

CRÉER SON SITE WEB AVEC WORDPRESS

**Programme de Formations
2016 - 2017**

AVANT-PROPOS

Dans notre monde moderne, où les gens passent de plus en plus de temps sur Internet, avoir un site web pour une organisation est devenu une réelle nécessité. Un site internet est une vitrine, une fenêtre ouverte sur le monde, qui permet d'informer, de communiquer, de partager, de se faire connaître et d'aller à la rencontre de son public.

Beaucoup d'associations souhaitent pouvoir développer et gérer un site internet par elles-mêmes, en évitant de recourir à une intervention extérieure et sans devoir développer de connaissances techniques approfondies.

Aujourd'hui, les logiciels de type CMS (Content Management System), dont WordPress fait partie, offrent la possibilité de se lancer dans la création d'un site web sans nécessiter l'expertise d'un informaticien. Mais cela ne s'improvise pas pour autant !

Avant de se lancer, il est utile de réfléchir son projet et de se poser quelques questions : Pourquoi faire un site internet ? A qui veut-on s'adresser ? Que veut-on transmettre ? Comment mettre en place concrètement un site web à l'aide d'un logiciel CMS ? ...

La formation proposée par la LUSS "Créer son site web avec WordPress" vise à donner les bases nécessaires aux participants pour se lancer dans la création de leur propre site.

Dans cet esprit, cette formation abordera deux grandes parties :

- Les étapes de la création d'un site internet : structure du site, contenus et design
- Les bases techniques nécessaires sur WordPress.

TABLE DES MATIÈRES

PARTIE 1 - STRUCTURE DU SITE, CONTENUS ET DESIGN

POURQUOI FAIRE UN SITE WEB ?	6
QUE VOULEZ-VOUS COMMUNIQUER ET AVEC QUI ?	7
ETABLIR UNE ARBORESCENCE EFFICACE	8
CONCEVOIR LES MAQUETTES DE VOS PAGES	11
Les couleurs et les polices de caractère	11
Créer des repères pour faciliter la lecture : quelques standards web à respecter	12
Politique d'illustrations et droits d'image	13
Réaliser les maquettes de vos pages web	14
ANALYSE CRITIQUE DE SITES INTERNET	15
LES CLÉS DE LA RÉDACTION WEB	15
La « pyramide inversée »	15
La règle des « 5W + H »	16
Structure de phrase et rythme de lecture	17
COMPLÉMENT : LE RÉFÉRENCIEMENT NATUREL	18

PARTIE 2 - BASES TECHNIQUES ET PREMIERS PAS SUR WORDPRESS

INTRODUCTION	20
ETAPES TECHNIQUES DE LA CRÉATION DE SITE WEB	20
Choisir un nom de domaine	20
Choisir un hébergeur	21
Transfert de fichiers : Filezilla	22

Télécharger & Préparer l'installation de votre site sous WordPress	22
Installation	24
Démarrer	26
Plugins, Thèmes et Widgets	26
Contenus : Articles, Pages – Catégories, Étiquettes	32

ANENEXES

ANNEXE 1 : FILEZILLA	34
ANNEXE 2 : PHPMYADMIN	35
ANNEXE 3 : POINTS D'ATTENTION	37

PARTIE 1

STRUCTURE DU SITE -
CONTENUS - DESIGN

POURQUOI FAIRE UN SITE WEB ?

Comme tout projet, la première étape consiste à déterminer vos objectifs. La définition des objectifs permet de lister vos besoins et implique certains choix techniques.

Il est important de **lister tous vos besoins dès le début** pour concevoir votre site de manière globale.

Voici quelques exemples d'objectifs :

- Faire connaître votre association
- Informer sur une pathologie
- Vendre des produits
- Faire la promotion de vos activités
- Acquérir de nouveaux adhérents
- Diffuser de l'information aux professionnels
- ...

Cette étape inclut une réflexion sur les fonctionnalités car cela impliquera certains choix techniques pour la suite. Faire la promotion de vos activités vous conduira par exemple à choisir l'utilisation d'un agenda sur votre page web.

Nous aborderons les aspects techniques dans la partie 2 du cours dédiée à l'utilisation de WordPress. A ce stade, retenez surtout qu'il est important de considérer tous les besoins dès le départ. Pour plus d'inspiration à ce sujet, vous pouvez consulter la [liste des modules gratuits WordPress](#).

Exercice 1 : Lister les objectifs : Pourquoi votre asbl souhaite-t-elle créer un site ?

QUE VOULEZ-VOUS COMMUNIQUER ET AVEC QUI ?

La seconde étape consiste à définir ses publics-cibles. Cela vous permettra d'identifier différents contenus mais aussi de considérer l'état de connaissances de différents publics dans votre rédaction.

Posez-vous les questions suivantes : **Qui voulez-vous toucher ? Que voulez-vous leur dire ?**

Exemple : la connaissance d'un patient sur la maladie d'Alzheimer n'est pas la même que celle d'un médecin ou des ministres en charge de la santé.

Des disparités existent au-sein même d'un groupe cible. Selon leurs parcours, les patients n'ont pas tous la même connaissance de leur propre pathologie ou du système de santé.

Exemple : Une personne tout juste diagnostiquée aura d'autres besoins en termes d'information qu'une personne plus familiarisée au système de santé.

Pour réaliser cet exercice, il est conseillé de lister tous les publics potentiels et, dans un second temps, de les hiérarchiser et de les prioriser.

Toute communication demande de se mettre dans la peau de la personne qui reçoit votre information car cela permet d'identifier ses besoins et donc, de mieux répondre à ses questions.

Toute communication veillera à être accessible et compréhensible pour le plus grand nombre, et en conséquence à utiliser un langage simple et des structures de phrase simples également.

Exercice 2 : Lister vos publics-cibles et leurs besoins

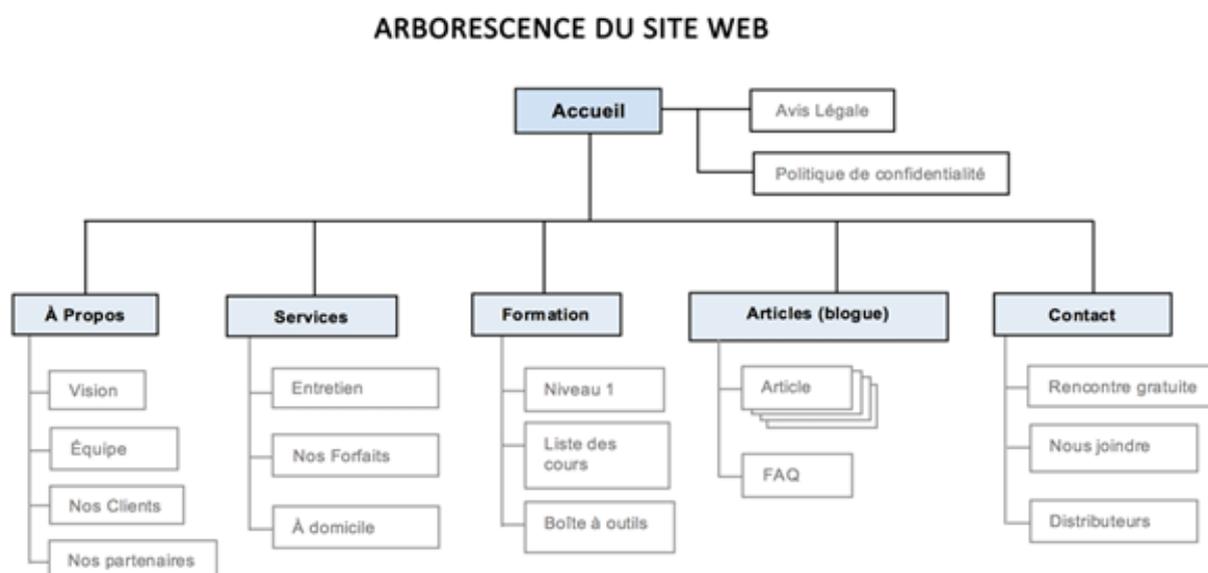
ETABLIR UNE ARBORESCENCE EFFICACE

Un site de qualité a une arborescence de qualité. L'arborescence est très importante pour une bonne ergonomie.

L'arborescence d'un site web est une représentation de la structure et de l'organisation de l'information et des contenus sur un site web.

Elle part de la page d'accueil et est généralement structurée en rubriques, sous rubriques et pages.

Faire une arborescence, c'est donc structurer son contenu de façon à obtenir le schéma global du site internet, à savoir : les menus, les sous-menus et les contenus de chaque page.



La page d'accueil est la vitrine de votre site et doit à ce titre, proposer tous les contenus que vous souhaitez mettre en valeur. C'est la même logique qu'une vitrine de magasin, dans laquelle le commerçant place judicieusement ses articles pour attirer le visiteur et lui montrer l'étendue des produits qu'il propose.

La page d'accueil devient ainsi un point d'accès vers les autres pages du site. On parle de **liens de navigation** pour désigner les liens à mettre en place entre différentes pages ou différents contenus.

Ces liens de navigation ne concernent pas seulement la page d'accueil mais tout votre site. Vous devez les réfléchir à cette étape.

Exemple : Si vous faites référence à votre pathologie dans la présentation de votre association, vous pouvez y introduire un lien vers une page dédiée à l'explication de la pathologie.

Exercice 3 : Réussir son arborescence avec la méthode des post-it

1. Lister tous les contenus de votre site web

La première étape consiste à recenser toutes les informations qui doivent être publiées sur le site web et de les retranscrire dans un tableau Excel.

