



Ressources en ligne	11
Introduction	13
Partie 1 - PHASE STRATÉGIQUE	21
Chapitre 1 - C'est quoi, le design web ?	23
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
Chapitre 2 - État des lieux : code, <i>low-code</i> ou <i>no-code</i> ?	31
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
Chapitre 3 - Choisissez votre plateforme <i>no-code</i>	37
Évaluez les plateformes.....	37
Serveurs & hébergement.....	43
Chapitre 4 - Site web et écosystème de marketing digital	49
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
Chapitre 5 - Marque, <i>branding</i> et identité de marque.....	55
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
Chapitre 6 - L'approche <i>Growth-Driven Design</i>	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
Partie 2 - PHASE OPÉRATIONNELLE	71
Chapitre 7 - Le document de spécifications	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
Chapitre 8 - Accélérez votre design de site web : High Speed UX. 101	
Les différents types d'expérience	101
Livrables UX à connaître	104
Chapitre 9 - Le design d'interface utilisateur	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
Chapitre 10 - Votre site Internet avec le StoryBrand® Framework ..	185
Contexte.....	186
Rédigez le contenu de votre site web	189
Pour terminer.....	209
Chapitre 11 - Votre site Internet gratuit et sans codage, pas à pas ..	211
Avec WordPress.com	212
Avec Webflow.....	230
Avec Systeme.io.....	239
Chapitre 12 - Mesurez et améliorez les performances de votre site internet	245
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
Partie 3 - PROJET	271
Chapitre 13 - Document de spécifications free move	273
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