



proposé par : Réussir en  par *afric*  neocamino

Les étapes clés pour créer votre site web professionnel

Avec Adrien Stiker
de Biwac



< Biwac >
Be web >

les FOLIWEB

proposé par : Réussir en  par *afnic*  neocamino

DES ÉVÉNEMENTS GRATUITS POUR AIDER LES TPE À RÉUSSIR SUR INTERNET



Des ateliers **en présentiel**
partout en France



Des sessions **en ligne**

1.

Réfléchir à votre stratégie

Quels sont vos objectifs et cibles ?



Votre site web doit être votre commercial 24/7 !

Choisissez votre type de site en fonction de vos objectifs :

- **Vitrine** : votre carte de visite
- **E-commerce** : votre boutique en ligne
- **Blog** : votre savoir faire démontré

Quels sont les objectifs de votre site ?



Visibilité



Site vitrine



Crédibilité / Réassurance



Site vitrine élaboré
(plusieurs pages, blog)



Génération de prospects



Site vitrine élaboré
+ focus formulaire de contact



Vente



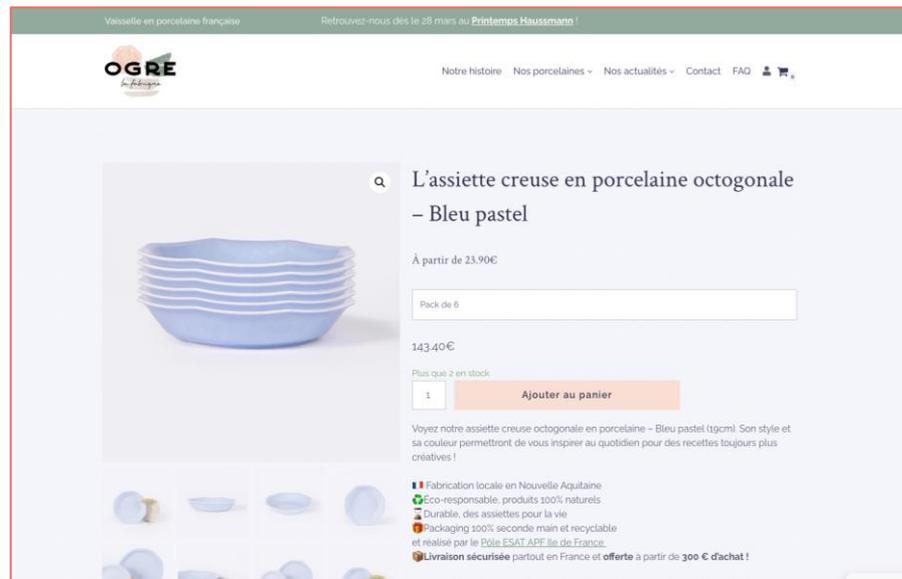
Site de vente en ligne

2 exemples de petites entreprises



présenter votre offre → site vitrine

Finaliste Foliweb awards 2022 : pharbstudio.fr



vendre en ligne → site e-commerce

Gagnant Foliweb awards 2022 : ogrelafabrique.com

Qui sont vos cibles ?



Particuliers (BtoC)

Profil : sexe, âge, CSP, lieu de vie, situation familiale...

Quels **besoins / attentes / freins** ?

Quels sont ses usages ? Quel comportement d'achat ?

Ses canaux de communication privilégiés ?



Professionnels (BtoB)

Profil : sexe, âge, fonction au sein de l'entreprise

Est-il le **décideur final** ?

Quels **besoins / attentes / freins** ?

Quels sont ses usages ?

Ses canaux de communication privilégiés ?

Quels sont leurs besoins et comment les expriment-ils ?

Que cherchent-ils sur les moteurs de recherche ? (expressions clés)

Une **information** ?

Un **produit / service** ?

photographe mariage nantes

Brian Photographe
<https://www.brianphotographe.com> > mariage > nantes

Photographe Mariage Nantes — Un style naturel et poétique

Brian est un photographe de mariage à Nantes. Ses reportages, originaux et spontanés, offrent des images pleines d'amour et d'émotion.