Dans le cas de la refonte d'un site internet existant, on recense alors tous les contenus de toutes les pages. On y ajoute ensuite les nouveaux contenus à intégrer.

2. Préparer les post-it

La seconde étape consiste à retranscrire chaque item sur un post-it. Les post-it sont faciles à manipuler pour la suite, pour les regrouper ensemble et créer ainsi des rubriques.

Attention à la clarté des intitulés. Restez synthétiques ! Il est inutile de décrire tout le contenu de chaque page mais plutôt de le désigner simplement, en quelques mots.

3. Organiser un atelier tri des post-it

L'idéal est de faire cet exercice en groupe. Cela vous permettra d'évaluer la bonne compréhension de vos intitulés et le cas échéant, de les reformuler. En plus des personnes actives dans votre association, vous pouvez inviter tout utilisateur du web de votre entourage !

A défaut, vous pouvez réaliser le tri des post-it par vous-même mais il reste important de confronter votre classement à d'autres avis. La structure d'un site est une étape à ne pas négliger car la bonne lisibilité/compréhension du site en découle.

4. Classer les post-it par groupe thématique

La quatrième étape consiste à regrouper les post-it par contenus similaires ou groupes thématiques. Il est par exemple commun de regrouper « Les missions de l'asbl » avec « Les statuts de l'asbl ». Ce sont des contenus liés à une même thématique, l'asbl.

C'est à ce stade-ci que vous réaliserez que la logique des uns n'est pas toujours la logique des autres ! Mais puisqu'un site web est "tous-publics", il doit être compréhensible pour tous.

5. Nommer les groupes

Après avoir regroupé vos contenus, vous devrez trouver un intitulé pour désigner chaque groupe. C'est la naissance de vos menus, ou de vos onglets si vous préférez. L'important est de trouver des intitulés clairs et concis. Lorsque vous naviguez sur un site internet, vous ne voyez jamais des intitulés de menus tels que « L'association a pour mission de ... » mais plutôt « Mission » par exemple.

6. Finaliser l'arborescence

La dernière étape consiste à retranscrire l'arborescence des post-it dans un tableau Excel, en vérifiant que tous les contenus sont bien dans la bonne catégorie.

CONCEVOIR LES MAQUETTES DE VOS PAGES

La qualité d'un site passe aussi par le design et l'ergonomie.

WordPress propose de nombreux design de site gratuitement, appelés « thèmes ». [En voici quelques exemples.](#)

Cette partie sera davantage explicitée dans la partie 2 de la formation mais sachez que le design de votre site est inévitablement lié aux « thèmes » disponibles sur WordPress.

Pour trouver des sources d'inspiration, vous pouvez réaliser un bref « benchmark » qui consiste à regarder ce qui existe dans l'univers du web. Vous y repérez des sites qui vous plaisent, d'autres qui ne vous plaisent pas et vous dégager ainsi quelques idées et critères de sélection pour le thème.

LES COULEURS ET LES POLICES DE CARACTÈRE

Police de caractères

Ce n'est pas l'originalité qui prime dans le choix de la police de caractères mais bien la lisibilité. Le choix de la police est très important. Elle doit permettre aux internautes de lire aisément vos contenus et non de faire un effort de décodage.

Choisir les polices de caractère :

- Bannissez les polices manuscrites (*Police - Polico - Polico*) ou tout autre effet de genre (**POLICE, Polico**). Cela nuit à la bonne lisibilité et fatigue les internautes inutilement.
- On préférera des typologies proches de la machine à écrire, comme Calibri et Times New Roman par exemple. Mais il y en a d'autres.
- Combien de polices différentes ? En général, on recourt à 2 polices maximum. L'une pour la « titraille » (titres et sous-titres), l'autre pour le corps de texte. Mais l'on peut aussi fonctionner avec une seule police. Il est en tout cas déconseillé d'aller au-delà de 3.
- Vous ne trouvez pas votre bonheur dans les polices par défaut et vous souhaitez en télécharger sur internet ? C'est possible mais vivement déconseillé ! Certaines polices rendent les caractères spéciaux illisibles (é à ù « '*) et elles ne sont pas toutes perçues correctement par les ordinateurs. Soyez donc attentifs aux polices proposées par WordPress avant de choisir définitivement votre thème. Soyez également attentifs aux possibilités de paramétrage sur WordPress : pouvez-vous changer la police liée à ce thème ?

Tailles de caractère

La taille de caractère varie selon la police choisie. Le 12 points en calibri semble plus petit qu'en times new roman par exemple.

Soyez attentif à cela car beaucoup d'internautes ont une vue basse ou moyenne. Il est fortement déconseillé de descendre en-dessous de 12 points.

Utilisation des couleurs

La couleur vous permet de rendre vos pages plus vivantes et plus aérées. Mais le maître mot est **sobriété**. Le texte le plus lisible et le moins fatigant est le texte noir sur fond blanc. Vous pouvez vous éloigner légèrement de ce standard à condition de toujours garder un bon contraste entre le fond et le texte.

- **Contraste** : un fond clair (blanc ou autres nuances très légères) et une couleur foncée pour la police
- **Pas de mélange extravagant** comme du jaune sur du mauve ou de l'orange sur du bleu
- **Etre systématique** : si vous choisissez le bleu comme couleur de titre et le vert comme couleur de sous-titre, appliquez la même chose partout. Inconsciemment, vous créez des repères chez les lecteurs.

CRÉER DES REPÈRES POUR FACILITER LA LECTURE : QUELQUES STANDARDS WEB À RESPECTER

- **Des titres de page clairs**. Où suis-je ? D'où vins-je ? Où vais-je ? Evitez à vos visiteurs de se perdre dans ces questions philosophiques ! Donnez-leur des repères !
- **Des sous-titres et une mise en page aérée**. Segmentez vos informations en chapitres clairement identifiés. Vos visiteurs doivent pouvoir choisir ce qu'ils veulent lire ou zapper.
- **Pas de textes soulignés**. Sur le web, un mot ou une expression soulignée est un lien. N'utilisez jamais le soulignement dans un autre but. Jouez plutôt sur la couleur, sur la taille ou sur le gras.
- **Des colonnes étroites**. L'œil se fatigue s'il doit parcourir des kilomètres pour suivre le texte. Concevez plutôt vos textes comme des articles de presse, présentés en colonnes. Vos colonnes doivent faire entre 10cm et 15 cm de large.
- **Oubliez les gadgets** : Compteurs, animations flash et autres gadgets n'apportent rien à votre site. Ils fatiguent les yeux et distraient les visiteurs de votre véritable contenu. On se moque éperdument de savoir qu'on est le 250ème visiteur sur votre site depuis le 4 avril 1950.

POLITIQUE D'ILLUSTRATIONS ET DROITS D'IMAGE

Les illustrations personnalisent votre site et le rendent vivant ! Une image n'active pas la même zone du cerveau qu'un texte. Un texte se décode, se lit et doit être compris. Une image appelle à l'imaginaire et ne demande aucun effort de compréhension. Cela permet donc de mieux aérer vos textes.

Comment choisir ?

Les illustrations ne se choisissent pas n'importe comment. Une illustration en vis-à-vis d'un texte doit faire lien avec ce texte. Il faut donc **trouver une affiliation entre le texte et l'image**.

Exemple : si vous détaillez une recette de cuisine, vous choisirez une illustration de cuisine et non une belle voiture !

De même, vous devez veiller à un minimum de cohérence entre toutes les images pour respecter le design global de votre site. Vous n'allez par exemple pas noyer une photo en noir et blanc très professionnel avec les photos colorées de vos événements.

La qualité des images est tout aussi importante. Les images en basse résolution seront pixellisées et votre site risque alors d'être perçu comme amateur. Evidemment, la résolution nécessaire pour une image dépend du contexte dans lequel elle s'insère ! Une large bannière sur votre site devra être de meilleure qualité qu'un petit icône autour d'un seul petit paragraphe.

Nous n'allons pas ici entrer dans le détail car nous ne sommes pas des professionnels de la photo et cela appelle d'autres notions complexes (pixels, dpi, résolutions d'écran, retouches).

Il est en tout cas conseillé de réfléchir soigneusement aux illustrations d'un site internet de façon à conserver une belle harmonie. Vous pouvez également faire plusieurs tests avant de publier vos pages pour vérifier la bonne qualité des illustrations.

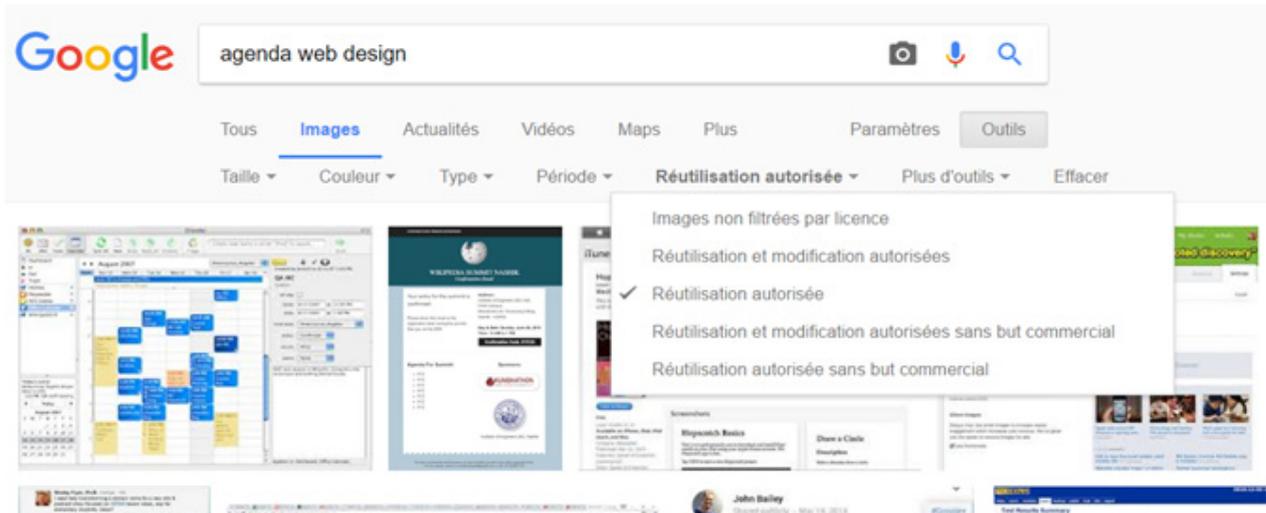
Droits à l'image

Les illustrations posent des questions quant au droit à l'image. Cette question est complexe et sensible. Elle renvoie à des [dispositions légales relatives au droit à l'image et à la vie privée](#). Elle sera en partie abordée lors de la deuxième partie de la formation, sur la dimension du copyright.

