



HubSpot

Construire l'arborescence de son site web

+ modèles

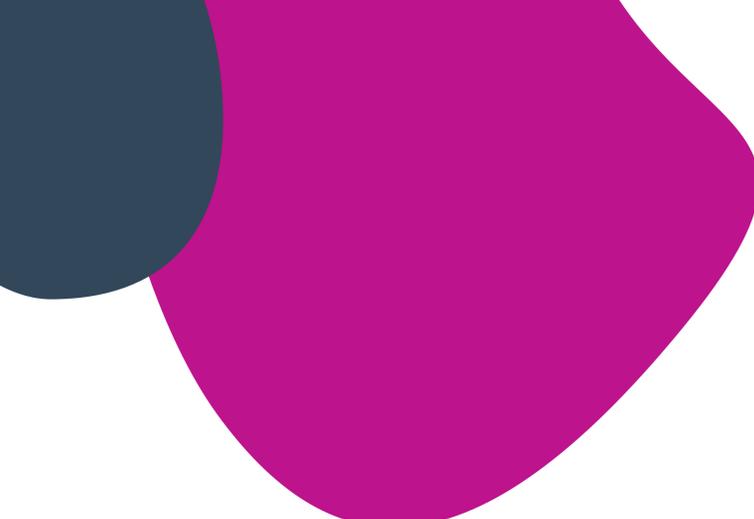


Table des matières

Chapitre 1	4
Les enjeux de l'arborescence d'un site internet	
Chapitre 2	7
Construire l'arborescence de son site web en 5 étapes	
Chapitre 3	13
Différents types d'arborescences possibles	
Chapitre 4	17
Outils pour concevoir et analyser son arborescence	

L'arborescence d'un site web, aussi appelée plan de site, correspond à la structure des pages et des contenus présents sur un site internet. Cette organisation permet de lier ces différents éléments entre eux et de rendre les informations clés facilement accessibles aux internautes.

Sa conception représente une étape cruciale dans le développement d'un site web car l'arborescence participe à la fluidité du parcours de navigation mais aussi au référencement naturel du site.

Construire un plan de site efficace nécessite donc de tenir compte de plusieurs facteurs et de faire des choix. Il existe différentes formes d'arborescences de site et, pour identifier la mieux adaptée, il convient de suivre une certaine méthodologie.

Chapitre 1

Les enjeux de l'arborescence d'un site internet

Les enjeux de l'arborescence d'un site internet

Améliorer l'expérience client

L'arborescence d'un site web est souvent définie comme son architecture ou son squelette. Elle part de la page d'accueil, reliée aux différentes catégories principales du site, rattachées à leurs sous-catégories. Celles-ci ne doivent pas être définies au hasard et répondent avant tout aux besoins des internautes. La règle générale indique que ceux-ci doivent pouvoir trouver les informations qu'ils recherchent sur le site en 3 clics maximum. Une page nécessitant plus d'actions pour apparaître est considérée comme inaccessible et, de fait, inutile.

Concevoir une bonne arborescence de site web implique donc avant tout de se mettre à la place des consommateurs afin d'anticiper leurs parcours de navigation et mettre en valeur les informations importantes. Se contenter de créer des catégories ou de proposer un menu sur la page d'accueil ne suffit pas, il faut bel et bien imaginer tous les scénarios possibles en fonction du point de départ de l'internaute et de son point d'arrivée.

Selon l'endroit où arrive le visiteur, l'information recherchée peut se trouver plus ou moins éloignée, une situation qui relève de l'expertise des professionnels de l'expérience utilisateur, UX. Les UX designers étudient les intentions de recherche des internautes mais aussi les sites concurrents et adaptent l'ergonomie et l'architecture d'un site en ce sens. De leur côté, les UX writers rédigent des textes permettant d'aiguiller les internautes de manière intuitive.

Booster le référencement naturel

En plus de l'expérience client, l'arborescence d'un site web impacte énormément son référencement naturel, SEO. Chaque jour, les moteurs de recherche analysent en continu les sites disponibles sur internet grâce à des robots indexeurs, aussi appelés crawlers. Ces outils scannent toutes les pages des sites et étudient notamment leur structure.

Plus un site repose sur une architecture claire, comporte des contenus sémantiquement proches, des liens internes et peu de pages isolées, plus il a des chances d'être vite compris par les robots et plus ceux-ci le mettent en avant.

Un important travail doit donc être mené sur la stratégie SEO à déployer. Les mots-clés utilisés doivent appartenir à un même champ sémantique pour assurer la cohérence du propos général mais les différentes catégories du site doivent aussi se démarquer par des champs lexicaux variés. Parmi les bonnes pratiques à mettre en place dans ce domaine, on trouve également les liens internes. Ceux-ci permettent aux robots indexeurs de déchiffrer plus vite les relations entre les contenus du site et de les indexer plus facilement. Enfin, les adresses URL des pages et leur niveau de profondeur doivent aussi faire l'objet d'une attention particulière.

