

SITE INTERNET :

# Les bonnes raisons d'en avoir un, et de booster ses performances



# Sommaire

<b>Introduction</b> .....	03
<b>Partie 1</b>	
<b>Un site Internet : pour quoi faire ?</b> .....	04
Pour rassurer votre clientèle sur votre existence .....	05
Pour avoir un espace de communication libre, à votre image .....	06
Pour faciliter votre gestion opérationnelle .....	08
Pour étendre votre zone de chalandise... et votre clientèle ! .....	09
<b>Partie 2</b>	
<b>Pourquoi et comment rendre votre site performant ?</b> .....	10
Un site visible sur les moteurs de recherche .....	12
Un site qui transforme les visites en prises de contact .....	16
Un site qui vit au jour le jour .....	18
<b>Conclusion</b> .....	19

## INTRODUCTION

Créer votre site Internet pro, vous y aviez pensé ? Ou bien, vous en avez déjà un ? Félicitations ! **C'est un super investissement pour la croissance de votre entreprise.**

La preuve : aujourd'hui, 97 % des consommateurs utilisent Internet pour trouver un professionnel. Être présent sur des plateformes comme Google My Business, Facebook ou PagesJaunes, c'est bien, mais ce n'est pas suffisant pour être réellement visible en ligne.

D'où l'importance de compléter votre « dispositif digital » avec un site internet pro : une vitrine à votre image, accessible 24h/24 et 7j/7, et entièrement sous votre contrôle.

Mais ce n'est pas tout. La vraie différence se joue dans la performance. **Être performant en ligne**, c'est attirer de nouveaux clients, mettre vos offres en valeur, actualiser régulièrement vos informations...

**Bref, tout ce qui peut booster votre croissance.  
Les raisons de sauter le pas sont nombreuses :  
on vous en dit plus dans cet e-book.**

**Un site Internet :  
pour quoi faire ?**

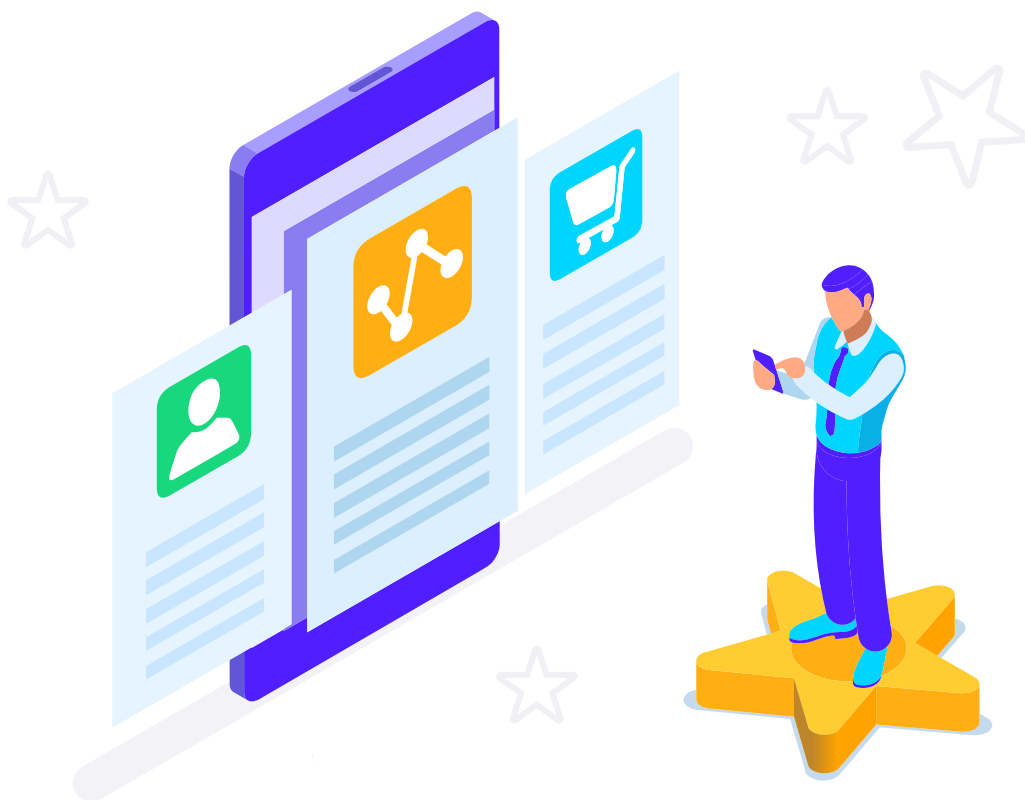
## Pour rassurer votre clientèle sur votre existence

