

## Rédaction web

### *Guide pour retenir et intéresser ses visiteurs*

Version 1.4

Sur le net plus qu'ailleurs, personne n'a envie de perdre son temps et il faut absolument faciliter la lecture des pages aux internautes. Pour ce faire, quelques règles essentielles, mais pourtant simples s'appliquent :

- Faire ressortir les mots-clés de l'article (en gras, en couleur, avec des liens, etc.)
- Rédiger de manière factuelle (les visiteurs cherchent de l'information)
- Avoir toujours un texte d'introduction qui permet d'identifier rapidement le contenu de l'article
- Utiliser des listes à puces ou des présentations dans des tableaux
- Écrire des paragraphes courts séparés par des sous-titres
- Imposer une idée par paragraphe

Sans oublier de faciliter la consultation «offline» en créant une version imprimable, disponible sur une seule page.

#### ***Ecrire pour son public***

Un site dont le contenu se veut efficace doit pouvoir s'adresser à tous les niveaux d'intérêts des différents visiteurs. Le Web oblige justement le rédacteur à aller à l'essentiel. Ce qui peut ne pas sembler très créatif est au contraire un vrai défi, car il est difficile de dire beaucoup en très peu de mots. Savoir créer un contenu adapté aux différents intérêts de tous les visiteurs augmente nettement la qualité de consultation d'un site.

#### ***Les articles longs sont permis***

En fonction du sujet et de l'intérêt du lecteur, le texte a le droit d'être long. C'est même recommandé pour des articles de fond qui traitent d'un sujet spécifique. La seule chose à éviter est de placer sans avertissement un très long texte sur la page d'arrivée ou sur la première page d'une section.

Le sujet traité doit être annoncé sur une page qui précède avec un texte d'introduction qui en résume le contenu. Cela permet de capturer les visiteurs intéressés qui vont décider par eux-mêmes de continuer sur l'article de fond.

#### ***La pyramide inversée***

Jacob Nielsen, spécialiste en tests et ergonomie d'utilisation de sites, suggère de toujours commencer un article sur Internet par sa conclusion, suivi par le détail et les informations de fond. Comme des études ont prouvé que les visiteurs ne font a priori pas défiler une page Web, il faut donc captiver leur attention dès le début. Cette méthode de la pyramide inversée permet d'améliorer nettement l'efficacité d'utilisation des sites.

## ***Le style***

Les internautes n'aiment pas les textes trop promotionnels. Ils recherchent avant tout la crédibilité de l'information et préfèrent aller directement au fait. Pour ces raisons, la confiance dans un site tombe rapidement si les visiteurs ont l'impression que la manière de rédiger exagère beaucoup la réalité.

## ***La mise en pages***

La mise en pages du contenu est aussi importante que l'écrit. Même si le rédacteur n'a pas souvent son mot à dire dans la mise en forme, la façon de présenter le texte influence particulièrement la manière dont que les visiteurs « scannent » la page et décident d'y rester.

- ▶ Eviter les fonds sombres et les textes clairs
- ▶ Laisser beaucoup d'espace à gauche et à droite du texte
- ▶ Préférer une police très lisible (Arial, Verdana)
- ▶ Utiliser le gras pour mettre en valeur les mots clés
- ▶ Toujours faciliter l'impression du texte

Ce dernier point est très important, car les gens aiment « encore » lire sur papier. On ne voit malheureusement que trop souvent des sites avec une explication particulièrement intéressante qui s'ouvre dans une nouvelle fenêtre où les boutons de fonction ont disparu (dont le bouton « imprimer »...).

## ***Le titre***

Un titre efficace doit seulement être rédigé tout à la fin. En relisant et en analysant le contenu du texte, on arrive à définir les mots à utiliser pour le titre. Les meilleurs titres sont ceux qui sont les plus précis, car il ne faut jamais présumer que le lecteur sait de quoi traite l'article.

Un visiteur peut arriver depuis n'importe quel lien sur le net directement sur la page du contenu sans passer par la page de bienvenue qui aurait pu lui présenter le sujet. Et s'il arrive depuis un moteur de recherche, ce sera souvent grâce à la pertinence du titre qui est repris sur la page de résultat.

## ***L'introduction = la conclusion***

Le texte d'introduction suit le même processus que pour le titre : analyse du contenu et mise en avant des mots-clés. Il doit même être la conclusion de l'article, reprenant les points importants et la promesse de ce que le lecteur va apprendre en lisant la suite. C'est à ce stade que le lecteur décide si cela vaut la peine de continuer.

## ***Les sous-titres***

Les sous-titres ont une grande importance dans la rédaction d'articles en ligne. Non seulement ils permettent de bien diviser les paragraphes, mais ils vont aider à la compréhension du contenu pour ceux qui ne font que traverser la page du regard. Ils permettent aussi, et surtout, de se repérer dans les longues pages où l'on est obligé d'utiliser l'ascenseur.

## ***Les paragraphes***

Les paragraphes doivent être courts. Si la personne doit lire le texte sur un écran, elle aura besoin de « respirer » à intervalles réguliers. Un visiteur sera plus enclin à commencer la lecture s'il se rend compte dès le premier instant que le texte est bien structuré et aéré.

Pour un texte plus commercial, on peut découper le contenu sur plusieurs pages et placer des graphiques, des tableaux ainsi que des explications complémentaires dans des nouvelles fenêtres.

## ***Les liens***

Il ne faut pas avoir peur d'insérer des liens dans le texte. Souvent c'est même recommandé, car il s'avère que les visiteurs font plus attention à un lien dans le texte qu'au plus beau des boutons animés qui se trouve dans la marge. Il est néanmoins préférable de les placer en fin d'article, car si le visiteur décide de commencer à lire le texte ce n'est pas pour partir sur une autre page.