

Alex-Sandra MORISSETTE

MORA28619106

Projet trimestriel

Planification et scénarisation d'un site Web

RED2040

Travail présenté à

André-Claude Potvin

Faculté de l'éducation permanente

Université de Montréal

28 avril 2014

Table des matières

Présentation du client.....	3
Argumentaire.....	4
Personas.....	5
Architecture du site	8
Référencement	10

Présentation du client

Les Skieurs Compulsifs (SC) est une équipe de ski participant à la compétition amicale de ski à relais du 24h de Tremblant depuis plus de huit ans. L'équipe a comme objectif d'amasser le plus de dons possible pour les organismes bénéficiaires de l'événement. Pour ce faire, étant donné que les Skieurs Compulsifs ne sont pas sponsorisés par aucune compagnie, et ce contrairement à la majorité des autres équipes, ils organisent plusieurs campagnes de financement. Les SC recueillent également des dons libres de la part des individus qu'ils sollicitent. Pour rencontrer des commanditaires potentiels, ils participent à des événements réunissant des gens de la classe affaire, comme la soirée Bulles et coquilles de la chambre de commerce de Saint-Jérôme. Les activités de l'équipe se concentrent dans le secteur géographique des Laurentides.

La mission des Skieurs Compulsifs est également de faire connaître l'événement du 24h de Tremblant à un plus large public possible, tout en les sensibilisant à la cause de la lutte contre les maladies infantiles. Un des objectifs est de faire connaître les efforts de recherche que réalise la Fondation du Centre de cancérologie Charles Bruneau, principal bénéficiaire de l'événement.

L'équipe veut également partager leur expérience avec des individus intéressés à participer à la compétition en leur communiquant le plaisir et l'ambiance du week-end annuel à Tremblant. Dans cette optique, ils ont réalisé il y a quelques années un film sur leur expérience et ils désirent le rendre disponible pour le visionnement public.

Le site des Skieurs compulsifs s'adresse principalement à leur commanditaire ou partenaire potentiel, mais il s'adresse également à leurs amis qui désirent suivre leur aventure. Ainsi, tout en restant très professionnel, le site doit être interactif et traduire l'ambiance de l'événement.

Argumentaire

La concurrence sur le Web est féroce. Afin de capter rapidement l'attention du lecteur et de lui confirmer que le site sur lequel il se trouve répond bien à ses questions, la page d'accueil doit présenter de façon rapide et non exhaustive les grandes lignes du site. C'est pourquoi nous proposons qu'elle contienne non seulement une présentation rapide de l'équipe, mais également plusieurs moyens de les rejoindre, leurs projets de campagne de financement et aussi les noms de quelques-uns des organismes auxquels ira l'argent amassé. Ainsi, l'essentiel s'y retrouve.

Bien que le site n'ait qu'une envergure modeste, son efficacité doit rester optimale. Tout doit être coordonné avant de guider le visiteur vers l'onglet *Faire un don* où il pourra encourager financièrement l'équipe à l'aide d'un formulaire en ligne. Ainsi, la facilité pour s'inscrire aux activités organisées par l'équipe ou pour faire un don libre fera en sorte que l'utilisateur du site puisse prendre action immédiatement et contribuer à amasser des dons pour la campagne de financement de l'équipe. Alors, la personne ne risque pas de l'oublier ou de changer d'idée, choses faciles si la prise d'action n'est pas encouragée intelligemment. Afin de guider l'utilisateur vers cette page, il est essentiel d'attirer son attention rapidement et de maintenir son intérêt. Pour ce faire, l'utilisation de plusieurs contenus de multimédia, tels que des photos, des vidéos et des liens hypertextes sera nécessaire. De plus, la navigation dans le site doit être facile, claire et fluide. Les textes doivent être agrémentés de plusieurs titres et éléments de mise en relief. Le style de l'écriture doit être simple et convivial tout en gardant un certain sérieux et professionnalisme. Le site doit créer une certaine émotion chez le lecteur, il doit le faire rêver et créer de l'enthousiasme. Cette ambiance positive doit amener le visiteur à s'attacher à l'équipe, ce qui mènera peut-être à l'appuyer financièrement.

Certains procédés techniques seront utilisés tout au long de la création du contenu du site Web afin de le rendre le plus attrayant et efficace possible. Par exemple, avec l'utilisation d'une voix active en utilisant le nous et vous ou l'usage de quelques listes numérotées ou à puces afin de cibler les éléments importants et de les rendre facilement balayables pour la lecture.

De plus, l'avantage de notre projet est de présenter une excellente connaissance du sujet et de la cible, puisque la meilleure façon de transmettre un intérêt via une plateforme Web est d'être soi-même passionné par ledit sujet.

