

Développer votre site Internet

Que faut-il savoir ?

Petit guide pratique pour réussir le développement de votre site Internet professionnel. Décryptage.

Le nom de domaine	1
La réalisation de votre site Internet.....	1
L'exploitation	3
La mise à jour.....	5
La promotion	6
Les avantages du « guichet unique »	6

Le nom de domaine

Bien choisir son dépositaire

Ne déposez pas votre nom de domaine chez n'importe qui ! A présent que les écarts de prix constatés dans les différents bureaux d'enregistrement de noms de domaines (registrars) se sont nivelés, adressez-vous à des entreprises solides et reconnues, vous éviterez ainsi une cuisante déconvenue.

En effet, le bureau d'enregistrement « verrouille » votre nom de domaine lorsqu'il procède à son dépôt. Cette sécurité permet d'éviter tout transfert abusif qui pourrait être demandé par un tiers. Si votre bureau d'enregistrement fait faillite, il est probable qu'il vous soit impossible de récupérer votre nom de domaine, cette démarche nécessitant son déverrouillage, puis son transfert vers un nouveau prestataire. Il ne vous resterait qu'à attendre que votre domaine ne retombe dans le domaine public pour tenter de le racheter.

Vérifiez votre titre de propriété

Il est malheureusement extrêmement fréquent que le prestataire que vous avez choisi pour déposer votre nom de domaine ne le dépose pas en votre nom ! Il n'est pas systématiquement question de fraude, dans la plupart des cas il s'agit simplement d'une mauvaise organisation : le technicien qui procède au dépôt de votre domaine ayant plus vite fait d'inscrire son entreprise plutôt que de chercher les informations propres à chaque client. Dans ce cas, votre nom de domaine ne vous appartient pas. Soyez donc vigilant et vérifiez votre propriété immédiatement lors du dépôt initial.

Attention au renouvellement annuel

Votre nom de domaine doit être reconduit chaque année à date anniversaire auprès de votre bureau d'enregistrement, au risque de le perdre, et de ne plus pouvoir y raccorder votre site et vos emails, qui ne fonctionneront plus.

En cas de perte de votre domaine, il retombe dans le domaine public. Vous risquez de voir une autre entreprise s'en emparer à la première seconde où il sera disponible. Il est donc très vivement conseillé de confier cette responsabilité à un prestataire qui se chargera de reconduire votre domaine chaque année, en votre nom.

La réalisation de votre site Internet

Choisissez un prestataire spécialisé

Si votre premier réflexe est de vous adresser à un Webmaster ou à une personne « qui maîtrise bien l'informatique », attention ! Vous devez savoir qu'il est extrêmement rare qu'un seul individu détienne toutes les compétences requises pour développer votre site Internet.

Réaliser un site Internet professionnel nécessite de bonnes connaissances marketing afin de concevoir un service adapté à votre stratégie, qu'elle soit d'affirmer votre image, de révéler votre savoir faire, de promouvoir votre offre, de

capturer des prospects ou encore de vendre en ligne. Réaliser un site nécessite également une parfaite maîtrise en communication multimédia. Le design de votre site doit refléter votre image et confirmer votre positionnement. Son contenu doit être produit, structuré et enrichi spécifiquement pour Internet. Enfin, réaliser un site demande de multiples compétences techniques. Il n'est plus question aujourd'hui de produire quelques simples pages HTML, mais d'éditer un contenu multimédia dynamique (texte, image, son, vidéo), de gérer des bases de données complexes (contacts, produits, etc.), de s'interfacer avec des intermédiaires (services de paiement, centrales de réservation, etc.) et d'assurer une compatibilité entre différents systèmes et réseaux hétérogènes. C'est ultra technique.

Si des indépendants de qualité existent (ils sont peu nombreux et leur prix sera au niveau de leur savoir-faire), ne faites pas l'erreur de vous adresser à un « p'tit jeune » parce qu'Internet fait partie de son quotidien. La réalisation de sites Internet est un secteur pluridisciplinaire qui nécessite une solide expérience. Mieux vaut donc vous adresser à des entreprises spécialisées si vous voulez que votre investissement porte ses fruits.

