



## >> L'optimisation de la production : les modèles de page

L'utilisation de modèles permet l'étude d'une structure de page quelles qu'en soient les déclinaisons.

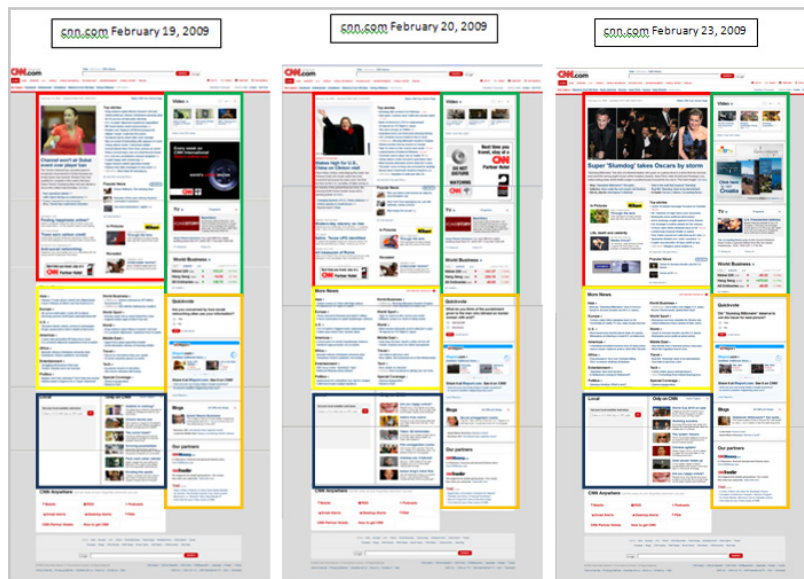
Par exemple, toutes les fiches produit (ou fiches article) sont construites à partir d'un modèle de page unique (ou « template »).

S'il est bien sûr possible d'obtenir l'analyse pour la fiche 23 ou la fiche 145, il est également possible de procéder à l'analyse du modèle qui sera le concentré de toutes les fiches articles : vous pourrez ainsi valider les zones structurelles à fort taux de clics, quel que soit le contenu.

Cette illustration montre la page d'accueil de cnn.com à quelques jours d'intervalle.

On voit ici l'intérêt de l'étude des zones (les encadrés de couleur ont été ajoutés pour plus de clarté).

On perçoit aussi l'intérêt de la notion de modèle qui traduira l'activité sur la page quels qu'aient été les contenus successifs.



L'étude du modèle sur une assez longue période permettra de déterminer la visibilité et l'impact de chaque zone sans dépendre de nombreuses variations sur les contenus multiples (exemple des fiches produit) ou dans le temps (exemple de contenus éditoriaux).

Cette approche peut donc se résumer à ceci : mon modèle de page (ou template) a une structure permanente en zones précises (mais dont les contenus varient), je dois donc connaître l'attractivité de chaque zone indépendamment de ses contenus pour affecter à ces derniers l'emplacement qui les mettra le mieux en valeur.