

Le Guide

5 clés d'une bonne Stratégie web

Contact

(+59) 0590 53 94 77 - (+59) 0690 31 91 73

jf@developpeurexpert.com

<http://www.developpeurexpert.com>

Introduction

Trop souvent, les sites Internet n'obtiennent pas les résultats espérés. Ils sont invisibles, pas performants, ne convertissent pas... et déçoivent leur propriétaire.

Pourquoi ?

Parce qu'ils sont créés sans réel objectif.

Le terme « site vitrine » est d'ailleurs devenu un terme générique et un peu fourre-tout, pour parler d'un site qui ne serait qu'une simple exposition des caractéristiques de l'entreprise. Mais un site internet peut, et doit, être beaucoup plus que cela !

Comment ?

En adoptant une véritable **stratégie digitale** ! Et pour ce faire, l'étape phare va être dans un premier temps pour vous de réaliser un benchmark de vos concurrents. Il faut que vous sachiez dans quoi vous mettez les pieds et surtout, comment être plus performants que vos terribles concurrents !

En absence d'une **stratégie web efficace**, un site internet n'a d'autre but que d'exister, et ne génère donc peu ou pas de valeur ajoutée pour l'entreprise et son activité.

Or, vous, bien évidemment, ce que vous voulez, c'est votre réussite sur la toile. Et c'est ce que nous souhaitons aussi pour vous. Et même plus que ça : nous, ce qu'on veut c'est que vous cassiez la baraque, tout simplement.

*Et pour ça, on va voir ensemble, quelle est la marche à suivre, pour élaborer une **stratégie internet vraiment efficace**. Nous voilà en route !*

Voici les **5 éléments fondamentaux**, qui vous permettront de mettre au point la meilleure stratégie pour votre site web :

1. Définir votre public cible
2. Alimenter le processus de décision de vos clients potentiels
3. Penser pour les moteurs de recherche
4. Être accessible partout, tout le temps
5. Avoir un site internet vivant, et à jour de l'actualité

Premier pas pour une bonne stratégie de site : Définir son public cible

Créer un site internet pro pour son entreprise est une nécessité : il faut que votre site web soit utile à vos utilisateurs.

Mais encore faut-il avoir défini qui ils sont, et surtout, quels sont leurs besoins et problématiques.

Lorsqu'un visiteur arrive sur un site internet, il décide en peu de secondes (peut-être même en une fraction de seconde), s'il va continuer sa lecture, ou sortir, s'il ne se sent pas concerné, interpellé par le contenu présenté.

Autant vous dire que l'enjeu est de première importance, et qu'il n'est pas facile de se montrer aussi convaincant, en un clin d'oeil.

D'où l'importance de bien savoir à qui vous vous adressez.

En définissant le profil des différents types de visiteurs qu'un site doit attirer, il sera ensuite plus facile de connaître les informations et les fonctionnalités qu'ils souhaitent trouver.

Et pour définir votre public : nous vous conseillons de créer des **buyer persona** dit aussi persona marketing : il s'agit en réalité tout simplement, de votre client idéal.

Celui à qui vous vous adressez et celui pour qui vous créez votre stratégie.

L'**expert en SEO** Neil Patel définit le persona marketing de la façon suivante :

» Un buyer persona est une représentation semi-fictive de votre client idéal, basé sur des études de marché et des données réelles sur vos clients existants. »

Pour créer votre persona, définissez clairement les points suivants :

- Ses caractéristiques socio-démographiques : âge, sexe, ville, situation familiale et professionnelle...
- Ses centres d'intérêts : que fait votre persona de son temps libre, quels sont ses goûts ?
- Ses objectifs : selon votre produit/service les objectifs peuvent variés, il peut s'agir autant de partager sa passion que de maigrir
- Ses peurs et contraintes : manque de temps, peur de perdre de l'argent



Définir votre public cible est donc la première étape d'une bonne **stratégie webmarketing**, pour créer un site web performant, dont vos clients se souviendront.

Ok, on sait maintenant à qui on parle. Voyons maintenant ce qu'on leur dit !