Dans les faits, plus une page s'avère « profonde », intégrée dans une sous-catégorie ou plus loin encore, moins elle sera prise en compte par les crawlers. **Réaliser une arborescence de site efficace nécessite donc l'intervention de plusieurs experts de l'UX mais aussi du SEO, afin d'organiser les contenus de manière à ce qu'ils plaisent à la fois aux utilisateurs et aux moteurs de recherche.** Beaucoup de professionnels sont donc amenés à travailler sur un tel projet : les directeurs de la communication et du marketing peuvent définir les grandes lignes et points importants à intégrer sur le site, tandis que les experts de l'UX et du SEO mettent ces contenus en mots et les organisent de façon optimale, sous la supervision d'un chef de projet.

Chapitre 2

Construire l'arborescence de son site web en 5 étapes

Construire l'arborescence de son site web en 5 étapes

Dresser la liste de tous les contenus du site

La première chose à faire au moment de construire l'arborescence de son site consiste à lister l'ensemble des contenus à y intégrer. Fiches produit, textes à afficher sur les différentes pages, images, vidéos, informations corporate, espace de connexion pour les clients, articles de blog, à ce stade, la priorité reste de ne rien laisser de côté. Une fois la liste des contenus achevée, vient le temps de procéder à de premiers regroupements. Les éléments de la liste peuvent se rassembler en plusieurs catégories, qui ne représentent pas pour autant les futures pages du site.

À titre d'exemple, les entreprises proposant des produits ou services à la vente disposent souvent de trois catégories : informations générales (description de l'offre et de l'activité, points forts), catalogue (avec la liste et le descriptif de chaque gamme et de chaque produit) et informations sur l'entreprise (**page « à propos »**, **page contact** ou encore mentions légales).



Hiérarchiser ces contenus et définir une structure

Après avoir effectué ce premier tri, les groupes identifiés doivent être organisés de manière plus hiérarchisée. Pour ce faire, il suffit de prendre chaque élément et de déterminer son degré d'importance. Les grandes catégories et sous-catégories du site commencent alors à se dessiner. De manière générale, il est recommandé de ne pas prévoir plus de 3 niveaux sur un site web pour que celui-ci reste facile d'utilisation : **la page d'accueil** correspond au niveau zéro de l'arborescence. Les principales catégories du site figurent ensuite dans le menu principal, au niveau 1, et chacune d'elles peut mener à d'autres sous-catégories, au niveau 2, indiquées dans des menus secondaires ou directement reliées aux catégories principales. Celles-ci renvoient ensuite vers des pages, qui représentent le niveau 3 dans la hiérarchie du site.

Il existe deux méthodes pour hiérarchiser son contenu : l'approche top-down et l'approche bottom-up. La première consiste à partir de la page d'accueil du site pour affiner ensuite les détails du parcours et créer son arborescence petit à petit, en gardant toujours une vision globale du site. L'approche bottom-up, à l'inverse, part de chaque



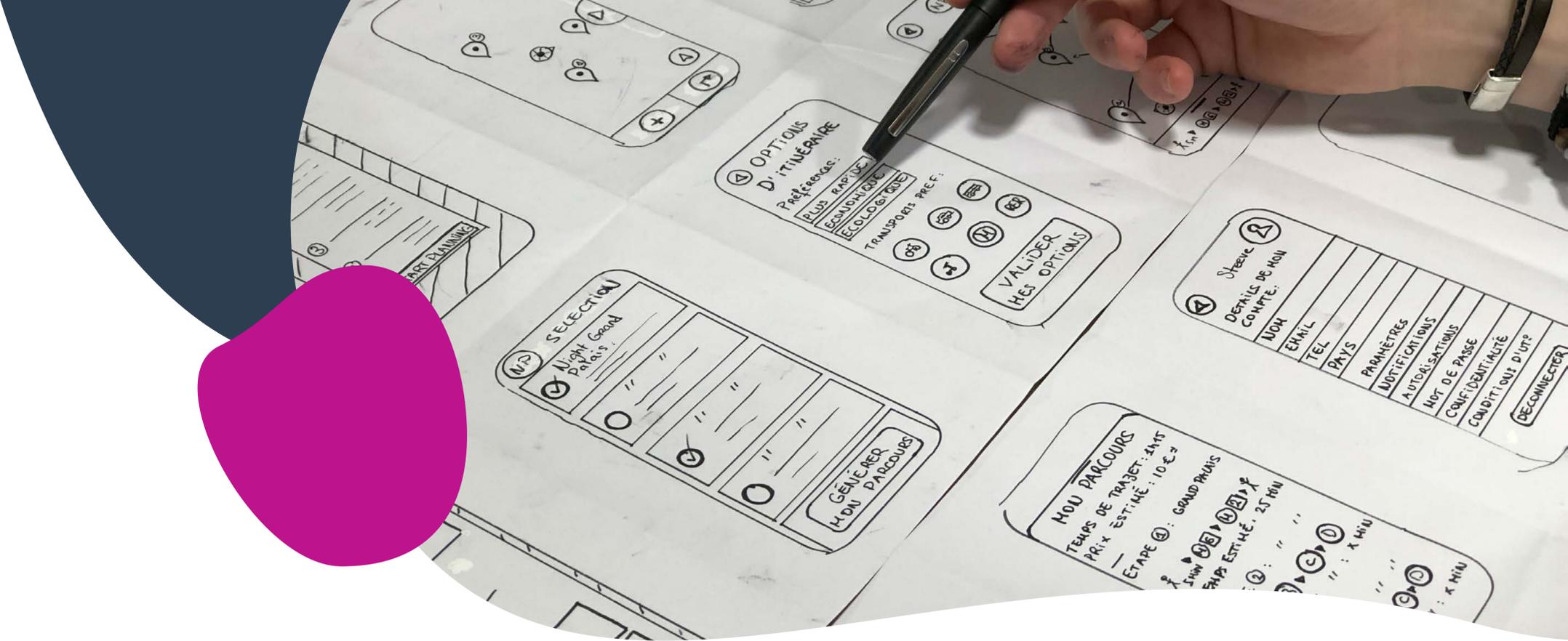
élément figurant dans la liste de départ et a pour but de créer des micro-arborescences pour remonter progressivement jusqu'à la page d'accueil. Cette méthode comporte toutefois un risque d'oublier les contenus transverses. Ces deux approches se révèlent, en réalité, assez complémentaires et il semble judicieux de confronter les résultats obtenus avec chacune d'elles pour obtenir la meilleure hiérarchisation possible.

