Com'
des indépendants

AVANT DE CRÉER VOTRE SITE INTERNET

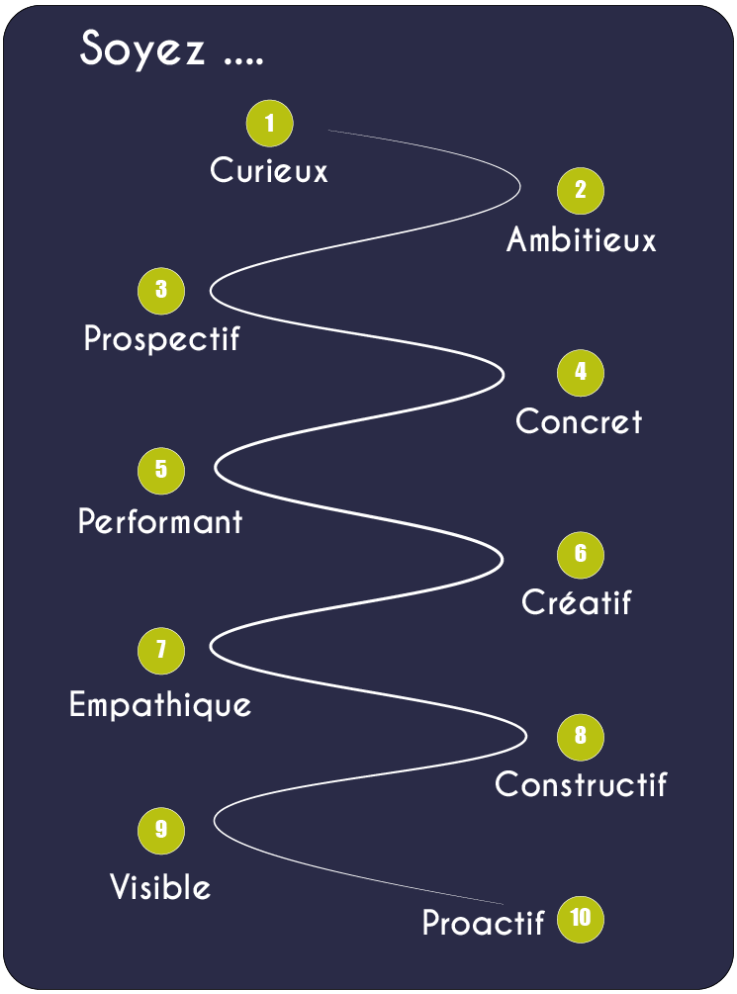
10 étapes pour passer à l'action

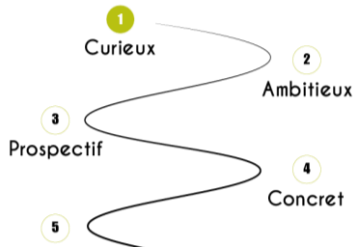
Rachel BOULAY - EI

SOYEZ CURIEUX, RÊVEZ, CRÉEZ

Vous êtes indépendant, consultant, coach, freelance, praticien, artisan, créateur d'entreprise, porteur de projet, responsable d'une association et vous souhaitez créer votre site internet, prenez le temps du cheminement avant de vous lancer.
Maîtrisez les étapes nécessaires pour un résultat optimum.
La mise en œuvre ne sera plus qu'un jeu d'enfant !

