pertinent ("cliquez-ici !" qui sera plutôt remplacé par "Visitez notre page actualité").

4.3 Respect de l'utilisateur

Gérer les retours des utilisateurs est un des fondamentaux de la démarche d'amélioration continue. Sur le site Web, une page complète sera dédiée à la présentation des principes de qualité et d'accessibilité du site. Elle mettra aussi à disposition des internautes un formulaire spécifique réservé à leurs retours.

Il faut prendre en considération qu'il **n'y a pas un utilisateur lambda**, mais que **chaque utilisateur est unique**, d'où l'importance de lui laisser le plus de choix possible pour ne pas entraver sa façon de naviguer. Par exemple, il est fortement déconseillé d'ouvrir un lien dans une nouvelle fenêtre, ou de lancer une vidéo de manière automatique.

4.4 Compatibilité navigateurs

Le site Internet devra être **compatible avec les principaux navigateurs** actuels du marché, le travail effectué tout au long de la création du site sur l'interopérabilité garantira la pérennité de l'affichage du site dans les futures versions des navigateurs (sous réserve que ceux-ci ne comportent pas de bug

d'interprétation visuelle). Voici une liste non exhaustive des navigateurs pris en compte : Internet Explorer 7 à 8 ; Firefox 3 ; Safari 3

4.5 Performances

Dans le but d'offrir une **expérience utilisateur la plus fluide possible**, des méthodologies d'optimisations sont mises en place pour chaque élément présent dans une page Web. L'utilisation d'un canevas pour les fichiers CSS garantit une optimisation globale de ceux-ci mais également des fichiers HTML qui y sont liés.

Une analyse des images afin de connaître leurs types (photographies, logos, etc.) permettent de choisir le format de l'image (jpg ou png) et de les optimiser au cas par cas de choisir. Le refactoring de code pour les fichiers Javascript permet de les alléger mais également d'augmenter leur rapidité d'exécution.

5. Recommandation e-marketing

Nous vous recommandons de mettre en place un référencement naturel performant de manière à être référencé de manière efficace sur les différents moteurs de recherche. L'objectif étant d'être bien positionné dans les premières pages de résultat de recherche. Le secteur dans lequel évolue Homelights est concurrentiel. Le travail de référencement naturel ne sera donc pas suffisant. Il sera essentiel de mettre à jour régulièrement le contenu du site en respectant la charte éditoriale. Il sera également question, de manière ponctuelle, de faire appel à des campagnes de liens sponsorisés et campagnes d'affiliation.

Qu'est-ce que le référencement naturel ?

La mise en place d'un référencement naturel de qualité répond à la mise en place de divers paramètres. Développement technique, insertion des mots clés au sein de différents éléments, travail éditorial, échange de liens...

Les actions à mener pour obtenir un positionnement de qualité

- **Title** : Intégrer les mots clés définissant Homelights et les informations proposées dans la balise TITLE de chacune des pages
- **Balise Méta** : Leurs définitions permettront de vous différencier sur une même page de résultats et inciteront ainsi l'internaute à cliquer
- **La réécriture d'URL** : L'insertion des mots clés au sein des URL est un indice de positionnement indispensable pour les robots des moteurs de recherche
- **Optimisation des fichiers images, PDF...** : Un travail sur le nommage des document annexes, ainsi que sur l'ajout de balises importantes. Cela permet non seulement aux moteurs de recherche d'indexer correctement vos images, mais aussi de les rendre accessibles aux internautes malvoyants.
- **Création du sitemap** : Le fichier Sitemap.xml est un fichier indiquant toutes les URL présentes sur le site, et permet aux robots d'analyser et d'identifier automatiquement la présence de l'ensemble des pages.

6. Recommandations graphiques

6.1 Définition

Objectifs de la communication

L'objectif de communication du site Internet d'Homelights est de **guider les différents publics internautes vers l'information claire, concise et précise qu'ils recherchent**. L'autre enjeu est de permettre à la marque d'être perçue comme un leader de l'information sur le marché de l'éco-éclairage, et notamment l'éclairage par ampoule LED.

La page d'accueil devra donc proposer **différentes entrées de lecture** de manière à s'adresser à tous les utilisateurs. Outre le menu de navigation principal, la page devra proposer des **zones de mise en avant** des actualités et événements, ainsi que des accès rapides aux pages intérieures et des informations pratiques. Les animations auront également leur place :

Animation globale sur la démarche

Animation qui accompagne l'éco-calculateur

Animations au sein du contenu, par exemple : composition d'une LED

...

Message à véhiculer

Être **simple, pédagogique et efficace**. Homelights se doit également d'être dans une démarche d'innovation et d'attractivité.

Image à véhiculer

Le site Internet devra véhiculer une **image dynamique, séduisante et interactive**. Des éléments graphiques pourront traduire ces objectifs, par exemple avec l'utilisation des couleurs grise (symbole d'innovation et de technicité) et bleu (couleur de la communication et du savoir), associées à une couleur vive et percutante comme le turquoise, l'orange ou le vert du logo Homelights, qui amèneraient une image énergique et percutante.

