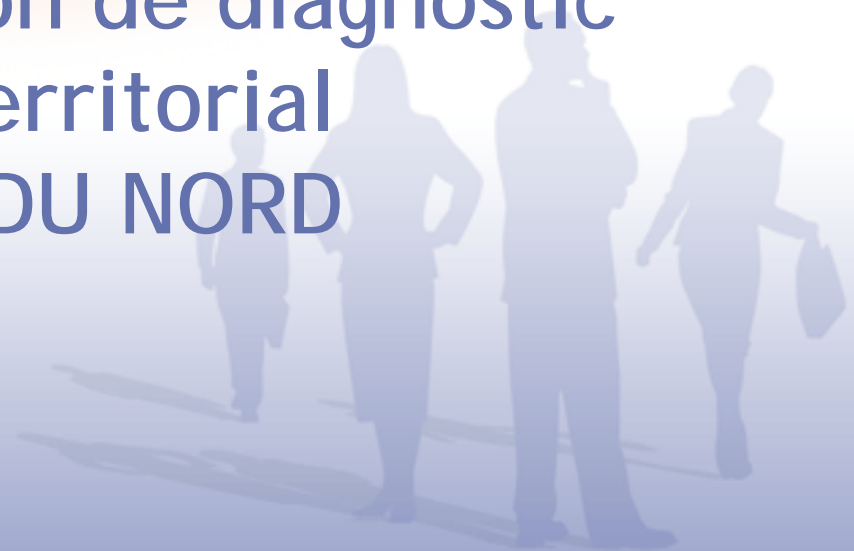


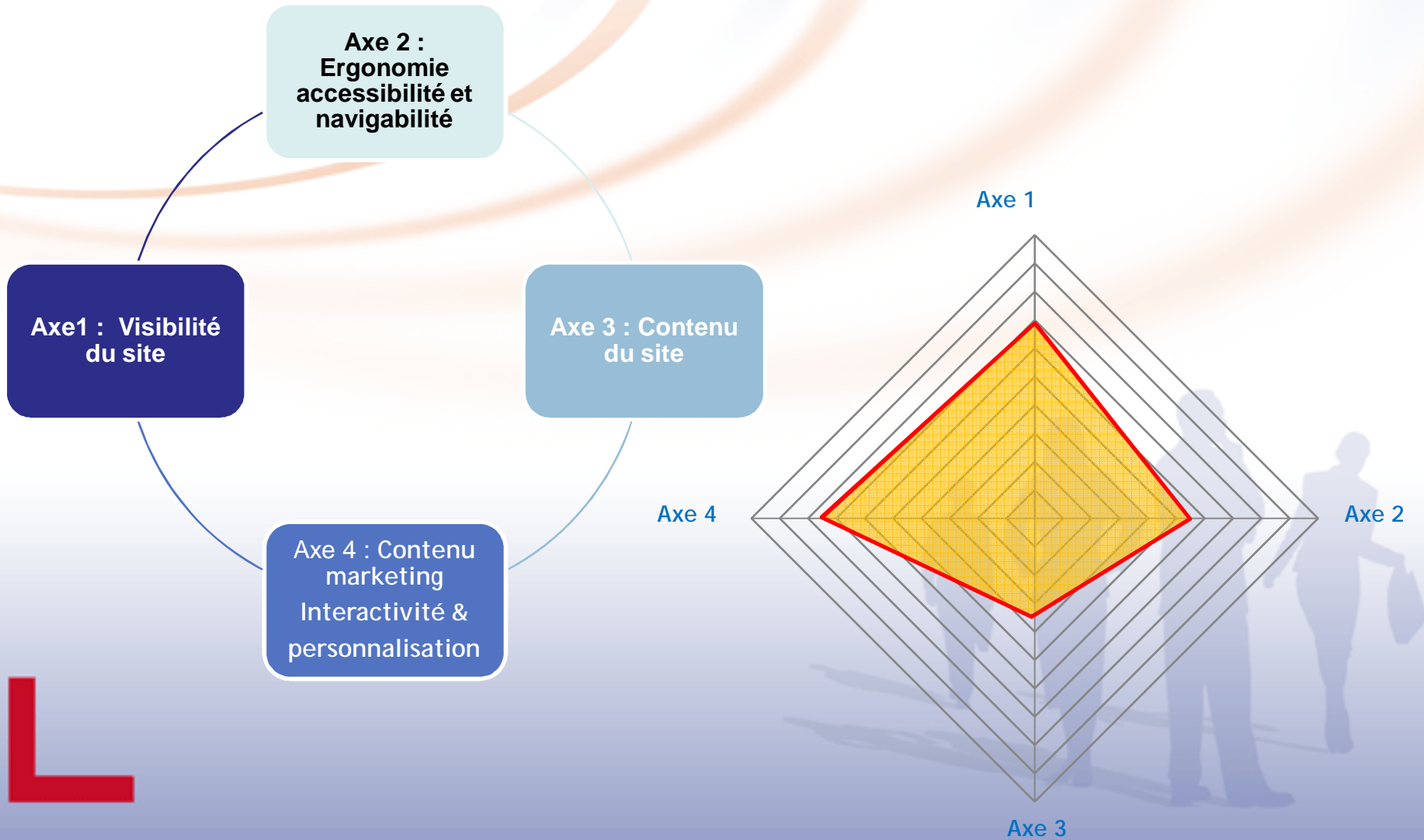


La méthode de scoring des sites
Internet touristiques développée dans
le cadre de la mission de diagnostic
numérique territorial
de l'ALSACE DU NORD



- Elle capitalise sur les travaux menés par l'Agence Régionale pour le développement de la Société de l'Information en midi Pyrénées (ARDESI) qui a été utilisé par RES OT pour analyser les sites Alsaciens
- Elle a été enrichie
- Elle pourra être utilisée à travers différentes grilles de lecture
 - Selon la maturité du site
 - Selon les Objectifs du site (Attirer, Fidéliser, Apporter de services à forte valeur ajoutée, Personnaliser,.....)





	Axe 1	Axe 2	Axe 3	Axe 4
Critères niveau 1	3	6	8	6
Critères niveau 2	2	6	3	6
Critères complémentaires	1	6	3	8

- **Les critères**
 - Critères de niveau 1 = critères principaux (noté sur 3 points)
 - Critères de niveaux 2 = critères secondaires (notés sur 2 points)
 - Critères complémentaires = critères se rajoutent à ceux de la grille ARDESI (notés sur 1 point généralement)
- **Pondération du poids des axes dans la grille ARDESI**
 - Axe 1 & 3 & 4 pour 20% chacun
 - Axe 2 pour 40%



Les critères de l'axe 2 : Contenu du site