Un cheminement en 10 étapes

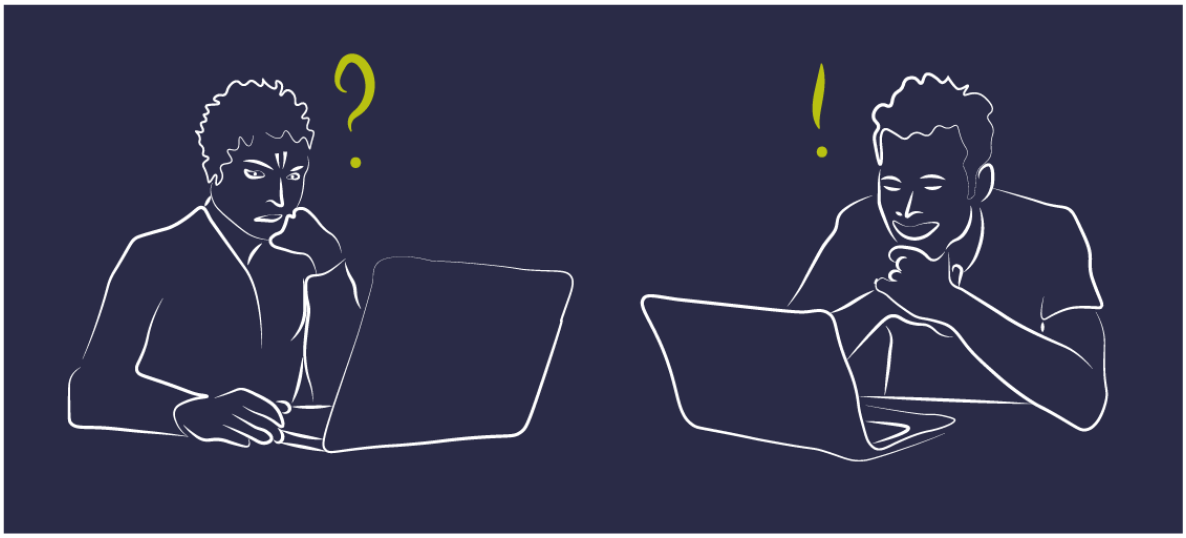




SOYEZ CURIEUX

Respirez l'air du temps

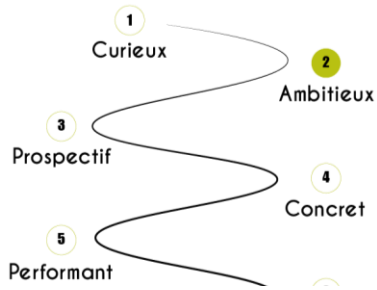
Promenez-vous sur le web et visitez d'autres sites, proches de votre univers ou pas. Observez et écoutez ce que cela provoque en vous. Quels types de contenus, quel ton est utilisé ? On vous tutoie ? On vous explique ? On vous accompagne ? On vous embarque, ...? Quelle émotion vient à vous ? Comment l'envie est amenée ?



L'exploration permet de ressentir des ambiances et de faire le tri sur ce que l'on aime et ce que l'on n'aime pas, ce que l'on veut et ce que l'on ne veut pas. Il s'agit d'une approche sensitive dans laquelle l'émotion ressentie est importante, elle va vous aider pour la 1ère étape de votre cheminement. Qu'est ce que je veux provoquer ?

ÉTAPE 1 :

- **Ce qui me ressemble**
- **Ce que j'ai envie de transmettre**
- **Ce que je ne veux pas**



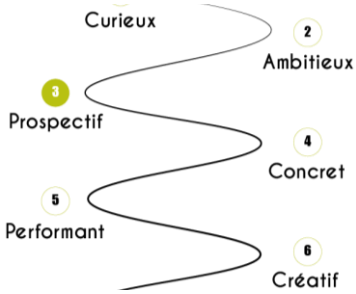
SOYEZ AMBITIEUX

Quel objectif pour votre site ?

Votre site est votre commercial. Il reflète votre image, exprime votre positionnement, vos valeurs, présente et déploie votre offre, facilite la prise de rendez-vous, … : il vous fait gagner un temps précieux.
3 grands types de sites : le « site vitrine », centré sur votre image, vos valeurs, le « site vitrine actif » et le site « e-boutique ».

Les sites « vitrines », permettent à la fois de développer la notoriété mais aussi, avec la notion « actif », de travailler la prospection : inscriptions, téléchargements, partages, ventes.
Nous excluons ici les sites de e-commerce, dont la gestion spécifique demande l'intervention d'un professionnel.