PhotoPresta
<https://photopresta.fr> > photographe-mariage > nantes

Les 25 meilleurs photographes mariage à Nantes aux ...

Pour votre recherche de photographe Mariage à Nantes, il existe plus de offres disponible sur PhotoPresta avec des prix à partir de 120€ jusqu'à 2800€. Il y'à ...

★★★★★ Note : 5 · 317 votes · 120,00 € à 2 800,00 €

Laurent Lamard
<https://www.ouestphoto.fr> > mariages

Studio Photo Vertou : Laurent Lamard | Mariages et ...

Photographe Mariage Nantes · Photographies des préparatifs : 250€ · Séance d'engagement : 175€ · Séance photos de couple après le mariage : 225€.

prix photographe mariage

Clémence Aresu
<https://clemencearesu.com> > tarif-prix-photographe-m...

Budget photographe de mariage : le guide complet des ...

8 sept. 2020 — Le tarif d'un photographe de mariage varie de 500 à 5000€, la moyenne se situant autour des 1500€. Ces prix dépendent de l'expérience du ...

Autres questions :

Quel est le prix d'un photographe pour un mariage ?

Quel est le tarif d'un photographe ?

Comment facturer un mariage photographe ?

Quand payer photographe mariage ?

Mariée.fr
<https://www.mariee.fr> > budget-mariage > photographe

Prix photographe mariage

Un photographe de mariage de 1 000 à 2 000 €. Avec un budget de 1 000 à 1 500 €, vous commencerez à trouver des photographes professionnels et expérimentés.

Sébastien Plouzenec
<https://www.sebastienplouzenec.com> > Blog

Prix Photographe Mariage en 2023 : tarif et budget moyen ...

11 avr. 2023 — Le tarif d'un photographe de mariage en France varie entre 500€ et 25 000€. Le coût moyen d'un photographe de mariage est de 1192,74 € pour ...

★★★★★ Note : 5 · 39 votes

Ces expressions clés sont précieuses pour vous

Elles vous permettent de déterminer :

- ce que cherchent précisément les internautes
- **toucher votre cible** ou un segment précis
- les **contenus et pages à créer** sur votre site web
- les **messages clés** à mettre en avant



Comprendre le besoin de votre cible et **utiliser ses termes de recherche** est essentiel pour lui faire sentir que **vous êtes le bon interlocuteur** pour l'aider à résoudre son problème.

Les mots clés permettent de définir le niveau de maturité et l'intention du visiteur.

2.

**Choisir votre nom de domaine
et votre hébergeur**

Le nom de votre site doit être simple et cohérent

2 enjeux pour le nom de votre site web : la **mémorisation** et la **crédibilité**.



Un nom facile à retenir

- Nom de votre entreprise ou association (ou le vôtre)
- Phrases courtes ou slogans
- Intégrant des expressions recherchées
- Rayon d'action (ville / département)
- Utiliser ou non des traits d'union

Par exemple, optez pour :

Gite-pointe-du-raz.fr plutôt que **giteruralpour2aubergedelapointeduraz.fr**

NousCuisinonsChezVous.fr plutôt que **je-cuisine-a-domicile-yvelines.fr**

Un site, c'est d'abord un nom qui vous suivra partout



Une extension qui vous crédibilise



84 % des français voient le **.fr** comme **gage de proximité**

88 % des TPE considèrent le **.fr** comme une **marque de confiance**

- héberger et sécuriser vos **données liées à votre adresse internet en France**
- mettre en avant votre savoir-france “**made in France**”, et même au-delà de nos frontières
- faire le choix de la **solidarité** : 90% des bénéfices du .fr sont reversés à la Fondation Afnic
- bénéficier d'un **accompagnement gratuit** avec Réussir en .fr

L'hébergement de votre site : un choix stratégique



Le choix de votre hébergeur peut se faire en même temps que l'achat de votre nom de domaine. Il est aussi possible de le faire séparément.

Les **critères essentiels** à prendre en compte :

- localisation (où sont stockées vos données et celles de vos clients ?)
- prix (regarder les différents niveaux d'offres)
- évolutivité
- fiabilité
- qualité et réactivité du service client (que se passe-t-il si votre site tombe ?)

