



martinpelletier.com

Le Web

Votre Vitrine Virtuelle

Les possibilités

Les solutions

Les coûts

Le Web = V.V.V.

Votre Vitrine Virtuelle

*P*ermettez-nous de vous présenter ici un court résumé de ce qu'il est nécessaire de savoir au moment de faire prendre à votre entreprise le tournant sur l'autoroute électronique.

Les quelques minutes nécessaires à parcourir ce document seront certainement un bon investissement et vous permettront de prendre une décision plus sûre grâce à une vision mieux éclairée sur le sujet.

Le Web et votre entreprise

LE RÉSEAU

L'internet est un amalgame de plus de 300 millions d'ordinateurs tous interreliés. L'expansion prévue du réseau devrait dépasser le double de ce nombre d'ici un an. Il est clair que toute stratégie de marketing doit absolument prendre ce phénomène en considération. Ce secteur en pleine croissance s'avère être le plus prometteur des médias de promotion à l'heure actuelle.

VOTRE PRÉSENCE

Afficher votre présence maintenant sur le réseau est, non seulement une opportunité immédiate à exploiter sur le plan commercial, mais aussi une nécessité sur le plan stratégique. Il faut comprendre que pour bien se positionner sur internet, il est important de commencer tôt la mise en place de son image corporative virtuelle de façon graduelle et de bien structurer certaines choses essentielles.

L'avantage stratégique obtenu lors de la mise en service d'un site Web est un élément non négligeable qui pèse dans la balance décisionnelle en vue de l'établissement d'un site Web à courte échéance.

VOTRE IMAGE

Le point sensible de toute l'opération est sans contredit la façon dont votre image sera véhiculée sur ce méga réseau. À moins d'offrir des services en technologie informatique de pointe ou en divertissement cybernétique, la meilleure stratégie à adopter en est une de conservatisme. Elle s'avère plus rentable à la longue car elle coûte moins cher en développement et donne une image de stabilité et d'uniformité à l'ensemble des visiteurs. Toutefois, positionner l'image de l'entreprise par la qualité graphique de l'ensemble du site et en déterminer l'ampleur sont des questions qui relèvent surtout de la valeur que représente pour vous la perception de votre entreprise par le biais du site que vous désirez implanter.

Les fonctionnalités dépendront du type d'utilité recherché: vitrine informative, relation avec la clientèle, catalogue en ligne ou solution transactionnelle.

Les principaux éléments à mettre en place

1. Le nom de domaine
2. Les services internet
3. Le site
4. La publication

Le nom de domaine

LES DÉNOMINATIONS

Un des aspects les plus importants est le choix du nom de domaine. A l'heure actuelle, les dénominations du genre "monentreprise.com" sont très populaires car elles ont un caractère prestigieux dû à leur connotation internationale. Elles bénéficiaient également jusqu'à tout récemment d'un avantage stratégique puisque les "navigateurs" les plus populaires des dernières générations trouvaient automatiquement les adresses sous ces dénominations en complétant par défaut avec ".com" , ".net" et ".org" les noms incomplets entrés sur leur plage d'adresse. À l'heure actuelle, il ont plutôt tendance à effectuer une recherche sur ce nom. Il faut toutefois comprendre que ce n'est qu'une question de temps avant que d'autres dénominations deviennent aussi populaires, sinon plus encore. Par exemple, on peut s'attendre à ce que, dans les générations futures des "navigateurs" on retrouve un paramètre régional défini par l'utilisateur qui amènerait les recherches automatiques à s'effectuer à partir des dénominations régionales en montant vers le plus général, ce qui privilégierait à ce moment les dénominations du genre "monentreprise.qc.ca" ou "monentreprise.ca"

LES ALTERNATIVES

La dénomination ".com" étant actuellement très contingentée puisque unique au niveau planétaire, il se peut que votre nom "monentreprise.com" ne soit plus disponible. 30 million de noms de domaine ".com" sont actuellement enregistrés et près de 30,000 s'y ajoutent à chaque jour. Quelques autres dénominations sont également administrées par l'organisme américain ICANN (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers) à qui on a confié ce mandat dont les plus connues sont; ".net", ".edu" et ".org". D'autres dénominations de premier niveau sont maintenant approuvées (.info, .biz, .name, .pro, .aero, etc) et sont déjà ou devraient être implantées vers le début de 2002. Il existe d'autres alternatives sous la dénomination ".cc", ".tv" etc, qui sont en fait des dénominations de pays revendues dans le commerce mondialement. Un avantage commun à toutes ces dénominations consiste à pouvoir enregistrer un nom de domaine à la seule condition qu'il soit disponible.