Que vous soyez sur Internet ou non, vos clients ou futurs clients vont y chercher des informations sur votre activité. Sur quoi vont-ils tomber ? Des informations inexactes voire inexistantes ? Ou pire, le site web de votre concurrent ? Il est temps de prendre les devants et de répondre aux besoins des internautes. Seul votre propre site web professionnel peut le faire.

Eh oui, aujourd'hui, une entreprise sans site Internet, c'est un peu comme une

voiture sans plaque d'immatriculation. Ça roule bien, mais ça peut paraître hyper suspect ! Pour montrer aux internautes que vous êtes fiable et crédible – et que vous existez vraiment ! – créer votre site Internet est **in-dis-pen-sable** ! Au XXI<sup>e</sup> siècle, c'est comme ça que ça se passe.

Si en plus, votre site est sympa, accrocheur et qu'il vous ressemble, c'est gagné !



# Pour avoir un espace de communication libre, à votre image

## Mettre en avant votre expertise

Être présent sur les plateformes comme Google My Business ou Facebook, s'inscrire sur des sites spécialisés et annuaires professionnels... Vous avez bien raison, c'est **indispensable pour asseoir votre présence digitale**. Mais uniquement pour partager vos infos pratiques et horaires. Problème : les internautes ne se servent pas d'Internet uniquement pour savoir dans quelle rue votre entreprise se situe ou à quelle heure vous fermez boutique.

Qu'est-ce qu'ils recherchent, au juste ? En fait, ils font sur Internet ce qu'ils feraient en magasin : poser des questions à un vendeur, comparer les prix, observer le produit, chercher la super promo... Ils ont donc besoin d'être entendus, rassurés. Bref, de se sentir bien, accueillis et considérés !

Les valeurs et l'image de votre entreprise les intéressent. Ils sont souvent avides de conseils, de l'avis d'un expert. Si vous vendez des produits, ils seront à la recherche de suggestions pour les utiliser au mieux. Et si vous n'avez pas de site Internet, ils trouveront probablement leur réponse... ailleurs !



Pour montrer que vous êtes un expert absolu dans votre domaine, saisissez l'opportunité d'avoir un site Internet comme le jour où vous avez trouvé le local de vos rêves.

Imaginez une vitrine devant laquelle des milliers de personnes passent chaque jour, et donnez leur envie de passer la porte ! Profitez de ce lieu de communication pour **mettre en avant votre valeur ajoutée, soigner votre expertise et vous différencier de vos concurrents**.

## Un site web qui vous ressemble et sous votre contrôle

Sur votre site web, c'est vous qui décidez ! Avoir un site Internet est l'opportunité de créer une vitrine permanente, entièrement à votre image. Un espace de communication libre, sur lequel vous pouvez faire vivre votre marque, votre identité, présenter votre univers.

Bref, tout ce qui fait votre différence et séduit vos clients.

Qui plus est, aucun risque d'être décrédibilisé par de faux avis par exemple : vous pouvez même sélectionner les meilleurs.