3.

Définir l'arborescence de votre site

L'arborescence est le squelette de votre site

Penser à l'arborescence de votre site avant sa création est essentiel pour avoir une **structure logique**, optimisée pour le **référencement naturel** mais aussi pour **gagner du temps**. Il s'agit de lister et organiser les pages à créer.

3 aspects à prendre en compte :



votre offre
(produits ou services)



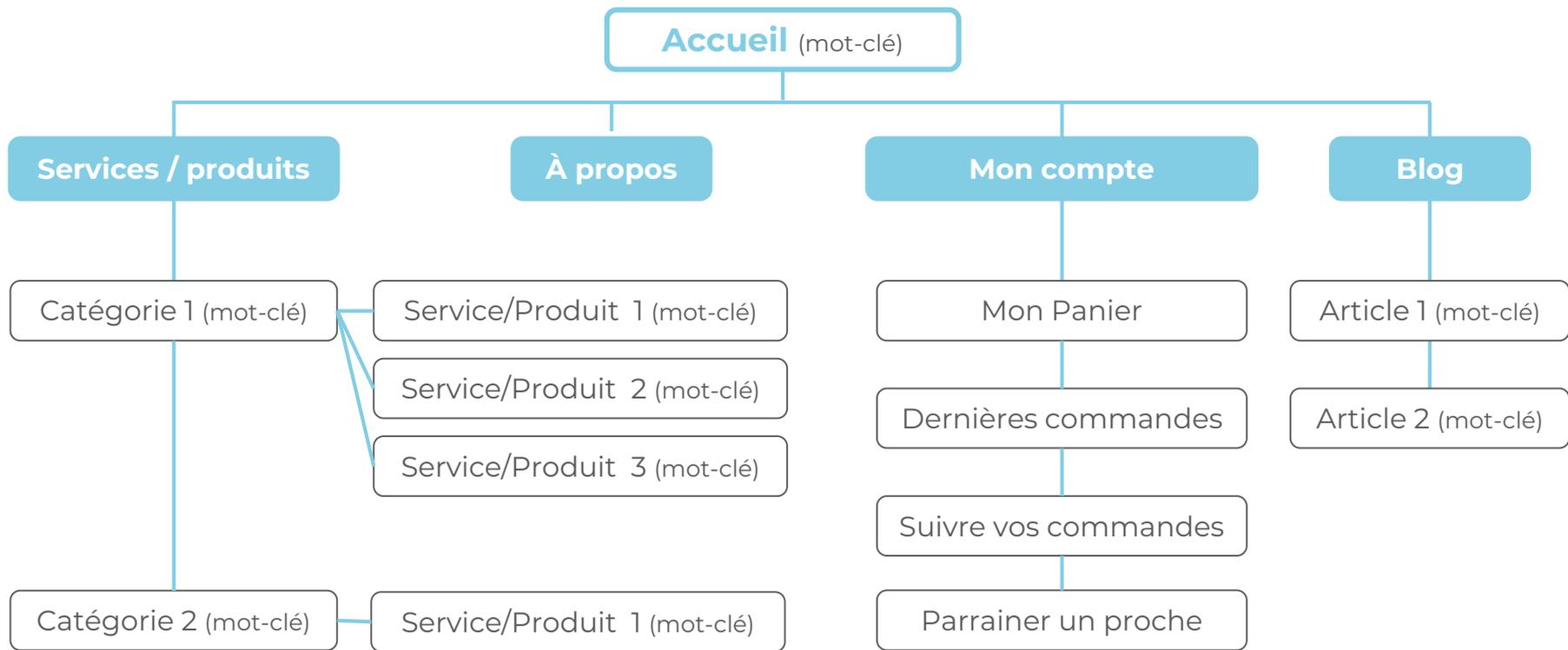
mots clés
(recherches des internautes)