Le Web, votre vitrine virtuelle

Ici au Canada, les dénominations ".ca" étaient régies par un organisme indépendant CDNnet et devaient suivre des règles assez strictes. Vous deviez, pour pouvoir en faire la demande, être inscrits au Registre des Institutions financières et le nom que vous choisissiez devait être issu de votre nom de commerce ou du produit enregistré afin d'être approuvé. Cependant, le système entier a été transféré à une nouvelle autorité, l'ACEI ou CIRCA, et le mode d'enregistrement délégué à des registraires privés. Les règles d'attributions sont considérablement élargies et il est désormais possible d'enregistrer plus d'un nom sans autre contrainte que d'avoir une présence physique au pays. Des frais sont maintenant requis.

LES FRAIS

Les ".com", ".net", ".edu" et ".org" sont régis par l'entreprise privée à partir des États-Unis et toutes exigent des frais de maintenance annuels. De la même façon, les dénominations ".qc.ca" et ".ca" sont maintenant assujetties à des frais d'inscriptions et de maintenance. De plus, des frais peuvent vous être chargés par celui ou celle qui s'occupe de procéder à la recherche de disponibilité, à la demande d'enregistrement et à l'assignation d'une adresse IP.

Ces formalités souvent relativement simples peuvent parfois devenir harassantes lorsqu'un problème se présente. Il est conseillé de confier cette étape à un professionnel et, idéalement, à celui qui procédera au déploiement du site car son nom doit faire partie du registre des personnes responsables du nom de domaine afin de faciliter l'implantation du site sur le serveur choisi.

Les services internet

Il existe plusieurs maillons dans la chaîne que constituent les services internet. Il faut distinguer ces services bien qu'ils soient souvent offerts par un seul et même fournisseur. En usage commercial, on aura souvent avantage à utiliser plusieurs fournisseurs spécialisés qui auront à offrir chacun une part de l'ensemble. Les principaux points à distinguer sont :

- La connexion ou l'accès internet
- Les services de courrier
- Le nom de domaine
- L'hébergement du domaine, du site et du courrier@domaine

L'ACCÈS INTERNET

L'ordinateur que vous utilisez, pour avoir accès à l'internet, doit avoir un système de branchement au réseau. Très souvent un modem, cette connexion peut aussi prendre la forme d'une carte réseau ou autre système de branchement dans le cas des connexion ADSL ou par câble. L'ordinateur distant auquel vous vous connectez par le biais de ce branchement et qui vous permet de naviguer sur l'internet et de recevoir votre courriel est votre fournisseur d'accès ou ISP. Il n'est nullement besoin de cet accès pour avoir un site internet à soi. C'est alors comme avoir un véhicule automobile sans être détenteur d'un permis de conduire. Vous pouvez très bien avoir recours à un chauffeur pour effectuer vos livraisons ou si vous n'aimez tout simplement pas conduire. Ceci est d'autant plus compréhensible si on utilise l'analogie qu'il n'est pas nécessaire de regarder soi-même la devanture de son magasin pour que la vitrine en soit efficace. Le fournisseur d'accès doit être choisi en tenant compte de la disponibilité de ses services à la clientèle et de la qualité / rapidité du lien physique-électronique qui vous y relie.