Tout est possible ! Vous êtes chez vous en même temps. Pas mal, non ? ;)



## Un espace pour acquérir de nouveaux clients

Ça y est, votre site web est prêt, à votre image, les internautes le visitent (et y restent !) pour trouver des informations et de précieux conseils. Vous croyez que c'est suffisant ? Toujours pas ! (Arff...)

Il va maintenant falloir les convertir. Non non, on ne parle pas de formats de fichier. **Convertir un internaute signifie le transformer en client.**

Tout ce que vous avez mis en place sur votre site Internet va créer un environnement de confiance, dans lequel les visiteurs auront plus de chances de devenir clients. Et c'est ici la force d'Internet : un véritable outil au service de votre développement commercial.

Beaucoup de fonctionnalités y sont proposées pour attirer des internautes et développer un réel intérêt pour ce que vous proposez : participation à un jeu-concours, découverte de conseils pratiques sur un blog ou dans des tutos vidéo... Puis, grâce aux formulaires de contact ou de prise de rendez-vous et aux solutions d'achat en ligne, ils pourront passer du statut de simple visiteur à consommateur !



### L'astuce du coach

Publiez régulièrement du contenu original. Les moteurs de recherche en raffolent ! Comment ? Élaborez un planning avec quelques idées de contenus d'actualité sur votre secteur d'activité ou bien basées sur la saisonnalité (fête des mères, rentrée scolaire, vacances, etc.) et de contenus de conseils autour de votre expertise ! Tous nos conseils pour bien communiquer sur Internet sont à découvrir sur notre blog !

[Visitez notre blog](#)

# Pour faciliter votre gestion du quotidien

Un site web, c'est plus qu'une simple vitrine. C'est aussi **un outil puissant qui automatise la gestion quotidienne de tâches parfois répétitives**. Un ensemble de fonctionnalités reliées les unes aux autres pour vous permettre de :

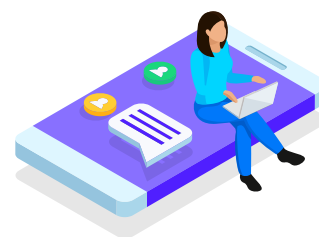
- présenter vos produits et services sur une belle page, bien construite et détaillée ;
- gérer les réservations et prises de rendez-vous directement via un formulaire sur votre site ;
- proposer des comparateurs de prix ou générer automatiquement des devis.

Avoir un site Internet, c'est également un moyen de **rester en contact avec vos clients**. Foire aux questions, forum, chatbot... Votre site est au service de vos clients et de leur satisfaction !

Attention : s'y aventurer, c'est aussi s'engager à répondre à leurs questions et à être disponible. Mais si tout est fait dans les règles de l'art, c'est un bon moyen de les fidéliser sur le long terme.

En bref, votre site Internet est le point central de ces outils, qui vont révolutionner votre manière de communiquer et de travailler. On vous promet que l'on n'exagère à peine !

**Pour vous comme pour les internautes, un site Internet c'est *the place to be* pour centraliser toutes les infos et simplifier beaucoup de démarches.**



**Besoin d'un coup de main ?**

[Sollicitez nos coachs](#)



## Pour étendre votre zone de chalandise... et votre clientèle !

La zone de chalandise, qu'est-ce que c'est ? Tout simplement : la zone dans laquelle se trouvent les clients qui vous rendront visite. Pour une boutique physique, on calcule – entre autres – combien de kilomètres un client est prêt à faire pour trouver un produit ou un service.

Internet agrandit considérablement cette zone et aide à **vous affranchir de nombreuses frontières**. Désormais, votre entreprise est accessible 24h/24 et 7j/7, tous les jours de l'année, même fériés, depuis n'importe où dans le monde. Ce qui veut dire beaucoup (beaucoup, beaucoup !) plus de personnes intéressées à atteindre.