6.2 Principe graphique

Page d'accueil

La page d'accueil devra être organisée de manière à **présenter un grand nombre d'informations**. La hiérarchisation des contenus sera la clé du succès de cette page d'accueil.

Des éléments graphiques, comme par exemple les filets, des puces, des encadrés, des couleurs, des pictos... devront être mis en place pour accompagner la lecture.

Un fond blanc est à privilégier pour ne pas altérer la navigation. Le graphisme devra être simple et épuré pour ne pas altérer la lisibilité des internautes.

L'objectif de la page d'accueil est de donner rapidement des réponses, des clés à l'internaute en matière d'éclairage. La volonté est de modifier l'acte d'achat en passant d'un acte de consommation à un acte d'investissement.

Pages intérieures

Tout comme pour la page d'accueil, de nombreuses informations seront accessibles depuis les pages intérieures. Elles devront être traitées dans la même logique et dans le même esprit : sobriété et efficacité.

Important : le site sera identique dans son graphisme pour l'ensemble des versions (langues accessibles). Seuls les contenus seront différents d'une version à une autre.

7. Charte éditoriale

7.1 Principes généraux

L'objectif de la refonte du site Internet de Homelights consiste à lui faire disposer d'un **véritable relais de communication et d'information en ligne**. Ce nouveau site Internet doit aussi permettre d'apporter des réponses aux internautes concernant le marché de l'éclairage : disparition des ampoules à incandescence, ampoules LED, fluocompactes, halogènes ES... Quelle rentabilité ? Quelle ampoule choisir ?...

Au-delà du graphisme, de l'arborescence et des fonctionnalités du nouveau site Internet, ces ambitions passent également par l'adoption d'une **charte éditoriale qui constituera la ligne de conduite à respecter par tous les contributeurs** du site.

La charte éditoriale a pour but de :

- **Formaliser** l'adaptation des textes de l'actuel site Internet
- **Garantir la cohérence** de l'ensemble des contenus du site Internet
- **Adopter un ton rédactionnel**, par rubrique et par cible
- **Accompagner les contributeurs** dans la rédaction de leurs textes.

La charte éditoriale détermine :

- La **politique éditoriale**
- Le **traitement de l'information**
- L'**homogénéité des contenus**

7.2 S'adapter à la lecture scan des internautes

Généralement, l'internaute « scanne » un site et ses différentes pages à la recherche de l'information qu'il recherche. Il faut donc adapter les contenus à cette lecture en diagonale.

> Pour cela, il convient de traiter l'information dans une perspective journalistique, en adoptant la règle de la « **pyramide inversée** ».

- *Au niveau du site* : il faut partir du générique pour aller vers le détaillé. Les informations les plus importantes doivent se trouver en page d'accueil et seront développées au fur et à mesure dans les pages secondaires du site.

- *Au niveau de la page* : les informations majeures doivent se trouver en tête de page, le chapô devant les résumer pour inciter l'internaute à en savoir plus.

> Écrire **des titres qui ont du sens**, pour accrocher l'œil de l'Internaute, tout en exprimant une idée concise.

> **Une idée par paragraphe**, introduit par un intertitre, afin de faciliter la lecture scan.

> Ne pas hésiter à recourir aux **listes à puces**, faciles à lire en un coup d'œil.

> **Alléger au maximum les textes**, en sortant les infos pratiques (dans un encadré par exemple) ou en renvoyant l'internaute vers une autre page, ou un document à télécharger, pour développer une information.

7.3 Structuration des pages

Dans un souci de cohérence, les pages du site Internet doivent être structurées selon le modèle suivant :

- Surtitre
- Titre
- Chapô
- Intertitre
- Textes
- Encadrés

- Liens

Cette structuration des pages facilite la navigation de l'internaute comme le référencement naturel du site, les moteurs de recherche référencant les pages grâce à ces différents éléments.

> Le **surtitre** permet de « **contextualiser** » le **contenu**. Il ne faut jamais oublier que chaque page constitue un tout, accessible depuis n'importe quel moteur de recherche.

> Le **titre** est l'**élément primordial de la compréhension** du texte. Il doit contenir des mots clés et résumer l'essentiel de l'information, en faisant primer clarté et concision.

> Le **chapô** constitue la **deuxième entrée de lecture**. Il résume l'idée directrice et les intentions du texte et présente clairement ce qui sera exposé dans la page.

> Les **intertitres rythment** le texte, **facilitent** la lecture et **relancent** l'intérêt de l'internaute.

> Les **textes** doivent être **simples et clairs, factuels et rythmés**. Les phrases doivent être courtes (sujet + verbe + complément), sans trop d'effets de style.

> Les **encadrés** contiennent une **illustration**, un **complément d'information** ou un **commentaire**, en lien avec le texte principal.

> Les **liens** contribuent à **enrichir le contenu**, sans alourdir la page. Ils renvoient vers une autre rubrique ou page du site, vers un document à télécharger, vers une vidéo ou vers un autre site Internet.

