

Guide de marketing de
la petite entreprise :

12 règles d'or pour votre site Web



BUSINESSLINK

Comme pour tout le reste dans la vie, les sites Web ont des règles.

Pour que votre site Web vous donne les résultats escomptés, vous devriez suivre une série de « règles d'or ». Qu'il s'agisse d'une adresse URL facile à mémoriser ou de décider des pages dont vous avez besoin, si vous comprenez comment concevoir votre site Web, vous aiderez vos visiteurs à avoir une expérience mémorable sur votre site.

Voici 12 « règles d'or » à respecter en matière de conception de site Web de petite entreprise, que vous fassiez votre site vous-même ou que vous le donniez à contrat.

1. Choisissez une adresse de site Web facile à mémoriser

Quand vous choisissez l'adresse de votre site Web, ce n'est pas le temps de faire preuve d'ingéniosité. Il faut que vos clients potentiels puissent le trouver facilement. Évitez les chiffres afin de ne pas désorienter les internautes. Évitez les tirets aussi parce que ceux-ci peuvent s'avérer problématiques pour les référenceurs Web (SEO). Essayez d'avoir un nom de domaine qui se termine par .com ou .ca si possible. Il s'agit des extensions de noms les plus reconnaissables.

2. Utilisez des méthodes de navigation qui sont claires et simples

Le temps des présentations Flash sophistiquées et des sites Web uniques en leur genre est révolu. Si vous optez pour un site de base, il pourra être téléchargé dans tous les navigateurs Web. Et n'oubliez pas que votre site doit permettre aux clients de trouver ce qu'ils cherchent rapidement.

Pour ce qui est de la navigation de votre site, il est préférable d'utiliser des pratiques standard.

- Pour votre barre de navigation, servez-vous de menus déroulants avec des entêtes clairs sur chaque page.
- Faites en sorte que la barre de recherche soit facile à trouver (le coin supérieur droit d'une page est généralement un bon endroit).

3. Indiquez les coordonnées de votre entreprise

À quoi bon d'avoir un site Web si personne ne sait comment communiquer avec vous? Votre site doit avoir une page contenant votre adresse, votre numéro de téléphone et votre adresse électronique. Sur votre page d'accueil, mettez un lien bien en évidence menant à vos coordonnées. Le meilleur endroit pour vos coordonnées se trouve dans le coin supérieur gauche ou droit de votre page d'accueil. C'est également une bonne idée que d'inclure vos coordonnées sur chaque page de votre site Web, en bas de page ou dans une barre latérale, ou même dans le coin supérieur droit pour que vos visiteurs trouvent vos coordonnées plus facilement.

4. Optimisez l'expérience utilisateur de vos visiteurs

Que vos visiteurs consultent votre site Web au moyen d'un appareil mobile ou d'un ordinateur, il faut que votre site leur communique votre message le plus rapidement et le plus clairement possible.

Votre site Web devrait être doté de boutons d'appel à l'action rapide et d'une page d'accueil efficace décrivant comment votre entreprise peut aider les clients à résoudre un problème. Chaque page de votre site Web devrait être liée aux autres pages pour que vos visiteurs ne se perdent pas et pour qu'ils aient toujours un autre lien à visiter.

5. Incluez une page de FAQ

L'inclusion d'une foire aux questions (FAQ) permet à votre clientèle cible de trouver l'information qu'elle cherche rapidement, jour et nuit, sans être obligée de vous appeler ou de vous écrire par courriel. La FAQ représente aussi une autre occasion d'établir et de renforcer votre marque sur votre site Web.

6. Ajoutez des évaluations et des témoignages de clients

Les commentaires honnêtes au sujet de vos produits ou services aident non seulement les clients à déterminer si vous pouvez leur offrir ce qu'ils recherchent vraiment, mais ils aident aussi à donner un caractère plus tangible à votre entreprise. Les évaluations de clients expriment un point de vue que vous n'auriez peut-être pas songé à aborder dans d'autres parties de votre site. Obtenez des témoignages de clients et affichez-les bien en vue dans votre site.

7. Mettez des liens menant aux médias sociaux

Vous allez commercialiser vos produits et services sur les médias sociaux comme Twitter, Facebook, LinkedIn, Instagram et Pinterest. Augmentez votre nombre d'abonnés et rejoignez les clients là où ils se trouvent en ajoutant des icônes menant à vos divers médias sociaux. Faites en sorte que ces liens puissent être partagés à partir de vos pages Web pour que les visiteurs puissent facilement vous envoyer un « J'aime » sur un billet de blogue, « épinglez » une photo ou partager un « gazouillis » au sujet d'un produit génial à vendre.

8. Ajoutez un formulaire de capture de données

Même si votre commerce n'est ouvert que le jour, du lundi au vendredi, les clients éventuels peuvent visiter votre site Web 24 heures sur 24, sept jours sur sept. Donnez aux clients éventuels et actuels l'impression d'être toujours ouvert en incluant un formulaire qu'ils pourront remplir pour vous poser des questions, demander un devis ou formuler des commentaires. Par le fait même, vous pourrez recueillir de précieux renseignements (adresses électroniques, numéros de téléphone, etc.) au sujet des personnes qui s'intéressent à votre marque.

Si vous compilez une liste d'adresses électroniques, n'oubliez pas de tenir compte des lois canadiennes antipourriel. Demandez toujours la permission d'ajouter l'adresse électronique d'une personne à votre liste. Consultez le site du [gouvernement du Canada](#) pour en savoir plus à ce sujet.

9. Créez une page « À notre propos » ou « À notre sujet » sur votre site

Les clients aiment savoir qui s'occupe une entreprise. Prenez soin d'ajouter des renseignements sur les personnes qui travaillent dans les coulisses, sur l'historique de votre entreprise et sur sa raison d'être. Ces renseignements permettront à votre site de se démarquer, sans compter que votre entreprise aura l'air plus authentique et pertinente.

10. Intégrez des boutons d'appel à l'action un peu partout dans votre site Web

Une fois que les clients ont trouvé ce qu'ils cherchaient dans votre site Web, dites-leur ce qu'ils doivent faire grâce à des boutons d'appel à l'action. Par exemple, vous pourriez les inciter à s'abonner à votre infolettre, à demander un devis gratuit, à vous suivre sur Facebook ou à télécharger un livre numérique, bref, à faire en sorte qu'ils entrent en interaction avec vous.

11. Mettez du contenu pratique à la disposition de vos visiteurs

En plus de fournir des renseignements aux visiteurs au sujet de votre entreprise, donnez-leur une raison de revenir. Vous pourriez devenir une source d'information fiable dans votre domaine en publiant des articles originaux et bien écrits ou des billets de blogue. Ne pensez pas seulement aux produits ou aux services que vous offrez quand vient le temps de trouver des idées susceptibles d'intéresser vos visiteurs. Par exemple, si vous dirigez un marché public, vous pourriez afficher des recettes et un calendrier des récoltes. Si vous avez une boutique de mode en ligne, vous pourriez publier un blogue sur les tendances de la mode.

12. Utilisez une conception réactive

Les gens utilisent de plus en plus leurs téléphones intelligents pour faire des recherches sur les entreprises. Par conséquent, il faut que votre site Web puisse être consulté sur un appareil mobile. Le nombre de recherches à partir de ce type d'appareil ne fera qu'augmenter avec le temps. Un site de conception réactive, c'est un site qui est capable de détecter la taille de l'écran des visiteurs – qu'ils utilisent une tablette, un ordinateur ou un téléphone intelligent – et qui s'adapte en conséquence.