Personas



« Il est essentiel pour une entreprise moderne de posséder un site Web personnel et actuel. »

« Je n'ai pas de temps à perdre sur un site Web qui ne s'utilise pas rapidement et intuitivement. »

Utilisation du Web :

- Consulter ses courriels
- Faire des achats personnels
- Mise à jour de son blogue
- Lire les nouvelles
- Planification de ses voyages d'affaires et personnels
- Utilisation d'agrégateurs de contenu et de fils RSS de nouvelles afin de suivre les actualités liées à son domaine d'expertise

Éric a rencontré un membre des Skieurs Compulsifs à un dîner caritatif organisé par la chambre des commerces de Saint-Jérôme. Impressionné par leur implication, mais soucieux de s'assurer du sérieux de leurs projets, il désire avoir plus d'information sur l'équipe. Il espère retrouver les coordonnées pour les rejoindre en ligne.

Éric

- 55 ans
- avocat
- habite à Laval et travaille à Saint-Jérôme
- divorcé
- a deux enfants qu'il ne voit pas souvent

Éric est un bourreau du travail, ce qui a conduit à la détérioration de sa vie familiale. Il gagne un salaire confortable dans les six chiffres, ce qui le place dans la classe aisée. Il aime participer à des 5 à 7 organisés par son cabinet d'avocat ou alors à des occasions mondaines où il peut rencontrer des clients potentiels.

Lorsque ses enfants et lui passent du temps ensemble, ils ne restent pas en place. Éric aime organiser des activités sportives.

Éric utilise beaucoup le Web pour son travail. Son cabinet possède son propre site Web où il y tient un blogue où il donne des conseils sur le droit familial. La majorité des communications avec ses clients passent par son téléphone intelligent. Il favorise l'utilisation de courriel, puisque cela lui fait gagner du temps et du temps, il en manque. Bref, ses compétences informatiques sont particulièrement avancées.

Étant donné qu'il gagne un bon salaire et qu'il fait un travail où la réputation est importante, Éric désire s'impliquer dans une cause sociale inspirante et séduisante. Il est curieux et désire s'assurer que son investissement aura un réel impact.



« J'adore suivre mes vedettes préférées à l'aide des réseaux sociaux. »

«Le plus beau avec internet, c'est que je peux partager instantanément avec des centaines de personnes ce que je fais, ce que je vois ou ce que je ressens. »

« Un site internet devrait être facile à lire et amusant. »

Utilisation du Web :

- Communiquer avec ses amis avec les réseaux sociaux
- Vérifier ses courriels
- Chercher des suggestions et des informations sur des activités à faire en groupe
- Lecture de blogues, notamment sur la cuisine et le ski

Josée a connu les Skieurs Compulsifs en parcourant la page Facebook du 24h de Tremblant. En visitant leur site Web, elle désire obtenir un témoignage de participants à l'événement, quelque chose de vivant représentant bien l'ambiance du week-end et qui la convaincra de confirmer sa participation à l'événement.

Josée

- 33 ans
- travaille pour une compagnie d'assurance
- revenu dans la classe moyenne
- habite à Saint-Jérôme
- célibataire et sans enfants

Josée est une femme remplie d'énergie, et bien qu'elle ne soit pas en couple, elle a rarement l'impression de se sentir seule, puisqu'elle est bien entourée par ses nombreux amis. Pour elle, le travail n'est qu'un gagne-pain et elle aime beaucoup plus s'amuser.

Josée n'a pas d'enfant, mais elle passe beaucoup de temps avec sa nièce. Alors que cette dernière est en bonne santé, Josée sait que ce n'est pas le cas pour tous les enfants. Il y a quelques mois, une des ses collègues a appris que son jeune fils souffrait de leucémie. Depuis, elle redouble d'effort pour combler de bonheur sa filleule.

Josée n'utilise pas beaucoup le Web en général, mais elle adore les réseaux sociaux. Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest, elle les connaît tous. Elle suit également quelques blogues qui discutent autour de ses intérêts et passe-temps. Elle n'est pas à l'aise si le site sur lequel elle navigue n'utilise pas des procédés conventionnels. Elle est particulièrement à l'aise avec les sites qui utilisent des métaphores pour représenter leur contenu.

Récemment, elle a appris l'existence du 24h de Tremblant en suivant la page Facebook d'Anne-Marie Withenshaw. Elle est intéressée à former une équipe en vue de participer à l'événement, mais elle trouve que le site Web du 24h n'offre pas beaucoup de renseignements.



« Il existe tellement de sites Web que je me sens parfois dépassée par le nombre de ceux que je désire suivre. »

«Pour moi, un site doit être d'abord et avant tout un outil visuel. Avec l'arrivée des nouvelles technologies, le multimédia c'est l'avenir. »

Utilisation du Web :

- Visionnement de vidéo YouTube
- Communiquer avec ses amis avec les réseaux sociaux
- Vérifier ses courriels
- Recherche pour ses travaux d'école
- Téléchargement de musique et de films

Julie désire trouver un moyen simple de rester en contact avec ses vieux amis. Elle préférerait que ce soit eux qui la contactent et non pas le contraire. Elle veut suivre leurs aventures de façon passive et elle désire que cette expérience soit la plus interactive et immersive possible. Elle est friande de photos et vidéos.