Principaux	Secondaire
Identification du site par l'URL Référencement sur Google Présence de lien entrants	selon présence item rewriting d'URL, plan de nommage des pages, répétitions mots clés dans les pages Identification de l'organisme dans le site
Complémentaire	
Politique d'échange de liens	

	Indicateur ARDESI	Objectif			indicateur	mesure	pondération
Axe 1 Visibilité du site	1				Identification du site par l'URL	Adresse non intuitive ou page FAI	0
						nom du territoire présent	1
						Abréviation OT + territoire	2
						Tourisme + Territoire	3
	1				Référencement sur Google	Page Rank < 5	0
						Page Rank = 5	1
						Page Rank = 6	2
						Page Rank > 6	3
	1				Présence de lien entrants	PTR < 20	0
						21 < PTR < 50	1
						51 < PTR < 100	2
						PTR > 100	3
	2				selon présence item rewriting d'URL, plan de nommage des pages, répétitions mots clés dans les pages	aucun des trois items à cocher	0
						1 item très bien fait, ou 2 items moyen	1
						2 items très bien faits, ou les trois moyen	2
	2				Identification de l'organisme dans le site	mauvaise identification	0
						identification perfectible	1
						très bonne identification sur toutes les pages	2
3				Politique d'échange de liens	Non	0	
					Oui	1	