ÉTAPE 2 : **Ce que je veux dire**
Ce que je veux vendre
Ce que j'ai à partager



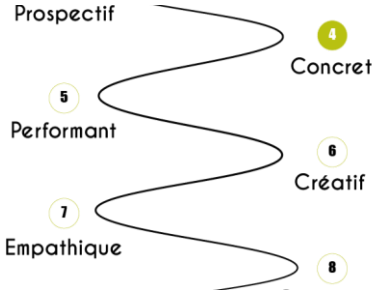
SOYEZ PROSPECTIF

Qui sont vos clients ?

Bien connaître ses clients est une phase essentielle à maîtriser avant de se lancer dans la création de son site. Pensez au client « rêvé », celui avec lequel vous avez envie de travailler, celui pour lequel vous vous sentez utile, celui qui a besoin de vous.
Créez votre « personae » : bâtissez un profiling de clientèle.

Appréhender sa clientèle, c'est percevoir ses besoins, explorer ses problématiques, ses symptômes, identifier les épisodes, les moments opportuns, pour y répondre et apporter des solutions, vos solutions.
Plus le ciblage est pointu, plus le discours est efficace. « Parler à tout le monde, c'est parler à personne ! »

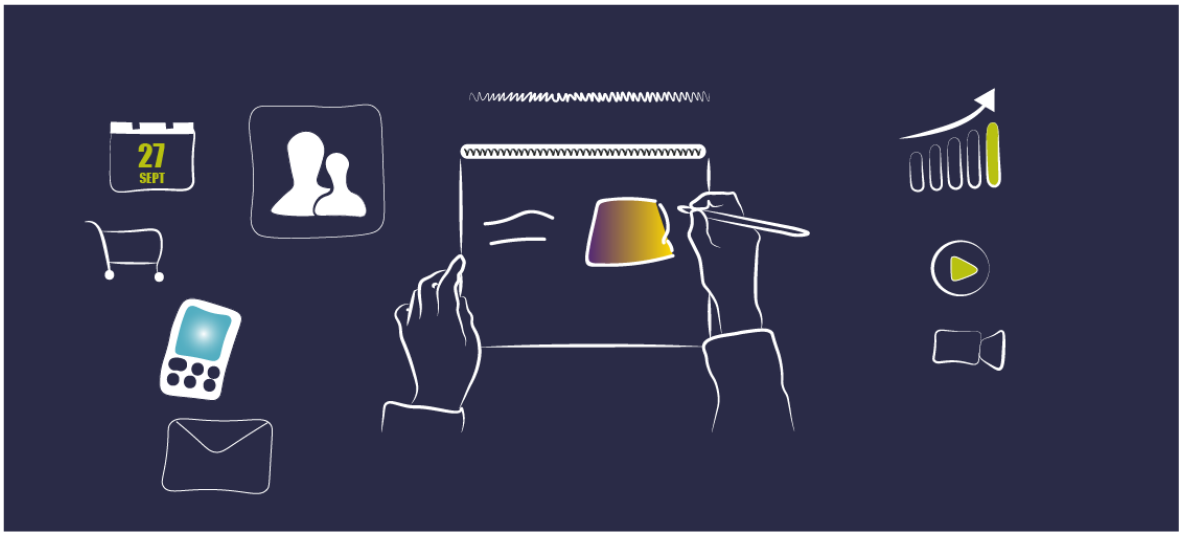
ÉTAPE 3 : **A qui je m'adresse**
Quels sont leurs besoins
En quoi je réponds à ce besoin



SOYEZ CONCRET

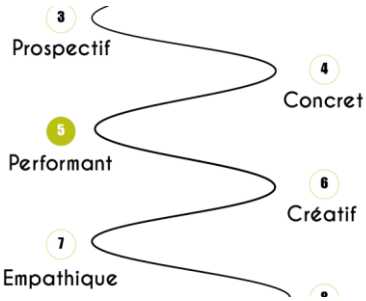
Quel est mon contenu ?

