



►► 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^{re} 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^{re} 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^{re} 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^{re} 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^e 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^e 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^e 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^e 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^e 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^e 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^e 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^e 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



PARIS 18 & 19 MAI 2018