

Qu'est-ce qu'un webmaster ?

Le terme « webmaster » est un terme générique qui désigne une personne qui s'occupe d'un site Internet. En réalité, une ou plusieurs personnes peuvent intervenir sur un site, avec des compétences diverses. Nous vous proposons une liste, non exhaustive, des différentes missions confiées au webmaster.

1. Etude du projet / Gestion de projet

Un site internet n'est pas un objectif en soi, il peut répondre à différents objectifs :

- communication de l'entreprise
- boutique en ligne
- vente d'espaces publicitaires pour les annonceurs

En fonction des objectifs du site, des compétences différentes peuvent être utiles.(communication, marketing...)

Un webmaster peut-être une personne qui sert de coordonnateur entre différents intervenants en interne ou externe (agences). Les compétences requises sont alors plus liées au management qu'à la technique.

Compétences requises : communication, marketing, gestion de projet, bonne culture générale web, connaissances techniques si nécessaire...

2. Création du site

a) Graphisme / Direction artistique / Design sonore

L'art de créer une charte cohérente et une identité visuelle. Pour le moment limité, l'environnement sonore n'est plus à négliger.

Créatif, c'est ici que vous vous exprimez.

Compétences : création graphique, logiciels de création...

b) Intégration graphique / Webdesign / Accessibilité / Ergonomie

Le matériau principal d'Internet reste XHTML / CSS (historiquement HTML). Une voie secondaire s'ouvre avec Flash mais répond principalement à des besoins plus poussés (animations, effets visuels et sonores).

Même si cette partie dépend énormément de la charte graphique, il y a des normes et des contraintes propres aux sites web.

Compétences requises : XHTML / CSS, sensibilité aux normes, bon sens... Flash reste encore un monde à part, mais nécessaire.

c) Intégration technique / Templating

Les pages XHTML / CSS en dur ont été créées. Si vous ne voulez pas passer pour un 'has been' en gardant un site statique, obligation pour vous de relier tout ça à une base de données. Que vous utilisiez un CMS (Content Management System) ou un script développé à la main, il vous faut insérer dans votre code XHTML / CSS les données issues de la base de données fournies par votre outil.

Compétences requises : XHTML / CSS, programmation, connaissances des CMS

d) Plateforme technique

Outils clés en main, open source ou payant

L'avènement des outils modernes, gratuits ou payants, a permis de mettre à disposition des scripts performants, paramétrables et personnalisables sans avoir à écrire une ligne de code. Il vous faudra cependant apprendre à connaître ces outils et vous plier à leur logique pour les installer sur le serveur web et les paramétrer. Certains outils sont très complets et disposent d'une multitude de plugins qui permet souvent de répondre aux besoins les plus courants.

Exemple : SPIP, modx, typo3, Joomla, OSCCommerce, SugarCRM...

Pour les plus chevronnés, l'écriture de modules, de plugins et de développements complémentaires représentera une plus-value.

Compétences requises : normalement uniquement XHTML / CSS, mais une connaissance de la programmation est vraiment un GROS avantage. Des notions sur les bases de données sont aussi un atout.

Intranet, applications web

Langage de script :

PHP, ASP etc...

Les langages de script côté serveur sont multiples. Ce sont eux qui vous permettent d'interpréter les informations envoyées par les utilisateurs au serveur. Ils iront interroger la base de données, contrôler les droits d'accès et faire le café !

Vous pourrez vous lancer dans la création d'applications complexes.

Pour les projets de très grande envergure, il vous faudra savoir gérer un projet. Nous arrivons à la frontière du site internet classique pour entrer dans une autre sphère de l'informatique : le développement informatique et tout ce qui touche au génie logiciel.

Compétences requises : algorithme, programmation, modélisation de base de données, modélisation d'application, gestion de projet...

3. La vie du site

a) Gestion du contenu

L'approche va ici dépendre de quoi le site est fait : des qualités éditoriales seront primordiales pour le portail d'une société. Pour une boutique en ligne, la description des articles nécessitera une bonne connaissance des produits. Une réelle approche de communication /marketing reste un atout.

b) Référencement, positionnement

Le graal des référenceurs : apparaître en première page de Google sur un mot clé donné. Avant tout ça, vous devrez passer par la case promotion du site. Il ne faut pas oublier que tout ceci se travaille dès la conception du site. Un site mal conçu peut se voir pénalisé par rapport à un site optimisé.

c) Promouvoir le site

Plusieurs outils sont aussi à disposition : newsletter, mise à jour du contenu, opération marketing, mailing, emailing, référencement, achats de liens, échanges de liens, publicités...

d) Maintenance

Sauvegarde du site, mises à jour de sécurité, vérification du bon fonctionnement de votre site, corrections des bugs, ajout de nouvelles fonctionnalités...

e) Hébergement du site :

Sans serveur web, point de site. Il vous faut un hébergement de qualité. Mutualisé ou dédié, il vous demandera quand même un minimum de connaissances.