7.4 Le ton rédactionnel

Le choix du ton rédactionnel participe à l'identité du site et à l'instauration d'une relation avec les internautes. Il doit donc s'adapter aux différents publics visés par Homelights.

> Le ton rédactionnel de la **page d'accueil** se doit d'être plutôt neutre et informatif. Cette page est en effet la porte d'entrée commune aux différentes cibles de Homelights.

> Les pages intérieures

Le contenu des pages intérieures doit également être simple, neutre et informatif.

> Les animations

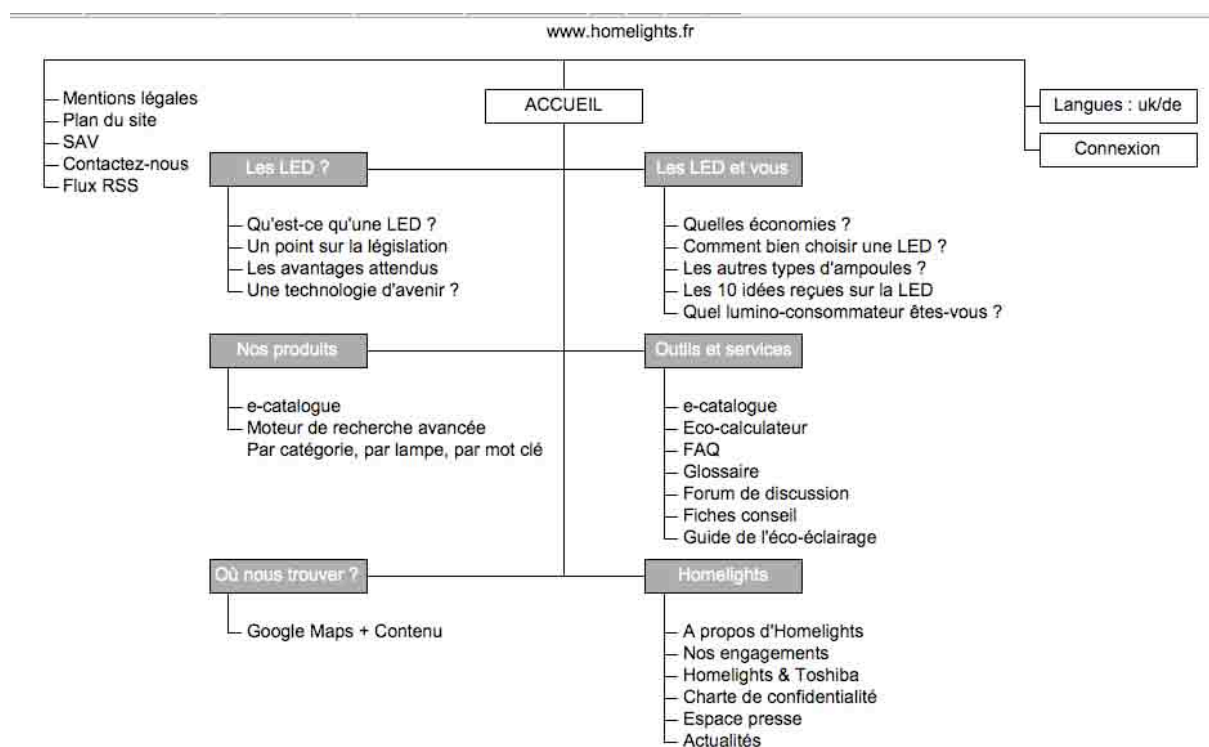
Les animations doivent quand à elles avoir un ton plus percutant pour interpeller et inciter les internautes à les visualiser entièrement.

NB : les contenus seront rédigés en version française uniquement.

8. Arborescence et zoning

L'arborescence et les zonings présents ci-dessous sont proposés à titre indicatif. Lors de la phase d'étude du projet, Jeu2Mot conseillera et accompagnera Homelights dans la **définition de la structure du site, afin de répondre au mieux à l'ensemble des objectifs et des attentes des différents publics.**

Cette proposition fait suite à l'étude de l'arborescence actuellement en ligne ainsi que de l'étude des sites Internet d'entreprises concurrentes.