Optimiser son architecture avec les mots-clés et les URLs

La problématique du SEO se pose, dans les faits, en même temps que celle de la hiérarchisation des pages. Il convient alors de rester logique et de faire appel à son bon sens, ce qui se révèle souvent plus compliqué que prévu à force de travailler sur un même sujet pendant très longtemps. Cette phase consiste à déterminer les catégories principales correspondant aux grandes thématiques du site, leurs sous-catégories et à leur attribuer des mots-clés. Chaque catégorie correspond d'ailleurs à un champ sémantique bien particulier et, plus on descend en profondeur dans le site, plus le niveau de granularité s'affine. Il s'agit de construire une arborescence en silos : les grandes catégories du site correspondent chacune à un champ sémantique bien particulier, enrichi par les nuances de vocabulaire et de mots-clés présents dans les sous-catégories. Par exemple, un site de vente en ligne de vêtements peut proposer une grande catégorie « pantalons » et plusieurs sous-catégories telles que « jeans », « leggings » ou bien « shorts ». Mieux vaut limiter les catégories principales afin de ne pas encombrer le menu du site. De la même manière, un site possédant un blog a tout intérêt à mettre un simple lien vers celui-ci dans le menu principal et à le décliner ensuite en plusieurs catégories, qui aident le lecteur à mieux s'y retrouver.

Enfin, les adresses URL de chaque page, plus précisément leur longueur et leur contenu, jouent un rôle important dans le référencement du site. Celles-ci doivent rester simples, lisibles et montrer le niveau de hiérarchie de chaque page. Elles doivent aussi contenir le mot-clé de la catégorie à laquelle elles se rattachent. Pour reprendre l'exemple précédent, un bon format se présente de manière très claire :

monsitemarchand.com/pantalons/jeans.



Prévoir des éléments de navigation

La présence d'éléments de navigation participe énormément à améliorer l'expérience utilisateur. Il s'agit, en pratique, d'intégrer des liens internes facilitant la navigation.

Le menu principal en fait partie et doit rester accessible tout au long de la visite, un fil d'Ariane retraçant le parcours de l'internaute peut d'ailleurs s'avérer utile. En remontant cet enchaînement, le visiteur peut facilement retrouver la page d'accueil ou celle d'une catégorie principale. Les liens vers d'autres pages du site à l'intérieur des textes participent également à simplifier la navigation, dès lors qu'ils renvoient vers un contenu complémentaire.

Plusieurs éléments basiques existent pour améliorer la navigation sur un site, comme la présence d'un header, en-tête comportant des liens vers les principales pages du site, d'un **footer**, pied de page avec d'autres liens vers des catégories ou de pages clés. L'intégration d'un moteur de recherche interne ou encore d'un menu de navigation secondaire constituent aussi des atouts pour fluidifier la visite de l'internaute et améliorer l'expérience client.

Schématiser son arborescence et la tester

Avant de lancer son site de façon officielle, il demeure indispensable de le tester.

Sur une feuille de papier, un tableau mural ou un logiciel, il faut alors mettre en images son arborescence et construire une première maquette pour la mettre à l'épreuve.

Les UX designers peuvent proposer, grâce à des méthodes comme le Sprint UX, de premières interfaces schématisant une structure de base. Celle-ci permet ensuite la construction de **wireframe**, c'est-à-dire d'une maquette fonctionnelle, afin d'évaluer l'ergonomie du site. Une première série de tests en interne semble alors idéale afin de repérer les éventuels premiers problèmes. Ces essais donnent ensuite lieu à des rapports d'étonnement de la part des testeurs, qui consignent toutes leurs observations, des plus générales aux plus techniques. Cette phase aboutit sur une série d'itérations en fonction des erreurs relevées par les primo-testeurs.