Stratégie webmarketing : Alimenter le processus de décision des clients potentiels

Tous les utilisateurs qui viennent sur un site internet ne sont pas forcément prêts pour acheter un produit ou un service.

Pour autant, gardez espoir, car cela ne signifie pas qu'ils n'arriveront jamais à cette phase de leur processus de décision !

Une stratégie digitale performante et pertinente ne les laissera pas dans l'embarras ou l'indécision. Au contraire, tout l'intérêt est de leur fournir des réponses.

L'étape où un client potentiel se renseigne sur les solutions possibles à ses problématiques offre une opportunité aux entreprises, de se positionner en vue d'une prise de décision finale.

En mettant à disposition les informations qui alimentent la réflexion de ses utilisateurs, un site internet se rend véritablement "utile". La marque se place comme une alternative crédible, pour répondre aux besoins et problématiques de ses clients potentiels.

Mais nos clients potentiels ne sont pas les seuls visiteurs de notre site web : les robots des moteurs de recherche sont aussi des 'invités VIP', qu'il faut choyer comme il se doit !

Penser pour les moteurs de recherche pour obtenir de meilleures performances web

Les moteurs de recherche, et notamment le plus utilisé et le plus célèbre d'entre tous, le dénommé Google, sont les principaux vecteurs de **visiteurs d'un site**.

Autrement dit, c'est eux qui rameutent la foule. C'est dire s'ils sont cruciaux.

Mais ils ne ramènent des visiteurs, qu'à condition que le site soit techniquement optimisé pour le **référencement naturel** (ou SEO), c'est à dire que le code informatique du site corresponde aux normes prônées par les moteurs de recherche :

- Chargement rapide des pages
- Pas de page 404 (ou lien mort ne menant vers rien)
- Possibilité de renseigner les méta-titres et descriptions
- Code « propre » (suivant les règles du W3C)

Pour que votre contenu ne soit pas pénalisé, et donc déclassé, dans les résultats de recherche Google, veillez à ce que votre site soit créé sur une base optimisée.

Et si vous avez des doutes concernant l'optimisation de votre site pour les moteurs de recherche : n'hésitez pas à faire appel à un expert SEO qui vous apportera son expertise afin d'améliorer vos performances !

Une clé de la stratégie web : Être accessible partout, tout le temps

Ces 10 dernières années, de nouvelles plateformes (comme les réseaux sociaux), et de nouveaux supports (smartphones, tablettes), ont révolutionné les usages du Web.

Au risque de passer totalement inaperçu, un contenu Web doit être consultable sur les appareils mobiles (donc être Mobile-Friendly), et présent sur les réseaux sociaux qui sont utilisés quotidiennement par le public-cible.

Améliorer sa stratégie internet avec un site vivant et à jour est primordial : que ce soit pour les visiteurs ou les moteurs de recherche. La pertinence et la fraîcheur des contenus sont des critères démontrant la valeur et l'utilité d'un site Internet.

En ce sens, une **stratégie web efficace** doit prévoir la mise à jour constante du site, et l'entretien d'un espace de type blog, permettant de poster régulièrement de nouveaux contenus. Il est donc important et judicieux, d'être autonome dans la gestion de son site et de ses contenus, ainsi que d'être en mesure de les modifier rapidement et facilement.

Pour cela, l'utilisation d'un **website builder** fait partie des solutions les plus adaptées : il vous suffit d'une connexion internet pour accéder au tableau de bord de votre site, et effectuer toutes les mises à jour souhaitées, quel que soit l'endroit où vous vous trouvez, et le moment de la journée.

On vient de voir ensemble quels sont les principes de base pour la mise en place d'une stratégie digitale performante, pour votre page internet.

Alors, sortez votre site web des limbes de l'oubli, et commencez, dès maintenant, à briller sur le net !

Jean-Yves FRIXON
Développeur Expert

Contact

(+59) 0590 53 94 77 - (+59) 0690 31 91 73

jf@developpeurexpert.com

<http://www.developpeurexpert.com>