LE COURRIEL

La presque totalité des fournisseurs d'accès vous proposera une adresse de courrier électronique incluse avec la connexion internet. Cette adresse est intéressante sur le plan personnel mais ne correspond pas nécessairement à l'image que vous aimeriez donner à vos clients de votre entreprise. En effet, cette adresse ressemblera à "mon.commerce@sympatico.ca" ou "mon.nom.personnel@videotron.net" ce qui, d'une part, manque de professionnalisme et, d'autre part, pourrait vous mettre dans une mauvaise position advenant un changement de fournisseur d'accès internet. Il est donc conseillé d'utiliser cette adresse pour des fins personnelles et d'avoir recours à une adresse reflétant mieux votre profil d'entreprise comme "info@monentreprise.com" ou "service@monentreprise.qc.ca". Ces derniers services de courriel, beaucoup mieux adaptés, peuvent être offerts par le fournisseur d'hébergement de votre site web.

LE DOMAINE

Le nom de domaine est une clé de voûte dans votre organisation virtuelle. C'est une entité en soi qui existe par elle-même et qui est indépendante d'un serveur en particulier ou d'un fournisseur d'accès. C'est votre place d'affaire virtuelle et elle peut être relocalisée sans grand inconvénient au besoin. Votre site y est rattaché et il peut lui aussi être déménagé chez un autre fournisseur d'hébergement si le besoin s'en fait sentir. Vos adresses de courriel d'affaire suivront la même règle. Il est primordial de bien le choisir et de le réserver au tout début dans le cours d'un projet internet car c'est autour de ce nom que sera développée la stratégie d'identification et de publication.

L'HÉBERGEMENT

Un fournisseur d'hébergement offre un service important. C'est l'endroit où vous installerez votre nom de domaine et votre site proprement dit. Ce fournisseur met à votre disposition un serveur virtuel qui alimentera les navigateurs qui auront emprunté le chemin de votre nom de domaine, avec le site que vous leur avez destiné. Ce serveur doit avoir une capacité de stockage correspondant à l'ampleur de votre site mais surtout un débit élevé et une fiabilité à toutes épreuves, sans vous limiter à une bande passante (quantité de données transférées par mois) trop étroite qui vous amènera à devoir acheter de la bande passante additionnelle dès que votre site sera fréquenté. Le choix de ce fournisseur devrait être confié au concepteur du site qui connaît bien les exigences de son produit. Il est important de noter que ce fournisseur devra également fournir les adresses de courriel dont vous avez besoin.

Le site

SA CONCEPTION

Le site proprement dit est le cœur de l'entreprise virtuelle. Il en est le moteur et est le reflet du souci de qualité de ses dirigeants. C'est en consultant le site que vous aurez mis à leur disposition que les clients potentiels et actuels seront amenés à passer une commande, à retenir vos services et à entretenir une relation d'affaire soutenue avec votre entreprise. Le site doit être facile à consulter, agréable à regarder et imprégné de l'esprit de l'entreprise. Il doit offrir une quantité d'information qui justifiera la visite qu'on en fera et surtout qui motivera le visiteur à y mettre un "signet" ou "bookmark" afin d'y revenir périodiquement. Faire de votre site un endroit fréquenté est une motivation essentielle au processus.

SON DÉVELOPPEMENT

Un grand soin doit être consacré à sa conception mais aussi à son développement continu. C'est souvent là que le problème survient. Le site est conçu à grands frais, est installé avec plusieurs semaines – voir des mois - de retard pour être ensuite laissé à lui-même sans soins. Il est fréquent de constater que l'entretien régulier n'est pas une priorité et le site perd alors toute crédibilité et intérêt. Il est donc de toute première importance de faire affaire avec des gens qui livrent le produit à temps et qui sont en mesure de fournir un soutien constant. Ce n'est certainement pas le produit pour lequel il convient de chercher ce qui serait convenu d'appeler un "one shot deal". Vous devez sentir de la part de votre concepteur qu'il saura vous accompagner tout au long du processus et qu'il ne vous mettra pas de côté lorsque l'étape première de l'implantation sera terminée. C'est à partir du moment où le site est rendu public que votre image se façonne et les ajustements doivent alors être faits promptement, sans délai.

ENTRETIEN ET MISES À JOUR

Plusieurs portions du site pourraient être mises à jour de manière conviviale par votre équipe interne. Des outils de gestion de site, actuellement en développement, pourraient être implantés en accord avec vos services et vous permettraient ainsi de modifier certains fichiers vous-même, sur une base régulière, tout en maintenant l'intégrité du site et de son aspect général. De telles mises à jour autonomes vous libéreraient de la nécessité de transiger les changements mineurs et fréquents avec votre concepteur et vous donneraient ainsi plus de latitude sur le contenu de certaines sections préétablies. Cependant, il importe ici de faire preuve de prudence et de s'en tenir aux changements préétablis.