**C'est pas beau ça ?  
Bon, il va quand même falloir aller les chercher... en rendant votre site performant !**



**Pourquoi et comment  
rendre votre site  
performant ?**

Vous l'aurez compris, **avoir un site Internet ce n'est pas un bonus, c'est une nécessité.** Mais on doit vous avouer quelque chose : avoir un site performant, c'est encore mieux ! :-)

Pourquoi ? Un site qui ne génère pas ou très peu de visites se perdra dans les abysses des résultats des moteurs de recherche. Quel monde cruel que l'Internet ! Au contraire, un site performant sera mieux référencé, et vous rendra donc plus visible que vos concurrents. De quoi générer des visites et booster votre chiffre d'affaires.

### **Petit test pour savoir si votre site est performant, en 2 minutes top chrono.**

Mettez-vous dans la peau d'un nouveau client qui recherche des informations. Faites une recherche sur Google, comme il pourrait le faire. Il ne va bien sûr pas taper le nom de votre entreprise. C'est pourtant la seule requête pour laquelle vous apparaissez très probablement en premier résultat de recherches. Il choisira plutôt de rechercher une association de mots-clés combinant votre activité, une localité, un qualificatif.

Typiquement, un internaute taperait « *chocolatier Vincennes ouvert le dimanche* ». Vous êtes chocolatier à Vincennes ? L'enjeu sera d'arriver dans les premiers résultats de recherche !



Mais alors, comment faire ? C'est quoi un site « *performant* » ? Un site qui génère combien de visites par mois, par jour ? Qui rapporte combien de nouveaux clients ou visiteurs en boutique ?

**No stress... On vous dit tout.**



## Un site visible sur les moteurs de recherche

75 % des internautes ne vont jamais au-delà de la première page de résultats. D'où la nécessité d'y figurer ! **Plus vous serez placé haut sur cette page, plus votre site sera visité.** La preuve ? En tant qu'internaute, vous allez souvent en dessous du 5<sup>e</sup> résultat ? Ou à la seconde page ? On en doute...

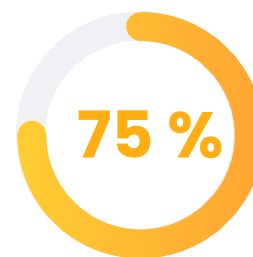
C'est un fait : votre site ne sera visité que s'il est visible. Jusque-là, rien de compliqué, c'est plutôt évident :-)  
Et pour être visible, le SEO va s'occuper de faire venir les internautes jusqu'à lui. Mais c'est quoi, au juste le « SEO » ?

Le SEO, pour *Search Engine Optimization*, représente toutes les techniques qui vont permettre à votre site d'apparaître en haut des résultats des moteurs de recherche. Mais sous ses allures de technique de pointe, le SEO n'a rien de bien compliqué... C'est avant tout beaucoup de bon sens et pas mal d'actions pratiques dont les résultats s'obtiennent sur le long terme.

Activer ce genre d'actions est un moyen indispensable pour booster votre trafic. Mais attention, il va falloir en respecter les bonnes pratiques et s'armer d'un peu de patience.

Promis, les résultats ne tarderont pas à arriver, et vous arriverez à doubler vos concurrents sur la page de résultats.

**Et tout ça gratuitement, sans faire de publicité !  
Magique, non ?**



des internautes ne vont jamais au-delà de la première page de résultats



## Une plateforme « propre » pour booster son expérience de navigation

Avant toute chose, un site performant est surtout un site techniquement « propre », qui doit pouvoir être lu par les robots des moteurs de recherche. Ce sont des petits programmes informatiques qui vont venir l'analyser.

Si le site est mal construit ? Ils ne retrouveront pas leur chemin et ne sauront référencer ni le contenu ni les pages de votre site, c'est-à-dire le rendre visible.

### En bref, plus un site est facile à lire, plus il sera performant !

Un site propre, c'est aussi un site pensé pour le confort de navigation. Le temps de chargement de vos pages, par exemple, est aussi important pour les internautes que pour Google.