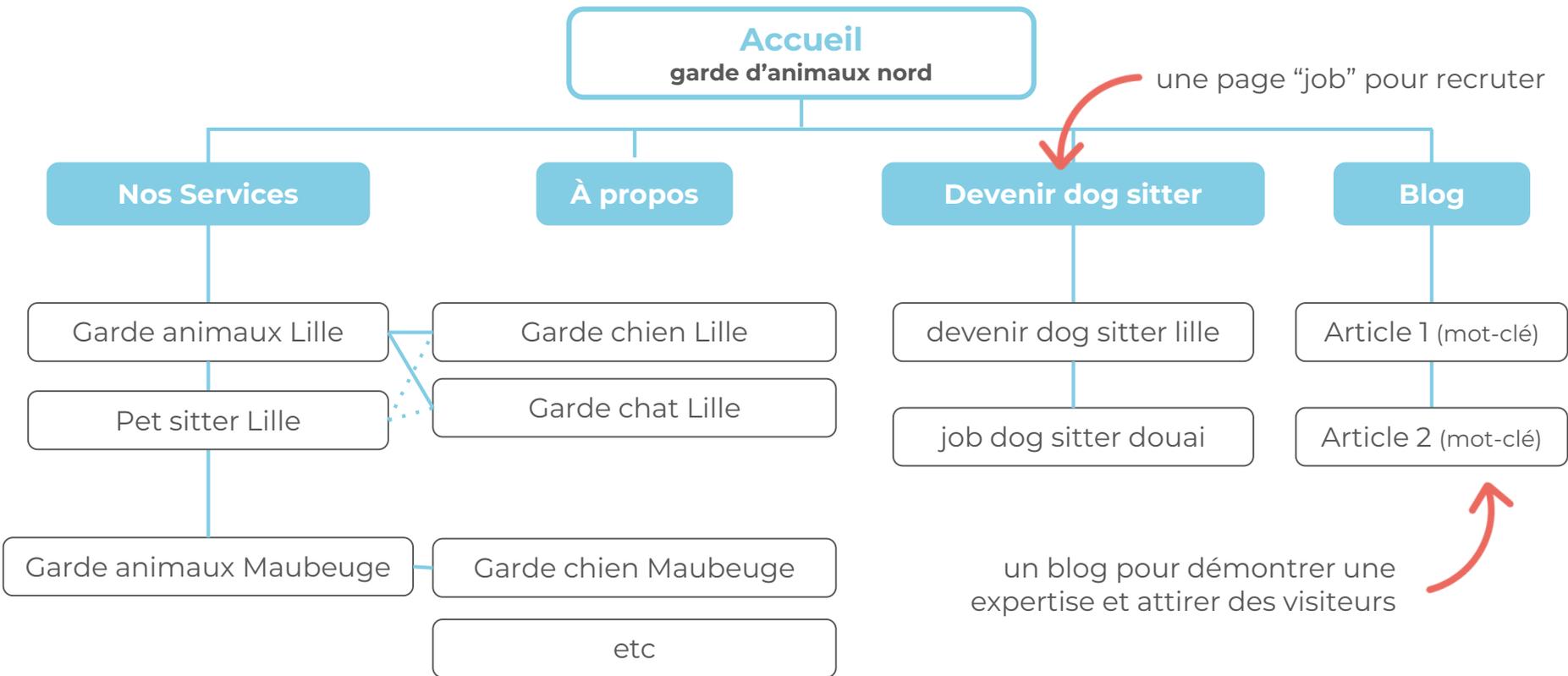
navigation
(penser logique)

L'arborescence permet de créer des **connexions logiques entre les contenus** et d'**optimiser le parcours utilisateur** sur le site.

Un plan logique pour une navigation fluide



Un exemple concret



4.

Créer vos contenus

La règle d'or

1.

page
besoin
mot-clé
message
action

Quel contenu créer ?

