

1. Organisation et procédures

OUI NON

Le management a validé une stratégie de contenu pour notre présence en ligne (exemples : pour nos sites web, pour nos activités sur les réseaux sociaux, pour notre approche rédactionnelle...).

Notre organisation applique une politique de présence sur les réseaux sociaux (exemple : approche sociale et collaborative).

Notre organisation dispose de profils spécifiques (exemples : Community Manager, SEO, Webdesigner).

Notre organisation développe le travail en réseau et la transversalité entre organisations.

Les responsables de nos canaux de communication (mails, formulaires de contact, Contact Center, sites web, réseaux sociaux, services en ligne...) collaborent pour partager des informations et des connaissances.

Les responsables des contenus complètent un calendrier partagé pour planifier les mises en ligne (par exemple, pour les nouveaux contenus, les mises à jour, les actualités).

Pour assurer le cycle de vie de nos contenus (production, mise à jour, validation, diffusion, archivage), nous exerçons des rôles et des responsabilités déterminés (par exemple, via un *workflow*).

Notre organisation dispose d'une base de connaissances (ou de plusieurs bases interconnectées).

L'organisation actualise régulièrement ses procédures en matière de sécurité (exemples : gestion des mises à jour des applications, audit de sécurité, test d'intrusion).

2. Informations	OUI	NON
Les informations que nous mettons en ligne sont exactes.		
Nos informations sont en permanence à jour.		
Lorsque quelqu'un nous signale une erreur ou une obsolescence, nous effectuons immédiatement les vérifications et les actions correctives nécessaires.		
Nos contenus sont datés et ont, si nécessaire, une date de début, une date d'échéance.		
Les contenus qui se retrouvent sur plusieurs pages sont uploadés et mis à jour à un seul endroit. Ou alors nous n'avons pas de doublons de contenus.		
Nous donnons les informations pertinentes pour la réalisation des démarches en ligne (document explicatif, mode d'emploi, liste des données à avoir sous la main...).		
Nous rédigeons des textes adaptés à nos publics cibles et à nos canaux (exemples : texte pour le grand public, texte pour des spécialistes, ton décontracté sur les réseaux sociaux...).		
Nous appliquons des consignes de rédaction et d'uniformisation.		
Nous annonçons les changements à venir lorsque nos publics cibles ont besoin d'être avertis préalablement (exemples : déménagement, certaines législations).		
Nous mettons en priorité des liens vers les sources authentiques (= les sites des organisations compétentes) afin de garantir l'authenticité et l'actualité des contenus		

3. Produits et services

OUI NON

Nos formulaires sont téléchargeables (exemples : PDF, Word, Excel, Open Office...).

Nos formulaires sont interactifs (exemples : zones à remplir, champs de calculs automatisés).

Des formulaires pré-remplis sont générés électroniquement (exemples : données personnelles, montants, cases cochées).

Le lay-out de nos formulaires est adapté pour que l'utilisateur puisse les remplir facilement sur un écran.

L'utilisateur reçoit une confirmation automatisée de l'envoi de son formulaire.

Nous avertissons l'utilisateur d'erreurs de remplissage (exemples : code postal, nom de commune/ville, registre national).

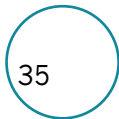
Des erreurs de remplissage sont corrigées de façon automatisée (exemple : totaux).

L'utilisateur accède à ses formulaires et ses documents complétés (exemples : copie par mail, consultation en ligne).

L'utilisateur dispose d'outils en ligne (exemples : simulateur, calculateur, application pour effectuer des réservations, des commandes, des paiements...).

Notre offre en ligne comprend un guichet électronique qui permet de réaliser des démarches de A à Z.

4. Interactivité	OUI	NON
Chaque contenu est prolongé par au moins un point de contact.		
Nous offrons une aide en ligne en temps réel (exemples : chat, contact avec un opérateur, réponses automatisées...).		
Nos contenus sont partageables (exemples : boutons vers les réseaux sociaux, système d'envoi par mail).		
Les utilisateurs ont la possibilité de faire des commentaires et de poser des questions.		
Nous tenons compte des feedbacks des utilisateurs pour améliorer notre offre en ligne.		
Nous adaptons nos contenus sur la base de questions récurrentes (exemples : ajout de texte, réécriture).		
Nous disposons d'un schéma d'action structuré pour dialoguer sur les réseaux sociaux.		
Notre communication via les réseaux sociaux suscite l'interaction, la conversation, la collaboration.		
Certains de nos contenus sont créés par ou avec l'aide de l'utilisateur (exemples : co-création, crowdsourcing, innovation ouverte).		



