

Manuel d'écriture pour le web

Souvenez-vous, les lecteurs du web ont tendance à être extrêmement impatients et veulent aller de l'avant vers leur but. Ils demandent :

- Qu'y a-t-il à l'intérieur pour moi?
- Comment la recherche sur le web m'aide-t-elle pour atteindre mon but?
- Est-ce que j'obtiens les faits que je veux ou dois-je creuser encore plus?

Si ces questions sont frustrantes, les lecteurs du web cliquent pour aller ailleurs en un clin d'œil. À ce stade, une personne qui lit des informations sur papier pourra mettre le texte de côté et y revenir plus tard, mais avec des millions d'autres sites internet facilement accessibles, il y a moins de chance qu'un lecteur sur le web y retourne. Pour garder l'intérêt du lecteur sur internet et pour qu'il revienne :

- Écrivez beaucoup moins que vous ne le feriez pour exprimer la même idée sur papier; 50 pour cent en moins est une bonne règle.
- Ne 'versez' pas le texte d'une version papier sur internet, mais réécrivez-le.
- Écrivez tel qu'il est facile de scanner, en utilisant de courts paragraphes – un paragraphe pour une idée principale.
- Utilisez des titres significatifs, listes, et sous-titres.
- Choisissez votre langage/style pour que l'objectif soit clair et bien argumenté.
- Donnez à vos phrases une structure simple et non complexe.

Lecture recommandée: Jacob Nielsen, Designing Web Usability. La pratique de la Simplicité, Ch. 3, Content Design, Indianapolis, New Riders, 2000