Pour preuve, en 2017, selon Google, 50 % des visiteurs ferment l'onglet d'une page si elle met plus de 3 secondes à charger ! Il doit donc être optimisé dans le code de votre site.



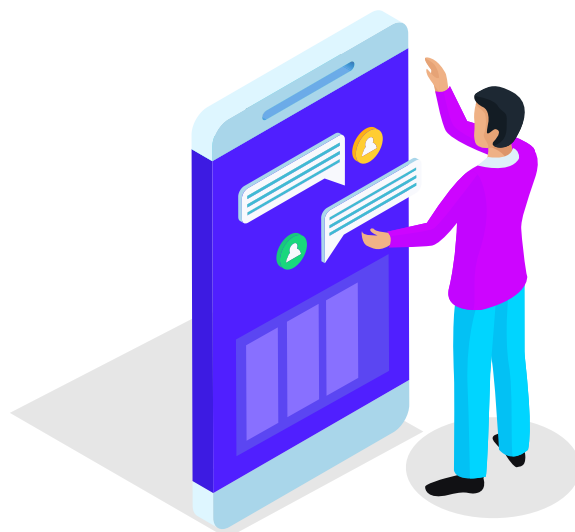
## Une site pensé pour le mobile

Vos clients passent aujourd'hui le plus clair de leur temps sur leur mobile. On vous l'assure, chiffres à l'appui :



du temps passé sur Internet  
l'est via un smartphone<sup>1</sup>.

Pour les 15-24 ans, ce chiffre atteint même les  $\frac{3}{4}$  du temps Internet ! Pourquoi vous priver de ce temps qu'ils vous accordent ? Il est temps d'adapter votre site à la navigation mobile !



### L'astuce du coach

Les entreprises comme Google s'adaptent aux tendances et à l'usage des internautes en référencant mieux les sites *mobile-friendly*. Si votre site n'est pas accessible sur mobile, c'est double peine ! Non seulement, vous passez à côté de la moitié du trafic d'internautes qui surfent uniquement sur mobile, mais pire, Google ne vous fera pas apparaître en priorité aux recherches des internautes. Aïe...

<sup>1</sup>Étude Médiamétrie, *L'année Internet 2018*.

## Du contenu pertinent qui répond aux recherches des internautes

Ça y est, vous avez un site propre, techniquement abouti, *SEO-friendly*... Vous êtes sur de très bons rails ! Pour avoir de la visite, il ne vous reste plus qu'une chose à faire : créer du contenu. **Du bon contenu.**

Mais c'est quoi un « *bon contenu* » ? C'est à la fois un contenu apprécié par les moteurs de recherche, mais également un contenu qui répond avec précision aux questions que se posent les internautes. Un bon contenu allie ainsi qualité et pertinence. Et qui va surtout amener du trafic sur votre site.

C'est d'autant plus vrai que Google est désormais plus un moteur de réponses qu'un moteur de recherche... Qui n'a jamais, à la machine à café entre collègues ou en soirée entre amis, utilisé Google pour vérifier l'âge de Michel Drucker ([indétrônable Michel !](#)) ou la recette du gaspacho andalou (pour les curieux, [c'est par ici](#)) et gagner d'anodins paris ? :-)

### Quelques exemples de contenus

Article de blog, vidéo, newsletter, livre blanc, infographies, interview, FAQ... Le champs des possibles est large !

Non seulement votre site sera visité, mais en plus il sera visité par les bonnes personnes, à savoir des visiteurs qualifiés, susceptibles de devenir vos clients.

### On vous donne un exemple :

Capucine aimerait changer tête. Elle veut connaître les coiffures tendances du moment. Elle tombe sur un article intitulé *10 coiffures tendances en 2019*, publié par un salon indépendant. L'une des coupes avec le dernier « *Tie & Dye* » à la mode lui plaît beaucoup. Alors elle continue à surfer sur le site et finit par prendre rendez-vous en ligne dans ce salon. Et voilà une cliente de gagné grâce à Internet !