🔍 mot clé ×  

photographe	+
photographe identité	+
photographe mariage	+
photographe professionnel	+

Requête commerciale → page service / produit
= je cherche un photographe professionnel

comment devenir photographe	+
devenir photographe professionnel	+
devenir photographe pro	+
devenir photographe animalier	+

Requête informationnelle → article / page info
= je cherche à savoir comment devenir photographe professionnel

Construire une page efficace

The screenshot shows the homepage of Dentifree.com. At the top, there is a blue header with the phone number 09 72 37 24 44, navigation links for 'Espace patient' and 'Espace Professionnel', and a main navigation menu with 'Centres dentaires', 'Nos soins et traitements', 'Tarifs', 'Blog', 'Contactez-nous', and a 'PRENDRE RDV' button. The main content area features a large image of a smiling woman on the left. To her right is the headline 'Les implants dentaires pour reconstruire votre sourire' and a sub-headline 'Retrouvez le confort grâce à la pose d'implants dentaires. Une solution esthétique pérenne et efficace'. Below this are two buttons: 'ÊTRE RAPPELÉ(E)' and 'PRENDRE RDV'. A red arrow points from the text 'Accroche 2 secondes pour interpeller' to the headline. Another red arrow points from the text 'Appel à l'action objectif conversion' to the 'PRENDRE RDV' button. At the bottom, there is a section titled 'Dentifree, acteur majeur à la pose d'implants' with a small map icon and a chatbot icon labeled 'Chattez avec nous'.

09 72 37 24 44

Espace patient Espace Professionnel

df DENTI FREE

Centres dentaires Nos soins et traitements Tarifs Blog Contactez-nous PRENDRE RDV

Les implants dentaires pour reconstruire votre sourire

Retrouvez le confort grâce à la pose d'implants dentaires. Une solution esthétique pérenne et efficace

ÊTRE RAPPELÉ(E) PRENDRE RDV

Dentifree, acteur majeur à la pose d'implants

Chattez avec nous

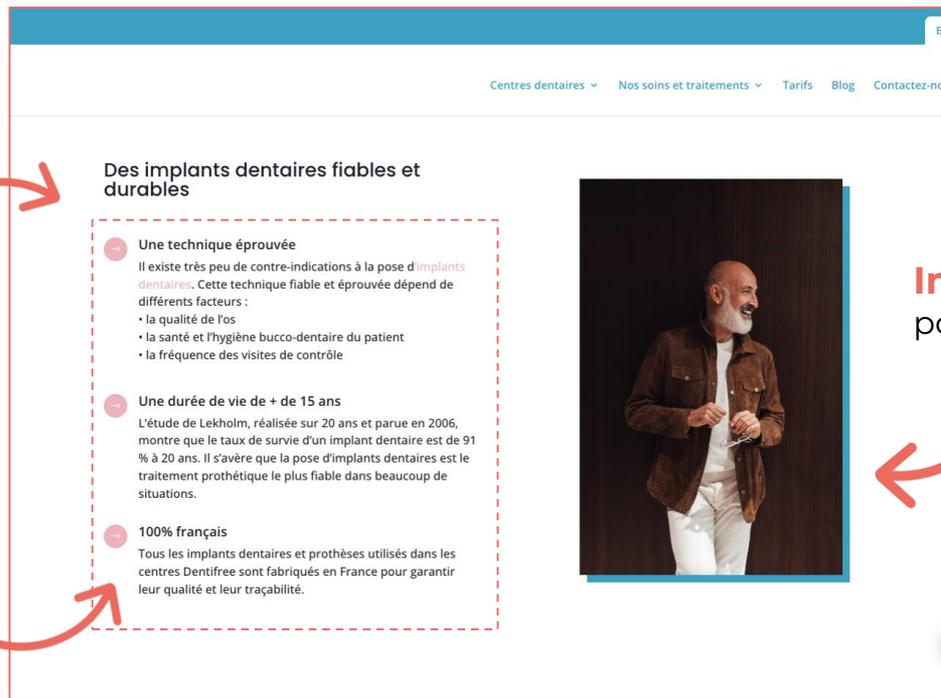
Accroche

2 secondes pour interpeller

Appel à l'action
objectif conversion

Exemple : [dentifree.com](https://www.dentifree.com)

Construire une page efficace

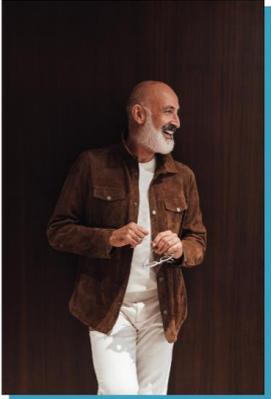


The screenshot shows a website page with a blue header and navigation menu. The main content area features a title, three bullet points, and a photograph of a man. Red arrows and text annotations highlight key elements: 'Promesse' points to the title, 'Caractéristiques' points to the bullet points, and 'Image' points to the photograph.