La publication

Les clients potentiels qui voudront visiter votre site peuvent obtenir l'adresse de votre place d'affaire virtuelle à partir de trois sources distinctes sur lesquelles vous avez une grande influence.

- Les contacts directs
- Les annuaires (passifs)
- Les moteurs de recherche (actifs & passifs)

LES CONTACTS DIRECTS

À la base du commerce depuis fort toujours, le contact direct avec un représentant possède maintenant un allié de taille. Le site internet corporatif. Mettre de l'avant et faire la promotion de votre site par le biais du contact direct permet une plus grande diffusion d'information et donne l'opportunité à votre client de continuer à cotoyer votre entreprise même lorsqu'il n'est plus en présence de votre représentant. C'est un représentant virtuel en devoir 24 heures sur 24, 365 jours par an.

LES ANNUAIRES

Publier votre adresse internet dans tous les annuaires où votre nom apparaît est un atout de première classe car l'information via votre site peut être accessible à toute heure du jour, même lorsque vous ne répondez pas au téléphone. De plus, ces informations seront beaucoup plus complètes et constamment à jour contrairement à celles qui ne seront imprimées qu'une fois l'an.

Plusieurs annuaires électroniques existent et il est possible de vous y inscrire, souvent gratuitement, parfois moyennant un déboursé mais toujours en y consacrant plusieurs heures de travail. Votre concepteur peut vous aider à effectuer ces démarches ou s'en charger pour vous.

LES MOTEURS DE RECHERCHE

Il existe plusieurs moteurs de recherches dont une bonne partie possèdent une composante de recherche active: un "Webbot". Les plus connus sont: Yahoo, Google, Altavista, etc. Ce dernier possède un "Webbot" d'ailleurs assez efficace. Bien que certains sites de recherche se comportent un peu comme des annuaires en ce sens qu'ils répertorient et dressent un inventaire des sites qui leurs sont soumis ou proposés (recherche passive), les meilleurs et les plus utilisés proposent des sites qu'ils on eux-même trouvés grâce à leurs robots (Webbot) qui parcourent le Net (recherche active) et qui dressent ainsi l'inventaire de leurs trouvailles. Encore une fois, il est ici possible d'influencer les résultats de leurs recherches en utilisant certaines astuces lors de la conception du site et de sa mise en opération.

En résumé

Avoir un site web attrayant et performant demande une préparation bien concertée et une collaboration étroite entre l'entreprise cliente et l'entreprise conceptrice du site. Pour obtenir un résultat qui corresponde à vos attentes à un coût raisonnable et selon l'échéancier prévu, il faudra développer une complicité et une chimie efficace entre les intervenants et consacrer à l'élaboration du projet une certaine dose d'énergie et de temps. Le produit final sera par contre un sujet de fierté et atteindra un niveau d'intégration de l'image de votre entreprise sans aucune commune mesure avec des solutions "en boîte" préfabriquées et impersonnelles comme on en voit trop souvent. C'est parce que nous correspondons effectivement à ces critères humains importants que nous savons être en mesure de bien répondre à vos besoins dans ce domaine. Permettez-nous de jouer ce rôle prépondérant dans la réalisation de votre succès et vous aurez ainsi un partenaire efficace et constant à vos côtés pour l'exploration de ce nouveau monde à découvrir.

martinpelletier.com

Un partenaire

QUI SOMMES-NOUS

Issue du milieu artistique, technologique, informatique et multimédia, et placée sous la direction de [Martin Pelletier](#) son fondateur, notre équipe est composée de gens compétents et attentionnés qui ont à coeur de réaliser des projets intéressants. Nous mettons l'accent sur l'aspect créatif et personnel des projets sur lesquels nous travaillons. Tout les intervenants participent au processus de développement, permettant ainsi à des idées fraîches de voir le jour et à la vision critique de chacun de valider ces idées.