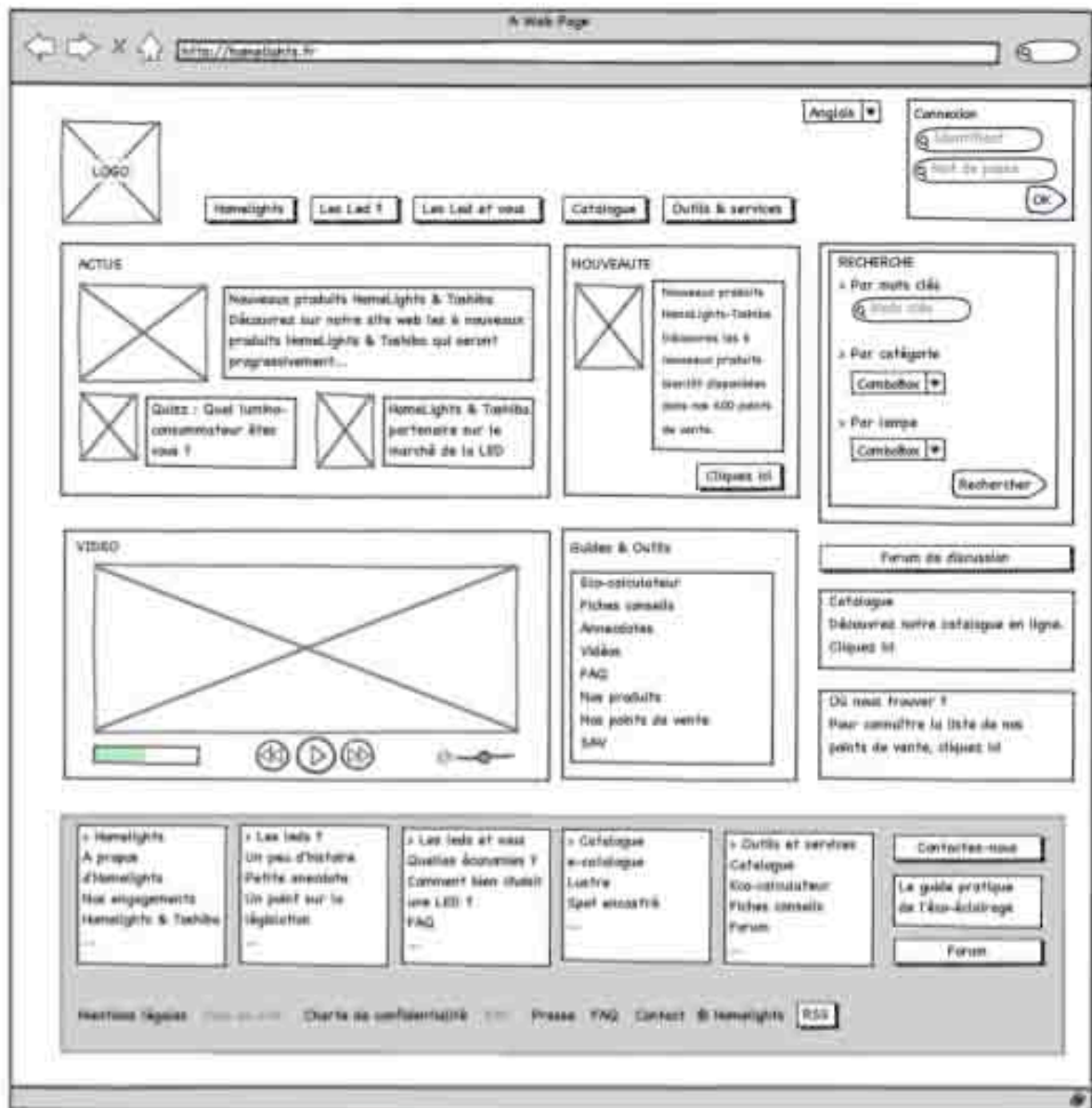


Voir les fichiers en annexe :

- homelights-arbo.png

9. Scénario de navigation et principes de fonctionnement

9.1 La page d'accueil



→ Classiquement, le menu de navigation se retrouve en haut de page, avec les accès par langue et l'onglet de connexion.

→ Au centre, la page d'accueil est composée :

- d'une zone « Actus » : mise en avant des dernières actualités, relatives à HomeLights ou plus largement au marché de l'éclairage
- d'une zone « Nouveauté » : mise en avant des produits HomeLights & Toshiba. Cette zone pourra être intitulée différemment selon les informations à intégrer.
- d'une zone « Vidéo » ou d'une zone de présentation d'animations
- d'une zone « Guides & Outils : mise en avant des services et outils (Eco-calculateur, fiches conseils, anecdotes, FAQ, SAV...)

→ Sur la droite, la colonne donne un accès rapide au moteur de recherche multicritères (MDR) des produits HomeLights & Toshiba, ainsi qu'à des liens vers des fonctionnalités et infos pratiques (forum, catalogue, points de vente).

Le MDR sera présent sur toutes les pages du site afin de toujours proposer un accès direct aux produits. Juste en dessous, les espaces « liens » proposent une navigation transversale à l'internaute.

Le guidant vers une fiche produit, d'autres pages du site, ou des documents à télécharger, ces liens sont en relation avec le contenu de la page où se trouve l'internaute, afin de l'enrichir.

→ En bas, se trouve un « pied de page riche ». Il permet de donner à l'internaute une vue d'ensemble des rubriques et sous-rubriques proposées. Il contient également des informations pratiques et utiles qui seront présentes sur toutes les pages. On retrouve également dans cette zone : les mentions légales, le plan du site, contact.

Cette technique accompagne et facilite la navigation des internautes. Elle lui donne des repères et des habitudes de navigation en lui proposant les accès « incontournable » du site.