Les critères de l'axe 2 : Ergonomie & Accessibilité

Principaux	Secondaire
<ul style="list-style-type: none">Chargement de la page d'accueilPrésence d'un Moteur de rechercheFacilité de navigationAccès à l'information recherchéeQualité du MenuCharte graphique et son respect	<ul style="list-style-type: none">Accessibilité handicapésQualité de mise en page, du graphismeQualité d'affichageLisibilité du textePrésence ou non d'ascenseur sur la pageImpression des pages
Complémentaire	
<ul style="list-style-type: none">Possibilité d'agrandir (mal-voyant)Possibilité de synthèse vocale pour les aveuglesNorme W3CMultiplate-forme (Firefox, IE)Chargement des pagesStructuration des contenus	



Les critères de l'axe 3 : Contenu du site

Principaux	Secondaire
Agenda/actualités Traduction en langue étrangère Informations pratiques Mise à jour Annuaire des acteurs locaux Photos et éléments multimédias Cartographie Informations périphériques	Mentions légales Informations institutionnelles ou sur la structure Contenu et style rédactionnel
Complémentaire	
Contenus enrichis Achat en ligne possible Fonction de paiement en ligne	



Les critères de l'axe 4 : Contenu du site

Principaux	Secondaire
Documents à télécharger Contact mail Réservation en ligne Newsletter Informations ciblées client et/ou Thématique Marketing viral	Commande de brochures Mise en avant de produits Espace professionnel Espace presse Accessible en technologie mobile Possibilité de se constituer son itinéraire (carnet de route)
Complémentaire	
Blog, Flux RSS FAQ Espace client Présence de Chat Présence de visites Virtuelles Possibilité d'avoir accès à des audio et vidéo guides Téléchargement de POI Comparateur de prix et de produits	

Le rendu de l'analyse



1

Un tableau Excel d'enregistrement des différents critères qui permet de disposer d'un outil de mesure

2

Note A : qui prend en compte les critères principaux et secondaires

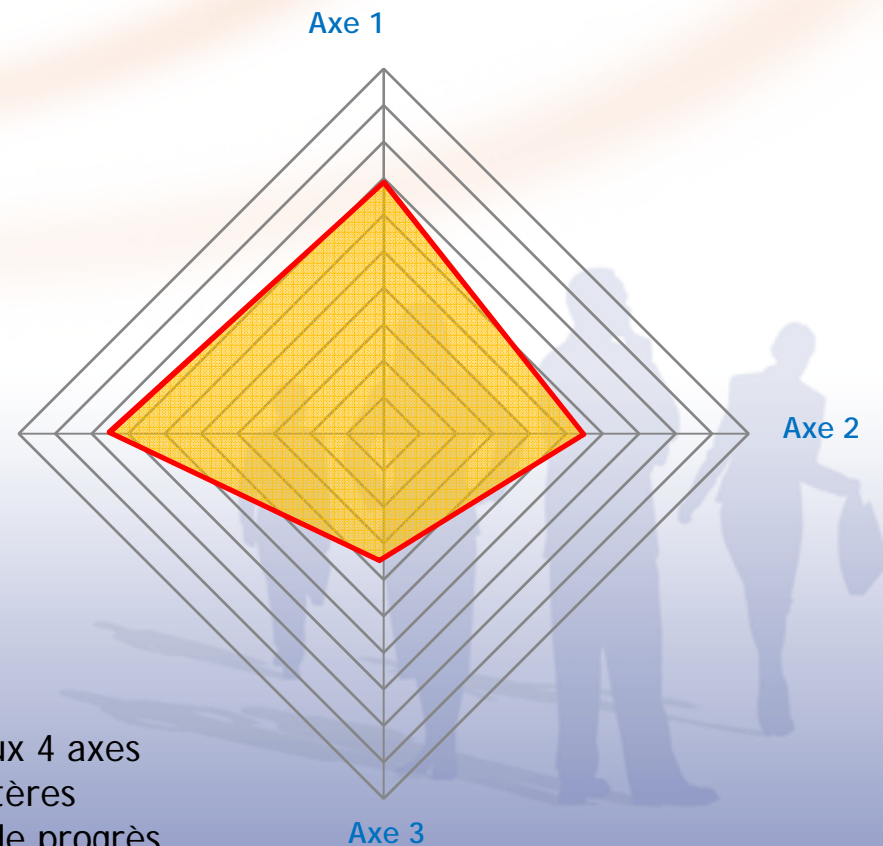
Note B : qui prend en compte seulement les critères principaux (pour comparer des sites peu matures par exemple)