Attention aussi aux offres globales des hébergeurs et des éditeurs de logiciels qui vous promettent un site pour quelques dizaines d'euros par mois. En fait, la réalisation de votre site Internet n'est pas prévue au contrat. On met bien toutes les ressources à votre disposition pour le réaliser (gabarits HTML, applications logicielles, codes d'exemple, serveur, espace disque et bande passante...) mais ni le design, ni la création du contenu de votre site ne sont inclus ! Ces offres, au premier abord très alléchantes, sont donc strictement réservées aux développeurs chevronnés.

En ce qui concerne la réalisation à proprement parler, faites preuve de bon sens : si votre prestataire est là pour procéder à la mise en œuvre technique de votre projet, vous devez en permanence garder à l'esprit qu'il s'agit de votre activité. Laissez-le travailler l'ergonomie et les fonctionnalités, mais imposez votre expertise en ce qui concerne votre business.

Préférez un budget de développement forfaitaire

Dans le monde informatique, une prestation est facturée au temps passé. L'évaluation du prix de la prestation est déterminée en fonction de l'analyse préalable de votre projet et des compétences requises pour le mettre en œuvre. Ainsi la réalisation d'un site peut nécessiter x jours d'un développeur informatique, x jours d'un graphiste, x jours d'un éditeur. Le devis qui vous est présenté est donc dans la plupart des cas une première estimation qui va s'affiner au fur et à mesure du développement et des problèmes rencontrés. Si le travail a mal été cerné par le commercial qui vous a vendu votre site ou si vous souhaitez faire des adaptations qui n'ont pas été initialement prévues (vous n'êtes pas technicien, vous ne maîtrisez pas toujours l'impact de vos demandes), vous devrez payer un supplément qui peut s'avérer très onéreux.

Nous vous conseillons donc d'adopter la formule du forfait. Ainsi, vous vous assurez que votre prestataire développera votre site sans vous faire subir de dépassement budgétaire. C'est à lui, en tant que professionnel, de se responsabiliser sur la réponse qu'il fait à l'expression de vos besoins. A l'exception bien sûr, des demandes complémentaires que vous pourriez lui adresser ultérieurement.

Evitez tout jargon technique

Demandez à votre prestataire d'éviter tout jargon technique, surtout dans la rédaction de son devis ou de son contrat. Plus les fonctions qu'il se propose de mettre en œuvre pour votre site seront explicites (une version anglaise, une newsletter, une solution de paiement par cartes bancaires, etc.), plus vous éviterez les déconvenues.

Conception & Création : laissez-vous guider

Définir votre stratégie sur le Net, concevoir votre service en ligne, structurer votre arborescence nécessite une parfaite maîtrise en communication multimédia. Il est souvent difficile pour un néophyte de savoir par où commencer et comment procéder.

Votre prestataire doit donc être en mesure de travailler « à l'envers » des méthodes de production informatiques traditionnelles, habituellement utilisées par les grandes entreprises. C'est-à-dire qu'au lieu de vous obliger à rédiger un cahier des charges, laissez-le vous interviewer ! En tant que professionnel il vous posera les bonnes questions et vous n'aurez qu'à apporter les réponses (liées à votre entreprise, votre activité et vos cibles), qui lui permettront de bâtir votre site. Vous exprimerez ainsi vos objectifs et votre expertise, sans vous soucier ni de la méthodologie, ni de la technique.

Design : l'équilibre entre votre univers et le profil de vos visiteurs

Si le design est une affaire de goût, c'est également une question de marketing ! Le graphisme de votre site doit refléter votre image de marque et affirmer votre positionnement sur le marché.

Comme pour tout, le design subit des modes et des tendances que vous pourrez suivre ou non, mais soyez vigilant sur un autre aspect : le design de votre site doit être réalisé en fonction des cibles auxquelles vous vous adressez. A titre d'exemple, si vous concevez un site à destination des plus de 45 ans, évitez un fond noir et les polices de caractères trop petites et trop lumineuses. Ce contraste rendra leur lecture fastidieuse et vous perdrez leur attention. Attention donc au risque du beau site qui ne satisfait que votre égo...