Vous ne pouvez par exemple pas utiliser l'image d'une personne précise en gros plan sans son accord.

Pour éviter tout problème, vous pouvez utiliser des banques d'images gratuites sur Internet, sans droit d'auteur. La plateforme [Pixabay](#) en est un exemple. Elle offre en plus des images de très bonne qualité !

Vous pouvez aussi utiliser [Google](#) à condition de paramétrer votre recherche comme suit > Outils > Droits d'usage > Réutilisation autorisée.



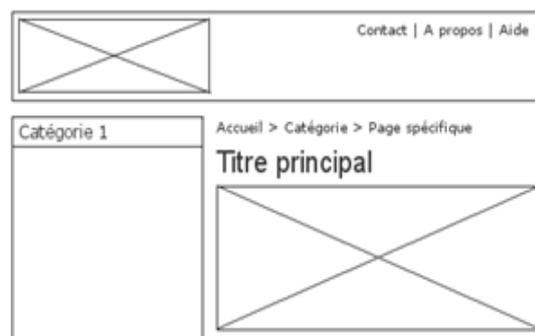
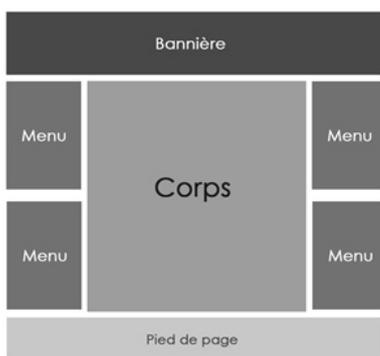
RÉALISER LES MAQUETTES DE VOS PAGES WEB

Pourquoi des maquettes ? Réaliser les maquettes de vos pages vous permet d'organiser vos contenus sur celles-ci. Cette étape est importante pour bien structurer votre contenu sur chaque page. Le cas échéant, vous pourriez vite vous retrouver avec une page melting-pot mal construite où on ajoute tout et n'importe quoi.

Posez-vous les questions suivantes : Que mettre sur quelle page ? Comment cela peut s'intégrer dans le thème WordPress que j'ai choisi ? Quels sont les contenus que vous pourriez y ajouter à l'avenir ?

Réaliser les maquettes de chaque page commence par le thème WordPress que vous aurez choisi. Chaque thème propose plusieurs structures, notamment pour la page d'accueil, puisqu'elle est toujours différentes des autres pages de contenu. Commencez par détailler cette structure en « blocs » et ajoutez-ici progressivement les éléments à intégrer.

Exercice 4 : Réaliser la maquette d'une page-test



ANALYSE CRITIQUE DE SITES INTERNET

Pour nous aider à évaluer la qualité d'un site internet, tant dans le design que dans la structure du contenu, voici quelques exemples :

- <http://villardieres.com/cariboost1/>
- <http://retraite.chez.com/>
- <http://www.solidaris.be/BW/Pages/accueil.aspx?choixregion=true>

LES CLÉS DE LA RÉDACTION WEB

Un site web n'est pas une brochure ! Chaque média a ses particularités. Conserver le même message général est important mais il est aussi important de le décliner différemment selon les supports.

En utilisant quelques trucs, votre contenu ira droit au but. Les études sur les habitudes de navigation révèlent que les textes trop longs à lire ne sont souvent pas lus du tout. Et dans un monde de surinformation, vos lecteurs voudront comprendre tout de suite ce que vous faites, qui vous êtes et ce que vous leur proposez.

Conseils de base :

- Découper vos textes en petits paragraphes
- Utiliser des listes à points
- Eviter les mots trop complexes (pas de jargon, pas d'acronyme non détaillé)

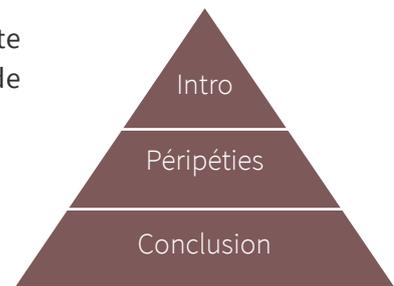
Certains éléments doivent par contre rester communs d'un support à l'autre : l'utilisation des couleurs et des polices de caractères. Vous pouvez aussi rédiger quelques textes clés, sur la présentation de votre association par exemple.

LA « PYRAMIDE INVERSÉE »

Identifier l'essentiel dès le début est une condition sine qua non pour une bonne communication. La « pyramide inversée » est une technique qui oppose l'écriture littéraire à l'écriture communicationnelle. Elle permet de comprendre que les attentes d'un lecteur envers un livre sont bien différentes des attentes vis-à-vis d'un site web ou d'autres supports de communication.

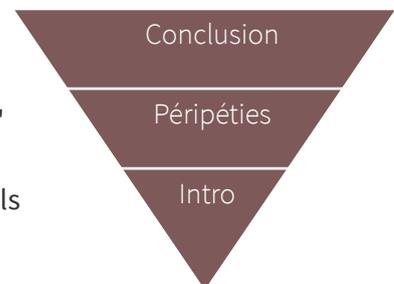
Dans l'écriture **littéraire**, le texte se structure toujours en 3 parties :

- Une introduction qui présente les personnages et le contexte de l'histoire de façon à entrer progressivement dans le monde raconté.
- Des péripéties
- Une conclusion, le dénouement de l'histoire.



Dans l'écriture **communicationnelle**, on fait exactement l'inverse :

- Le résultat d'abord.
- Des péripéties : on explique ensuite le "comment" et "pourquoi"
- Une introduction : des éléments exemplatifs et des détails contextuels



LA RÈGLE DES « 5W + H »

La méthode anglaise des « 5W+H » est une autre technique pour hiérarchiser l'information et identifier ce qui est essentiel pour le lecteur. Selon les cas de figure, il n'est pas toujours intéressant de développer les 6 points. C'est à évaluer au cas par cas. Mais c'est en tout cas par-là que doivent commencer tous vos textes !

WHO	WHAT	WHEN	WHY	WHERE	HOW
QUI	QUOI	QUAND	POURQUOI	OÙ	COMMENT
Qui communique ? Avec qui communique-t-on ?	Quel est le sujet principal ?	Quand a lieu un événement/une réunion, quels sont les horaires de permanence/d'ouverture	Pourquoi ce projet/cette mission/cette méthode ?	Lieu d'un événement/d'une réunion/de vos locaux...	Comment se déroule un projet (méthodes...), Comment se déroule un événement (infos pratiques)

Exemple : La LUSS et les associations de patients ont rencontré le cabinet du Ministre Prévot ce 10 janvier concernant la qualité de vie en maison de repos.

QUI ? Les LUSS et les associations de patients

AVEC QUI ? Cabinet Prévot

QUOI ? Une rencontre

QUAND ? Le 10 janvier

Pourquoi ? Pour discuter de la qualité de vie en maison de repos

STRUCTURE DE PHRASE ET RYTHME DE LECTURE

- Opter pour une structure simple : Sujet – Verbe – Complément
- Une phrase = Une idée
- Eviter les adverbes. Ils alourdissent inutilement la phrase
- Utiliser un vocabulaire simple
Un écueil >< Un piège
- Les acronymes sont toujours détaillés... On ne parle pas de MR et MRS mais de Maison de Repos et de Maison de Repos et de Soins
- Varier la longueur des phrases : courtes/longues.
16 mots/phrased = la moyenne pour le cerveau humain
- Utiliser un style direct : la forme active plutôt que passive. C'est plus simple à lire et plus percutant
Ex : Jean a mangé des pommes >< Les pommes que Jean a mangées >< Les pommes ont été mangées par Jean
- Relire à haute voix en respectant la ponctuation choisie
Si vous perdez le sens de la phrase en cours de route, si vous butez sur un mot ou que vous vous essoufflez, c'est un signe!

Exercice 5 : Rédiger la présentation de votre association.

COMPLÉMENT : LE RÉFÉRENCEMENT NATUREL

Le référencement naturel désigne les trucs et astuces à mettre en place sur votre site web afin d'apparaître à un meilleur « ranking » dans les résultats de recherche sur les moteurs de recherche.

