

## ANALYSE de site Web

### 1. Analyse de la communication visuelle actuelle

#### • Caractéristiques

Le logo	
Forme	
Couleurs	
Police	

#### Conclusion

Image actuelle véhiculée

Impact sur la clientèle cible et les prospects

#### • Analyse de la cohérence entre l'activité et l'image perçue

**Activité actuelle :** *[secteur principal et domaine précis]*

#### Image à donner dans le domaine d'activité

*Chaque domaine d'activité comporte des codes de communication explicites (perçus clairement) ou implicites (liés à des ressentis).*

*Ces codes sont liés à l'histoire de l'activité, la culture et les tendances (évolution actuelle, mode).*

#### • Conclusion

##### Points forts de la communication actuelle

Ancienneté/image installée       Charte graphique non démodée

Cohérence charte graphique/activité

Cohérence charte graphique/image souhaitée

##### Ponts faibles de la communication actuelle

Charte graphique démodée

Décalage entre charte graphique et activité

Cohérence entre charte graphique et image souhaitée

#### Synthèse

Image adaptée à l'activité

Image non conforme avec l'activité

Modernisation à faire

Refonte totale de l'image nécessaire

## 2. Observation de la concurrence directe

### • Style de communication utilisé

Gamme de couleurs globales :

Types de police utilisé : *recherche du nom*

[*type Serif, type Sans Serif, type Script-Cursive, type décorative*]

Nombre de polices utilisé :

Forme des présentations et des images utilisées :

Factuelles (issues de l'entreprise)  Produits

Classique  Contemporain  Abstraite

L'ensemble de la concurrence directe utilise les mêmes codes

La concurrence directe utilise des codes différents

La concurrence directe utilise des codes variés

### • Impact du style sur la clientèle cible et les prospects dans ce domaine d'activité

Les cibles sont influencées par le type de communication utilisé

Peu d'impact du type de communication utilisé sur les cibles

### • Conclusion

Même type de communication à appliquer

Rupture de style à appliquer

#### Justification

[*Utilisation des caractéristiques du marché*]

## 3. Projet Web

### • Objectifs

Site à créer

Site à moderniser

Site vitrine

Site de vente en ligne

Nom de domaine disponible

Nom de domaine à modifier

Pas d'hébergement

Hébergement disponible

Modification d'hébergement

### • Charte graphique

#### Gamme de couleurs conseillée :

*Disque chromatique*



#### Type de polices conseillé :

Serif

Sans Serif

Script-Cursive

Décorative

## Style de mise en page

Simple et clair  Décalé  Original   
Horizontal  Vertical

## • Organisation des pages

**Menu** : les pages du site

**Sous-menu** : les pages liées aux pages principales

**Pages cachées de la navigation principale** : pages uniquement disponibles par lien sur le site

## Documents à insérer

*[Conditions Générales de Vente - organigramme - plan...]*

## Éléments indispensables

Certifications/label qualité

*[Origine produits - concours gagnés – références professionnelles – références d'un guide touristique...]*

Formulaire contact  Formulaire réservation

Accessibilité  Services spécifiques

Liens réseaux sociaux  Liens fournisseurs  Liens partenaires

Paiement en ligne

**Mentions légales**  **Protection des données**

*[Obligatoires]*

Référencement naturel uniquement  Référencement forcé

*[Utiliser les techniques permettant aux moteurs de recherche de mieux identifier le site]*

## 4. Propositions

## • Arborescence du site

*Exemple :*

- Accueil ▾
- Présentation ▾
  - Historique ▾
  - Direction musicale ▾
  - Répertoire ▾
  - Choristes ▾
- Actualités ▾
- Événements ▾
- Activités ▾
- Livre d'or ▾
- Contact ▾

### Masqué de la navigation

Ces pages sont accessibles par les moteurs de recherche et les URL mais n'apparaissent pas dans votre navigation.