5. Trouvabilité

OUI NON

Nous apparaissions en tant qu'organisation publique (= source officielle) sur nos contenus en ligne.

Les informations les plus recherchées sont mises en évidence (par exemple en page d'accueil).

Nous aidons les utilisateurs à s'y retrouver sur nos sites (exemples : page avec le plan du site, fil d'ariane (*breadcrumb*), page d'erreur qui réoriente vers une page pertinente).

Nous choisissons des mots-clés adaptés à nos publics cibles pour nos métadonnées, thésaurus...

Nous améliorons l'optimisation (SEO) de nos sites pour les moteurs de recherche externes.

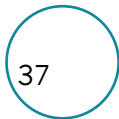
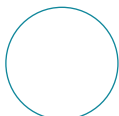
Nos balises sont sémantiquement correctes (exemples : balises HTML, CSS).

Nos moteurs de recherche internes donnent des résultats pertinents (exemples : résultats récents, filtrés par thème, par profil d'utilisateur...).

Les liens morts sont repérés et corrigés.

L'accessibilité pour tous à nos sites et documents en ligne est effective (exemple : label AnySurfer).

6. Expérience utilisateur	OUI	NON
Nous structurons nos contenus en ligne en nous basant sur les besoins des utilisateurs.		
Nos projets web (sites, services en ligne, applications mobiles...) font l'objet de tests utilisateurs aux différentes étapes, de la conception au produit fini.		
Nous appliquons des principes d'ergonomie à nos sites et services en ligne (exemples : simplicité, utilisabilité, rapidité).		
Nos interfaces sont intuitives (exemples : vue d'ensemble sur la page d'accueil, dénominations explicites des menus, couleur différente sur les liens visités).		
Nous adaptons nos interfaces à tous les supports (écran, tablette, téléphone mobile...).		
L'esthétique fait partie de notre approche (exemples : équilibre texte/image, <i>look & feel</i> , identité visuelle).		



7. Technologie

OUI NON

Notre système permet d'automatiser la publication de contenus sur le web (exemple : un clic suffit pour mettre en ligne un texte, une photo, une vidéo ou un autre contenu).

Nous automatisons la conception de pages web (exemple : template de page web réutilisable pour créer un autre site).

Notre système permet de mettre en ligne une diversité de supports (exemples : textes, images, vidéos).

Nos outils sont configurés pour attribuer des rôles de gestion différents (exemples : CMS avec administrateur disposant de droits étendus, rédacteur ayant des droits limités).

Notre système permet la gestion de profils différents en fonction de nos groupes cibles (certains profils ont accès à certaines données, par exemple pour le suivi du statut d'une démarche en cours).

Des interfaces interconnectées permettent de récupérer des données personnelles de l'utilisateur (exemple : Tax-on-web, dossier de pension...).

Nos contenus sont disponibles dans des standards ouverts (exemples : ODT, XML).

Des données qui proviennent de sources extérieures peuvent être intégrées automatiquement sur nos sites web (exemples : plan d'accès, communiqués de presse).

8. Mesures et évaluations	OUI	NON
Nous collectons et analysons des chiffres sur notre présence en ligne (exemples : nombre de visiteurs uniques d'un site web, nombre de <i>followers</i> sur Twitter...).		
Nous avons mis en place un système qui surveille, est à l'écoute du web de manière structurée et organisée afin de nous tenir informés de l'actualité d'un sujet, d'une thématique, de partenaires, de ce qui est dit de notre organisation...		
Nous faisons des enquêtes de satisfaction auprès de nos publics cibles.		
Nous auto-évaluons la qualité de nos sites web (par exemple, avec un outil d'auto-évaluation, une check-list ou encore en réalisant un screening de qualité des contenus).		
Nous vérifions que nos contenus atteignent nos publics cibles (pas uniquement en nombre mais aussi les utilisateurs visés).		
Nous collectons des données qualitatives auprès de nos publics cibles (par exemple, en réalisant des focus groupes, groupes d'utilisateurs, observations, interviews, comités de lecteurs).		
Les données recueillies sont exploitées (par exemple via des actions correctives immédiates, un plan d'action pour améliorer la présence en ligne, les contenus...).		
Nous suivons des indicateurs de qualité de notre présence en ligne, par exemple les facteurs clés de succès (FCS) et les indicateurs clés de performance (KPI).		
Les responsables de la sécurité évaluent notre politique de mots de passe et de logins.		