Voici quelques astuces :

- **Changer régulièrement votre contenu**, rendre votre site vivant est le meilleur moyen d'être repéré positivement par les moteurs de recherche et de remonter dans les résultats de recherche.
- Les **sites réalisés en "responsive design"**, c'est-à-dire automatiquement adaptés aux différents écrans (tablettes, smartphones, etc.), sont privilégiés par Google dans les résultats de recherche. Nous reviendrons sur ce concept à la partie 2 mais sachez que WordPress vous propose des thèmes 'responsive' gratuitement.
- Vous pouvez aussi directement **soumettre le lien URL de votre site** aux moteurs de recherche mais ceci est moins efficace. Voici la [marche à suivre sur Google](#) par exemple.
- Sachez que **plus il existe de liens pointant vers votre site, plus votre site sera repéré positivement** par les moteurs de recherche. Vous pouvez donc créer des ponts entre votre site et votre page FaceBook par exemple mais aussi augmenter le nombre de liens au sein-même de votre site.
- **Mots-clés.** WordPress propose un module spécifique pour ajouter des mots-clés liés à votre site. Cela permet de corréliser votre site avec les recherches encodées par les internautes.

PARTIE 2

BASES TECHNIQUES
ET PREMIER PAS SUR
WORDPRESS

INTRODUCTION

Avant de commencer à créer techniquement son site internet, il est conseillé de réfléchir préalablement à son concept, à son coût (prestataire ou pas) ainsi qu'aux obligations légales.

La création des pages web consiste à créer des fichiers HTML. Il existe plusieurs façons de créer son site :

- En éditant les fichiers HTML « à la main »
- En Utilisant un éditeur HTML WYSIWYG
- En utilisant un CMS : Content Management System ou Système de Gestion de Contenu

Dans cette seconde journée, nous verrons la théorie et la mise en pratique du CMS :



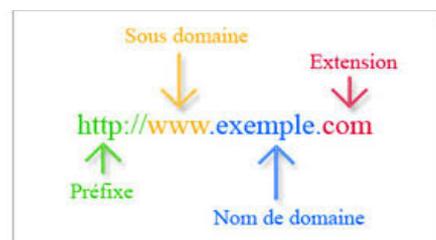
ETAPES TECHNIQUES DE LA CRÉATION DE SITE WEB

CHOISIR UN NOM DE DOMAINE

- Il doit être facile à comprendre et à écrire
- Choisissez-le « court » ... mais pas trop
- Pensez aux personnes qui cherchent votre association et posez-vous la question de ce que vous feriez comme recherche pour trouver le site.

Demandez à quelqu'un d'écrire le nom de domaine choisi en le lui dictant sans l'épeler !

- Choix de l'extension
Les prix varient suivant les extensions et varient aussi



suivant les hébergeurs.

Je vous conseille '.be' ou '.org'

- Votre choix est fait ? Vérifiez que le nom de domaine existe ! Réservez le nom choisi, plus tard, chez l'hébergeur ... c'est moins cher et vous aurez, en plus, souvent un an gratuit.

CHOISIR UN HÉBERGEUR

Les hébergeurs proposent deux choses :

- Un espace de stockage pour placer les fichiers de votre site
- Une base de données pour enregistrer votre contenu ainsi que les options de votre site

WordPress a besoin que son hébergement possède certains logiciels afin de pouvoir fonctionner convenablement et il a besoin que ces logiciels soient à une certaine version pour fonctionner. Ces logiciels sont :

- PHP : le langage dans lequel est écrit WordPress. Le serveur doit être capable de le lire pour afficher votre site. Version recommandée pour PHP : 5.4 (ou supérieure)
- MySQL : le langage de la base de données de WordPress. Version recommandée pour MySQL : 5.5 (ou supérieure)

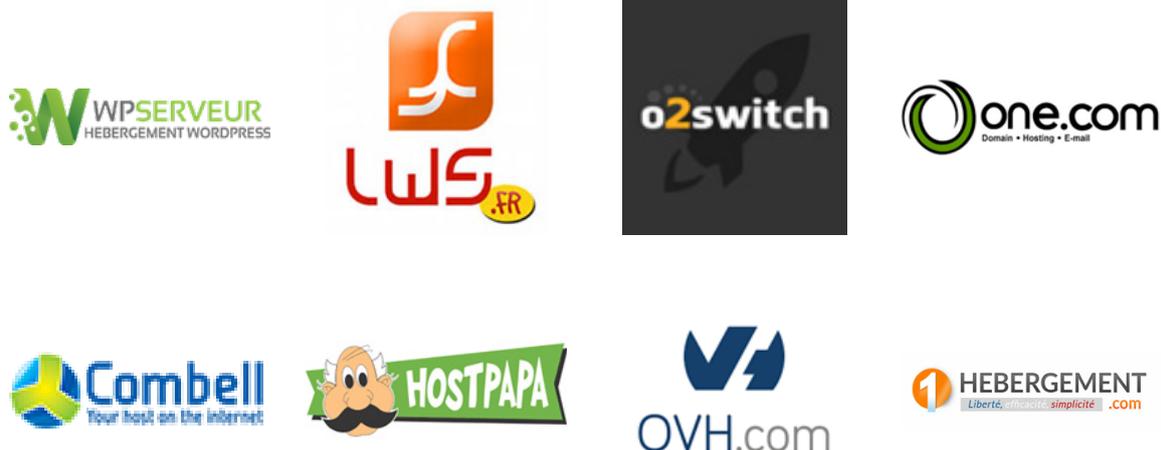
Passons en revue les différentes offres d'hébergement que vous pourrez trouver sur internet.

- **L'hébergement gratuit**
À éviter, peu performant, plein de pub et pas de nom de domaine.
- **L'hébergement mutualisé**
Les offres d'hébergement mutualisées sont les plus abordables et fournissent un niveau de ressource acceptable pour se lancer.
- **L'hébergement VPS** (Virtual Private Server ou Serveur Virtuel Privé en français)
C'est plus puissant mais vous devrez configurer votre serveur de A à Z.
En clair, il faudra entrer des instructions en ligne de commande pour installer et configurer des modules (Apache, PHP, PHPMyAdmin, etc).
- **L'hébergement dédié**
Une machine rien que pour vous avec les mêmes inconvénients que le VPS ... en plus cher encore !

=> L'hébergement mutualisé : Optez pour ce type d'hébergement !

Encore plus simple ? (Mais plus cher)

L'hébergement mutualisé WordPress compris, comme chez [WPServeur](#) ou [WordPress.com](#) mais vous n'êtes plus totalement maître à bord.



TRANSFERT DE FICHIERS : FILEZILLA

Vous devez pouvoir interagir avec votre hébergement.

Celui-ci est à considérer un peu comme un disque dur externe que vous pouvez connecter à votre PC.

Ceci vous permet de copier des fichiers sur votre hébergement, ou l'inverse (sauvegarde).

Pour ce faire, vous avez besoin d'un logiciel de transfert de fichier (File transfert) et Filezilla est l'outil idéal.

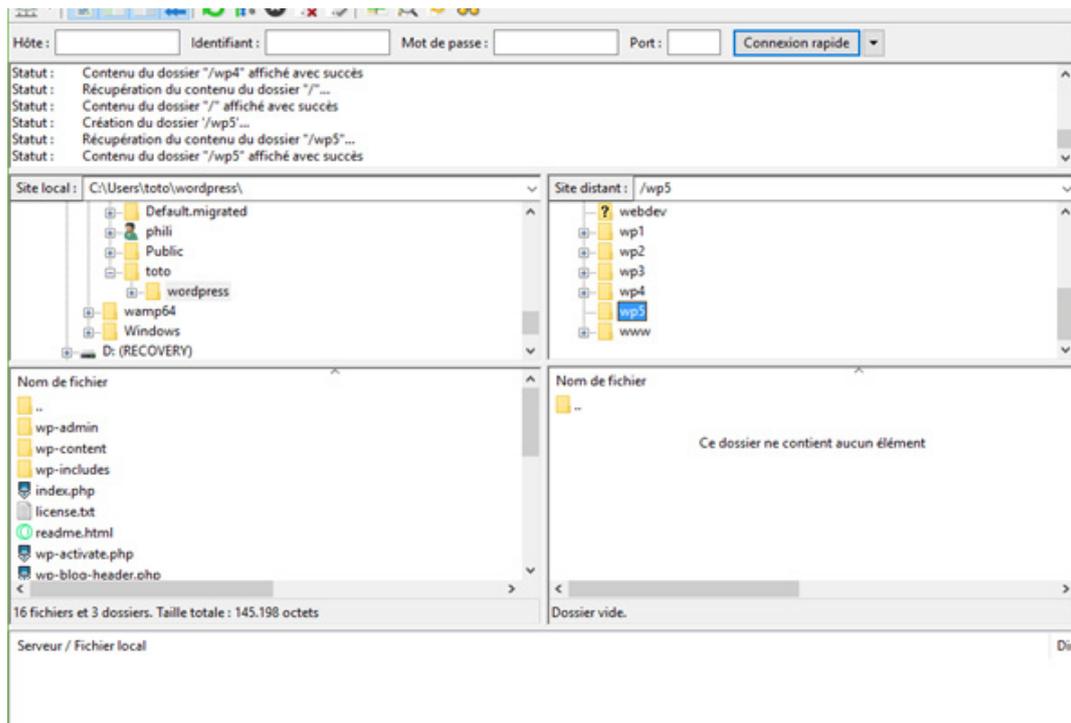
Vous pouvez le télécharger ici : [Filezilla-project.org](https://filezilla-project.org). Installez-le et rendez-vous à l'annexe 1 pour le mode d'emploi.