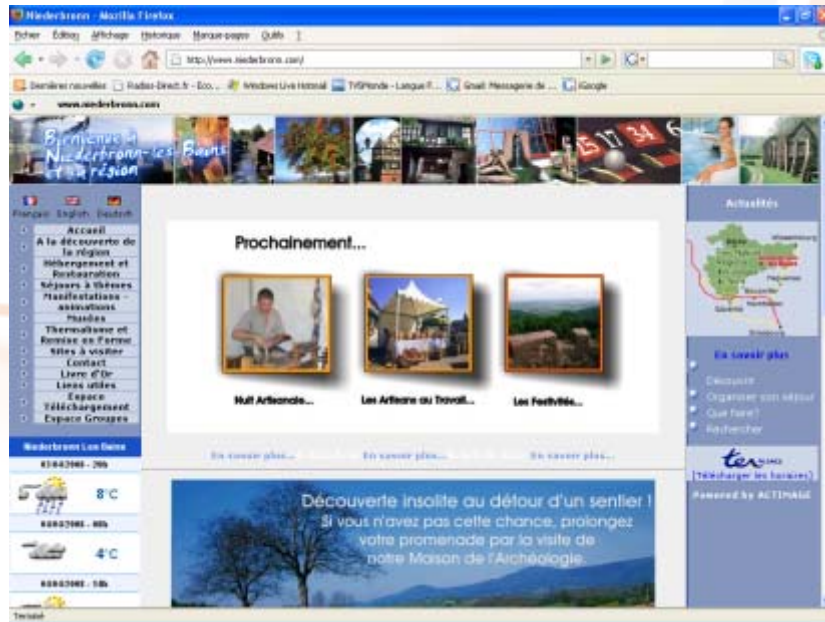


3

Un positionnement par rapport aux 4 axes tenant compte des 3 types de critères permettant d'identifier les axes de progrès

