



►► Enjeux d'un projet web et qu'est ce qu'un site réussi !

---



#JD18FR

**PARIS 18 & 19 MAI 2018**

# Notions abordées

---

La lecture d'un livre prend plusieurs heures, un film ne dure qu'une heure et demie, sur Internet, vous n'avez que : **1 min. 30 sec. pour engager vos visiteurs !**

**Un site web efficace doit-il être complexe ?**  
**Comment réussir sa mise en place ?**  
**Comment convaincre un client ?**  
**Qu'est-ce qu'une stratégie web ?**  
**Comment mesurer des objectifs ?**



# ▶▶ Notions abordées

---

- **Présentation rapide et rappel de ce qu'est un site web**
- **Préparation d'une étude**
- **Élaboration et mise en place de la stratégie**
- **Suivi et mesure des objectifs**
- **Conclusion**
- **Questions-réponses**



# ►► Présentation de l'agence radisnoir

---

- Radisnoir est une agence de communication orientée web
- Nous avons 18 ans d'existence et une grande culture web
- 4 Pôles : Conseil / Identité de marque / Identité visuelle / Site et application web
- Nous accompagnons et conseillons les institutions et les entreprises
- Nous avons mis en place une méthodologie basée sur (l'Identité / la simplicité / la cible)
- Points forts : Expérience, écoute, compréhension, simplification, travail sur l'identité



# Rappel de ce qu'est un site web

---

- Outil pour présenter un organisme (institution, entreprise, individu, idée, concept...)
- Il s'adresse à une cible ou à plusieurs cibles
- Il présente une offre (produit, service, adhésion, magazine...)
- Il a un objectif (vendre, prise de contact, inscrire, clic sur une bannière...)
- Il représente une association complexe de plusieurs métiers et de plusieurs techniques

**Un site web doit répondre à des critères prédéfinis liés au type de projet et autres critères liés à l'image, le positionnement et l'offre de l'entreprise. Il représente une association de métiers et de techniques, dont les différents objectifs convergent et agissent sur l'efficacité de la communication avec la cible.**



# Rappel de ce qu'est un site web

Liste des métiers et compétences nécessaires pour la réalisation d'un site web

Métiers de réflexion	Métiers technique
Conseil / travail sur l'identité et les valeurs	PHP - développement back
Communication / conception du message / rédaction du contenu	CSS / JS – développement front
Marketing / Parcours utilisateur / CTA	Serveur - Hébergement - db
Identité visuelle / Web design	Fonctionnalités / composants et modules
Ergonomie / Architecture de l'information / Système de guidage	Suivi / maintenance
Gestion de projet / Recette	



# Rappel de ce qu'est un site web

---

**Parcours utilisateur en 5 étapes, avec les compétences nécessaires pour chaque étape**

**2 min POUR CONVAINCRE**

1. La visibilité du site => (SEO) + (Marketing)
2. La page d'atterrissage (taux de rebond) => (Architecture – Repères - Design)
3. La navigation => (Ergonomie, Parcours utilisateur, Design, Fonctionnalités, Fluidité)
4. L'offre (le contenu) => (le ton, la rédaction, la communication)
5. Action (CTA) => (Objectif) => (marketing + Communication + srv commercial)



# ▶▶ 1<sup>re</sup> partie : Étude et proposition tarifaire

---

- Quelles sont les attentes du client ?
- Les besoins et les objectifs du projet ?
- Comment étudier un projet et comment élaborer une réponse ?
- Comment se positionner et/ou apporter une différence ?



# 1<sup>re</sup> partie : Comprendre les attentes du client et les besoins du projet

- Il s'agit d'un vrai investissement (entre 3 h et 1,5 jour de travail pour répondre / site institutionnel)
- Comprendre le positionnement actuel du client & comprendre pourquoi ce changement ?
- Votre regard et votre expérience sont d'une grande importance (dans plusieurs domaines)

**Réussir à mettre le client en confiance**

**c'est lui montrer que vous êtes la bonne personne pour le projet !**

**COMMENT ?**



# 1<sup>re</sup> partie : Gagner la confiance de votre client

Montrer que vous avez bien compris les objectifs du projet et les attentes de la cible

**Ne faites pas qu'écouter, apportez un conseil**

Ne vous efforcez pas d'être systématiquement en accord avec le client.

Planifiez selon vos ressources et faites le savoir au client

justifier vos tarifs – expliquer en détail s'il le faut !

**Expliquer vos méthodes de travail / ayez confiance**

Soyez humble, ne vous montrez pas plus compétent ou plus intelligent...

Respectez vos confrères, ne discutez pas de solutions que vous ignorez

**Mettre l'accent sur vos valeurs, vos différences (très important)**

Isoler les phases complexes

**Ne laissez pas place à l'ambiguïté**

Ne parler technique que quand c'est nécessaire

Faire sentir le client qu'il a besoin de vous

.....



# 1<sup>re</sup> partie : Exemples de fonctionnalités souvent inutiles, mais souvent demandées par le client

**Site multilingue / Blogs / Newsletter / RSS feed / Réseaux Soc / Moteur de recherche / etc.**

Ces exemples montrent combien les clients (généralement) pensent que la complexité ou la multiplication des fonctions apportent de la valeur à leurs projets.

Ils se trompent, car pour l'exemple d'un site multilingue, d'une part il faut que l'entreprise ait une stratégie dans les pays ciblés à l'international ou encore des actions locales à destination des ressortissants de ces pays. Dans l'absence de stratégie, le composant multilingue servira davantage à rendre le projet plus complexe (maintenance / traductions...), avec plus de travail et plus de risque pour la sécurité du site...