TÉLÉCHARGER & PRÉPARER L'INSTALLATION DE VOTRE SITE SOUS WORDPRESS

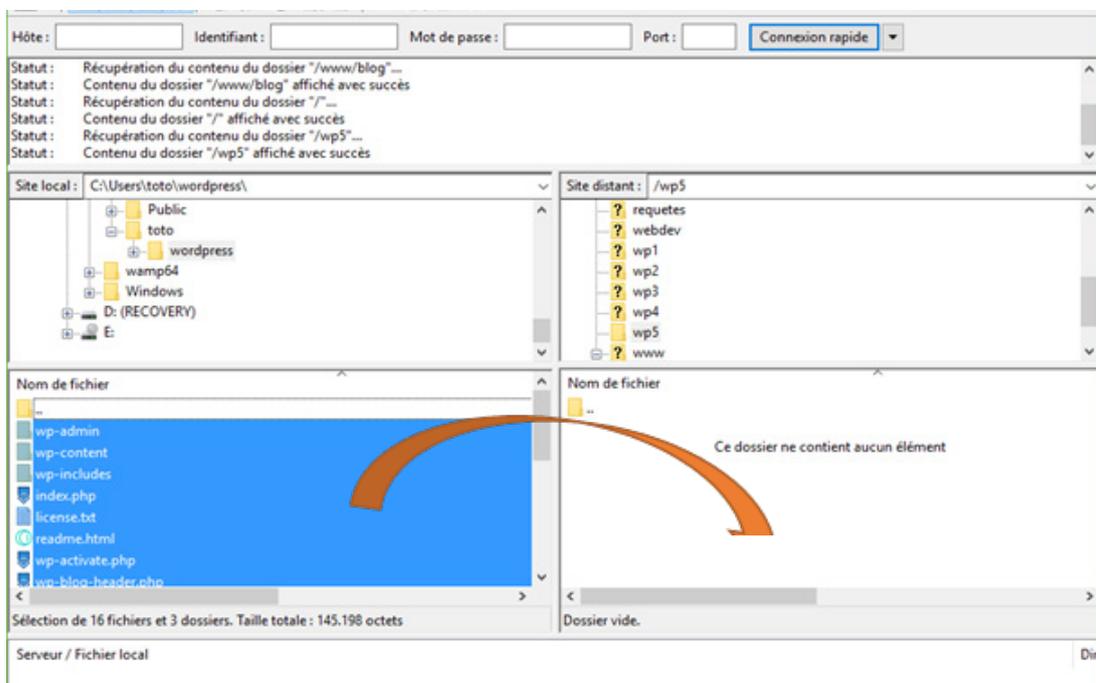
Télécharger WordPress (en français) ici : <https://fr.wordpress.org/txt-download/>

Extrayez les fichiers contenus dans le fichier « zip » (par ex : wordpress-4.7.2-fr_FR.zip) vers le répertoire de votre choix, par exemple, C:\users\toto\wordpress

Démarrez Filezilla et ouvrez la connexion que vous avez précédemment définie vers votre hébergement. (généralement à la racine de votre hébergement « www »).



Sélectionnez tous les fichiers (Ctrl + A) et « Glisser- Déposer » -les (Drag & Drop) vers le répertoire « www » (ici « wp5 ») de votre site



INSTALLATION

Cette installation vous guidera pas à pas.

Vous avez besoin des renseignements suivants fournis par votre hébergeur :

- Nom de la base de données (à créer si nécessaire via PhpMyAdmin : voir annexe 2)
- Nom d'utilisateur de la base de données MySQL
- Mot de passe de cet utilisateur
- Adresse de la base de données
- Préfixe de table (facultatif)

Rendez-vous dans votre navigateur et démarrez l'installation à l'adresse de votre futur site : <http://www.monsite.be/wp-admin/install.php>

Vous obtenez l'écran suivant :



The screenshot shows the WordPress installation database configuration screen. At the top center is the WordPress logo. Below it, a message reads: "Vous devez saisir ci-dessous les détails de connexion à votre base de données. Si vous ne les connaissez pas, contactez votre hébergeur." The form contains five rows of input fields with labels and help text:

Nom de la base de données	<input type="text" value="wordpress"/>	Le nom de la base de données avec laquelle vous souhaitez utiliser WordPress.
Identifiant	<input type="text" value="utilisateur"/>	Nom d'utilisateur MySQL.
Mot de passe	<input type="text" value="mot de passe"/>	Votre mot de passe de base de données.
Adresse de la base de données	<input type="text" value="localhost"/>	Ce localhost ne marche pas, demandez cette information à l'hébergeur de votre site.
Préfixe des tables	<input type="text" value="wp_"/>	Si vous souhaitez faire tourner plusieurs installations de WordPress sur une même base de données, modifiez ce réglage.

At the bottom left of the form is a "Valider" button.

Encodrez les valeurs demandées et cliquez sur « Valider »

Restent quelques données à fournir dans l'écran qui suit :

- Le titre de votre site.
- L'identifiant (nom – login- user - ...) de l'administrateur du site.
- Le mot de passe correspondant.
- Votre email

Bienvenue

Bienvenue dans la très célèbre installation en 5 minutes de WordPress ! Vous n'avez qu'à remplir les informations demandées ci-dessous et vous serez prêt à utiliser la plus extensible et puissante plateforme de publication de contenu au monde.

Informations nécessaires

Veillez renseigner les informations suivantes. Ne vous inquiétez pas, vous pourrez les modifier plus tard.

Titre du site

Identifiant
Les identifiants ne peuvent utiliser que des caractères alphanumériques, des espaces, des tirets bas ("_"), des traits d'union ("-"), des points et le symbole @.

Mot de passe
Forte
Important : Vous aurez besoin de ce mot de passe pour vous connecter. Pensez à le stocker dans un lieu sûr.

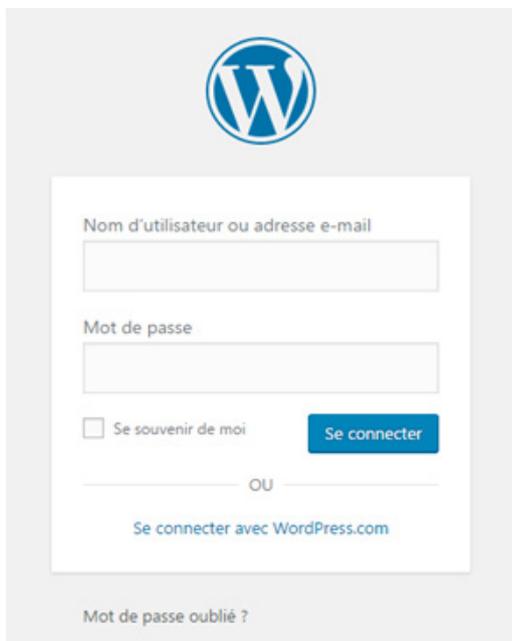
Votre adresse de messagerie
Vérifiez bien cette adresse de messagerie avant de continuer.

Visibilité pour les moteurs de recherche Demander aux moteurs de recherche de ne pas indexer ce site
Certains moteurs de recherche peuvent décider de l'indexer malgré tout.

Encodez les valeurs demandées et cliquez sur « **Installer WordPress** ».

DÉMARRER

Hop, plus qu'à vous connecter :

The image shows the WordPress login interface. At the top center is the WordPress logo (a blue 'W' inside a circle). Below it is a white rectangular form with a light gray border. Inside the form, there are two input fields: the first is labeled 'Nom d'utilisateur ou adresse e-mail' and the second is labeled 'Mot de passe'. Below the password field is a checkbox labeled 'Se souvenir de moi' and a blue button labeled 'Se connecter'. Underneath the button, there is a horizontal line with 'OU' in the center, and a link that says 'Se connecter avec WordPress.com'. At the bottom of the form, there is a link that says 'Mot de passe oublié ?'. The entire form is set against a light gray background.

PLUGINS, THÈMES ET WIDGETS

Votre site = WP + des plugins + un Thème + un ou des Widget(s)

Plugin

Plugin = Module = Extension.

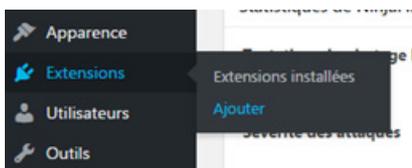
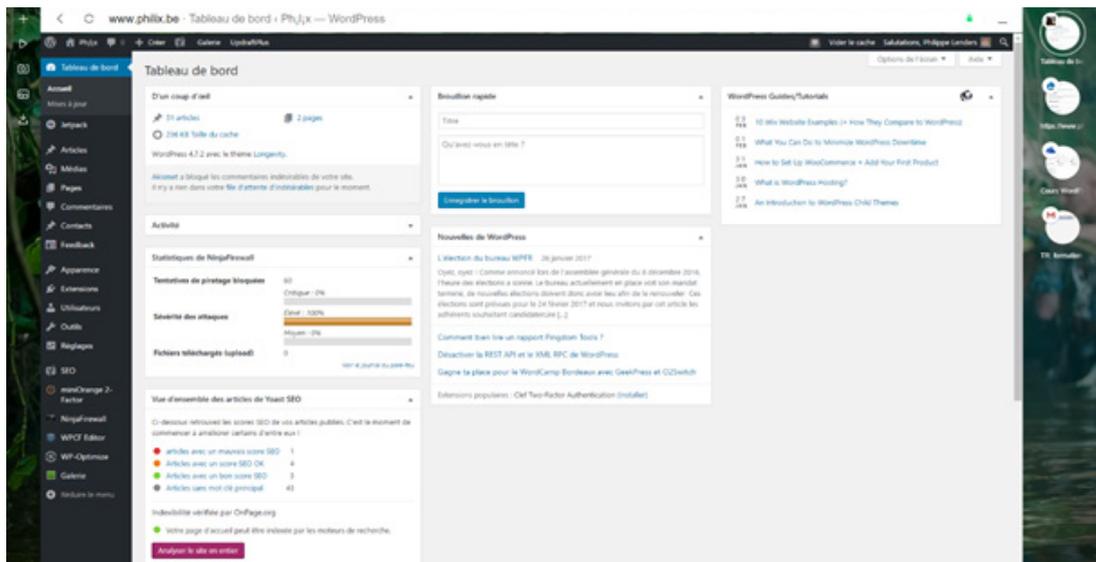
Les plugins sont de petits programmes conçus pour se « greffer » au cœur de WordPress, pour lui apporter une ou des fonctionnalités supplémentaires.