Garantissez le développement futur de votre site

Un site est souvent conçu autour d'une première approche : présentation institutionnelle, site promotionnel... Mais il est évident que votre stratégie sur Internet va évoluer au fil du temps. Il y a fort à parier que vous allez doter à l'avenir votre un site institutionnel d'une version linguistique supplémentaire ou d'une Newsletter, ou encore faire évoluer le site plaquette qui présente vos produits en une boutique en ligne par exemple. Assurez-vous que votre prestataire puisse rajouter des fonctions supplémentaires à votre site sans pour autant remettre en question votre investissement initial. Dans la plupart des cas, cela impose encore trop souvent d'abandonner votre site existant et de repartir à zéro.

Faites-vous confirmer contractuellement que les droits relatifs aux textes et aux graphismes de votre site Internet vous sont bien contractuellement cédés. Dans le cas contraire, changer de prestataire reviendrait à abandonner la totalité des éléments qui composent votre site existant ou de payer de nouveaux droits, fixés à la libre appréciation d'un fournisseur qui vous voit partir...

Conformité juridique et légale

Un site Internet est tenu par la loi d'avoir un directeur de la publication (généralement le représentant légal de l'entreprise), qui est responsable pénalement de tout ce qui est publié au sein du site. Cette responsabilité est incontournable. Vous devez également préciser clairement le nom et les coordonnées de votre entreprise.

Toutes ces informations doivent être regroupées dans les mentions légales de votre site qui vous permettront également de fixer les limites de l'engagement de votre responsabilité sur l'édition du contenu (protection des auteurs, droits d'accès aux informations collectées sur le site, etc.) et sur la consultation du site par le public.

Si votre prestataire vous propose des mentions légales pré-établies, vous ferez l'économie d'un juriste. Mais assurez-vous qu'elles sont fiables et que vous pourrez les modifier en fonction de vos propres besoins.

Vérifiez aussi que les fonctions déployées sur votre site sont bien conformes aux lois et directives en vigueur. A titre d'exemple, votre Newsletter doit permettre aux abonnés de se désinscrire automatiquement en un seul clic (opt-out) et le calcul de TVA de votre boutique en ligne doit prendre en compte toutes les règles du commerce international (exemption de TVA à l'export, calcul de la TVA sur les frais de port, etc.).

Optez pour une technologie professionnelle et pérenne

Votre site Internet repose sur une technologie qui va assurer son fonctionnement, ses performances, sa fiabilité et sa compatibilité avec les principaux navigateurs Web (comme Explorer et Firefox par exemple). Cette technologie évolue en moyenne tout les 18 mois. Le choix technologique du prestataire qui va réaliser est donc crucial si vous voulez éviter de refaire votre site tous les deux ans !

Si Flash de Macromedia est une technologie d'animation très performante, elle est à déconseiller fortement comme technologie de base pour votre site. Les sites ainsi créés ne sont pas bien indexés dans les annuaires du Net qui ne peuvent interpréter les images. Utilisez-la à bon escient pour des animations exclusivement. Préférez un HTML standard ou .Net de Microsoft qui équipe 9 des 10 plus importants sites mondiaux (Nasdaq, Virgin, Amazon, L'Oréal, La Fnac, la SNCF...).

L'exploitation

Une infrastructure professionnelle

Le centre d'hébergement de votre prestataire doit être équipé de systèmes de sécurité garantissant le bon fonctionnement de ses serveurs, tant au point de vue de l'alimentation électrique, de sa connectivité réseau (points d'accès Internet), que de la sécurité d'accès aux salles techniques. La surveillance informatique (monitoring) et du personnel pouvant se rendre sur site 24 heures sur 24 et 7 jour sur 7 est un niveau de service courant. N'oubliez pas que votre site est consulté la nuit comme le dimanche !