Idem pour la newsletter ou la présence sur les réseaux sociaux... (selon activité et public cible.)



## ▶▶ 2<sup>e</sup> partie : Ce qu'il faut pour démarrer le projet

---

- Validation des objectifs et planning fonctionnel
- Définir l'identité de l'entreprise (Branding / image de marque)
- Proposer une architecture adaptée et une charte graphique en harmonie avec l'identité visuelle
- Landing pages / Parcours utilisateur / Message & ton en harmonie avec l'identité de marque
- Simplifier les fonctionnalités techniques / Ergonomie élevée / intégration
- Sécurisation / Hébergement / SEO / Compression...

**Les utilisateurs ne sont captivés par le génie et par la complexité des fonctionnalités, mais par la simplicité d'accès à l'information.**



# 2<sup>e</sup> partie : Identifier qui est votre client, c'est garder le nord tout au long du projet !

## L'image de marque aide le client à :

Créer des messages clairs et cohérents / Avoir une meilleure visibilité / Gagner la confiance de la cible / Engager davantage les collaborateurs / Motiver et fidéliser les clients / Créer une connexion émotionnelle...

## Questions traitées :

La personnalité de l'entreprise

Les différents systèmes de valeurs (physique / organisationnel / psychologique)

La mission et la vision => donnent une continuité, cohérence et stabilité dans le discours

Storytelling (si possible) => capter l'attention, mettre en avant des arguments, différenciation de la concurrence, susciter l'émotion

L'offre, caractéristique, avantage et bénéfices (par rapport à la perception de la cible / après l'étude de la concurrence)

La cible, le positionnement => ne pas se positionner sur plus de deux ou trois axes



## ▶▶ 2<sup>e</sup> partie : La page d'accueil et autres - landing pages

---

- Pensez que sur cette page vous n'avez que 3 secondes pour convaincre
- Définir la position des blocs, leurs priorités d'affichage et leurs tailles
- Soyez pragmatique – Ne vous perdez pas dans l'esthétique
- Home page => rester logique / concis / faire apparaître le plus important / oubliez le marketing !
- Parler de l'entreprise => ses valeurs => ce qu'elle a de différent
- Piocher dans l'identité de marque réalisée pour chercher des arguments
- N'en dites pas trop / laisser l'envie d'en savoir plus / principe d'entonnoir
- Présenter l'offre dès la page d'accueil de manière simple (avantage / bénéfices / forces)
- Refuser le marketing léger et sans sens
- Toujours vous mettre à la place de la cible qui a déjà parcouru plusieurs sites et concurrents...



## 2<sup>e</sup> partie : Recherches de style / Graphisme / Design

- Revenir sur l'identité, elle pourra vous mettre sur bien de pistes
- Inspiré vous de la charte graphique (si existe)
- Rester dans l'univers graphique si prédéfini
- Rester sobre dans votre approche
- Mettre de la logique dans vos créations pour que vous puissiez les défendre.
- Recherche de style, typographie, couleur, sobriété
- Inspiration, mais pas de copie, ne pas se limiter sur votre seule expérience,
- expérimenter de nouvelles pistes
- Respecter le métier et ses normes, ne réinventer pas le métier, mais déborder d'originalité
- L'ergonomie avant le design, le design doit être fonctionnel
- Système de guidage pour les sites à architecture complexe
- Valider vos créations et vos pages par le client
- Toujours vous mettre à la place de la cible



## 2<sup>e</sup> partie : Comment proposer une offre

---

L'offre doit être simple à comprendre, répondre aux besoins de la cible, et avoir des avantages et des bénéfices par rapport à l'offre du concurrent. C'est sur cette page que la conversion se fait (ou pas). L'offre représente le cœur d'un projet.

- Proposer une offre claire et sans ambiguïté
- Valoriser la présentation de l'offre et sa simplicité
- Valoriser l'offre, mettre en avant les avantages et les bénéfices
- Des appels à l'action sur les pages des offres
- Proposer de l'assistance sur les pages de l'offre (si possible)
- Montrer votre sérieux et votre professionnalisme
- Toujours vous mettre à la place de la cible



## ▶▶ 2<sup>e</sup> partie : Généralités

---

- Simplifier les process compliqués => utiliser la technicité pour simplifier.
- Soyez efficace => proposer des filtres plutôt qu'un moteur de recherche
- N'oublier pas les mentions juridiques : mentions légales / CGV / politique de confidentialités
- Des formulaires courts / de l'assistance visuelle / F.A.Q. / Complément d'info / Brochures.
- Aborder de manière simple la technicité sinon, ne l'aborder pas
- Soyez réactif, répondez toujours (même pour dire que vous allez répondre, si vous êtes pris)
- Garder une marge par rapport au client
- Un client confiant vous suivra jusqu'au bout et soutient vos actions



## ▶▶ 3<sup>e</sup> partie : Conclusion

---

**Un projet web est une association de métiers, de techniques et compétences, dont les différents objectifs convergent et agissent ensemble pour créer une communication efficace avec la cible.**



## ▶▶ 4<sup>e</sup> partie : Questions-réponses

---

**Façonner le web à votre image  
c'est construire un Internet propre,  
porteur de sens et de valeurs.**

Je vous remercie de votre écoute

[a.eltabbal@radisnoir.com](mailto:a.eltabbal@radisnoir.com)



**PARIS 18 & 19 MAI 2018**