Ce genre d'usage, c'est le parfait combo-gagnant : le bon contenu, diffusé à la bonne cible. Vous pouvez être sûr que vos clients potentiels vont venir à vous ! En vous y prenant bien, et avec un peu de chance, vous pourrez même créer un effet de viralité. Le fameux « *buzz* », qui sait !

# Un site qui transforme les visites en prise de contact

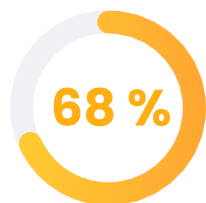
On l'aura compris : un site web performant, c'est un site [visible sur les moteurs de recherche](#) grâce à un contenu pertinent et de qualité... Mais aussi ? **Un site qui vous amène de nouveaux clients.** Le but va être d'inciter le passage à l'action : prise de contact, achat, demande de devis, prise de rendez-vous...

Un seul pré-requis : avoir intégré à votre site tous les leviers pour rendre possibles ces actions. Design au top, formulaires accessibles et fluides, produits mis en avant, outils intégrés. Vous êtes prêt !



## Une expérience utilisateur soignée

L'expérience utilisateur (UX pour *User Experience*), c'est tout ce qui concerne la qualité de l'expérience vécue par un internaute lorsqu'il navigue sur votre site. Pourquoi c'est indispensable de s'en occuper ? Pour éviter une situation qui vous serait fatale :



des utilisateurs quittent un site internet [en raison d'une mauvaise expérience utilisateur.](#)

Pensez à votre utilisateur, le futur client idéal. Il est à l'aise sur votre site, en comprend la logique, l'aspect esthétique lui plaît. Il y a de grandes chances pour qu'il craque. Le lendemain, il va même parler de votre site. S'il est satisfait par vos produits et services, il va renouveler l'expérience, déposer un avis... Vous avez gagné un nouveau garant de votre image de marque.

### À retenir

Avoir un site ergonomique et une bonne expérience utilisateur, ça sert aussi à :

- **Faire rester** les utilisateurs plus longtemps sur votre site.
- **Les inciter à interagir**, à vous contacter, à se renseigner sur votre activité.
- **Les engager**, leur donner envie de promouvoir votre site et votre marque...



## Une stratégie pensée business

À ce stade, votre site commence vraiment à avoir de l'allure ! Mais n'oublions pas l'essentiel : faire du business ! Un site performant favorise l'acquisition de nouveaux clients mais aussi la gestion de votre business au quotidien. Plein d'outils sont là pour vous aider : formulaire en ligne pour les demandes de renseignements ou de devis, fonctionnalités de réservation de tables pour les restaurants ou de prises de rendez-vous pour les instituts de beauté, etc.



### L'astuce du coach

Un internaute ne vous donnera jamais ses coordonnées sans rien recevoir en retour. Pour collecter des données qui vous seront utiles par la suite (e-mail, date de naissance, localité...), assurez-vous que l'information que vous offrez en contrepartie est pertinente et l'intéresse vraiment.

Organisez par exemple un jeu-concours. Si vous gérez un salon de massage, faites gagner une heure de massage. Attention cependant à respecter la [réglementation RGPD](#) pour toute collecte de données personnelles !

**Comment faire pour convertir des visiteurs en clients ?** Bien sûr, les outils vous aident au quotidien. Mais il est essentiel de penser à la façon dont vous allez mener l'internaute à acheter votre produit ou à booker un rendez-vous.

Pour cela, n'hésitez pas à utiliser des CTA (*call-to-action*). Encore une technique douteuse ? Non, juste un message dans un bouton cliquable, qui incite l'utilisateur à entreprendre une action. Vous le connaissez bien, le fameux : « *Découvrir l'offre* », « *Je m'inscris* », « *Recevoir la newsletter* » sur lequel vous avez déjà craqué (et plus d'une fois) en tant qu'internaute... Bien placé, joli et pertinent, il sera d'une efficacité redoutable !

