



Internet

Le chantier Internet

Le nouveau site web de la Société Suisse d'Odonto-stomatologie est en ligne depuis le 3 juillet 2007. Par leurs nombreuses réactions, les utilisateurs de l'Internet ont pu confirmer que le nouveau site national des médecins-dentistes se présente sous un design plus attrayant, qu'il est plus fonctionnel, généralement plus facile à consulter et, en ce qui concerne le contenu, organisé de façon plus logique. Quelques voix critiques se sont également fait entendre parmi ceux qui ont réagi: les boutons figurant sur la page d'accueil auraient une allure un peu vieillotte et manqueraient de dynamisme. D'autres plaintes concernaient des liens qui ne fonctionneraient pas et l'absence de fichiers PDF. Mais enfin, tout bien considéré, les réactions restaient dans le cadre des attentes: la création d'un nouveau site web est en effet un grand chantier. Tant les gestionnaires du site que la grande famille de ses utilisateurs doivent être bien conscients qu'un tel site ne sera jamais terminé, qu'il sera en constant remaniement, puisque la seule constance de notre existence – et cela vaut tout particulièrement pour l'Internet – c'est le changement permanent. Celui qui entend refuser ces modifications ne peut pas éviter d'entreprendre en permanence les indispensables actualisations.

Urs Laederach

«Où puis-je trouver...?»

La majorité des réactions des utilisatrices et utilisateurs reçues par Internet concerne cette question. L'homme est, on le sait, un animal d'habitudes, il réagit en règle générale par la frustration quand il ne retrouve pas «ses» contenus là où il avait l'habitude de les trouver. Il convient à cet égard de constater que les contenus de l'«ancien» site web de la SSO avaient perdu, au cours des années, une certaine logique dans leur classement. Le site map ou carte du site – la table des matières en quelque sorte d'un site web avec des liens fonctionnels directs – ne traduisait plus la totalité du contenu du site. D'un autre côté, par l'intermédiaire de ce site map, il était possible de démarrer des contenus qui ne figuraient pas sur le navigateur principal à gauche. Ces discordances ont été supprimées dans la nouvelle présentation du site web des médecins-dentistes, les éléments du contenu ont été réorganisés et rassemblés en accordant beaucoup d'importance au «bon sens» – en d'autres termes à la logique. A côté de la recherche rapide en fonction de mots-clés sur la totalité du site (ainsi que l'ensemble des fichiers PDF en ligne), le site map représente par conséquent un des instruments à disposition pour trouver le contenu désiré. Cliquez sur <http://sso.ch> tout à droite en haut sur le site map, vous pourrez entrer directement sur le contenu que vous recherchez par la nouvelle fenêtre de la table des matières qui va s'ouvrir.

Des statistiques intéressantes

Le système de gestion du contenu «iRacer» du nouveau site web de la SSO permet, par sa fonction statistique, de constater en détail le nombre de clics sur chaque page ou partie de page. Il sera ainsi possible de savoir quels sont les contenus qui éveillent le plus d'intérêt ou, d'un autre côté, ceux qui n'ont jamais été consultés durant une période d'observation déterminée. Depuis la mise en œuvre du nouveau site web de la SSO au début juillet 2007, c'est la page d'accueil «Home» qui a recueilli le plus grand

nombre de clics – en l'occurrence près de 1500. Dans l'échelle des préférences des surfeurs, ce sont la page «Infos patients» avec près de 5300 appels et la page «Publications» avec un total de 5245 clics qui suivent. Il semble que «Chercher un dentiste», avec 5003 clics, soit également fort apprécié et la page «Service de placement» a encore eu droit à 4372 clics. A l'opposé, la page «Fondations de la SSO» n'a enregistré aucun appel, il en est de même des cours en ligne de la SSO dans le domaine réservé aux membres et du menu «L'or» dans le domaine «Matériaux d'obturation». Dans le cas des pages qui n'ont pas encore obtenu de clic, il n'est pour l'instant pas possible de dire avec certitude si le mauvais résultat statistique provient de la méconnaissance de leur existence, de l'impossibilité à les trouver ou de l'absence totale d'intérêt à leur égard. Il va de soi que les pages qui n'auraient jamais été démarrées durant une période de référence, par exemple de six mois, devraient, après consultation des responsables de la SSO, être soit déplacées ou effacées complètement, respectivement fermées.

La campagne de la SSO – en ligne également!

La campagne nationale pour la promotion et le renforcement de la marque SSO, qui a débuté le 2 septembre 2007, aura évidemment des répercussions sur le contenu du nouveau site des médecins-dentistes: les annonces diffusées à un moment donné devront y figurer et il conviendra de s'assurer que ceux qui recherchent sur l'Internet des réponses aux questions posées dans les annonces pourront effectivement les trouver. Pour ceux qui souhaiteraient publier une annonce dans leur média



local, des modèles pour l'impression devraient être à leur disposition et, finalement, il faut s'assurer de la simultanéité de la parution des sujets des annonces dans la presse et en ligne. Le défi qu'il s'agit, à cet égard, d'affronter est celui de la maîtrise de la publication dans les trois langues nationales, ainsi que celle du temps nécessaire pour la mise en ligne des différents contenus.

A suivre...