Julie

- 22 ans
- étudiante
- habite à Montréal
- a grandi à Saint-Jérôme

Julie est une étudiante en art contemporain très occupée. Entre le travail à temps partiel dans un petit café, l'école, la famille et les amours, elle a parfois peu de temps pour s'occuper de ses vieilles amitiés.

Julie a de la facilité à naviguer sur le Web, mais elle n'a dorénavant que peu de temps pour le faire pour le plaisir. Elle connaît particulièrement bien les règles régissant les moteurs de recherche. Étant donné qu'elle a peu de temps, la façon la plus facile de la joindre est par courriel. Elle est présente sur les réseaux sociaux, mais elle publie peu de chose. Elle a davantage l'habitude de suivre les activités de ses nombreux amis.

Julie est allée à l'école avec plusieurs membres des Skieurs Compulsifs. Très fière de ce que ses anciens amis ont pu réaliser, elle n'a que peu de nouvelles d'eux directement. À l'occasion du 24h de Tremblant, elle aime bien se replonger dans la nostalgie des années passées en suivant et partager la frénésie qui les animent.

Architecture du site

Système d'organisation (structure) : Le système d'organisation gravite autour de la recherche d'information que l'utilisateur recherche, il est donc de type thématique. S'il désire obtenir des renseignements plus personnels sur l'équipe, une grande partie du site est réservé à cet effet. S'il est attiré par obtenir d'avantage d'information sur l'expérience qu'offre le 24h de Tremblant, une section entière lui est consacrée. Finalement, le système de navigation comporte également certaines sections qui sont classées par tâche, comme la section Faire un don et la section Contact du pied de page.

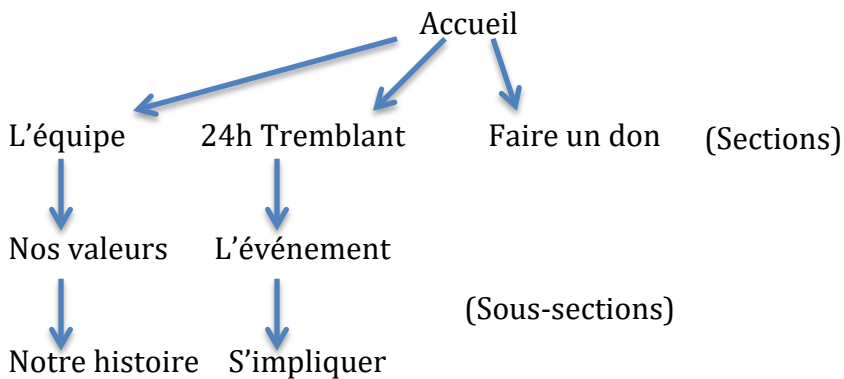
Le système d'organisation inclusif fait en sorte que le système de navigation ne comporte que deux niveaux dans l'arborescence du site. Ainsi, tout le contenu est disponible à moins de trois clics, ce qui veut dire que toute information est facilement et rapidement accessible.

Système d'étiquetage (nomenclature) : Pour renforcer la fluidité de la lecture de la page, plusieurs titres et sous-titres seront utilisés. Dans le système de navigation, les titres choisis seront courts, significatifs et dynamiques, inclusifs. Les nombreux liens hypertextuels seront clairement indiqués par une barre de soulignement lorsque présent dans le texte.

Système de navigation :

Navigation principale :

Logo : Renvoi à la page d'accueil



Nos médias Le Mont
Navigation secondaire (footer) :

(Sections)

L'équipe | 24h Tremblant | Faire un don | Médias
FAQ | Contact

Navigation secondaire (aside):

Notre blogue | Les amis des SC

(Ce niveau de navigation comporte des liens vers la plateforme Wordpress où un blogue sera tenu par les membres des Skieurs Compulsifs et vers des blogues d'autres équipes participant au 24h afin d'établir une grande discussion.)

Système de recherche : Bien que la majorité des sites Web comprennent une barre de recherche, nous n'en recommandons pas l'utilisation dans le cas présent, puisque le site ne comporte que peu de pages et aucune banque de données. La simplicité de la structure confirme l'inutilité de cet outil.

Référencement

Description

<meta name= "description" content="Les Skieurs Compulsifs forment une équipe de ski participant à la compétition amicale de ski à relais du 24h de Tremblant pour la fondation Charles Bruneau. "

Mots clés

<meta name= "keywords " content= "24h, 24 heures, Tremblant, mont Tremblant, compétition, ski, Skieurs Compulsifs, Charles Bruneau, Centre cancérologie, collecte dons"