Il faut aussi qu'il y ait une raison de cliquer... donc n'ayez pas peur de proposer des promotions, des offres temporaires, de super avantages ou des informations exclusives...



### À retenir

Vous vous demandez encore pourquoi avoir un site orienté business ? Cela permet de :

- générer des contacts grâce à une interaction avec les internautes ;
- convertir plus facilement vos visiteurs en clients ;
- fidéliser vos clients et les engager dans le développement de votre image de marque.

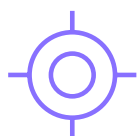
# Un site qui vit au jour le jour

Le SEO n'est pas une action qu'on réalise de manière fixe à un instant T. Si votre site n'est pas actualisé dans la durée et de manière récurrente, tous vos efforts risqueraient de retomber comme un soufflé.

Que faire ? Premièrement : le mettre à jour régulièrement pour le faire vivre. Deuxièmement : analyser aussi régulièrement ses performances. Cela demande quelques compétences et outils (comme Google Analytics), mais vous pouvez vous faire accompagner.

N'oubliez pas : le suivi de la performance de votre site est primordial. Il va guider vos prochaines actions de création de contenu et vous donner des chiffres sur lesquels vous appuyer en cas de doute. Les outils d'analyse reposent sur les KPI, des indicateurs clés de performance. Ce sont eux qui vont mesurer l'efficacité globale de votre site Internet.

Observez donc :



**Le taux de conversion** : c'est le pourcentage de visiteurs convertis en prospects, en abonnés à votre newsletter, en clients. À vous de choisir le référentiel de conversion qui vous convient !



**Le taux de rebond** : il s'agit du pourcentage de personnes ayant quitté votre site après n'avoir consulté qu'une seule page. Plus il est faible, mieux c'est : visez donc 40 % ou moins !



**Le temps passé par page** : en général, le temps moyen passé par page tourne autour des 2-3 minutes. Comme pour beaucoup de choses, plus il est long, plus c'est bon pour vous !



**Le coût d'acquisition** : il représente le budget d'une campagne, divisé par le nombre de clients ou de ventes effectuées. Son objectif : évaluer la rentabilité d'une campagne et connaître exactement le coût de la génération d'un client.



## À retenir

En tant que pro, il vous est utile de suivre sur votre site internet des indicateurs clés de performance pour :

- Savoir ce qui ne va pas, mais aussi ce que les internautes apprécient !
- Corriger les erreurs commises.
- Améliorer progressivement la performance de votre site.

## CONCLUSION

Vous l'aurez compris, un site Internet, c'est la base. Image professionnelle, gain de temps, développement de votre clientèle et de votre chiffre d'affaires. Un tas d'avantages ! Mais quelques conditions. Car, avoir un site web c'est bien. Mais avoir un site web performant, c'est encore mieux.

Comment atteindre la performance ?

En ayant un site :

- techniquement « propre » ;
- ergonomique et pensé expérience utilisateur ;
- optimisé pour les moteurs de recherche et *mobile-friendly* ;
- orienté business.



Votre site, il va aussi falloir le bichonner, en créant du contenu pertinent et régulier, ainsi qu'en analysant régulièrement ses performances. En bref, le nourrir et vérifier qu'il se développe bien. Non, on ne fera pas ce parallèle, mais vous avez compris !

Si votre site web réunit tous ces critères, les chances de voir votre chiffre d'affaires s'envoler sont décuplées. La preuve ? Selon l'ACSEL, les entreprises qui ont investi le web ont [2,2 fois plus de chances de se développer que les autres](#). Alors, on attend quoi ?

**Vous voulez mettre toutes les chances de votre côté et laisser la main à des experts du web ?**

**Rendez-vous sur le site Solocal**

**et trouvez la solution qui vous correspond !**

# solocal

vous allez avoir de la visite

[www.solocal.com](http://www.solocal.com)