Axe 4

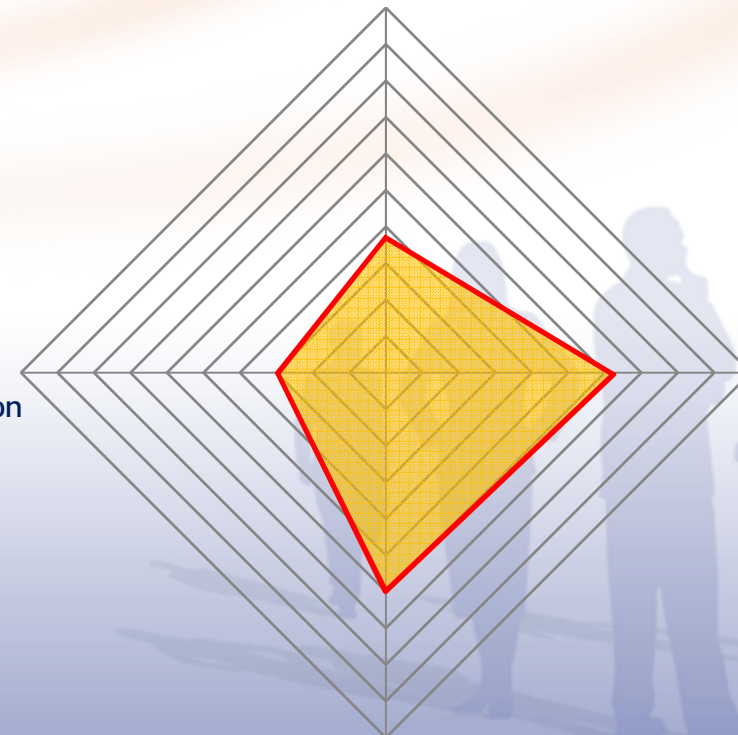




<http://www.niederbronn.com/>

Interactivité
&
personnalisation

Ergonomie
&
accessibilité



Note A	10,1
Note B	10,9



Contenu du site



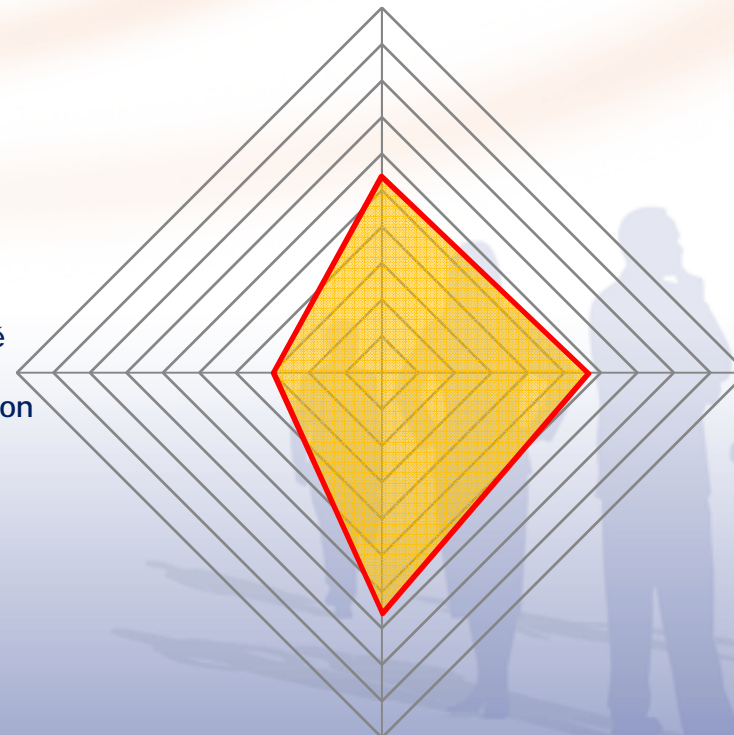
Site de l'Office de tourisme de Wissembourg