9.2 La page Actualité

Plusieurs possibilités :

- Soit au clic sur l'une des actualités depuis la page d'accueil, l'internaute est dirigé vers une page sommaire qui liste l'ensemble des actualités. Au besoin, clic sur l'actu concernée pour lire la suite.
- Soit au clic sur l'une des actualités depuis la page d'accueil, l'internaute est directement dirigé vers la page dédiée de l'actualité concernée. En bas de page lui permet de visualiser l'ensemble des actualités (page sommaire).

9.3 Nouveauté

Cette zone affichera en page d'accueil les éléments suivants :

Titre + Texte lanceur + Image + Lien

Au clic, l'internaute est dirigé vers une page dédiée à l'information dans laquelle on pourra retrouver du contenu supplémentaire, des médias (images, vidéos, animations...).

Les informations présentes dans cette zone pourront être de tout type : produit, partenariat, présence sur un salon...

9.4 Vidéo et animations

Une zone vidéo, animation permettra d'animer la page d'accueil.

Lors du lancement du site, il serait intéressant de proposer aux internautes une animation « pédagogique » sur le marché de l'éclairage, la disparition progressive des ampoules à incandescence et la démarche d'Homelights (éco-éclairage).

Cette zone pourra accueillir des vidéos ainsi que d'autres animations (présentation d'une LED, ...).

Voir 10.11 Animations

9.5 Zone Guide et outil

Cette zone affiche une série de liens vers des outils pratiques : éco-calculateur, FAQ, fiches conseil...

9.6 Moteur de recherche

Le moteur de recherche sera l'une des fonctionnalités les plus importantes du site Internet.

Il doit s'adapter aux usages des internautes, à leur compréhension du marché de l'ampoule. Il est donc essentiel de proposer différents niveaux de recherche :

- Par mots clés
- Par catégorie
- Par lampe

Après avoir effectué une recherche, l'internaute est dirigé vers une page de résultat qui liste les différentes pages en lien avec la recherche. Au clic sur l'une des recherches, l'internaute est dirigé vers la page concernée.

10. PROPOSITION DE FONCTIONNALITÉS

Les fonctionnalités ci-dessous sont des recommandations formulées au regard des attentes des utilisateurs, et de l'étude de la concurrence. Ces fonctionnalités peuvent être mises en ligne par étapes, de manière à faire régulièrement évoluer le site Internet.

Important : le site Internet sera accessible en 6 langues : français, anglais, allemand, néerlandais, espagnol, italien et Grec dans un futur proche.

Certaines pages seront identiques dans leur structure et d'autres pourront varier.

Par exemple :

Les pages de présentation de la société seront identiques. Le contenu sera ainsi traduit dans les différentes langues.

Les fiches produits seront identiques dans leur structure, certaines données techniques seront identiques (chiffres) et les zones de description seront traduites dans les différentes langues.

Les actualités seront différentes pour les différentes langues. Certaines seront traduites, les liens, images,... seront identiques. Pour d'autres, l'ensemble des contenus pourront être différents.

Le back-office doit permettre à l'administrateur général ainsi qu'aux rédacteurs de pouvoir ajouter des rubriques, sous-rubriques, contenus traduits dans différentes langues.

Avant le démarrage du projet, il sera nécessaire de déterminer les pages concernées.

10.1 Gestion de la page d'accueil

Objectif

Mise en avant d'informations depuis la page d'accueil afin de donner aux internautes un aperçu des contenus du site Internet et d'orienter leur navigation.

L'utilisateur accède aux informations suivantes :

- **Menu principal** : rubriques de premier niveau
- Mise en avant des dernières **actualités**
- Mise en avant d'une **nouveauté**
- **Moteur de recherche multicritères** : par mots clés, par catégorie et par lampe
- **Langues** : français, Allemand, Anglais, Néerlandais (V1), Espagnol, Italien (V2) et Grec (V3)
- **Pied de page riche** : arborescence détaillée, accès pratiques, plan du site, mentions légales,...

La remontée des informations du type Actualités et Nouveauté, par exemple, seront automatiques.

10.2 Gestion de l'arborescence

Objectif

L'administrateur aura la possibilité d'ajouter, de modifier et de supprimer autant de rubriques (et de niveaux hiérarchiques) que souhaité.

10.3 Actualités

Objectif

Les 3 dernières actualités renseignées s'affichent sur la page d'accueil. Les autres actualités sont accessibles en page intérieure

Principe de fonctionnement

Possibilité d'affichage des actualités :

- Sur la page d'accueil, sous forme de mises en avant
- Remontée des actualités sur des pages intérieures (possibilité de faire remonter uniquement les actualités en lien avec le thème de la rubrique concernée)
- Sur la page sommaire des Actualités (toutes les actualités)
- Sur une page dédiée

Les actualités seront indépendantes pour chacune des langues.

La fonctionnalité sera identique pour l'ensemble des versions mais les contenus ne seront pas forcément les contenus traduits. Les rédacteurs pourront intégrer une actualité différente d'un site à l'autre (titre, texte, lien, visuel, vidéo, son).

10.4 Nouveauté

Même fonctionnement que le module actualité : remontée sur la page d'accueil de la dernière « Nouveauté » renseignée. Les autres nouveautés sont accessibles dans une page dédiée (sommaire + page dédiée).