Une fois cette première phase terminée, il convient de faire développer le site par un professionnel avant de le rendre accessible à l'externe.

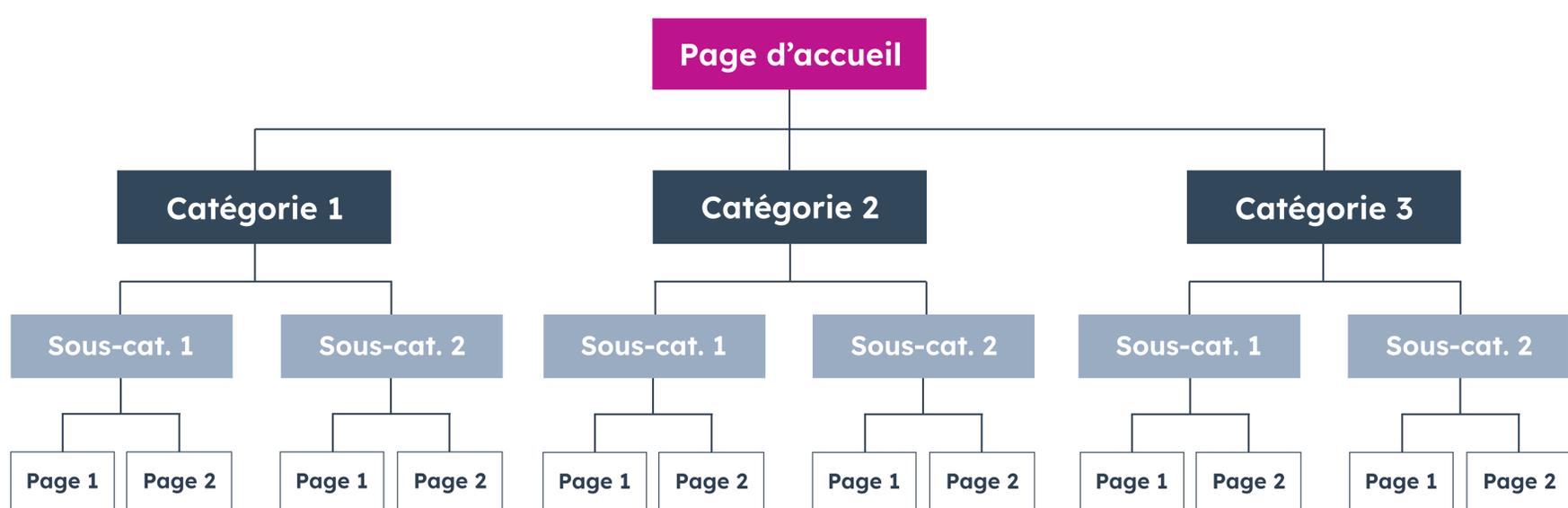


Chapitre 3

Différents types d'arborescences possibles

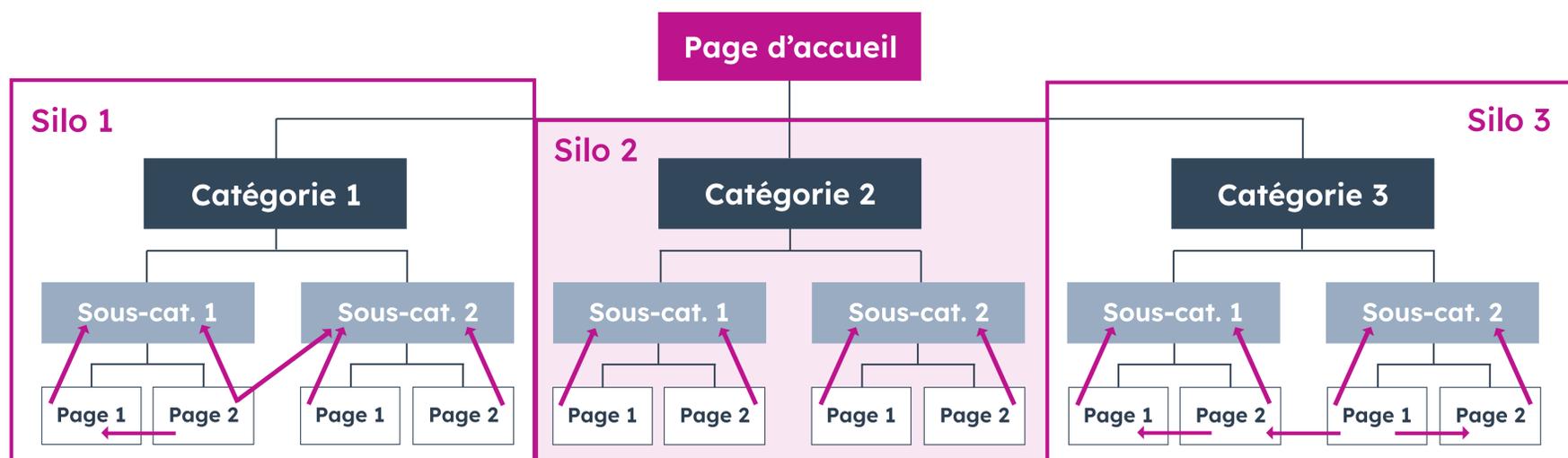
Différents types d'arborescences possibles

