

AIDE-MÉMOIRE SITE WEB

Remarque : Cet aide-mémoire sert de complément aux contenus correspondants de la brochure « *Relations publiques dans le scoutisme* ». Il est recommandé d'étudier également le chapitre concordant se trouvant dans cette brochure.

Structuration

- Il existe aujourd'hui différents fournisseurs en ligne (terme de recherche « créer un site web »), comme par exemple Jimdo ou Wix.com), qui te permettent de créer un site web relativement facilement selon le principe modulaire. Tous les éléments sont préfabriqués et tu peux les adapter à souhait (p. ex. galerie de photos, boutique en ligne, forum, etc.).
- Ces offres sont en partie gratuites mais présentent des restrictions massives quant au choix des éléments de contenu, etc. Dans la plupart des cas, cela vaut la peine d'investir un peu d'argent (avec environ CHF 200.- par an, tu t'en sors généralement bien).
- Si tu as l'ambition de créer un site web à partir de zéro ou si tu disposes du budget nécessaire pour ce faire, tu en as la possibilité. Cela peut cependant rapidement s'avérer très complexe ou coûteux. N'oublie pas non plus que le site web doit rester opérationnel même si la personne qui a tout mis en place quitte le scoutisme et que, par conséquent, elle n'est plus en mesure de te soutenir.
- Utilise la charte graphique (couleurs, police de caractères, etc.) de ton organisation pour créer ton site web !

Public cible

Le public cible d'un site web est varié. Il se compose :

- des membres de ton groupe, de leurs parents ou représentants légaux et des responsables ;
- de personnes intéressées par le scoutisme, resp. par ton groupe (p. ex. les parents de membres potentiels), dont la langue maternelle n'est pas forcément le français et qui ne connaissent pas (encore) le scoutisme en tant qu'organisation ;
- de professionnels médiatiques ou des autorités ;
- de membres d'autres groupes scouts qui souhaitent s'inspirer ou s'échanger.



Contenu

Veille également à structurer le site web de manière à ce que :

- **les non-scout·e·s accèdent le plus rapidement possible aux contenus pertinents** et ne se perdent pas dans un éventail d'informations internes ; il est donc par exemple essentiel d'indiquer quand et où ont lieu les prochaines activités ;
- les informations pertinentes soient transmises dans **un langage simple** et/ou dans différentes langues ;
- tu disposes d'une **adresse de contact** à laquelle les familles ou représentants légaux intéressés puissent s'adresser ;
- les informations les plus importantes sur le scoutisme soient accessibles rapidement ; tu peux par exemple créer un **lien vers la FAQ** du MSdS ou répondre directement aux questions sur le site de ton groupe ;
- les informations importantes sur le scoutisme soient disponibles en plusieurs langues ; tu peux par exemple faire en sorte que les flyers informant de manière générale sur le scoutisme en différentes langues soient liés à **l'espace de téléchargement** du site web du MSdS.

Liens vers des documents

Crée des liens vers les documents du MSdS (ou des associations cantonales) et ne les télécharge pas directement sur ton site. Ainsi, la garantie peut être donnée qu'ils restent à jour et que l'accès à la version la plus récente est assuré à tout moment.

Gestion du site web

- Ton site web nécessite un suivi actif afin qu'il reste à jour. Tu peux, en principe, paramétrer des droits d'accès pour les sites web à système modulaire ou protéger certains domaines par des mots de passe. Ainsi, tu t'assures que chaque personne qui se connecte ne peut modifier que la partie du site qu'elle est censée traiter.
- Réponds aux demandes des visiteurs du site : tu peux configurer ton site de manière à ce que les questions soient envoyées via un formulaire directement à ton adresse électronique, ce qui te permettra de répondre rapidement.

Analyse du site web / SEO (optimisation des moteurs de recherche)

- Pour suivre et analyser l'activité de ton site web, il existe diverses possibilités. Des outils de base sont souvent disponibles si tu as créé ton site web en ligne (système modulaire). Tu peux, par exemple, détecter le nombre de personnes ayant consulté tel ou tel contenu tel ou tel jour, ce qui peut t'aider à évaluer la pertinence des différentes sous-pages.
- SEO (Search Engine Optimization) signifie « optimisation des moteurs de recherche ». Il s'agit de faire en sorte que ton site web ou les contenus apparaissent de manière optimale lors d'une recherche. On trouve plusieurs instructions et astuces utiles en ligne à ce



sujet. Cela vaut la peine d'y jeter un coup d'œil et de procéder éventuellement à l'optimisation du site web.