Il en existe deux grandes catégories :

- Les plugins de sécurité : indispensables !
- Les plugins de fonctionnalités : à choisir en fonction de vos besoins.

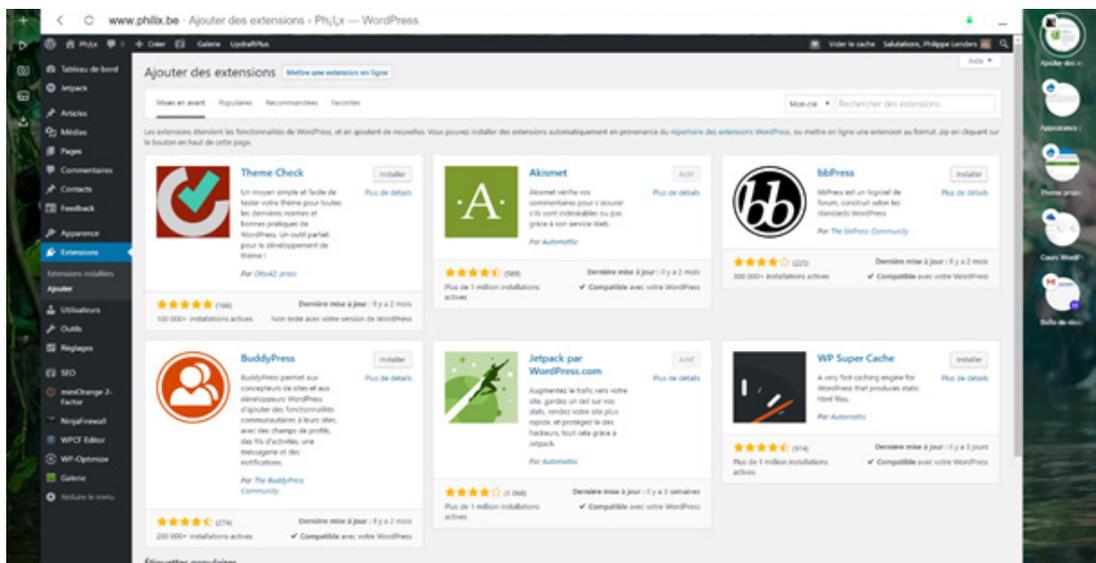
Ajouter un plugin ou extension

Rendez-vous dans votre administration : <http://www.monsite/wp-admin.php> (ou via <http://www.monsite/wp-login.php> si vous êtes déconnecté)



Dans la partie gauche de la page d'administration, sélectionnez **Extensions – Ajouter**

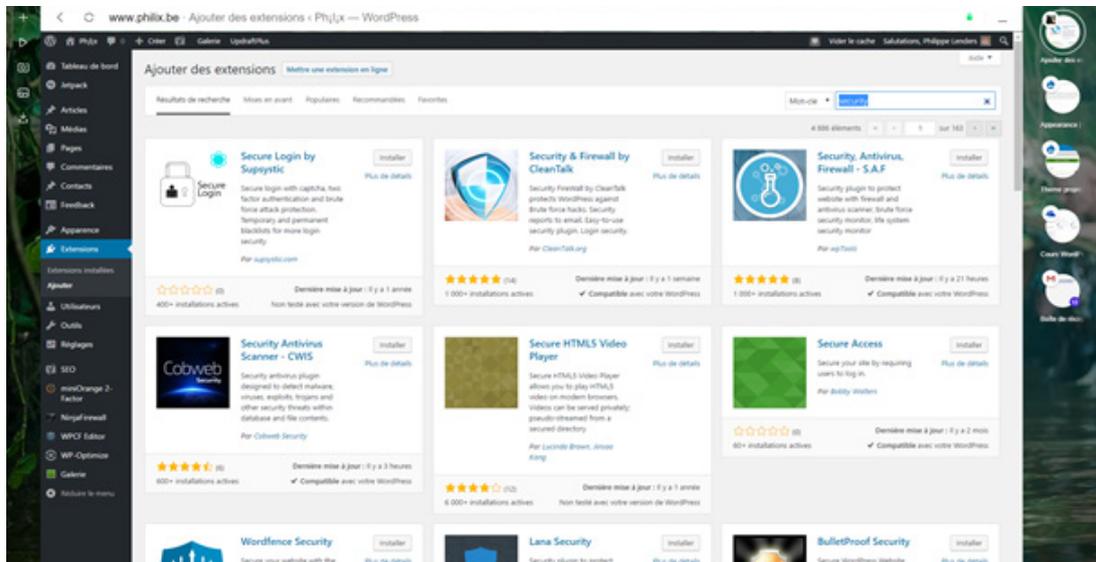
Vous obtenez l'écran suivant :



Celui-ci vous propose diverses extensions « Mis en avant », « Populaires », Recommandés » ou « Favorites » mais surtout, la possibilité de chercher une extension correspondant à vos besoins.

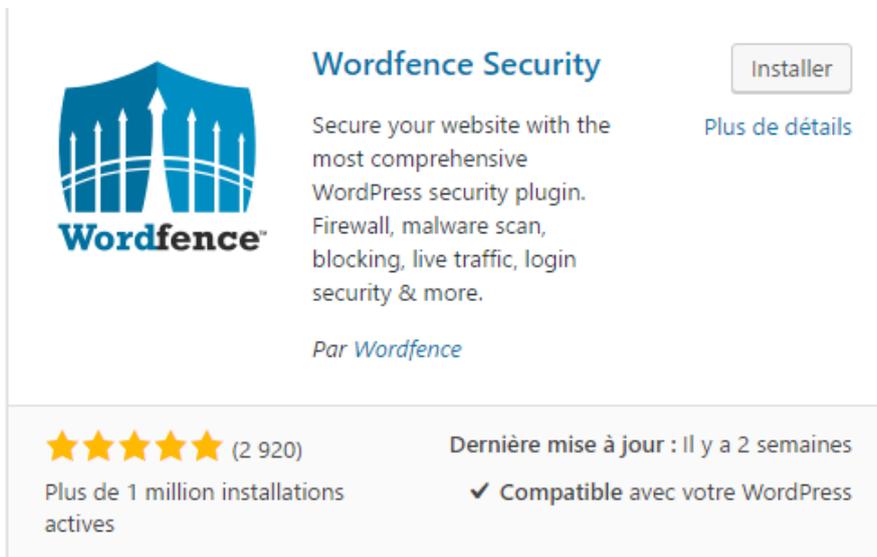
Vous pouvez faire cette recherche sur le nom d'un plugin que vous auriez découvert via internet (article, conseil, etc.) ou via un mot-clef.

Exemple, faite une recherche sur « Security » en anglais (car la plupart des extensions sont en anglais :



Vous pouvez ainsi installer le plugin de votre choix en cliquant sur le bouton « Installer » correspondant.

Exemple :



Une fois l'installation terminée, il vous reste à activer le plugin. Cliquez sur le bouton qui porte maintenant l'inscription « Activer ».

Critères de choix de votre extension ou plugin

Entre plusieurs extensions « équivalentes », comment choisir ?

Vous prêterez une attention toute particulière à la partie inférieure de l’affichage de chaque extension :



- Critère n°1 : **Compatible avec votre WordPress**
En effet, certains plugins n’ont pas été testés avec votre version de WordPress et risquent de provoquer des « plantages » de votre site
- Critère n°2 : **Un nombre très important d’installation**
C’est souvent un critère de qualité !
- Critère n°3 : **Le nombre d’étoiles** (si le nombre de votants est important)
- Critère n°4 : **La date de dernière mise à jour**
Plus elle est récente, plus on peut penser que l’extension est maintenue fréquemment.

N’hésitez pas à faire une recherche sur internet à propos de l’extension choisie AVANT de l’installer.

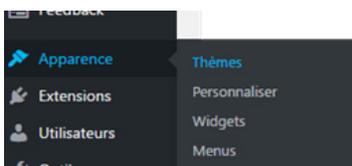
Paramétrage du plugin

Chaque extension, à de rares exceptions près, nécessitera d’être paramétrée après son activation. Référez-vous à la documentation avant d’y toucher.

