

Manuel : #01-2022

www.takecaredesign.com

Manuel pour créer votre Objectif Web

Un plan d'action pas à pas dédié à votre objectif

Présenté par :
Coline D'Inca

Pour :
www.takecaredesign.com



O Introduction

Je vous souhaite la bienvenue dans ce programme, je m'appelle Coline, je suis créatrice et consultante web freelance. Ce guide est destiné à tous ceux qui veulent se lancer dans l'aventure de la création de leur propre site web mais qui ne savent pas tout à fait par où commencer.

Si je vous dis qu'en tant que freelance, il faut savoir tout gérer : administratif, communication, planning, rendez-vous clients... ce n'est pas un mystère et pourtant, ce n'est pas inné ! Pour s'engager dans un projet, il est bon de savoir d'où on part et où on veut arriver. Le cahier des charges vous permet de définir les grandes lignes de votre projet, en donnant l'idée générale des fonctionnalités que vous souhaitez voir apparaître sur votre site web. Son objectif est de centraliser la communication entre le concepteur et le client, ce qui permet de progresser et d'obtenir des précisions en temps voulu.

En tant qu'entreprise ou freelance, dès que vous introduisez un cahier des charges dans vos prix, vous prenez le contrôle de vos projets et les rendez prévisibles, fiables et rentables. Pour être efficace et utile, le cahier des charges doit être adapté à vos besoins en tant que travailleur indépendant. Grâce à ce guide, nous développerons ensemble vos attentes et vos besoins pour la réalisation de votre site internet.

1 Point de Départ

Un cahier des charges clair et complet permet à vos futurs clients de se projeter très rapidement dans votre offre. Ci-dessous, voici 7 questions autour desquelles construire votre cahier des charges :

- Quelle est votre profession ou votre activité ?
- Quels services ou produits proposez-vous ?
- Quels sont vos objectifs de réalisation ?

- A. Révéler votre expertise métier (Portfolio, Cv, Blog)
- B. Animer un évènement en ligne
- C. Présenter vos produits, vos services, votre activité etc.
- D. Proposer un support d'accueil pour vos clients
- E. Vendre vos produits ou vos services
- F. Fidéliser votre clientèle
- G. Développer votre notoriété sur internet

- Avez-vous déjà essayé d'y parvenir ?
- Si oui, par quels moyens ?
- De combien de temps disposez-vous avant la publication en ligne de votre site ?
- Avez-vous défini un budget de réalisation ?

2 Audience cible

Lorsque vous avez créé votre entreprise, vous avez probablement élaboré vos offres dans les moindres détails, calculé les prix à l'euro près et jeté un coup d'œil rapide à la concurrence. L'audience que vous ciblez est plutôt simple : vendre à tous ceux qui veulent bien acheter votre produit ou votre service. Je vais vous dire un secret, ça ne marche pas, car on ne peut pas plaire à tout le monde.

Connaissez votre public. Nous entendons cela tout le temps, mais c'est tellement vrai. Pour plaire à quelqu'un, vous devez étudier ses désirs et ses besoins, savoir ce qui le fait tiquer, et ce qui le pousse à agir comme il le fait. Mettez-vous à leur place et réfléchissez à ce qu'ils pourraient attendre de votre produit ou service.

Faites de votre offre un succès grâce à ces trois critères :

- ce que vous savez (et aimez) faire,
- ce dont votre audience a besoin,
- ses critères d'achat.

Vous serez alors en mesure de comprendre le comportement des utilisateurs, et ainsi ajuster et améliorer votre stratégie de communication et de vente.

3 Stratégie de vente

Plus de 88 % des utilisateurs quittent un site dès la première page s'il n'est pas adapté à leur recherche. La conception de l'expérience utilisateur (UX) est cruciale pour la réussite d'un site web. Même un site parfaitement conçu et régulièrement mis à jour, sans navigation conviviale ni création d'un climat rassurant, finira par frustrer les utilisateurs. Ma mission est de vous aider à imaginer et à créer une identité web qui aura l'envergure nécessaire pour exprimer l'image de votre entreprise.

L'UX va se concentrer sur l'analyse d'un parcours de navigation optimale. Afin d'influencer positivement le comportement des utilisateurs et ainsi participer à la bonne exécution de leur schéma d'interaction. Le Design quant à lui, est l'expérience que fait l'utilisateur lors de sa navigation. L'idée étant de lui offrir un contenu harmonieux et attirant afin de poser les fondations d'une expérience client qualitative.

Les avantages de la conception UX pour votre site Web ?

- Vos visiteurs pourront trouver votre site facilement.
- Vous créez une interface fluide et adaptée aux supports mobiles qui permettra une meilleure navigation.
- Votre site web apportera une image moderne, attrayante et digne de confiance aux yeux de votre public.

4 Identité graphique

Un de mes sujets de prédilection pour sortir du lot sur le net, vous pouvez le deviner avec mon métier de designer, c'est l'identité visuelle.

Lors du développement de votre activité, vous avez sûrement rencontré des notions floues telles que : l'image de marque, l'identité graphique ou encore le personal branding. A vrai dire, c'est plus simple qu'il n'y paraît.

L'identité visuelle, ce sont toutes les caractéristiques graphiques d'une entreprise : son logo, sa police d'écriture, ses couleurs et ses choix en matière de traitement visuel (photos, illustrations, vidéos, etc.). Dans un monde où le consommateur dispose d'une multitude d'options, où les offres sont si nombreuses qu'il ne pourra jamais toutes les tester, l'identité visuelle permet de se démarquer de la concurrence.

Un site internet joue donc un rôle primordial dans la construction d'une image de marque de qualité. Elle permet de faire la jonction entre l'univers de l'entreprise (ou de la personne) et sa communication (sa rencontre avec l'extérieur/son public). En matière de communication, une identité forte réside dans deux fonctions : susciter l'intérêt et inspirer confiance.

5 Conclusion

Les pratiques du design numérique sont complexes mais pas inaccessibles, il suffit d'en connaître les codes et les usages. Par exemple : la première page de votre site, c'est la page de destination (landing page). Ainsi, sur un site réalisé en une seule page (« One page »), toutes les informations sont consultables rapidement et au même endroit. C'est une page structurée autour des propositions de valeur, le visiteur est invité en fin de page vers un espace nommé dans le milieu «Call-to-Action» (qui engage vers une action).

Le site « Vitrine », quant à lui, a pour vocation de présenter votre activité sur plusieurs pages. L'interface est étudiée pour mettre en valeur les informations des produits ou des services. Ici, on parle de stratégie de communication et non de stratégie de « vente ». On entend par stratégie de communication tous les outils annexes susceptibles de faciliter l'échange, la collaboration et la fidélisation des utilisateurs (réseaux sociaux, blog, forum, chat en ligne, foire aux questions, newsletter, etc.)

Par opposition, les sites internet « Marchands » sont utilisés pour effectuer des transactions en ligne. Le visiteur peut y trouver toutes les informations nécessaires pour commander un produit ou un service et le payer en ligne (module de vente, système de réservation, formulaire d'abonnement, etc.)



On se connecte ?

Je suis là pour échanger, répondre personnellement à vos besoins et vous accompagner dans la création de votre interface web. Je consacre entre deux semaines à un mois pour chaque projet, puis j'assure un accompagnement sur la durée une fois votre site mis en ligne.

Une question ? Une remarque ? Une réservation ?
Envoyez votre message et vos disponibilités sous l'onglet
Contact du site www.takecaredesign.com

A très bientôt,
Coline