



Comment évaluer le prix d'un site internet ?

Comment évaluer le prix d'un site internet ou d'un blog ? Combien vendre son site internet ? Quels sont les critères utilisés pour valoriser un site internet ?

Vous avez créé un site internet ou vous souhaitez acquérir un site internet, et vous vous posez la question : **comment évaluer la valeur de ce site ?**

Malheureusement, valoriser un site internet n'est pas chose facile, tant les critères qui entrent en ligne de compte sont nombreux. Les prix des sites internet sont susceptibles de varier très fortement en fonction de leur nature (site vitrine, site e-commerce), de leur fréquentation, de leur rentabilité, mais aussi de leur potentiel ou encore de leur facilité de maintenance.

WikiCréa vous aide à y voir plus clair et à effectuer une estimation de votre site internet en ligne : **estimez votre site gratuitement au bas de cet article, en téléchargeant notre petit outil Excel.**

Comment évaluer le prix d'un site internet ? Les différentes méthodes.

Évaluer le prix d'un site internet est un exercice difficile. Il n'existe pas de méthode plus valable que les autres et chaque cas doit être considéré comme un cas particulier.

Toutefois, quelle que soit la méthode, le principe de la valorisation reste toujours le même. **Il s'agit d'une part d'apprécier les revenus actuels générés par l'activité du site, et d'autre part, d'anticiper son potentiel futur, et cela à travers :**

- l'analyse du contenu du site et de sa qualité,
- l'analyse de la fréquentation du site internet et de son évolution dans le temps : visiteurs et leur caractéristiques, taux de conversion, taux de fidélité...
- l'analyse des revenus générés par le site internet, actuels et futurs : chiffre d'affaires, cash-flow, bénéfices...

Remarque : une simple valorisation sur la base du **nombre de visiteurs** n'aurait aucun sens. En effet un « gros » site sera faiblement valorisé s'il ne s'inscrit dans aucune stratégie marketing de ciblage clair et de conversion efficace. Au contraire, un « petit » site peut avoir beaucoup de valeur s'il permet de toucher, de monétiser et de fidéliser des visiteurs précisément ciblés.

Enfin, et pour être plus terre à terre, la valorisation du site internet dépendra aussi de deux facteurs principaux :

- la capacité du vendeur à bien mettre en avant les atouts de son site,
- la capacité de l'acheteur à se projeter et à inclure le site internet dans sa stratégie globale.

Combien vendre son site internet ? Les critères à prendre en compte pour évaluer le prix de son site.

La fréquentation est loin d'être le seul critère à retenir pour évaluer le prix d'un site internet !

Voici les critères à prendre en compte pour valoriser un site internet :

1) Le contenu.

Un site internet sera d'autant mieux valorisé que :

- son thème est bien ciblé : ni trop généraliste, ni trop confidentiel,
- son contenu est qualitatif : contenu pertinent, attractif, riche, incitant à la découverte ou à la lecture,
- son contenu est à jour, et facile à mettre à jour,
- son contenu est durable, c'est-à-dire qu'il reste intéressant au fil du temps,
- son code est propre,
- son taux de rebond est faible,
- les critères SEO sont respectés,
- qu'il est facile à maintenir.

2) Les visiteurs.

Un site internet sera d'autant mieux valorisé que :

- les visiteurs présentent un profil homogène et sont donc susceptibles d'être intéressés par des produits ou services bien spécifiques,
- les visiteurs ont un pouvoir d'achat élevé,
- la notoriété du site internet est élevée (marque reconnue, existence de relais sur le terrain...),
- les visiteurs et les clients sont satisfaits par le contenu du site et le font savoir (témoignages, notations, partages sur les réseaux sociaux...),
- qu'il est possible d'avoir accès aux coordonnées détaillées des visiteurs pour les contacter et les suivre dans le temps,
- les utilisateurs forment une véritable **communauté** et peuvent interagir entre eux (sur le site ou sur les réseaux sociaux).

3) Le trafic et son évolution.

La valeur d'un site internet sera d'autant plus forte que :

- ses sources de trafic naturel sont solides : trafic organique (provenant des moteurs de

- recherche), trafic direct, trafic social, ou trafic *referral* (liens entrant),
- le site bénéficie d'une position de leader sur le marché sur sa thématique,
 - sa fréquentation augmente rapidement,
 - le nombre de liens entrant « naturels » augmente rapidement.

4) La conversion.

Un site web aura une valeur d'autant plus élevée que :

- le taux de conversion (pourcentage des visiteurs qui se transforment en **leads** puis en **clients**) est élevé,
- le taux de fidélité est élevé,
- le panier moyen est élevé,
- le type de revenu est durable : publicité ? services en ligne ? boutique e-commerce ? partenariats publicitaires ?

5) Les revenus générés.

Un site internet sera d'autant mieux valorisé que :

- le chiffre d'affaires, le taux de marge sur les produits vendus, et les bénéfices sont élevés,
- les dépenses en maintenance, marketing et communication sont faibles,
- le temps à passer pour maintenir le site est faible,
- que les résultats financiers sont bien orientés.

Estimation du prix de vente d'un site internet : modèle Excel.

Cliquez ci-après pour télécharger notre modèle de document Excel pour estimer la valeur d'un site internet : [**Logiciel évaluation prix site internet**](#)

Voir aussi nos articles :

- [**La méthode DCF pour valoriser une entreprise ou une start-up + Exemple Excel**](#)
- [**Le lead management : définition**](#)
- [**Vendre son entreprise : préalables, valorisation, imposition**](#)