Envisager un contenu, surtout lorsque l'on vend des prestations intellectuelles, du conseil, de l'accompagnement, c'est adopter une vision analytique, un regard marketing sur votre projet pour proposer une réponse ajustée aux attentes de votre cible.
Soyez simple, clair, précis et généreux dans votre contenu !



Créer un contenu, c'est savoir exposer les problématiques et les solutions auxquelles votre savoir-faire va pouvoir répondre. Du texte, des images ciblées, qui expriment vos valeurs, votre positionnement permettront à l'internaute d'adhérer à l'offre. Utilisez les méthodes de copywriting pour structurer votre discours. Soyez concret !

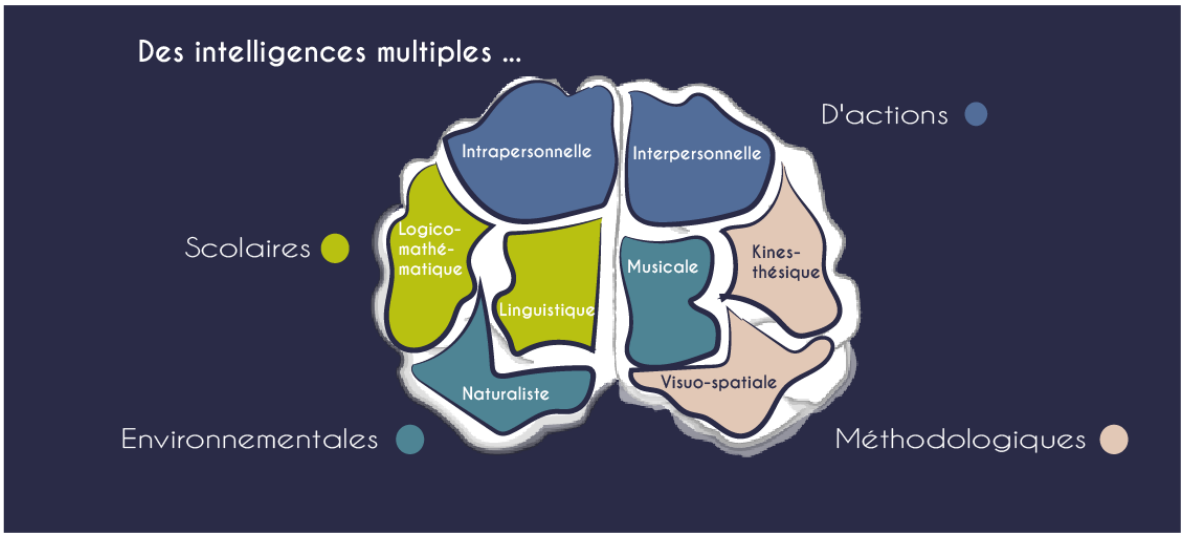
ÉTAPE 4 : **Quel contenu je peux proposer**
Quelle expérience je veux offrir
Quel résultat je veux obtenir



SOYEZ PERFORMANT

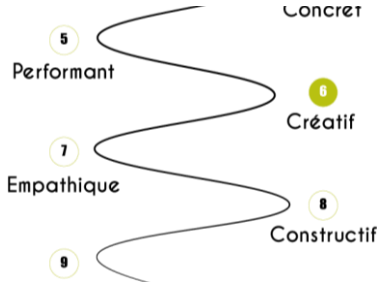
Adressez-vous à tous les types de cerveaux

Faire varier vos formes de contenu permet de vous adresser aux différents cerveaux que constitue votre clientèle. Pour une même réponse, certains fonctionnent de manière visuelle, d'autres ont besoin de lire une argumentation détaillée, certains visualisent directement le résultat, d'autres veulent scruter chaque étape.