Les Nouveautés seront indépendantes pour chacune des langues.

La fonctionnalité sera identique pour l'ensemble des versions mais les contenus ne seront pas forcément les contenus traduits. Les rédacteurs pourront intégrer une actualité différente d'un site à l'autre (titre, texte, lien, visuel, vidéo, son).

10.5 Moteur de recherche

Objectif

Permettre aux internautes d'accéder plus rapidement à l'information recherchée via un moteur de recherche par mots clés dans un premier temps, et ensuite par une recherche avancée « Multicritères » : par catégorie et par lampe.

Principe de fonctionnement

Moteur de recherche « full text » sur l'ensemble du contenu des pages via la zone de recherche par mots clés, doublé d'un moteur de recherche multicritères par catégorie (Sport, déco, ampoule,...) et par lampe (Lustre, chevet, plafond,...).

10.6 Forum

Objectif

Permettre aux internautes d'échanger sur des questions liées au domaine de l'éclairage.

Principe de fonctionnement

Les internautes devront se créer un compte pour pouvoir participer au forum : créer des sujets et répondre à des questions. Les internautes non connectés pourront lire l'ensemble des messages déposés.

Vous pourrez également créer des discussions.

10.7 Formulaire de contact

Objectif

Permettre aux internautes d'obtenir des réponses rapides depuis un formulaire de contact

Principe de fonctionnement

Le formulaire de contact permet à l'internaute de structurer sa demande.

10.8 Gestion des médias

Objectif

Mettre à disposition des internautes des vidéos et bandes-son.

Nous vous conseillons de mettre en ligne les vidéos sur la plateforme DailyMotion pour différentes raisons :

- Hébergement des vidéos géré par la plateforme DailyMotion
- Visibilité des vidéos sur la plateforme DailyMotion et pas seulement sur le site de l'Université de la Méditerranée

En ce qui concerne les bandes-son, elles seront intégrées dans les pages de contenus via un player « son » charté. Nous vous conseillons de rendre ces contenus audios (interviews, cours,...) accessibles en Podcast depuis l'application iTunes.

10.9 Gestion des langues

Objectif

Lors de la mise en ligne en octobre 2010, le site d'Homelights sera accessible en plusieurs langues : français, anglais, allemand et néerlandais. Dans un second temps, le site sera accessible en italien, espagnol et plus tard en grec également. Le socle technique du site Internet permettra de greffer des langues sans remise en question de ce qui est en place.

10.10 FAQ

Objectif

Mettre à disposition de l'internaute les réponses aux questions les plus fréquemment posées, de manière à faciliter leur recherche ainsi que leur compréhension du marché de l'éclairage, de l'éco-éclairage,...

Principe de fonctionnement

Classement des réponses par thématique (Législation, LED, économie d'énergie, coût...). Au clic sur la question, l'internaute visualise la réponse.

L'internaute peut également poser une question via un formulaire. Cette question pourra être mise en ligne dans la rubrique FAQ si l'administrateur la juge pertinente et intéressante pour le plus grand nombre.

10.11 Sondages/Quizz

Objectif

Mise en place de manière ponctuelle de sondages. Soit en page d'accueil, soit dans une rubrique spécifique en fonction de la thématique.

Lors du lancement du site, nous vous conseillons de mettre en place le sondage présent dans le guide : Quel lumino-consommateur êtes-vous ?

Principe de fonctionnement

L'internaute peut participer au sondage en répondant aux questions (1 question et 3 réponses possibles). Il peut également visualiser les statistiques de réponse ainsi que le résultat en fonction de ses réponses.

10.12 Où nous trouver ? (Géolocalisation)

Objectif

Permettre à l'internaute de géolocaliser les lieux dans lesquels vos produits sont distribués.

Principe de fonctionnement

L'internaute pourra visualiser la localisation les magasins distributeurs de vos ampoules LED via l'API Google Maps.

10.13 Statistiques

Objectif

Mesurer et suivre d'audience de votre site Internet

Principe de fonctionnement

Nous intégrons un tag de Google Analytics dans l'ensemble des pages du site. Vous aurez des accès à la plateforme qui vous permettront de consulter les statistiques.

10.14 Outils pratiques

- **Imprimer la page**

Objectif

Permettre aux internautes d'imprimer le contenu des pages intérieures

- **Générer un PDF**

Permettre aux internautes de télécharger un fichier PDF pour conserver sur son ordinateur le contenu d'une ou plusieurs pages.

- **Fil d'Ariane**

Objectif

Faciliter la navigation de l'internaute au travers des différentes pages intérieures

Principe de fonctionnement

Le chemin de navigation s'affiche en haut de page. Par exemple : Les LED et vous > Quelles économies ?

Chacun des titres est cliquable, et redirige l'internaute vers la page précédente.

- **Augmenter la taille du texte**

Faciliter la navigation et la lecture de tous les publics. L'internaute peut réduire et augmenter le texte présent dans une page intérieure.

