



Ressources en ligne .....	11
Introduction .....	13
<b>Partie 1 - PHASE STRATÉGIQUE .....</b>	<b>21</b>
<b>Chapitre 1 - C'est quoi, le design web ? .....</b>	<b>23</b>
Non, le design web n'est PAS QUE la création d'interfaces web .....	24
Le design centré sur l'utilisateur [ <i>user centered design, UCD</i> ] .....	25
<b>Chapitre 2 - État des lieux : code, <i>low-code</i> ou <i>no-code</i> ? .....</b>	<b>31</b>
Différences entre <i>low-code</i> et <i>no-code</i> .....	32
Un aperçu du marché.....	34
Avantages du <i>low-code/no-code</i> .....	34
<b>Chapitre 3 - Choisissez votre plateforme <i>no-code</i> .....</b>	<b>37</b>
Évaluez les plateformes.....	37
Serveurs & hébergement.....	43
<b>Chapitre 4 - Site web et écosystème de marketing digital .....</b>	<b>49</b>
Qu'est-ce que l'écosystème de marketing digital ?.....	50
Les éléments de l'écosystème de marketing digital .....	51
Pourquoi avez-vous besoin d'un écosystème de marketing digital ?.....	53
<b>Chapitre 5 - Marque, <i>branding</i> et identité de marque.....</b>	<b>55</b>
Différence entre marque, <i>branding</i> et identité de marque.....	56

Qu'est-ce que la marque, le <i>branding</i> , l'identité de marque ?.....	58
<i>Brand management</i> et <i>brand building</i> .....	60
Pour conclure .....	60
<b>Chapitre 6 - L'approche <i>Growth-Driven Design</i></b> .....	61
Quels sont les avantages de la méthodologie GDD ?.....	62
Comment fonctionne le <i>Growth-Driven Design</i> (GDD) ?.....	63
La stratégie.....	64
La rampe de lancement [ <i>launch pad</i> ].....	66
L'amélioration continue .....	66
Pour récapituler .....	70
<b>Partie 2 - PHASE OPÉRATIONNELLE</b> .....	71
<b>Chapitre 7 - Le document de spécifications</b> .....	73
Pourquoi créer un site web ? .....	74
Le but et les objectifs du projet.....	75
Profil de l'entreprise .....	80
Position sur le marché et analyse de la concurrence.....	80
Analyse de l'audience cible, profils et scénarios d'utilisation .....	81
Communiquer le message .....	91
Contenu + Architecture de l'information .....	92
Exigences technologiques et fonctionnelles .....	96
Coût.....	96
Calendrier de production.....	98
<b>Chapitre 8 - Accélérez votre design de site web : High Speed UX.</b> 101	
Les différents types d'expérience .....	101
Livrables UX à connaître .....	104
<b>Chapitre 9 - Le design d'interface utilisateur</b> .....	113
Le design visuel.....	114
Couleur .....	118
Typographie.....	125
Mise en page.....	141

Patterns essentiels de mise en page .....	165
Règles faciles de design d'interface utilisateur .....	179
<b>Chapitre 10 - Votre site Internet avec le StoryBrand® Framework ..</b>	<b>185</b>
Contexte.....	186
Rédigez le contenu de votre site web .....	189
Pour terminer.....	209
<b>Chapitre 11 - Votre site Internet gratuit et sans codage, pas à pas ..</b>	<b>211</b>
Avec WordPress.com .....	212
Avec Webflow.....	230
Avec Systeme.io.....	239
<b>Chapitre 12 - Mesurez et améliorez les performances de votre site internet .....</b>	<b>245</b>
Créez une stratégie d'analyse web centrée sur le client.....	246
Outils d'analyse web pour améliorer votre site et développer votre entreprise .....	256
Recommandations d'ouvrages pour le marketing digital.....	268
<b>Partie 3 - PROJET .....</b>	<b>271</b>
<b>Chapitre 13 - Document de spécifications free move .....</b>	<b>273</b>
But et objectifs du projet.....	274
Profil de l'entreprise .....	277
Position sur le marché et analyse de la concurrence.....	279
Analyse de l'audience cible, profils et scénarios d'utilisation .....	287
Communiquer le message .....	291
Contenu + Architecture de l'information .....	300
Exigences technologiques et fonctionnelles .....	321
Coût.....	324
Calendrier de production.....	324
Conclusion .....	325
À propos de l'auteur.....	327