Architecture de base : 3 niveaux de hiérarchie



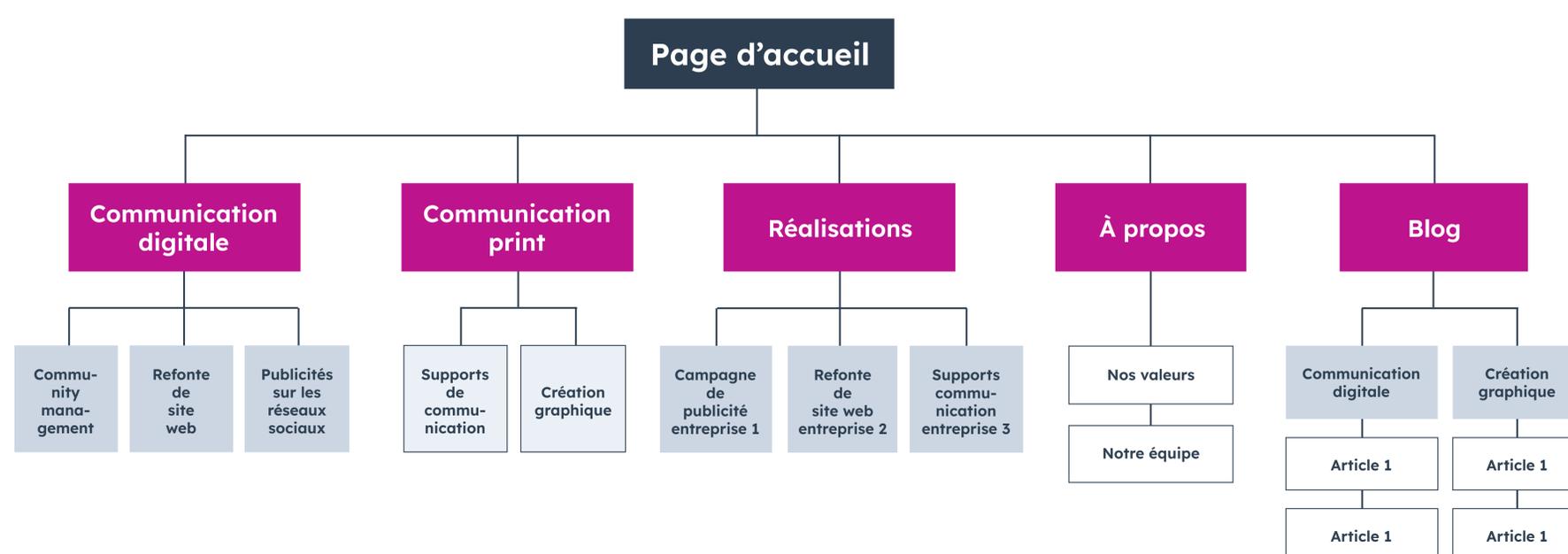
Ce modèle, qui constitue le plus basique, met en évidence les 3 niveaux de hiérarchie des différentes pages du site : la page d'accueil, le niveau zéro, mène aux 3 pages « catégories », qui représentent le niveau 1, qui mènent vers leurs sous-catégories, au niveau 2, qui conduisent aux pages, au niveau 3.

Architecture en silos basée sur l'optimisation SEO



Il s'agit d'adopter une structure en silos : toutes les pages d'une catégorie doivent traiter du même sujet, employer le même champ sémantique et posséder des liens vers les sous-catégories. Une structure bien définie comportant des liens internes permet aux robots indexeurs de mieux comprendre l'architecture générale et donc, de mieux le référencer. Cette stratégie de liens entre les pages d'un même site s'appelle aussi maillage interne.