Pour limiter les coupures de service, tous les systèmes techniques et accès Internet de votre prestataire doivent être redondants (doublés) afin qu'en cas de panne, les secours prennent le relais, et ce, en totale transparence pour les visiteurs de votre site.

Un service d'hébergement rapide sans interruption de service

S'il est évident que votre hébergeur doit assurer un affichage instantané des pages de votre site, soyez également très attentif à son engagement sur le plan de la continuité de service. Malheureusement très peu de prestataires ont cette culture, très ancrée dans le monde de la radio et de la télévision où l'on sait que quelques secondes de « blanc » à l'antenne provoquent inmanquablement une hémorragie de l'audience qui zappe immédiatement vers d'autres horizons ! Il est en de même pour votre site. Une page blanche plus de 10 secondes, un clic sans réponse ou affichant une page d'erreur et vous perdez une partie des visiteurs que vous avez eu tant de mal à conquérir.

Mais sachez qu'un hébergement sans faille est inaccessible pour la majeure partie d'entre nous. Ce type de prestation n'est réservé qu'à de grands groupes ou à des administrations, tant le prix est élevé. De même, sur un contrat classique, il est illusoire de demander une contrepartie financière à votre hébergeur en cas de défaillance. Sans surcoût, un bon service tourne 99,95% du temps (soit au maximum 4 heures d'interruption par an). Les 0,05% restants ont un coût littéralement exponentiel.

Des sauvegardes régulières

Vérifiez que votre prestataire effectue régulièrement (au moins chaque semaine) une sauvegarde de votre site et qu'elle puisse être restaurée en quelques minutes en cas de problème majeur sur le centre serveur.

Assurez-vous que vous pouvez à tout moment récupérer le contenu de votre site agrémenté de ses mises à jour, sans coût additionnel, ni délais interminables. Si vous désirez changer de prestataire ou si celui-ci ferme ses portes, vous devez pouvoir agir en toute autonomie.

Une gestion parfaite de vos emails

Préférez communiquer avec une adresse mail liée votre domaine, plutôt qu'avec celle de votre fournisseur d'accès. L'adresse de votre domaine vous appartient. Vous n'aurez donc plus à changer d'adresse mail, même si vous changez de fournisseur. Vérifiez tout de même que votre prestataire vous propose bien la consultation de vos messages par messagerie traditionnelle (POP) si vous lisez vos emails avec Outlook, Entourage ou Thunderbird par exemple, et en direct sur Internet (WebMail), bien pratique pour lire vos messages lors de vos déplacements.

Vérifiez également la rapidité de délivrance de vos emails. Quelques secondes sont acceptables, pas plus. Attention aussi à la taille de votre boîte aux lettres et au poids maximum autorisé pour un mail, surtout si vous avez souvent des documents à transmettre (une capacité de 20Mo doit être fournie au minimum et 10Mo par email).

Anti-spam & antivirus

Contrairement à ce qu'on pourrait penser, il vaut que l'anti-spam de votre hébergeur soit plutôt laxiste : il vaut mieux recevoir quelques spams (quitte à avoir un anti-spam supplémentaire sur votre ordinateur), plutôt que se voir bloquer certains mails pourtant légitimes mais qui pour une raison ou une autre ont paru « douteux » à l'anti-spam (plusieurs points d'exclamation dans le titre, références à des cours de bourse, à des médicaments, etc).

Une des techniques des spammeurs consiste à scanner votre site et à collecter automatiquement les adresses mail qui s'y trouvent. Assurez-vous donc que les emails publiés sur votre site soient édités avec un code javascript anti-spam. Ce code rajoute des caractères invisibles à l'œil dans votre adresse email : elle fonctionnera parfaitement pour un visiteur qui cliquera dessus mais devient ainsi inutilisable pour les collecteurs d'adresses des spammeurs.

Pour limiter la réception des messages publicitaires non sollicités, la meilleure méthode reste de limiter au maximum la diffusion de votre adresse sur le Net. Trop de sites les exploitent de manière abusive ou les revendent à des entreprises de marketing direct.