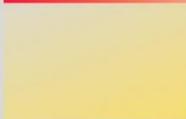


Mentions légales



## • Gamme de couleurs à utiliser

## L'impact des couleurs sur l'inconscient

	<b>BLEU</b> Calme - confiance - ouvert aux autres - ouvert aux changements - naturel - eau - faiblesse
	<b>ROUGE</b> Energie - dynamisme - innovant - vie - amour - passion - feu - colère - danger
	<b>JAUNE</b> Joie - jeunesse - été - mensonge - énergie - innovation - indécis
	<b>VERT</b> Nature - écologie - espoir - grandir - égoïsme - richesse - stabilité
	<b>ROSE</b> Féminité - gourmandise - enfance - romantisme - audace - naïveté - fleurs
	<b>ORANGE</b> Vitalité - créativité - fruité - prudence - joueur - humour
	<b>VIOLET</b> Luxe - subtilité - mystère - arrogance - mystique - réflexion
	<b>GRIS</b> Métal - technique - incertain - concentration - caché - poussière
	<b>BLANC</b> Pureté - médical - serein - élégance - puissance - innocence
	<b>NOIR</b> Intemporel - force - haut de gamme - douleur - mort - sûr de soi

*Sur la base de la culture occidentale.*

*Ce choix est une décision stratégique :*

- correspondre à l'activité ;
- correspondre à l'image souhaitée ;
- adaptée à la cible (clients et prospects).

⇒ connaître les valeurs des cibles.

*Il est conseillé de choisir **1 couleur de base** qui sera la référence, puis associer **1 couleur complémentaire** et **1 couleur de différenciation** (pour faire ressortir).*

*Les couleurs doivent être assorties au logo : cohérence d'image.*

### • Exemple de polices

*Ce choix est une décision stratégique :*

- correspondre à l'activité ;
- correspondre à l'image souhaitée ;

- adaptée à la cible (clients et prospects).

⇒ connaître les valeurs des cibles.

*Il est conseillé de choisir **2 polices maximum** dans la charte graphique.*

*Il faut également tenir compte des mises en valeurs :*

- l'utilisation des MAJUSCULES
- l'utilisation du **gras**
- l'utilisation de l'italique
- l'utilisation du soulignement
- l'utilisation du surlignement

*Chaque mise en valeur doit respecter les règles de la langue, garantir la lisibilité et être cohérente avec le texte.*

# Les types de police d'écriture

## Découvrir la symbolique des styles

4 grandes catégories

Une multitude de polices existantes

### Polices avec Serif

Times New Roman  
Courier Cambria  
Georgia Garamond

**Caractéristiques :**

Avec des empattements  
Facilité à suivre la ligne de texte  
Peut rendre le texte difficile à suivre  
Adaptés aux textes longs

**Image donnée :** tradition, élégance, sérieux, "vieille école"

### Polices Sans Serif

Arial  
Verdana Helvetica  
Cardo Roboto  
Montserrat

**Caractéristiques :**

Pas d'empattements  
Facile à lire sur écran  
Recommandées web et mobile

**Image donnée :** moderne, dynamique, volonté d'être lu

### Polices Script ou Cursive

Borel  
Great Vibes Badharse Script  
Adam Script Railey  
Brush Script

**Caractéristiques :**

Imitation de l'écriture manuscrite  
Style personnel  
Problème de lisibilité  
Pour les titres, les signatures, les slogans

**Image donnée :** simple, ornementale, personnalisation

### Polices décoratives

LOVELO LINE Doppler  
Jelly cream Pirou  
Shrikhand HORIZON  
Aloja DRÜCKEN 100R

**Caractéristiques :**

Amusantes, expressives  
Originales  
Problème de lisibilité  
Vite démodées

**Image donnée :** véhicule une émotion, signe culturel, symbole d'un évènement

## • Exemple d'illustrations et d'animations conseillées

- Type de fond de page
- Images et diaporama
- Animations
- Sons et musique
- Vidéo