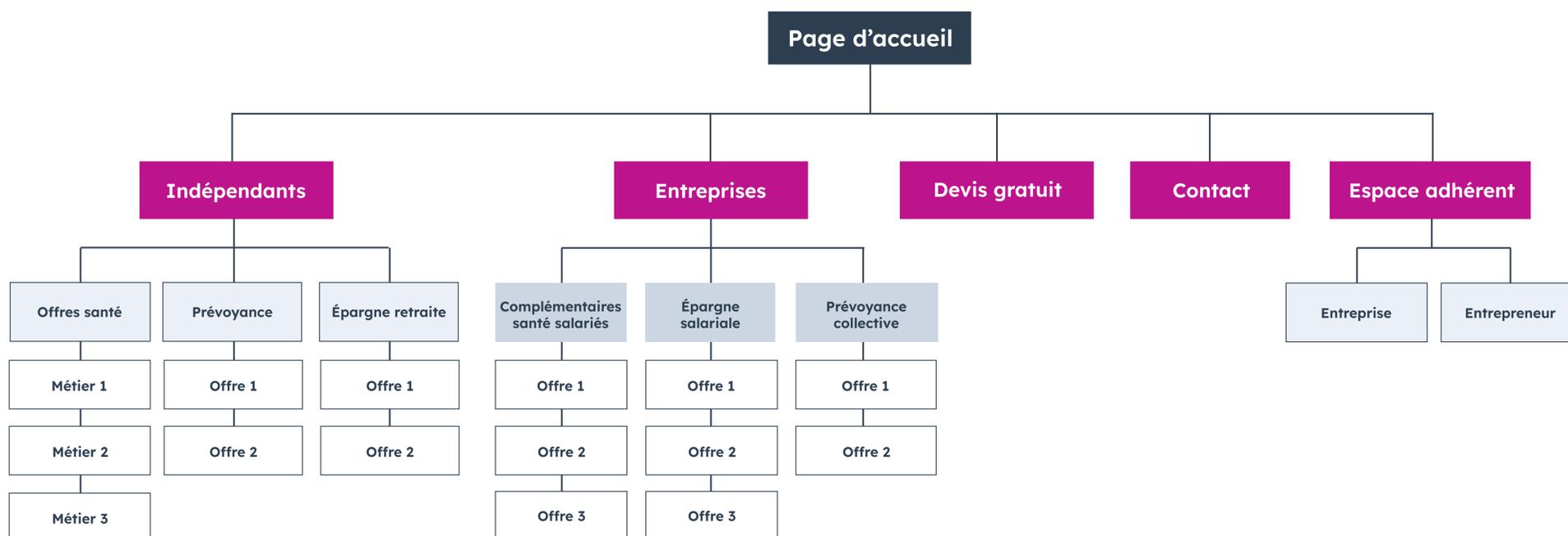
Exemples d'architecture de sites web



Ce premier exemple illustre l'arborescence d'un site fictif d'une agence

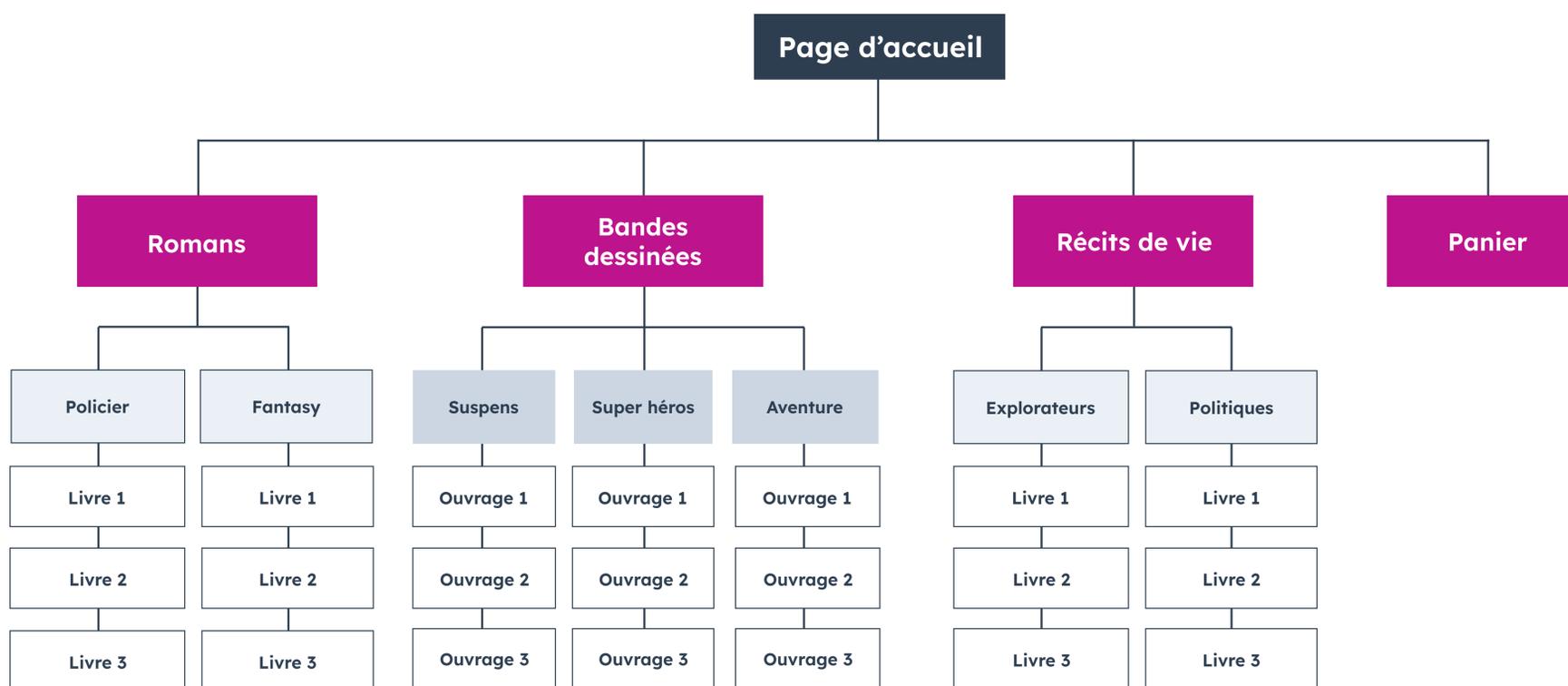
de communication. En dessous de la page d'accueil au niveau zéro, on retrouve les grandes catégories en rose au niveau 1, reliées à leurs sous-catégories en gris.