Il est évident qu'un anti-virus doit être également proposé en standard par votre hébergeur.

Des statistiques de fréquentation détaillées mais compréhensibles

Oubliez les « hits » et autres mesures barbares qui ne servent qu'à quantifier l'aspect technique de vos pages. Concentrez-vous sur les informations fondamentales pour l'exploitation de votre site, à savoir vos visiteurs, leurs consultations et les vecteurs de promotion (sites d'où ils proviennent, mots-clés saisis dans les guides et les annuaires pour parvenir jusqu'à vous...). L'information qui vous intéresse doit être clairement lisible et actualisable en temps réel.

La mise à jour

Actualiser votre site gratuitement en toute autonomie

L'actualisation de votre site est cruciale. Combien de sites présentant des informations « ancestrales » ont-ils nuit à leur propriétaire, leur donnant ainsi l'image d'une société fantôme ou sans moyens ! Vous passez un temps non négligeable à la gestion de la vitrine de votre magasin ? A l'organisation de votre bureau ? Faites-en de même avec votre site ! Pour attirer et séduire des visiteurs, aménagez régulièrement vos rubriques afin de mettre en avant vos actualités (participation à des salons, articles de presse, nominations de collaborateurs, communiqués...), vos nouvelles offres (nouveau catalogue, changements de tarifs, promotions...), vos nouveaux services, etc.

Mais mettre à jour son site nécessite encore trop souvent des compétences techniques poussées ou l'intervention d'un webmaster, qui n'a pas que vous comme client. Dans ce cas, difficile de mettre à jour une information en moins d'une semaine et pour moins de 150€, ne serait-ce que pour changer une virgule ou un prix ! La seule alternative viable est donc de pouvoir actualiser vous-même votre site en toute autonomie, sans compétence spécifique et sans coût.

A partir de ce constat, soyez particulièrement vigilant. Certains prestataires vous garantissent que vous aurez la main sur l'ensemble de votre site, mais dans la plupart des cas, vous ne pourrez en fait modifier quelques éléments très limités et déterminés à l'avance, tels que votre rubrique Actualités par exemple. Vos mises à jour devront aussi s'intégrer dans un format et une taille spécifique. Une contrainte qui vous impose de recadrer vos images sur un logiciel de traitement graphique et de limiter vos textes à un certain nombre de caractères. Il vous sera aussi bien souvent impossible de changer l'intitulé d'une rubrique ou sa mise en page par exemple, sans passer par le prestataire qui a développé votre site.

Attention aussi à la simplicité d'usage du système de mise à jour si vous voulez éviter une formation technique ou des appels interminables et coûteux à une hotline ! Demandez à voir une démonstration concrète de l'interface du système de mise à jour, et prenez le temps de le tester personnellement, chez vous, au calme.

Simple d'usage ne veut pas dire simpliste ou limité. Si votre système de mise à jour doit vous offrir la possibilité d'actualiser votre site simplement sans compétence technique particulière, il doit également répondre aux besoins d'un informaticien plus chevronné. Il est fort possible que vous souhaitiez à l'avenir rajouter des effets graphiques et des enrichissements multimédia. Vous devez dès lors pouvoir confier ces tâches à un professionnel qui pourra aussi intégrer du code HTML, des scripts, des animations Flash, etc.

Exploitez pleinement le multimédia

Plus de 95% des foyers sont aujourd'hui connectés à Internet en haut débit. C'est sans parler des entreprises. N'hésitez donc plus à enrichir votre site avec de grandes images, des documents illustrés et pourquoi pas même des séquences audiovisuelles.

Pour ce faire, vous devez disposer d'un système de mise à jour qui puisse accepter tous types de fichiers. En effet, vous avez besoin de pouvoir intégrer des PDF pour vos documents techniques par exemple, des textes pour vos communiqués, des tableurs pour vos grilles de prix, des vidéos, des sons, des animations, des séquences Flash, etc.

