

10 idées pour faire un site Web vivant

Le visiteur régulier connaît un site Web presque autant que son webmaster. Une fois qu'il a visité entièrement le site, le défi est de satisfaire son besoin d'en savoir encore plus et de revenir régulièrement sur le site. Si le site n'est pas mis à jour, n'offre pas de nouveaux contenus, n'est pas plus spécifique, spécialisé et pertinent, le visiteur n'a aucune raison de revenir. Le salut est de faire un site Web vivant, de telle façon que l'utilisateur revienne visiter le site encore et encore. Communiquer régulièrement avec le visiteur lui donne la perception que le site offre toujours quelque chose de nouveau. Voici 10 idées pour faire un site Web vivant:

- 1: Avoir un plan de développement du contenu pour l'année en cours et les prochaines. Si vous disposez d'une grosse quantité de contenus lors de la création du site, peut-être est-il plus judicieux de ne pas tout mettre en ligne dès le début mais d'ajouter régulièrement quelques pages dans le temps. Il est également intéressant de prévoir la création d'une nouvelle section dans quelques mois et déjà de travailler sur son contenu. Et puis de créer une autre section tout les 6 mois.
- 2: Publier au moins une nouvelle page chaque mois. Si le site n'est jamais mis à jour, quelle est la raison qui va motiver l'internaute à revenir ? Mais si l'internaute visite le site et remarque du nouveau contenu disponible, alors il reviendra régulièrement pour autant qu'il trouve de nouveaux contenus. A l'intention du visiteur régulier, le webmaster indique sur la page d'accueil quel contenu est mis à jour et quand des nouvelles pages ont été ajoutées.
- 3: Créer une page d'actualité. Une page d'actualité est une façon simple pour chaque webmaster de proposer du contenu régulièrement mis à jour. Il s'agit de sélectionner des sources d'information en ligne dans le même domaine traité par le site Web. Puis de créer une page d'actualité sur le site, de mettre des liens vers les sujets d'actualité en donnant le titre de l'information, le nom de la source et éventuellement la date et quelques mots d'introduction. Le webmaster visite les sources régulièrement et ajoute de nouveaux liens intéressants pour son public.
- 4: Proposer une alerte contenu et envoyer un message chaque fois qu'une nouvelle page est en ligne. Informez le public que le site offre de nouveaux contenus. N'attendez pas qu'ils reviennent, donnez-leur la motivation. Avec un simple script CGI, les utilisateurs laissent leur adresse électronique dans un formulaire. Dès qu'une nouvelle page est en ligne, il suffit d'envoyer un message à la liste de distribution avec le titre de la nouvelle page et son lien. On peut saisir cette opportunité pour offrir une réduction, présenter de nouveaux produits et en général améliorer la promotion du commerce électronique.
- 5: Publier régulièrement une lettre d'information avec des liens vers le site. Avec le même script CGI utilisé pour l'alerte, on peut obtenir les adresses électroniques des internautes désirant s'abonner à une lettre d'information. Précédant le formulaire d'inscription, il est recommandé d'annoncer les sujets traités par la lettre et la fréquence de sa publication. La lettre d'information ne propose pas l'intégralité du contenu mais seulement une partie destinée à motiver l'abonné à cliquer sur le lien pour lire tout le contenu sur le site Web.
- 6: Organiser un concours. Les concours sont très populaires sur la toile. Ils sont gratuits et attractifs. Un concours organisé régulièrement chaque mois ou chaque trimestre permet d'attirer de nouveaux utilisateurs et de donner une raison aux visiteurs réguliers de revenir sur le site. Le concours ne coûte pas beaucoup d'argent. On peut offrir un livre, du contenu exclusif ou un produit vendu sur le site. Les visiteurs qui désirent participer au concours laissent leur adresse électronique dans un formulaire, en fait un simple script CGI identique à celui utilisé pour l'abonnement à la lettre ou l'alerte. On peut d'ailleurs saisir l'opportunité du concours pour leur proposer de s'abonner à la lettre d'information. Lorsque la date butoir du concours arrive, on tire au hasard l'adresse du gagnant. On demande son adresse postale afin d'envoyer le prix et on lui demande l'autorisation de publier son nom ou ses initiales sur le site. Cela va convaincre les visiteurs que le concours - et donc le site - est sérieux.
- 7: Administrer un forum. C'est probablement la façon la plus efficace de fidéliser le public. Mais elle fonctionne uniquement si les participants sont motivés à poster et réagir. L'administrateur doit lancer de nouveaux sujets, poser des questions, répondre aux autres, féliciter les membres, tout afin d'inciter les internautes à participer. Il ne s'agit pas de passer sa vie sur le forum mais de montrer sa présence. Ainsi on apporte un soin tout particulier aux messages négatifs afin de prouver à tous que vous tenez à vos visiteurs et clients.
- 8: Mettre en avant sur la page d'accueil le nouveau contenu. L'objectif est d'informer tous les types de visiteurs que le site est actif. Sur la première moitié de la page d'accueil un espace est destiné à la liste des pages les plus récentes. On peut éventuellement ajouter la date de création et une courte description du contenu.
- 9: Classer les pages ou les produits les plus populaires et mettre à jour. En utilisant les statistiques du site, on obtient la liste des pages les plus visitées. Sur la page d'accueil ou sur une page spécifique on donne la liste de ces pages afin de diriger les visiteurs vers le contenu le plus populaire. Il s'agit ensuite d'actualiser la liste régulièrement et de dater la mise à jour.
- 10: Actualiser une liste d'événements. La liste d'événements dans le domaine couvert par le site est un contenu adapté à un public susceptible d'y participer. Cela peut être des expositions, salons, conférences, programmes télé, films, etc. Si la page est régulièrement mise à jour les visiteurs reviendront fréquemment et ajouteront la page à leurs favoris. On peut aussi informer régulièrement le public sur ce qui se passe dans la compagnie ou le site tels que nouveaux employés, contrats, clients, bureaux, publicités, communiqués de presse, etc.

On peut aussi tout simplement changer le design afin de donner l'impression que le site est vivant.

Au sujet de l'auteur

Phil Blasco a 10 ans d'expérience du marketing en ligne. Il partage ses conseils dans [Guide-Webmaster](#), un site pour vous aider à construire, gérer et faire connaître un site Web: <http://www.guide-webmaster.com>