Centres dentaires ▾ Nos soins et traitements ▾ Tarifs Blog Contactez-nous

Des implants dentaires fiables et durables

- Une technique éprouvée
Il existe très peu de contre-indications à la pose d'implants dentaires. Cette technique fiable et éprouvée dépend de différents facteurs :
 - la qualité de l'os
 - la santé et l'hygiène bucco-dentaire du patient
 - la fréquence des visites de contrôle
- Une durée de vie de + de 15 ans
L'étude de Lekholm, réalisée sur 20 ans et parue en 2006, montre que le taux de survie d'un implant dentaire est de 91 % à 20 ans. Il s'avère que la pose d'implants dentaires est le traitement prothétique le plus fiable dans beaucoup de situations.
- 100% français
Tous les implants dentaires et prothèses utilisés dans les centres Dentifree sont fabriqués en France pour garantir leur qualité et leur traçabilité.



Promesse

10 secondes pour convaincre

Image

pour illustrer / rassurer

Caractéristiques

pour aller dans le détail

Exemple : [dentifree.com](https://www.dentifree.com)

Construire une page efficace

Éléments de crédibilisation

Ils ont retrouvé le sourire

★★★★★

« Personnel très professionnel, compétent, accueillant. Soins de qualité dans un cadre moderne, à des prix très compétitifs. Je recommande ce cabinet dentaire pour des soins des plus simples au plus complexes. »

Dominique Bonhomme

★★★★★

« Accueil agréable, hygiène irréprochable, réalisation rigoureuse du plan de soins, respect des rendez-vous (...). LA solution pour être soigné correctement avec des équipes compétentes et les technologies les plus actuelles. Le meilleur rapport qualité-prix. »

Jean-Claude DEFORGES

★★★★★

» Si vous souhaitez rencontrer des personnes qualifiées et très chaleureuses rendez-vous chez Dentifree ! J'ai été agréablement bien reçue les explications sont claires et tout le personnel à votre écoute ! «

Alain Corbi

Appel à l'action

Retrouvez le confort grâce à la pose d'implants dentaires

Faites le point complet avec un dentiste

PRENDRE RDV



Exemple : [dentifree.com](https://www.dentifree.com)

Optimisez vos pages pour le référencement naturel

Pensez à **optimiser vos pages** pour que les moteurs de recherche comprennent sur quelles requêtes vous souhaitez apparaître.



Titre <h1>



Sous-titres
<h2>, <h3>, etc



Balise alt
image



Texte



Liens

Soignez les métas pour remonter sur Google

Méta-titre

Mot-clé dans le méta-titre
(au début lorsque c'est possible)

Slug / Url

URL courte qui contient le mot-clé.