Adaptez votre contenu aux différents mécanismes de pensée et de compréhension : des réponses visuelles, immédiates, des informations détaillées, de la réassurance, des preuves par l'exemple, des témoignages, ... Un équilibre des formes de messages vous permettra de toucher l'ensemble de vos cibles.

ÉTAPE 5 : Quelle forme de contenu, d'expression
Comment je fais varier mon discours
Quels types de visuels j'utilise



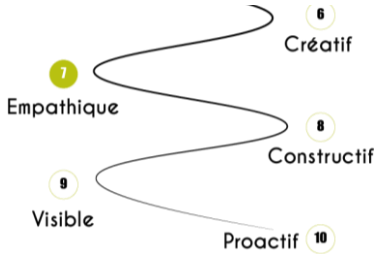
SOYEZ CRÉATIF

Vers quel type de design s'orienter ?

Projetez-vous dans l'univers que vous souhaitez partager avec vos clients, vos prospects, mais rester cohérent avec votre identité visuelle si elle est déjà définie : tous vos outils de communication doivent être « estampillés » aux « couleurs » de votre marque pour une reconnaissance immédiate.

Plongez-vous dans l'ambiance que vous souhaitez dégager, des couleurs, des images, des illustrations, de l'infographie, des vidéos, tout ce qui reflètera votre image et vos valeurs. Servez-vous de l'exploration recommandée en 1ère étape pour élaborer votre « planche de tendance » et créer votre atmosphère.

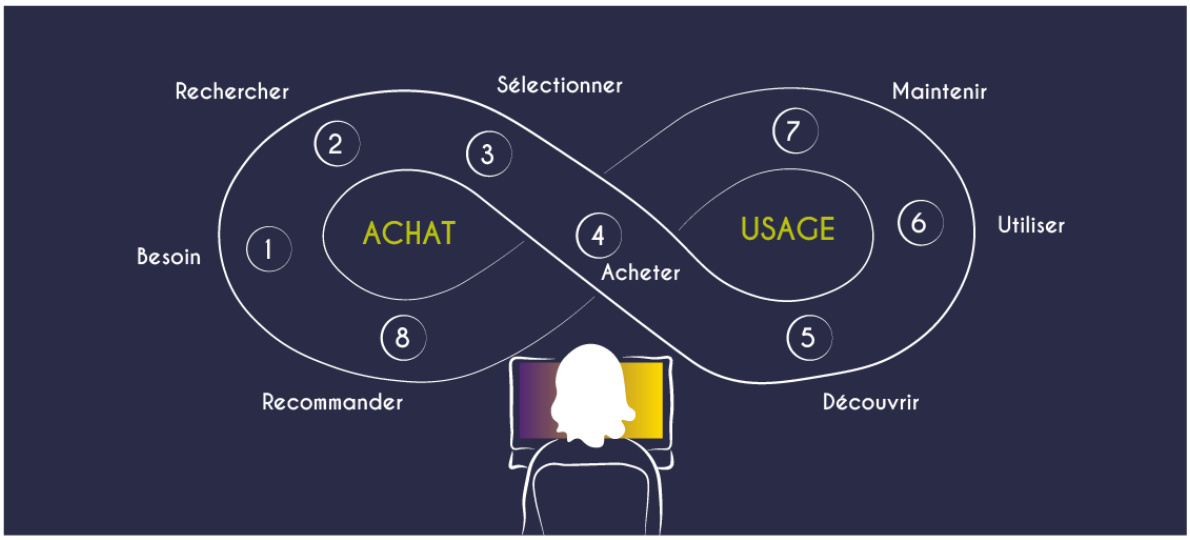
ETAPE 6 : Quelle identité graphique
Quel genre d'image utiliser
Photos, illustrations, formes



SOYEZ EMPATHIQUE

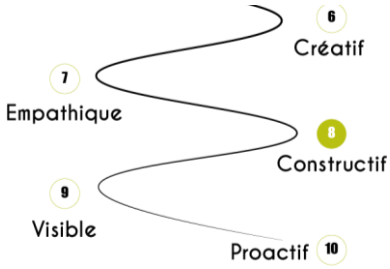
Pensez au parcours de votre client

Facilitez le parcours de votre client, accompagnez le pour qu'il trouve facilement ce qu'il est venu chercher, mais aussi qu'il découvre ce qu'il ne cherchait pas et qui pourra se révéler comme la solution à sa problématique – une forme de sérendipité.
Là aussi, il est important de penser aux cerveaux multiples.