LE CONTACT

Une personne contact est chargée de travailler avec vous et relaie l'ensemble des informations et directives entre votre entreprise et notre équipe. Cette configuration vous permet de mieux connaître l'intervenant et permet à celui-ci de s'assurer de la cohérence et du suivi de l'information sur l'ensemble du projet. Encore une fois, le contact humain est un élément clé de la réussite. Une simple question posée au bon moment à une personne de confiance peut parfois changer la forme d'un projet et amener ce dernier à se réaliser à son plein potentiel.

LES SERVICES

- ♦ Conception de sites internet
- ♦ Hébergement
- ♦ Recherche et enregistrement de noms de domaine
- ♦ Services à la carte tels que :
 - ✓ Adresses de [courriel@nomdomaine](#)
 - ✓ Adresses de courriel universel
 - ✓ Hébergement de noms de domaine additionnels
 - ✓ Formulaire en ligne
 - ✓ Engin de recherche intra site

LES SERVICES CONNEXES

Bien qu'il soit surtout question ici de site internet, plusieurs autres aspects de vos besoins en imagerie peuvent être considérés et faire l'objet d'une réunification. Certaines autres possibilités peuvent être explorées et déboucher sur de nouvelles opportunités de développement. Notre équipe peut se charger de

- Conception de Logo
- Montage Vidéo Corporatif
- CD ROM publicitaire
- CD ROM de formation

Une vision globale et intégrée de votre entreprise est un atout. Soyez assurés qu'avec notre équipe à vos côtés en toute circonstance, vous êtes entre bonnes mains.

LES TARIFS

Comme dans tout projet le moins complexe, il est difficile de produire une facture "tout compris". Soyons réalistes: lorsqu'on tente d'établir un forfait, c'est à ce moment que commencent à s'opposer les forces sensées s'unir. Comme il est impossible de définir à l'avance avec une précision chirurgicale le détail des tâches à accomplir, le client enthousiaste voudra, en cours de développement, obtenir toujours plus pour le prix entendu et le fournisseur cherchera alors à limiter les dégâts en freinant l'évolution du projet pour ne pas y perdre son profit, sinon sa chemise. Les mésententes sont alors plus que probables et la complicité créatrice tant recherchée disparaît en fumée. Résultat: tout le monde y perd.

Il s'agit ici d'un travail professionnel. Dans pareil cas, une confiance mutuelle doit exister et, bien que la créativité soit un élément difficilement quantifiable, nous vous proposerons avant tout un budget réaliste auquel nous adhérons autant que possible et auquel vous attribuerez une certaine souplesse. Vous créez ainsi une marge de manoeuvre à l'intérieur de laquelle nos deux équipes évolueront dans un sens comme dans l'autre en harmonie avec l'évolution du projet tout en respectant des balises claires.

UN APERÇU DES COÛTS

Un site typique aura, au départ, une vingtaine de pages. S'il comporte une version anglaise, on doit doubler ce nombre sans toutefois doubler les coûts. Des exemples:

Pour un site confortable anglais / français de vingt pages / vingt pages, on doit s'attendre à un budget de mise en route de \$2200.

Pour un site de base français de dix pages ou moins, environ \$800. Ceci représente en fait le strict minimum.

Pour un site de trente pages anglais / français utilisant du scripting avec une qualité graphique supérieure et des formulaires de commande ou de contact, prévoir \$3,500.

À cela s'ajoutent les coûts d'hébergement mensuels et d'entretien / mises à jour. Encore une fois, vous constaterez qu'il n'est pas possible d'établir un lien direct entre la quantité de pages comprise dans un site et le montant des déboursés.

VOTRE PROJET

Appelez-nous et nous prendrons rendez-vous avec vous afin d'effectuer un survol de vos besoins, de vous faire quelques suggestions et une proposition de projet. Si le tout vous convient, nous pourrions commencer à mettre en marche les étapes préliminaires (nom de domaine, collecte de données etc.) de façon à pouvoir passer à la réalisation du site lui-même rapidement.

Pour nous joindre: siteweb@martinpelletier.com
martinpelletier.com

(514) 824-2002
(450) 788-2116