Les premières catégories, « *communication digitale* » et « *communication print* » renvoient à des sous-catégories détaillant les expertises de l'agence et la troisième, « *réalisations* », met en valeur ses références pour renforcer sa crédibilité. La catégorie « *à propos* » renvoie à deux pages évoquant l'histoire et les valeurs de l'entreprise et la dernière, « *blog* », se découpe en plusieurs sous-catégories qui regroupent les différents articles.



Ce deuxième exemple présente le site d'une mutuelle fictive, destinée aux professionnels.

Les catégories principales, au niveau 1, correspondent au statut des professionnels et redirigent vers les différentes prestations possibles : santé, prévoyance et épargne retraite ou salariale. Le détail de chaque offre est présenté dans les pages, au niveau 3 du site. Le niveau 1 comporte également des liens vers les fonctionnalités du site les plus recherchées par les utilisateurs : contact, devis et espace adhérent.



Ce troisième exemple correspond à un site marchand exposant son catalogue.

Il s'agit d'une librairie jeunesse fictive, qui présente ses différents rayons, au niveau 1 dans les grandes catégories. Au niveau 2, les sous-catégories détaillent les genres des ouvrages et les listent. Les pages, au niveau 3, représentent les fiches produit des livres.

Chapitre 4

Outils pour concevoir et analyser son arborescence

Outils pour concevoir et analyser son arborescence

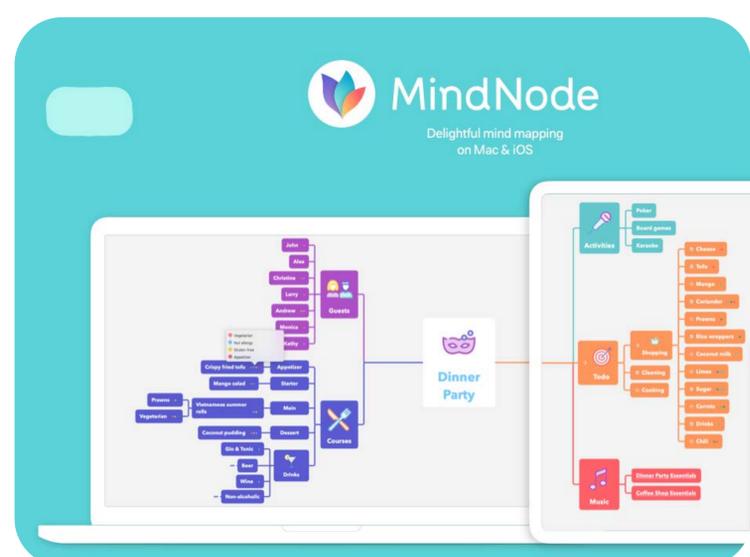
Logiciels pour concevoir son arborescence

Il existe plusieurs logiciels pour donner vie à l'arborescence de son site web autrement que sur papier.

L'un des plus célèbres se nomme **Gloomaps**. Cet outil en ligne gratuit permet de mettre en images l'architecture d'un site de façon très simple et visuelle. Il prévoit plusieurs couleurs à attribuer aux cases afin de distinguer clairement les différents niveaux du site et offre la possibilité d'exporter le fichier créé en format PDF, PNG ou même XML.  **Gloomaps**

Très prisé par les webmasters, **DynoMapper** fait également partie des outils plébiscités pour construire l'arborescence d'un site web. Ce logiciel payant comporte de nombreuses fonctionnalités, dont certaines, telles que le suivi de mots-clés et l'audit de contenu peuvent s'avérer précieuses. Il permet aussi à plusieurs intervenants de participer à un seul projet. Ceux-ci peuvent notamment modifier le schéma ou ajouter des commentaires.  **DYNOMAPPER**

Présenté comme un logiciel de brainstorming visuel, **MindNode** existe à la fois en version gratuite, mais limitée, et en version payante. Cet outil polyvalent se révèle très pratique pour mettre en images la structure d'un site web avec des cases de différentes couleurs à relier entre elles pour illustrer les différents niveaux de hiérarchie du site et ses catégories.