Pensez votre site de manière ergonomique, la circulation doit être simple et agréable, les éléments facilement trouvables et surtout adaptés à tous les types de supports. La version mobile pourra être différente de la version ordinateur, les conditions de consultations ayant chacune leurs spécificités.

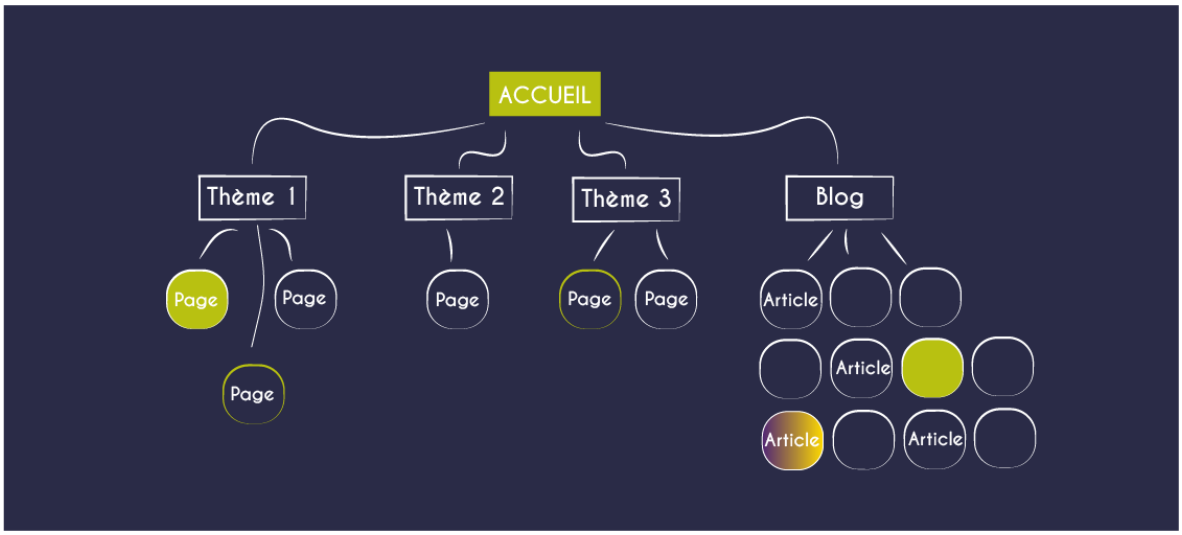
ÉTAPE 7 : Quelle expérience proposer
Quel parcours créer pour le visiteur
Pensez l'ergonomie



SOYEZ CONSTRUCTIF

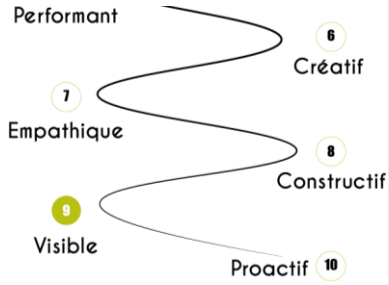
Élaborez la structure de votre site

Organisez votre contenu par grand thème pour faciliter le parcours de l'internaute et optimiser le référencement. Mettez-vous dans la tête de vos prospects pour aborder les sujets en fonction de leurs besoins et non de votre offre. Votre offre viendra en réponse aux besoins. Créez un parcours !