Thème

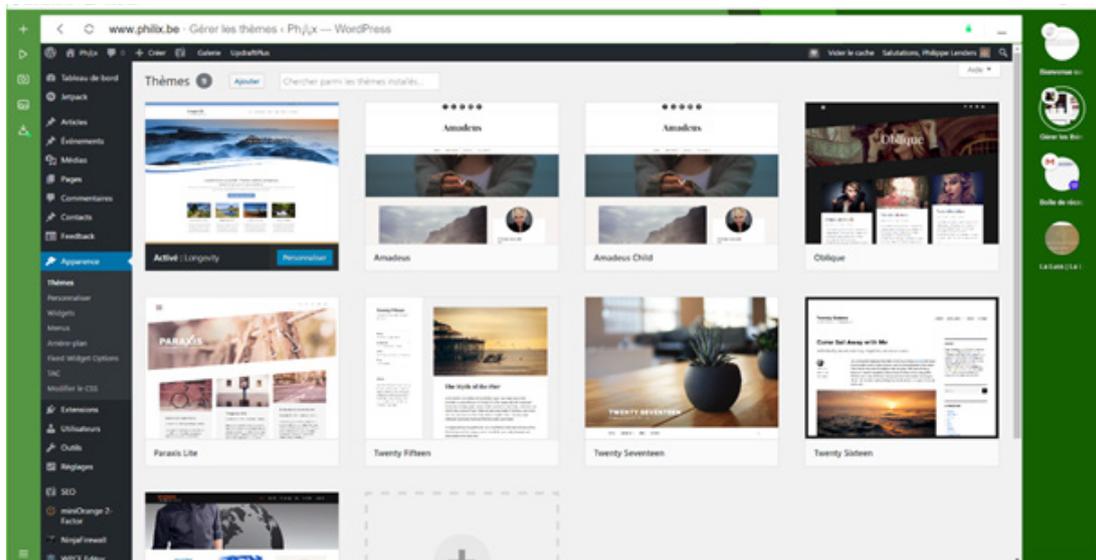
C’est ce qui va déterminer la mise en forme et de la présentation de votre site.

Un thème modifie donc la façon dont le site est affiché, sans changer le contenu.

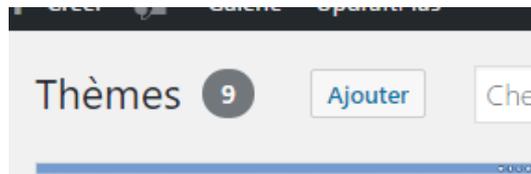


Dans la partie gauche de la page d’administration sélectionnez **Apparence-Thèmes**.

Vous obtenez l'écran suivant :



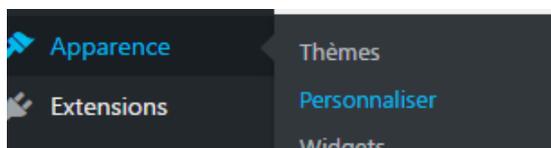
Vous pouvez, soit sélectionner un thème existant, soit en ajouter un nouveau au moyen du bouton **Ajouter** situé en haut à gauche au-dessus du thème en cours.



Personnaliser votre Thème

Une fois votre thème choisi, il comporte des valeurs par défaut.

Celles-ci, comme par exemple le logo de l'auteur du thème, doivent être changées.



Cela se fait en personnalisant le thème via le bouton **Personnaliser** du menu **Apparence**.



Ou, dans l'écran **Apparence**, sur le bouton **Personnaliser** situé sur la miniature du thème

Widgets

Un widget correspond à un module que l'on insère dans une sidebar (barre latérale) ou un footer (pied de page) existant dans un thème. Grâce à eux vous allez pouvoir afficher des informations précises à vos visiteurs.

Par défaut, WordPress propose 12 widgets. Certains thèmes WordPress en ajoutent d'autres et des plugins permettent d'intégrer des widgets accomplissant des actions bien précises.

Comment ajouter un widget dans une sidebar ou une autre zone ?

Vous pouvez insérer des widgets en vous rendant dans Apparence - Widgets

Widgets [Gérer dans l'outil de personnalisation](#)

Widgets disponibles **1**

Pour activer un widget, glissez-le dans la barre latérale ou cliquez dessus. Pour désactiver un widget et supprimer ses réglages, enlevez-le de la barre latérale.

Archives Une archive mensuelle des articles de votre site.	Articles récents Les articles les plus récents de votre site.
Calendrier Un calendrier des articles de votre site.	Catégories Une liste ou un menu déroulant des catégories.
Chercher Un formulaire de recherche pour votre site.	Commentaires récents Les commentaires les plus récents de votre site.
Flux Les entrées depuis n'importe quel flux RSS ou Atom.	Galopin - Appel à l'action Ajouter un appel à l'action dans la barre latérale.
Galopin - Social Afficher les liens vers vos profils sociaux.	Galopin - Video Ajoutez une vidéo à partir de Youtube, Dailymotion ou Vimeo.
Menu personnalisé Ajouter un menu personnalisé à votre barre latérale.	Méta Connexion, flux RSS et liens WordPress.org.
Nuage de mots-clés Un nuage de mots-clés les plus utilisés.	Pages Une liste des pages de votre site.
Texte Texte arbitraire ou HTML.	

Barre latérale **2**

Ajouter des widgets à la barre latérale.

- Chercher
- Articles récents
- Commentaires récents
- Archives
- Catégories
- Méta

Pied de page

Widgets désactivés **3**

Glissez ici les widgets que vous voulez retirer de la colonne latérale, tout en conservant leurs réglages actuels.

-
- 1 Widgets disponibles** : Liste des widgets proposés par WordPress, votre thème et éventuellement par vos plugins. Les widgets encadrés en bleus sont ceux offerts par le thème Galopin (dont je me suis servi pour cet exemple).
 - 2 Zones widgetisées de votre thème** : Selon les thèmes il peut en avoir une ou plusieurs. Dans certains thèmes, il est même possible de créer ses propres zones de widgets.
 - 3 Widgets désactivés** : Si vous désirez retirer temporairement des widgets des zones de widgets, il faudra les placer ici. Cet espace est une sorte de zone de widgets invisible. L'avantage est que les paramètres des widgets sont conservés (pour le cas où vous voudriez les réinstaller).

CONTENUS : ARTICLES, PAGES – CATÉGORIES, ÉTIQUETTES

Articles

Les articles vous permettent de publier des actualités. Celles-ci sont affichées par date de publication dans la page d'accueil. Les articles sont toujours classés dans une **catégorie**, avec un auteur et éventuellement une ou plusieurs **étiquettes**.

Pages

Les pages sont en général des données statiques et sont indépendantes du temps et de la chronologie de création. On utilise généralement les pages pour l'accueil, la page de contact, etc.

Catégories

Les catégories fournissent un moyen utile de regrouper les messages connexes et de dire rapidement aux lecteurs ce qu'est un message. Les catégories permettent également aux internautes de trouver plus facilement votre contenu. Elles sont équivalentes à une entrée de menu. Il est conseillé de n'en attribuer qu'une.

Étiquettes

Les étiquettes sont similaires aux catégories, mais elles sont généralement utilisées pour une description plus en détail.

Exemple :

Catégorie : Pâtisserie

Étiquettes : Chocolat, Brownies

The background features a gradient from light blue at the top to a darker green at the bottom. It is decorated with several overlapping, semi-transparent shapes in shades of green and blue, and numerous white circles of varying sizes, some of which are slightly blurred, creating a bokeh effect.

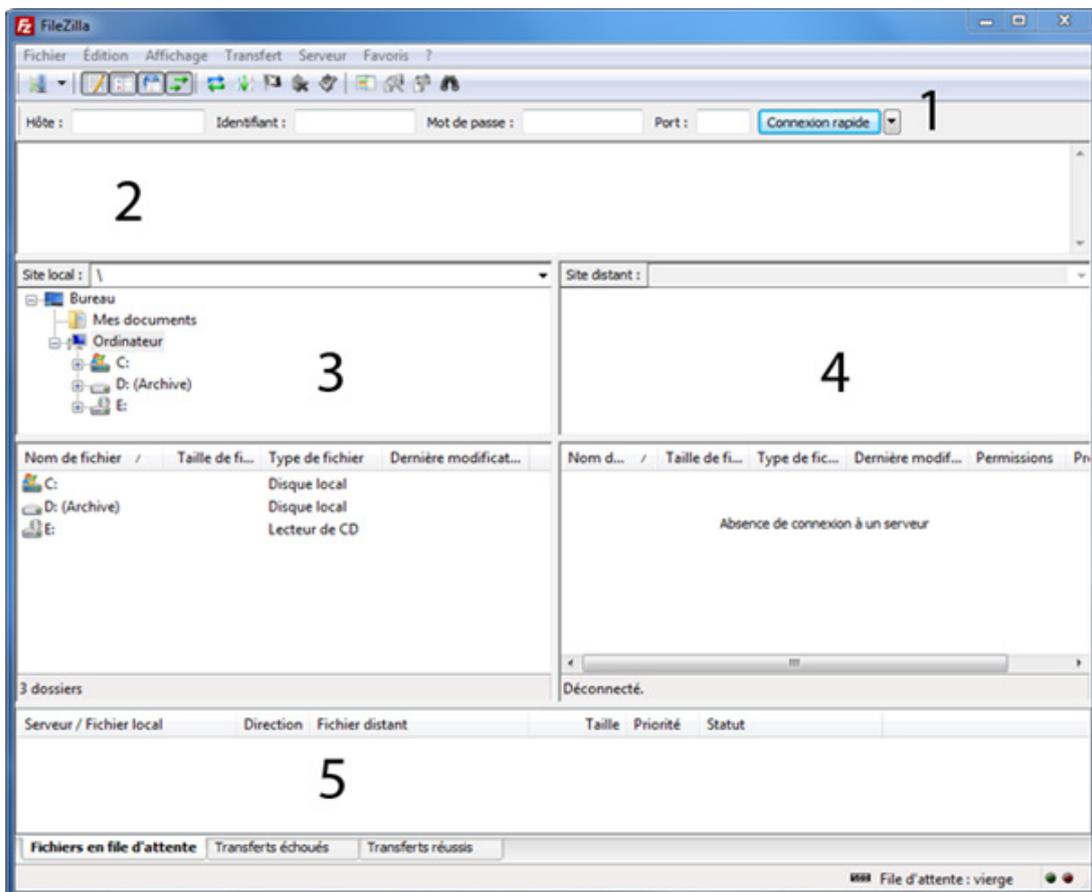
ANNEXES

ANNEXE 1 : FILEZILLA

Vous avez téléchargé Filezilla : installez-le comme n'importe quel autre programme, puis démarrez-le.