Assurez-vous que votre site puisse accueillir des fichiers sans limitation ridicule de poids (aujourd'hui une base de données professionnelle permet de charger un fichier sur votre site pouvant peser jusqu'à 500Mo). Prenez soin de vérifier également que l'espace disque supplémentaire nécessaire pour stocker vos fichiers ne vous soit pas facturé un prix aberrant (le prix moyen constaté est de l'ordre de 10 €/par mois par tranche de 100 Mo supplémentaires).

Attention, le traitement des fichiers multimédia et particulièrement des vidéos, nécessite de solides compétences techniques. Le codage et le transcodage sont de sciences pointues que même peu de webmasters chevronnés maîtrisent.

Services associés : un gain de temps !

Prises de vue photographiques, numérisation et traitement d'image (détourage, étalonnage, copyright...), création d'animations, optimisation de votre référencement, campagne de mots-clés... Vous allez avoir besoin de toute une palette de services pour faire vivre et améliorer votre site. Si votre prestataire est en mesure de répondre à ces demandes, vous économiserez un temps précieux en évitant de rechercher et de qualifier de multiples fournisseurs.

Mises à jour et évolutions technologiques

Sur le plan technologique, tous les logiciels utilisés pour faire fonctionner votre site sont appelés à évoluer. Comme pour le système d'exploitation de votre ordinateur, votre site doit intégrer de fréquentes mises à jour logicielles qui garantiront sa sécurité, sa fiabilité et ses performances dans le temps. Ces mises à jour devront être prises en compte par le prestataire qui a réalisé votre site pour le mettre en conformité, mais également par votre hébergeur qui devra

les installer sur votre serveur. Il est bien entendu plus facile de s'adresser à un unique prestataire qui aura la charge de mettre à la fois votre site et votre serveur à jour.

Support technique

Assurez-vous que votre prestataire dispose d'un support technique disponible (c'est-à-dire suffisamment dimensionné), de préférence gratuit (au moins pour le traitement des réponses par email), ou à un prix d'appel téléphonique abordable ! Vous aurez probablement besoin de les joindre de nombreuses fois pour vous assister dans la mise à jour de votre site (comment faire un lien ? Comment intégrer une vidéo ?) mais aussi pour résoudre des dysfonctionnements techniques (vous ne recevez plus vos emails, par exemple).

Si le plus souvent les problèmes rencontrés ne leur incombent pas (ils sont plus généralement liés à un dysfonctionnement de votre ordinateur ou de votre fournisseur d'accès Internet), le support technique vous sera d'un précieux conseil pour vous aider à diagnostiquer l'origine de votre souci afin de savoir au moins à qui vous adresser !

La promotion

Véhiculez l'adresse de votre site

L'essentiel de la promotion de votre service se fait à partir de votre premier cercle de relations : vos amis, vos partenaires et bien sûr vos clients existants qui transmettront l'adresse de votre site, s'il est utile et de qualité, à leurs propres connaissances. Pensez donc à imprimer votre adresse Web sur l'ensemble des supports de votre entreprise, cartes de visite, signature de vos mails, plaquettes, mais aussi sacs d'emballage et vitrine.

Attendez au moins deux à trois mois avant d'envisager une campagne de promotion sur Internet. C'est le délai minimum pour que votre site « s'installe » et soit correctement indexé par les guides et les annuaires.

Etoffe votre contenu

Les guides et les annuaires du Net classent les sites qu'ils référencent en fonction d'un nombre important de critères, parmi lesquels les textes de vos pages et la popularité de votre site (nombre de sites pointant vers lui).

En conséquence, pour être en tête dans les guides et les annuaires ; il faut disposer d'un nom original ; cibler très précisément son activité ; la décrire avec exactitude ; échanger des liens avec d'autres sites (partenaires, fournisseurs, clients, institutions, etc.). Ainsi, un site ayant le mot « décoration » plusieurs fois cité dans son texte et étant cité par de nombreux autres sites se verra considéré comme pertinent par les guides et les annuaires pour la requête « décoration ». C'est gratuit et beaucoup plus efficace que les châteaux en Espagne que vous proposent les « spécialistes du référencement ».