Un site, même vitrine, n'est pas un CV, l'objectif n'est pas d'y lister tout ce que vous savez faire, mais bien d'être tourner vers l'internaute et ses problématiques. Créez une arborescence simple dans laquelle votre client / prospect s'y retrouve facilement. Immiscez des liens logiques entre les différentes pages.

ÉTAPE 8 : Sélectionnez les thèmes / mots-clés
Définir le nombre de pages / sujets
Quelle arborescence



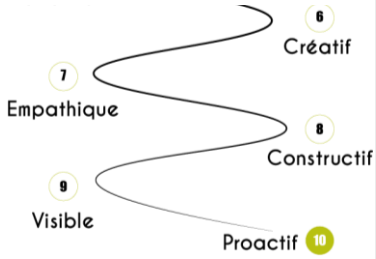
SOYEZ VISIBLE

Choisissez des expressions et mots-clés

Votre site doit être facilement trouvable. Le référencement de base doit donc être pensé en amont de la création de votre site. Doit-on vous trouvez sur votre nom, sur votre activité, vos produits, vos promesses, votre localisation ? La structure de votre site, les liens, mais aussi la rédaction de votre contenu devra être optimisée.

Structurez correctement votre site (balises), respectez l'équilibre entre textes et illustrations, intégrez des mots mais aussi des expressions-clés recherchées par votre cible, sur vos prestations, réalisations, ou si besoin sur votre localisation.
Le choix de votre nom de domaine doit être pensé également à travers cette objectif de visibilité.

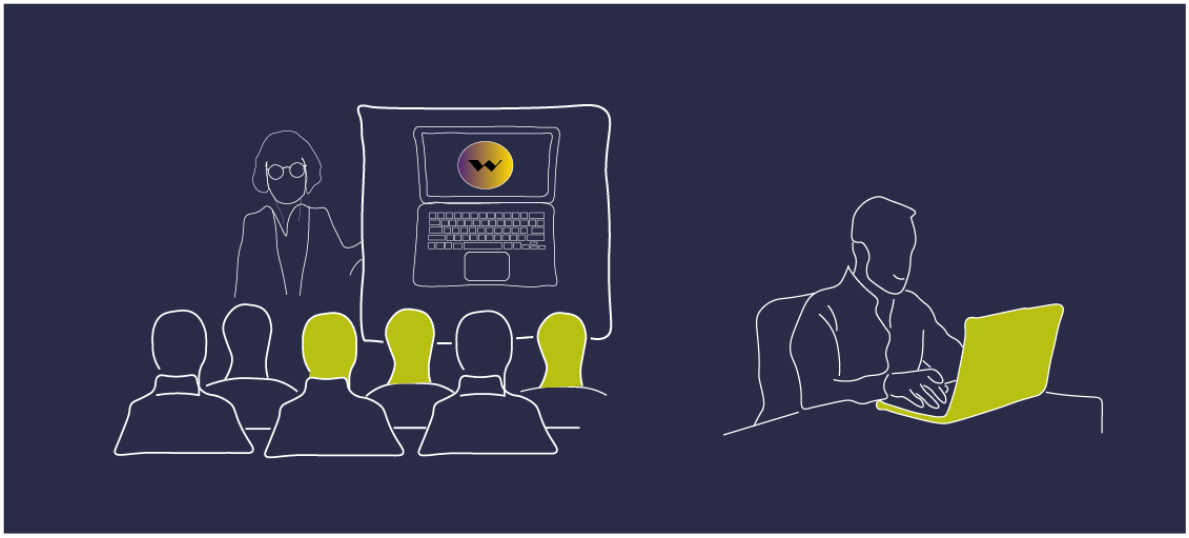
ÉTAPE 9 : Listez les mots-clés essentiels Pensez l'univers dans lequel vous souhaitez être visible



SOYEZ PROACTIF

Passez à la mise en œuvre de vos objectifs

Une fois toutes ces étapes abordées pour déterminer votre contenu, la forme que vous souhaitez lui donner, vous allez pouvoir passer à la création. Créer vous-même votre site vous permettra de garder la main pour mettre à jour, renforcer, animer, modifier, changer votre direction, … et manier votre entreprise avec agilité.