- **Flux RSS**

Objectif

Sur chacune de pages l'internaute a la possibilité de s'abonner au flux RSS. Lors d'une mise à jour du contenu concerné par l'abonnement, l'internaute sera informé sans se connecter au site.

Principe de fonctionnement

L'internaute peut soit s'abonner au flux RSS général du site, soit à des flux RSS spécifiques : Actualités, Nouveautés, l'ensemble du site Internet).

- **Envoyer à un ami**

Objectif

Les internautes peuvent conseiller à des connaissances de visiter votre site Internet. Cette fonctionnalité permet d'augmenter les visites.

Principe de fonctionnement

Via un formulaire, l'internaute renseigne le mail de « L'ami » concerné. Une fois le formulaire validé, « L'ami » reçoit un mail avec l'url de la page concernée.

- **Plan du site**

Objectif

Permettre à l'internaute de visualiser sur une même page l'ensemble des rubriques de premier niveau, second et troisième.

Principe de fonctionnement

Tous les titres : rubriques de premier, second et troisième niveau sont cliquables

Au clic sur l'un des liens, l'internaute est dirigé vers la page concernée

Le plan du site se génère de manière automatique

- **Glossaire**

Objectif

Aider les internautes à comprendre les termes techniques pouvant être mentionnés dans les différents contenus.

Principe de fonctionnement

Certains mots dans la page sont concernés par la fonctionnalité « glossaire ».

Plusieurs solutions sont envisageables :

- Au passage de la souris, apparition d'un point d'interrogation, au clic, l'explication s'affiche dans une fenêtre
- Au passage de la souris, apparition de l'explication
- Mise en avant d'un picto identifié dans la zone de contenu, certainement proche des pictos agrandir le texte, imprimer la page... Au clic sur ce bouton, les mots concernés dans la page se surlignent. Au clic, l'explication s'affiche dans une fenêtre.

10.15 Catalogue en ligne

Objectif

Proposer un outil interactif à l'internaute. L'internaute pourra accéder à votre catalogue produit via des fiches (1 fiche par produit). L'ensemble des produits seront également accessibles via un catalogue dit « feuilletable ».

Principe de fonctionnement

L'internaute pourra feuilleter les pages une à une, zoomer sur des zones précises sur la page, effectuer des annotations, ...

10.16 Eco-calculateur

Objectif

L'outil en ligne sur votre site Internet est intéressant en terme de fonctionnalité et de service pour l'internaute mais il n'est pas suffisamment mis en avant tant sur le plan graphique qu'ergonomique.

Nous récupérerons l'algorithme actuel. Les données qui servent au calcul devront pouvoir être modifiées par l'administrateur du site depuis le back-office (coût de l'ampoule, coût de l'électricité en fonction des pays...).

Principe de fonctionnement

Nous vous proposons de refondre cet outil pour qu'il soit plus interactif et plus au fait des problématiques de l'internaute :

En se connectant à l'éco-calculateur, l'internaute visualise un écran divisé en 4 :

- Salon
- Chambre
- Cuisine
- Salle de bain

Au clic sur l'une de ces zones, l'internaute est dirigé vers un écran qui représente la pièce choisie. Pour que l'image soit la plus réaliste et attractive, nous recommandons de proposer une photo d'une salle de bain épurée et claire.

Sur la droite de l'écran, une zone dans laquelle l'internaute va devoir agir en indiquant le nombre d'ampoules qu'il possède dans cette pièce et de quels types d'ampoules la pièce est composée. Une fois l'opération effectuée, deux actions :

- Homelights propose des ampoules de remplacements
- Un écran apparaît et indique le coût en énergie et en euros des deux configuration (internaute et Homelights). L'internaute peut intervenir sur la durée en augmentant le nombre d'année.

L'internaute peut effectuer cette opération sur les autres pièces proposées, ce qui lui permettra d'avoir de la visibilité sur le coût d'achat des ampoules, le coût d'énergie, sur une durée variable.

L'objectif est de faire comprendre aux internautes que l'acte d'achat de ces produits a changé. Qu'il est passé d'un acte d'achat de consommation à un acte d'achat d'investissement.

10.17 Animations

Pour animer et illustrer le site Internet nous vous proposons de mettre en place quelques animations.

Ces animations aideront l'internaute à comprendre l'intérêt des LED, l'évolution du marché de l'éclairage, la mutation de l'acte d'achat qui passe d'un achat de consommation à un acte d'achat.

Ces animations permettront également à Homelights de se positionner comme un acteur dans le marché de l'éclairage et notamment dans l'éco-éclairage.

> Qu'est-ce qu'une LED ?

Objectif

L'objectif est de proposer à l'internaute de visualiser la composition d'une LED et d'en expliquer les avantages.

Principe de fonctionnement

- Ecran 1 : LED animée

- Ecran 2 : éclatement d'une LED. Chacun des composants sortent de la LED et viennent se positionner autour

Un texte explicatif pour chacun des composants apparaît ensuite dans l'objectif d'expliquer le composant, sa nature, son action et son avantage

- Ecran 3 : un message fort sur les avantages de la LED

> Bande annonce

Objectif

L'objectif de cette animation est d'illustrer en image plusieurs problématiques et axes de réflexion :

- Evolution du marché de l'éclairage
- Qu'est-ce qu'une LED ?
- Quel coût, quelle économie ?
- Evolution de l'acte d'achat
- ...

