



TRAVAILLER AVEC UNE AGENCE WEB

Vous ne vous sentez pas capable de créer seul votre site, et vous avez décidé de passer par une agence. Soyez tout de suite rassuré, c'est une bonne décision. Si vous voulez que vos relations soient les meilleures possibles, que le résultats correspondent à vos attentes initiales, et surtout, ne pas avoir le sentiment de s'être fait "avoir". Voici 10 points de vigilance à connaître lorsque vous travaillez avec une agence web.

1 La notion de propriété

Le site web

Sous traiter ne signifie pas céder. Vous devez être très vigilant sur la notion de propriété. Le site vous appartient et votre contrat doit mentionner les conditions de départ. Vous devez obtenir une archive du site (fichiers + base de données) et vous assurez qu'il sera possible de conserver tous les développements et créations. Soyez vigilant sur les droits de propriété intellectuelle, et posez des questions à l'agence avant de signer. Puis-je récupérer l'ensemble de mon site en cas de départ ?

Le nom de domaine

Le Nom de domaine doit être **IMPÉRATIVEMENT** déposé en votre nom, vous devez être le titulaire. Il existe 4 contacts rattachés à un nom de domaine : Contact propriétaire, contact administratif, contact technique, contact facturation. La répartition se fait de la façon suivante. Vous êtes le contact propriétaire et administratif, l'agence est le contact technique et de facturation.

Les applications satellites

Les agences ont souvent recours à des services pour la gestion des sites internet : Google Analytics pour le suivi d'audience, abonnement premium pour des services sous Wordpress. Veillez à ce que vos conditions prévoient la transmission de ces éléments en cas de fin de contrat.



2 L'achat du site

Nous vous conseillons d'éviter les formules clé en main mensuelles. Vous êtes liés pour une durée déterminée et le coût final est plus élevé. Préférer un devis qui répond à une expression de besoins et qui détaille les travaux engagés.

3 Le coût global du site

Vous devez dissocier le coût de création et les frais de fonctionnement annuels. Attention, un coût de création anormalement bas peut-être compensé par des frais de fonctionnement élevés. Les frais de fonctionnement intègrent l'hébergement, le nom de domaine et la maintenance corrective et applicative, pour garantir le bon fonctionnement du site.

Renseignez-vous, mais généralement, la maintenance évolutive, celle qui consiste à faire évoluer le site (ajout de photos, de pages, de liens, de fonctionnalités...) n'est pas incluse, ou alors parfois sous forme d'heures à utiliser. Pensez à échanger sur ce sujet là et ainsi éviter les mauvaises surprises.

4 Le cahier des charges

Le cahier des charges, ou expression de besoins est un document indispensable pour cadrer le projet. Inutile de créer des dizaines de pages pour un site internet de gîte, mais lister tous éléments qui vont permettre à l'agence de comprendre vos besoins, donner des exemples de sites, de fonctionnalités, d'univers. Lister ce que vous voulez, mais aussi ce que vous ne voulez pas. Les paroles s'envolent, les écrits restent... Cela vous permet aussi d'indiquer vos conditions et de garder la main sur vos produits.



5 La rédaction, et l'animation, c'est vous !

L'agence vous fournit un outil, elle n'a pas à (et ne doit pas) écrire pour vous. Le développeur web développe, le propriétaire de gîte accueille. Un site internet, c'est ni plus ni moins qu'un service d'accueil. Vous n'imaginerez pas confier à l'agence la gestion des appels téléphoniques, elle ne vous connaît pas dans les détails, serait incapable de répondre à des questions. C'est la même chose pour le site internet. Vous êtes le seul et unique responsable de la partie éditoriale.

6 La formation

La formation est un élément clé dans l'achat d'un site. Vous devez exiger au minimum 1 jour de formation, ou pourquoi pas des formations à distance par séquences d'une ou deux heures. Une bonne formation vous garantira l'autonomie dans la gestion du site, entraînez vous de nouveau, après la formation, testez vos compétences, prenez des notes.

8 La fiabilité de l'agence

Autre point de vigilance, la fiabilité de l'agence. Il existe un turn over important au niveau des agences web, et parfois on découvre par hasard que l'agence avec qui on travaillait a fermé ses portes. Essayez de choisir un agence avec un peu d'ancienneté, une agence qui soit en capacité de vous présenter des projets réalisés et d'obtenir des retours clients.

Quelques appels téléphoniques auprès des anciens clients vous évitera bien des surprises. Autre point, rien ne vous oblige à travailler avec un partenaire local. La gestion d'un projet web peut se faire à distance sans aucun problème, et la proximité ne vous apporte aucune garantie supplémentaire.

7 Le référencement

Ne soyez pas trop naïf. Une agence web ne peut pas vous garantir la 1ere position dans Google dans un secteur ultra concurrentiel. Demandez un état précis des travaux qui vont être réalisés comme les mots clés, le balisage sémantique, les optimisations techniques... Et définissez des objectifs mesurables et atteignables. Être 1er sur sa marque par exemple.

9 Les modalités de contact

Comment contacter l'agence ? Le numéro de téléphone est-il surtaxé ? Est-il possible d'avoir un interlocuteur unique ? Anticipez le moment où vous aurez besoin de contacter l'agence et posez-vous les bonnes questions.

10 Prenez le temps

Concevoir un site prend du temps, il faut l'admettre. Prenez le temps de faire faire plusieurs devis, d'échanger, de poser des questions. La précipitation nous fait prendre les mauvaises décisions. Il est préférable d'avoir un projet qui dure un peu mais qui nous apporte le résultat attendu.