<http://www.ot-wissembourg.fr>

Note A	11
Note B	11,3

Interactivité
&
personnalisation



Ergonomie
&
accessibilité

Contenu du site



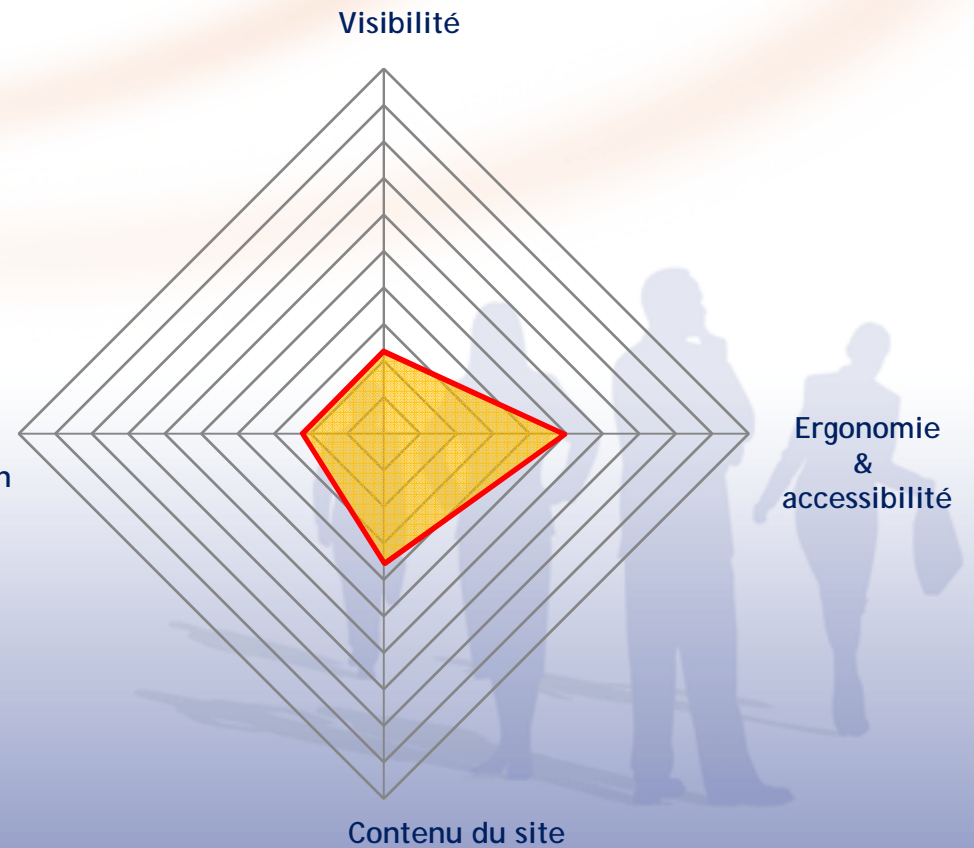
Site de l'ADEAN (partie tourisme)



<http://www.alsacedunord.info/>

Note A	6,8
Note B	6,3

Interactivité & personnalisation





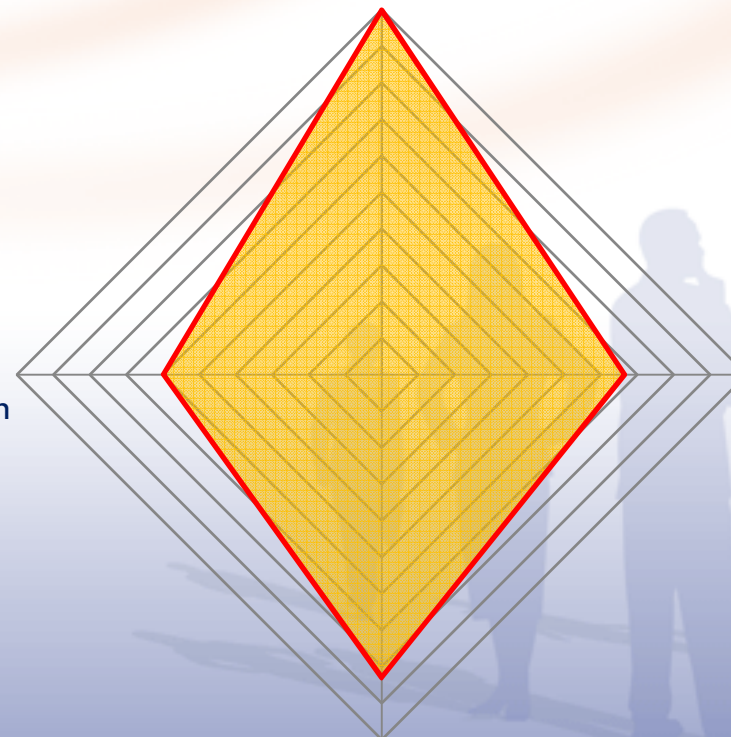
Un exemple de bonne pratique



Interactivité & Personnalisation

Visibilité

Ergonomie & accessibilité



Note A	14,4
Note B	13,7

Contenu du site