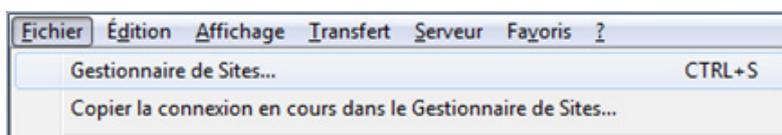
Vous devriez obtenir un écran semblable à celui-ci :

Vous avez reçu les informations de connexion FTP (File Transfert Protocole) de votre hébergeur :



Vous allez les enregistrer dans le gestionnaire de site intégré.

Pour ouvrir le gestionnaire de site intégré, vous pouvez utiliser le raccourcis CTRL + S ou faire comme ci-dessous :

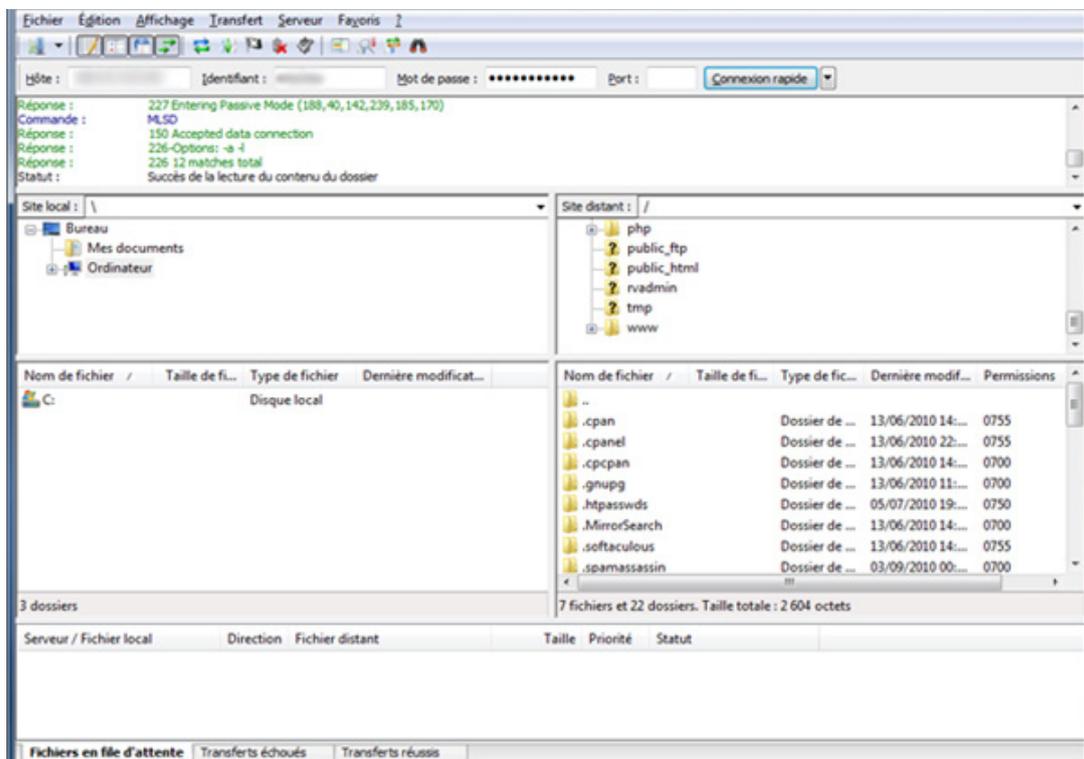


Entrez dans le champ « Hôte » le nom du serveur qui vous a été fourni (par exemple : **ftp.monsite.be**)

Sélectionnez « Type d'authentification » : **Normal**

Dans le champ « Identifiant », tapez votre **pseudo** puis votre **mot de passe** dans le champ « Mot de passe ».

Cliquez sur « Connexion » et après quelques « agitations » dans le haut de l'écran, vous devriez obtenir quelque chose comme ceci :



Il y a de nombreux dossiers mais un seul nous intéresse réellement : le dossier « **www** ». C'est vers lui que vous allez copier vos fichiers d'installation de **WordPress** par « Glisser- Déposer ».

ANNEXE 2 : PHPMYADMIN

PHPMyAdmin est un outil pour gérer et administrer des bases de données MySQL. Il peut être utilisé pour gérer un serveur MySQL entier avec des bases de données multiples, et les utilisateurs individuels (vous) sont alors configurés pour n'avoir accès qu'à certaines bases de données individuelles (souvent une).

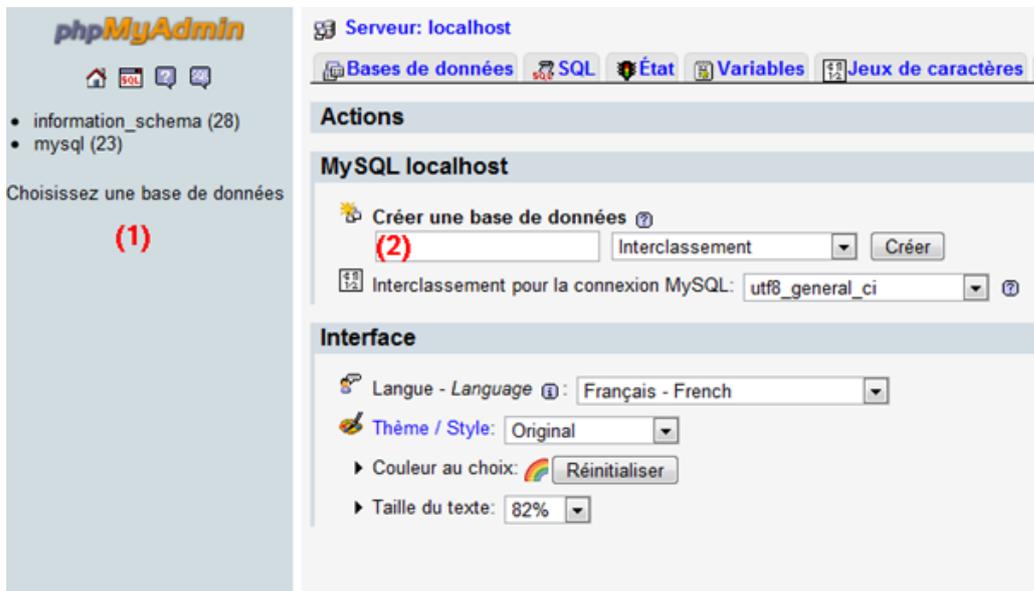
L'accès à PHPMyAdmin se fait via l'espace d'administration de votre hébergement web.

L'INTERFACE DE CONNEXION



The screenshot shows the phpMyAdmin login page. At the top, there is the phpMyAdmin logo and the text "Bienvenue dans phpMyAdmin". Below this, there is a section for language selection with a dropdown menu currently set to "Français - French". Underneath is a section for login credentials with fields for "Utilisateur :" and "Mot de passe :". At the bottom right of the form is an "Exécuter" button.

L'INTERFACE UTILISATEUR



The screenshot displays the phpMyAdmin user interface. On the left sidebar, there is a list of databases: "information_schema (28)" and "mysql (23)". A red circle with the number "1" is placed over this list. The main content area shows the "MySQL localhost" interface. Under the "Actions" section, there is a "Créer une base de données" option with a red circle and the number "2" next to the input field. Below this, there is a dropdown for "Interclassement" set to "utf8_general_ci". Under the "Interface" section, there are settings for "Langue - Language" (set to "Français - French"), "Thème / Style" (set to "Original"), "Couleur au choix" (with a "Réinitialiser" button), and "Taille du texte" (set to "82%").

- (1)** Liste des bases de données : Le nombre entre parenthèses est le nombre de tables qu'il y a dans la base correspondante.

Sur la capture d'écran, on a donc deux bases : information_schema, qui contient 28 tables, et mysql, qui en contient 23.

- (2)** Créer une base : pour créer une nouvelle base de données, entrez un nom dans le champ de formulaire à droite, cliquez sur « Créer » et hop ! C'est fait !

Vous n'aurez normalement rien d'autre à faire chez votre hébergeur, que de créer votre base de données comme montré ci-dessus.

WordPress la remplira automatiquement lors de son installation.

ANNEXE 3 : POINTS D'ATTENTIONS

Une fois votre WordPress installé

- Installez et activez rapidement et en priorité l'extension **NinjaFirewall**
- Activez l'extension **Akismet**, après avoir demandé une clef d'activation (gratuite) sur le site : <https://akismet.com/>



Sign up for an Akismet plan that best suits your needs.



Use your API key to activate your Akismet plugin or module.



Rest easy knowing that Akismet is protecting your site from spam.

CONSEILS

- Enlevez la possibilité de laisser des commentaires sur les pages statiques.
- Traduisez votre thème entièrement et correctement.
- Ajoutez des mentions légales sur votre site.
- Enlevez la catégorie « non classé »
- Redimensionnez vos images. (avant ou via un plugin)
- Choisissez un avatar : <https://fr.gravatar.com/>
- Changez vos permaliens (liens permanents) : dans « Réglages > Permaliens » et cochez la case « nom de l'article »

EN CAS DE SOUCI

Email : philippe.lenders@philix.be

N'en abusez pas ;-)