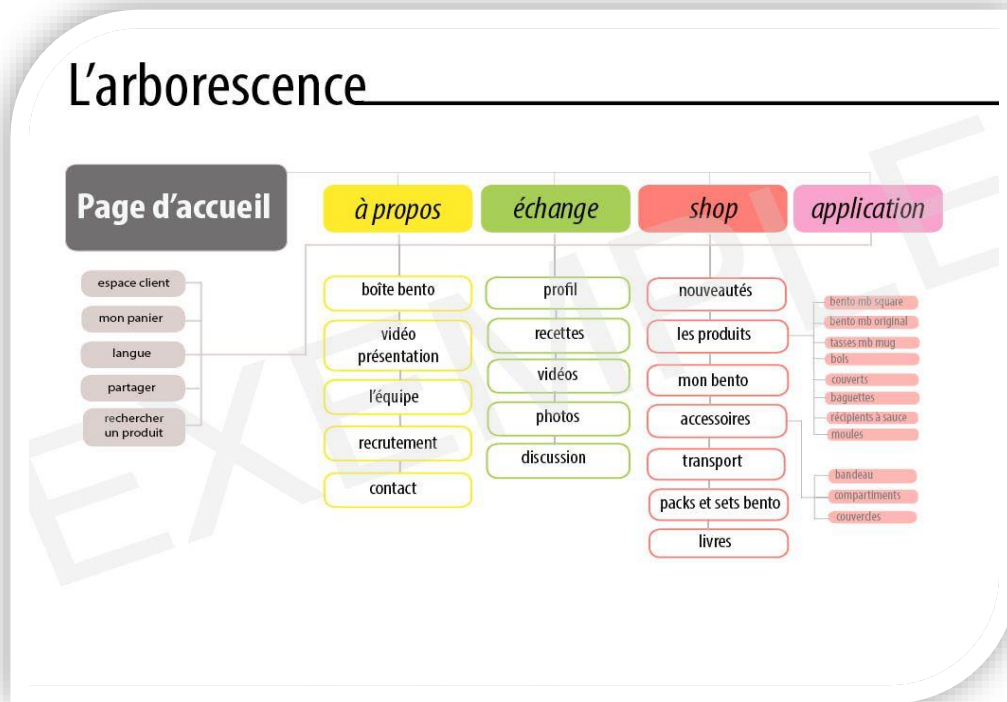


# Arborescence Site Web



Parmi les différentes étapes constitutives d'un projet web, la réalisation de l'arborescence est souvent un casse-tête.

C'est un peu normal dans la mesure où la réflexion sur l'arborescence va soulever un grand nombre de questions en interne : qu'est-ce que je dis à travers mon site web ? Qu'est-ce que je ne veux pas dire ? Comment dois-je nommer tel ou tel menu ? Ce contenu a-t-il vocation à se retrouver sur mon site ? etc.

Pour aborder cette phase du projet avec plus de sérénité, nous vous proposons de respecter les quelques règles suivantes :

## Règle n°1 – Définir vos cibles

A qui vous adressez-vous : au grand public, à des professionnels, à des institutionnels, à tous en même temps ?

Les contenus ne sont cependant pas forcément les mêmes pour chacune de vos cibles. Les professionnels sont peut-être sensibles à certains arguments auxquels le grand public ne sera pas du tout réceptif. Cette réflexion peut par exemple vous amener à opter pour un système de profiling qui va se concrétiser par la mise en place de menus dédiés à chacune des cibles. Exemple :

- Menu 1 : Services aux professionnels,
- Menu 2 : Services aux particuliers,
- Menu 3 : Presse,
- etc ...

## Règle n°2 – Recenser vos contenus

Essayer de recenser tous les contenus que vous souhaitez publier. Dans un premier temps, dressez la liste au kilomètre de tous les contenus que vous avez besoin de présenter à vos publics. Une fois que vous les avez listés, vous pouvez essayer de classer tous ces contenus dans des rubriques afin de construire votre arborescence.

N'hésitez pas à faire appel à vos collaborateurs pour leur demander leur avis. Il est également possible (*voire vivement recommandé dans certains cas*) de faire participer des groupes-cibles à la réflexion : clients, collaborateurs (s'il s'agit d'un intranet par exemple), partenaires, etc ...

Certaines méthodes de structuration des contenus comme le *card sorting* ou le *persona* peuvent s'avérer particulièrement utiles si vous avez des doutes sur la manière d'articuler votre site.

## Règle n°3 – Analyser les arborescences des sites de vos concurrents

Pensez à jeter un petit coup d'œil du côté de vos concurrents pour vérifier que vous n'avez rien oublié. Exemple : votre concurrent a dédié une page ou un espace à son engagement pour l'environnement et vous avez oublié de mentionner le vôtre sur votre site. Ça n'a l'air de rien mais ce petit détail peut avoir

de l'importance si vous êtes amenés à répondre à des appels d'offres publics. Les collectivités et entreprises publiques sont de plus en plus regardantes sur ce genre de point.

Bien entendu, il ne s'agit pas de répliquer l'arborescence utilisée par vos concurrents mais simplement de vous en inspirer pour en prendre le meilleur et pour corriger les éventuels oublis.

## Règle n°4 – Penser au référencement naturel

Dans le cadre de la construction de la structure de votre site web, il y a 2 principaux points à prendre en compte pour en optimiser le référencement naturel :

- **le nombre de pages** : plus votre site comptera de pages de contenus (300 mots minimum par page), mieux il sera positionné dans les pages de résultats des moteurs de recherche,
- **les intitulés des menus** : lorsque c'est possible, essayez d'utiliser des mots-clés stratégiques pour votre activité en intitulés de menus.

Petite astuce pour faire en sorte que votre site soit optimisé sur ces deux points : si c'est possible, pensez à intégrer à votre arborescence un espace « *Emploi* » avec des fiches de poste descriptives des différents métiers présents dans votre entreprise. Vous augmenterez ainsi le nombre de page du site et serez naturellement amenés à utiliser des mots-clés en rapport avec votre activité. Par ailleurs, les espaces *Emploi* représentent en général une partie significative du trafic global des sites web.

## Règle n°5 – Faites simple !

Mettez-vous à la place de l'internaute qui va visiter votre site : il faut que le site soit intuitif et que l'ergonomie soit la plus efficace possible. Par conséquent, veillez à ce que les intitulés de vos menus et sous-menus soient les plus explicites possibles. Restez simples pour être efficaces !