Principe de fonctionnement

- Ecran 1 : nous nous trouvons dans un centre commercial, au rayon des ampoules. Un couple est à la recherche des ampoules qu'il a l'habitude d'acheter, mais ils ne les trouvent pas.

- Ecran 2 : un message leur explique que les ampoules à incandescences sont progressivement retirées du marché et qu'elles sont remplacées par d'autres types d'ampoules plus économiques.

- Ecran 3 : message fort sur les avantages des autres ampoules : LED, Fluo compactes et halogènes ES, en mettant l'accent sur les LED
- Ecran 4 : Le couple met dans son caddies des ampoules (LED, Fluo compactes et halogènes ES).
- Ecran 5 : graphique qui illustre le coût en euro d'une ampoule à incandescence et LED, le coût en énergie de ces deux ampoules sur la durée. L'objectif étant de faire comprendre aux internautes qu'une LED est plus chère à l'achat qu'une incandescence mais qu'une LED dure plus longtemps qu'une ampoule incandescence et qu'elle consomme moins d'énergie.
- Ecran 6 : Mise en avant d'outils et de contenus présents sur le site pour inciter les internautes à se connecter au site d'Homelights pour en savoir plus :
 - Eco-calculateur
 - Qu'est-ce qu'une LED ?
 - La réglementation du marché de l'éclairage
 - www.homelights.fr

Cette animation pourrait être utilisée dans différents cas :

- Porte d'entrée sur le site lors de la mise en ligne
- Accessible sur le site depuis la page d'accueil après quelques mois de mise en ligne
- Sur des sites partenaires
- Sur des salons

10.18 Workflow / Mise à jour du site Internet

Objectif

Permettre aux différentes personnes concernées par les contenus présents par le site Internet de contribuer à sa mise à jour.

Principe de fonctionnement

L'administrateur général sera en charge de l'ensemble des versions sur site Internet d'Homelights. Les différents rédacteurs seront en charge d'une des langues. Lors de sa connexion seuls les contenus dans la version qui le concerne seront accessibles.

10.19 Back-office

Le back-office doit être accessible en version française et anglaise. En fonction de l'utilisateur connecté, le back-office s'affichera soit en français, soit en anglais.

10.20 Vidéothèque

De nombreuses vidéos de type pédagogique seront mise à la disposition des internautes.

Ces vidéos seront hébergées soit sur DailyMotion soit sur YouTube.

Les vidéos pourront être accessible depuis la page d'accueil et également depuis une rubrique dédiée « Vidéothèque ».

10.21 Contenus

Les contenus seront composés des éléments suivants :

Texte

Lien

Vidéo

Son

Image

11. DEVIS

Description	Quantité	Montant HT
Etude & gestion de projet		
Etude initiale, définitions des besoins, rédaction du cahier des charges fonctionnel et spécifications techniques	1	1 600,00 €
Gestion et suivi de projet	1	2 000,00 €
Conception Rédaction		
Définition de l'arborescence, titre de rubriques , titre de page	1	400,00 €
Rédaction des contenus du site Internet (Cf. Arborescence proposée)	1	4 000,00 €
Conception-rédaction des animations : Qu'est-ce qu'une LED ?, Bande-annonce, Eco-Calculateur	1	2 400,00 €
Graphisme		
Concept graphique et principe de navigation	1	1200,00 €
Déclinaison graphique des différents gabarits de page	1	800,00 €
Animations		
Eco-calculateur : concept graphique et animation	1	2 200,00 €
Animation bande-annonce : concept graphique, animation et développement en technologie Flash	1	2 400,00 €
Animation Qu'est-ce qu'une LED ? : concept graphique, animation et développement en technologie Flash	1	400,00 €
Intégration HTML et Développement		
Intégration HTML des maquettes et optimisation pour le référencement naturel	1	1 200,00 €
Développement de l'ensemble des modules fonctionnels	1	6 500,00 €

Formation		
Formation Webmaster (1 session de 4h : 5 personnes maximum) et rédaction du support de formation	1	700,00 €
Formation Administrateur (1 session de 7h : 2 à 3 personnes maximum) et rédaction du support de formation	1	1 200,00 €
Intégration de contenu		
Intégration de contenu : 50 pages par langue pour 7 langues (soit 350 pages au total)	1	2 800,00 €

Total HT	29 800,00€
-----------------	-------------------

* TVA non applicable, art. 293 B du CGI

Conditions

Délai de réalisation

65 jours ouvrés à dater de la mise en production, après validation du cahier des charges fonctionnel.

Ce délai s'entend hors temps de développement d'options éventuelles.

Conditions de paiement

30 % d'acompte à la commande
Le solde lors de la mise en ligne

Validité de l'offre

3 mois à dater de l'émission du présent devis