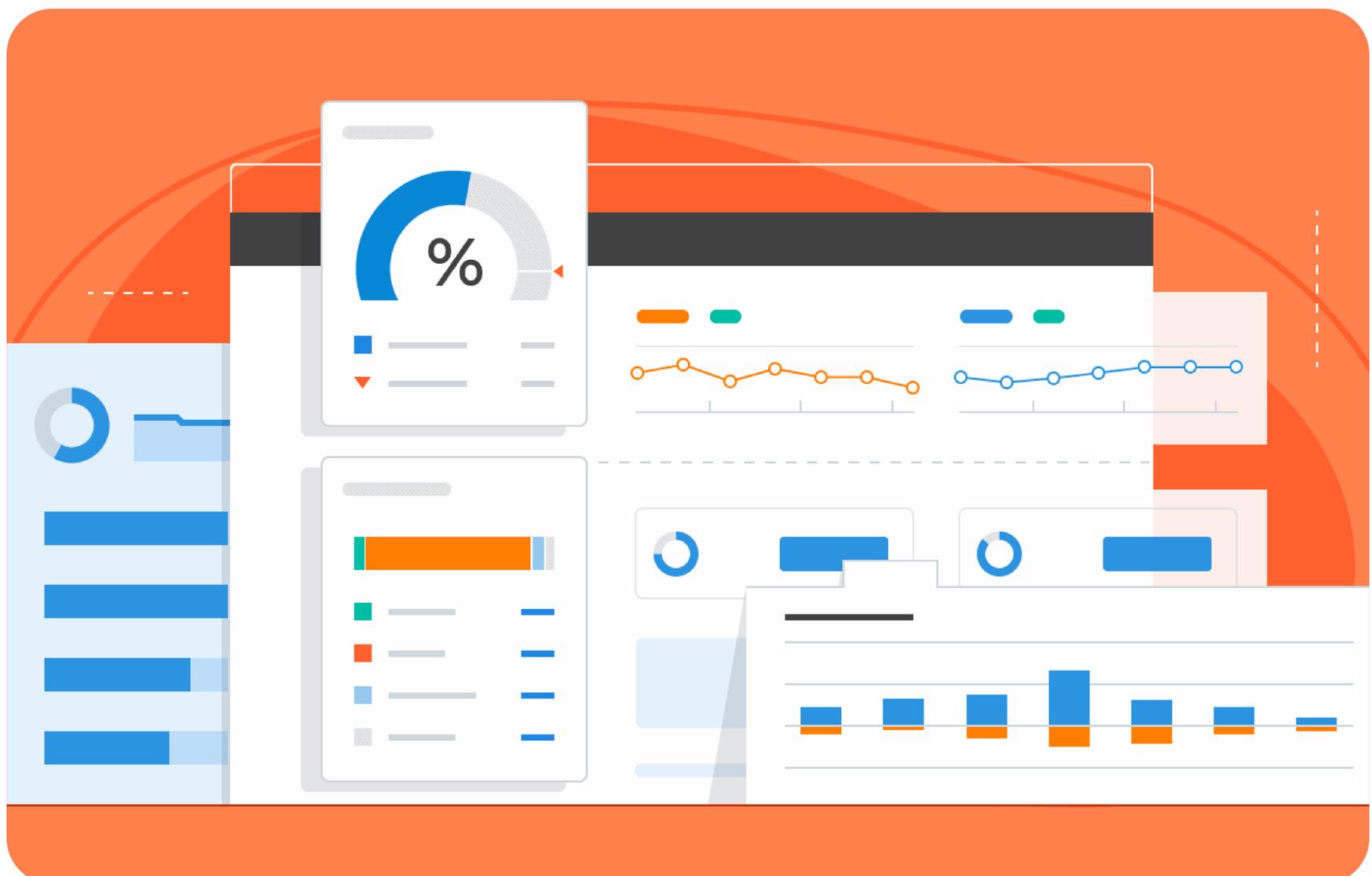
Outils pour analyser l'architecture de son site web

Plusieurs outils permettent d'évaluer la structure de sites existants.

Pour analyser la concurrence ou sa propre plateforme après son **lancement**, des logiciels comme **Screaming Frog** décortiquent en profondeur les pages d'un même site et délivrent de précieuses informations. Ce logiciel, qui compte parmi les plus connus, indique notamment les niveaux de profondeur trop importants de certaines pages, les contenus dupliqués ainsi que les pages non indexées et les erreurs dans les balises.



De la même manière, **SEMrush** et **WooRank**, qui ne proposent pas de version gratuite contrairement à Screaming Frog, analysent en détail le référencement et les performances des sites existants.



L'arborescence d'un site web participe à la fois à la fluidité du parcours utilisateur mais aussi à son référencement dans les moteurs de recherche.

Sa conception ne doit donc pas être prise à la légère et, pour la rendre la plus efficace possible, il convient de se mettre à la place des internautes. L'architecture d'un site peut prendre des formes variées, l'essentiel reste de bien la tester plusieurs fois avant de valider la version définitive et de faire développer son site. Il existe heureusement des outils permettant d'évaluer la qualité d'une arborescence afin de repérer rapidement ses éventuels défauts et de les corriger.



HubSpot

Logiciel CMS

Le CMS gratuit de HubSpot offre toutes les fonctionnalités pour développer un site web sécurisé à l'image de votre marque.

[Obtenir le CMS](#)