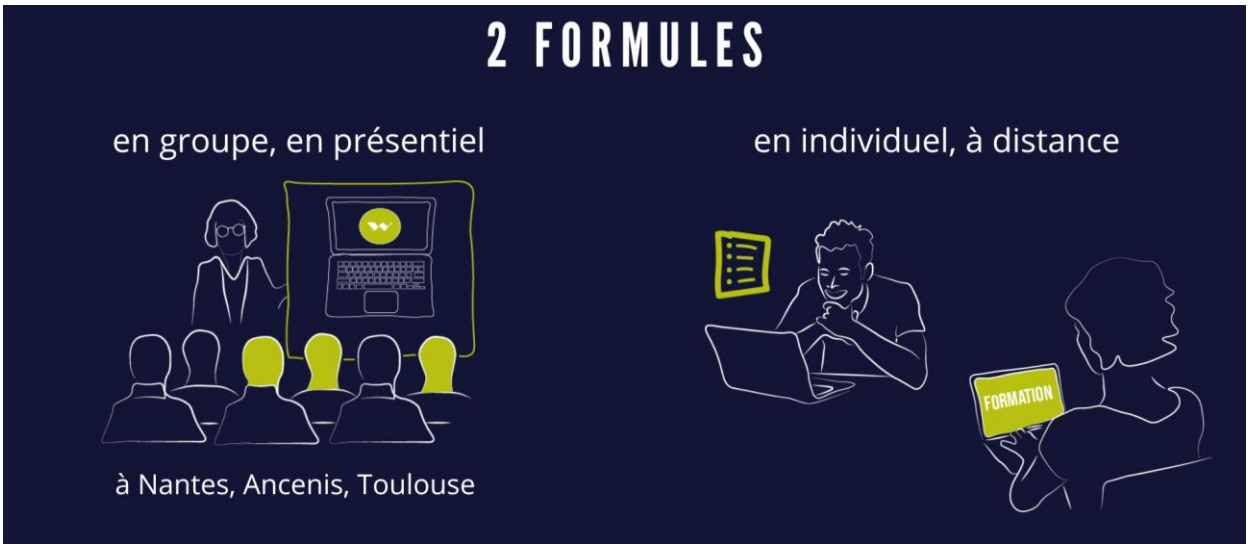


Aujourd'hui, il existe des « constructeurs de pages » qui permettent de monter assez facilement un site sur Wordpress sans être un expert en codage ! Il est essentiel d'avoir entièrement la maîtrise de son outil, la propriété de son contenu en évitant les plateformes de créations en choisissant son hébergement et son CRM.
Je vous propose un accompagnement à travers une formation simple.

ÉTAPE 10 : **Formez-vous !**
Créez votre site
Gardez la main pour le faire évoluer

3 JOURS POUR SE FORMER, 1 JOUR POUR SE PERFECTIONNER

En groupe ou en individuel : choisissez votre formule



S'INSCRIRE

rachel@comdesindependants.com

06-75-36-54-87

Rachel BOULAY - EI

www..comdesindependants.com

COM' DES INDÉPENDANTS

Rachel Boulay, une interlocutrice, des fonctions multiples

Après 20 ans passés en agences médias et groupes publicitaires dans l'accompagnement de grandes marques, j'ai choisi de mettre mes compétences au service des indépendants, entrepreneurs solos ou en petites équipes, pour leur offrir un service marketing et communication complet.

Au cours de mes dernières années, j'ai accompagné un grand nombre d'indépendants dans la création de leurs sites et/ou dans la formation et j'ai pu constater que la plus grande difficulté n'était pas la partie « technique » de la création mais bien la préparation en amont.
C'est pourquoi j'ai créé aujourd'hui ce livre blanc pour permettre d'avoir les clés essentielles et être prêt à créer son site avant de suivre la formation.