Référencement : ne cédez pas au chant des sirènes !

Vous vous êtes probablement déjà fait démarcher par des entreprises qui vous promettent d'améliorer votre référencement, en vous obligeant souvent à refaire votre site chez eux. L'arnaque est transparente : ils vous facturent un nouveau site, et pour le référencement, ils se contentent de cibler sur un mot ou une expression rare et absolument pas significative ; mais ça leur permet de dire « vous êtes passé en première position sur les mots choisis », et donc de clamer victoire. Ils oublient aussi de vous dire que votre classement augmente naturellement avec le temps...

En revanche, si vous avez le budget nécessaire, vous pouvez envisager une campagne de mots-clés sur Google, par exemple.

Une autre technique est très efficace : envoyez des communiqués de presse aux organes spécialisés dans votre activité, en précisant l'adresse de votre site. Si elle est citée dans les articles résultants, vous obtiendrez de nouveaux visiteurs, et donc de nouveaux clients.

Les avantages du « guichet unique »

Un seul interlocuteur

Pour mettre en œuvre un site Internet, il est nécessaire de s'adresser à quatre prestataires différents : Un premier pour déposer l'adresse de votre site (le registrar) ; un second pour en assurer le développement (la Web agency) ; un troisième qui se chargera de le diffuser sur le Net (l'hébergeur) et enfin un quatrième pour le référencer sur les guides et les annuaires du Net (le référenceur). Pour simplifier la mise en œuvre de votre site Internet, adressez-vous à un prestataire qui maîtrise l'ensemble de la chaîne de services, surtout si vous n'êtes pas familier avec ces technologies.

Une offre globale pour simplifier la production de votre site

Le fait de disposer d'une offre globale chez un seul prestataire peut s'avérer très pratique lorsqu'on n'est pas soi-même un professionnel d'Internet. En effet, ce type de prestataire dispose de toutes les compétences informatique, marketing, graphique et éditoriale au sein de leurs équipes ainsi que de l'ensemble des ressources techniques nécessaires à la production (scripts informatiques, banques d'images photographiques, etc.). Ils pourront ainsi produire ce que vous ne pouvez pas fournir. Le développement de votre site ne souffrira d'aucun blocage.

Un meilleur service

Disposer d'un prestataire unique vous évite également d'avoir à diagnostiquer la source d'un problème. La limite de responsabilité entre le prestataire qui a développé votre site et celui qui l'exploite est très fine. Particulièrement lors de la mise à jour des logiciels utilisés par votre site et de l'intégration de nouvelles fonctionnalités. Un prestataire unique vous évitera des enquêtes interminables et des discussions sans fin avec des services techniques qui, lorsqu'ils sont disponibles, ne parlent pas toujours le même langage que vous.

Vous bénéficiez en outre d'une meilleure continuité de service. Le diagnostic et la résolution d'une panne sont traités par la même entreprise et souvent par la même équipe technique. L'interruption éventuelle de votre site ou de certaines de ses fonctions devrait en toute logique n'en être que plus courte.

A propos de Metropole Media

Fondé en 2005, METROPOLE MEDIA est un des premiers constructeurs de sites Internet professionnels français. Spécialisé dans les entreprises indépendantes (PME, professions libérales, commerçants et artisans), l'entreprise propose une offre de sites Internet « clés en main » qui inclut tous les services la création à l'exploitation. Grâce à son CMS (Content Management System) MetroSystem®, METROPOLE MEDIA offre à ses clients la possibilité d'actualiser leur site en toute autonomie, simplement et sans coût, de souscrire à de nouveaux services et de bénéficier de toutes les améliorations technologiques futures. METROPOLE MEDIA compte environ 350 clients et produit une vingtaine de sites Internet par mois hébergés dans son centre serveur en France. METROPOLE MEDIA 11, rue Surcouf, 75007 Paris France. Tél. : 01 71 18 20 00.