Méta-description

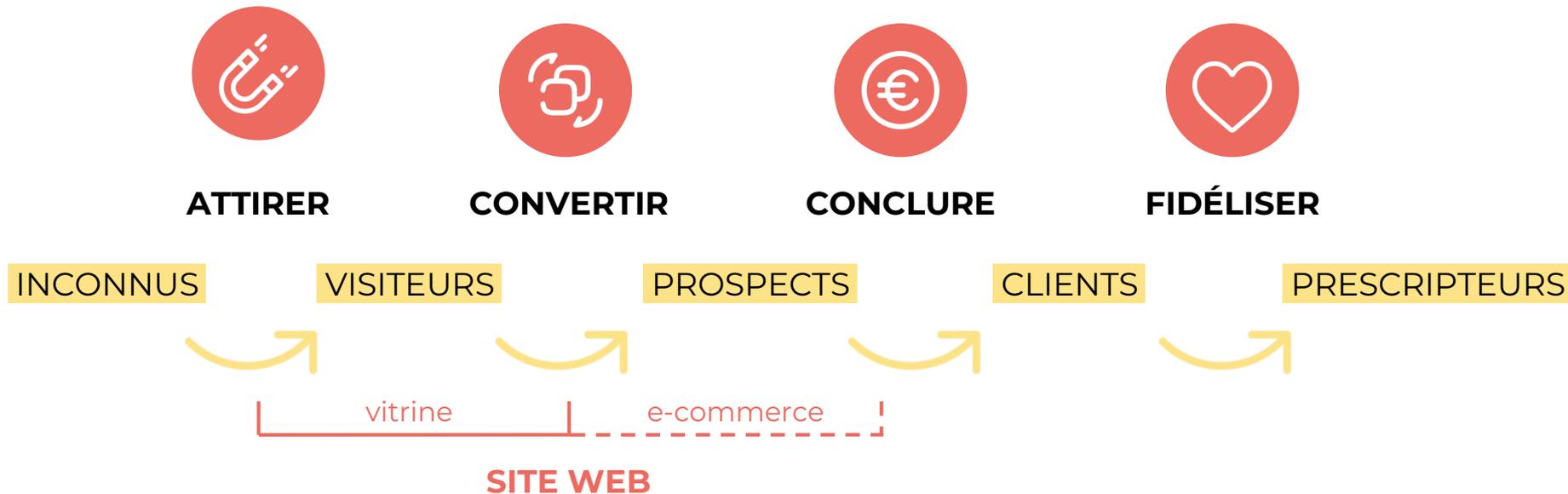
Mot-clé dans la méta-description

Exemple : lessavonsdejoya.com

5.

Penser conversion

Le site : au coeur des enjeux de conversion



Ajouter des **appels à l'action** !

Récupérez des contacts qualifiés

Être rappelé(e)

Télécharger

Demander un devis

Tester gratuitement

Prendre RDV

S'abonner



Formulaire de conversion

Qualifier votre cible et récupérer l'information



CRM

Trier les informations et connaître votre prospect



Analyse

Étudier, tester, modifier et recommencer

Des contenus gratuits pour convertir

- > Livres blancs (guides)
- > Catalogue produit
- > Fiches pratiques
- > Newsletter
- > Événement gratuit
- etc

LES GUIDES

Trouver vos clients par internet
Bâtir sa stratégie, attirer des visiteurs, convertir...
+ de 20 000 téléchargements !

Télécharger

Réussir sur Facebook et Instagram
Performer sur Facebook et Instagram : création et animation de pages, publicité, stratégie...

Télécharger

WEBINAIRE SPÉCIAL PME

Comment structurer et amorcer sa démarche RSE en 4 mois ?

Jeudi 16 mars 2023 de 12h à 12h45

tembo tool R3

S'INSCRIRE AU WEBINAIRE

NEWSLETTER

Inscrivez-vous à la newsletter et profitez d'un code promo

Email Envoyer

J'ai lu et j'accepte la politique de confidentialité.

Abonnez-vous à la newsletter HOPE'N UP

Recevez les clés et inspirations, les conseils et les bonnes pratiques sur le management.
Des conseils d'expert, des actualités, témoignages et cas clients !

Email

Prénom

Nom

Société

J'accepte de recevoir vos newsletters *

Je m'abonne

Vous affirmez avoir pris connaissance de notre Politique de confidentialité. Vous pouvez vous désinscrire à tout moment à l'aide des liens de désinscription.

[Lire plus >](#)

6.

Choisir ses outils

Pourquoi coder ? Il y a plus simple !

CMS "Intuitifs"



CMS open source



Wordpress
leader sur le marché

Privilégiez un **CMS "intuitif"** pour votre premier site pour éviter le casse-tête technique.

Un thème cohérent avec votre image de marque

Créer un site internet, c'est aussi des considérations plus esthétiques.
Votre site doit **refléter votre image et les valeurs de votre entreprise** mais aussi proposer une **expérience utilisateur fluide**.

Plusieurs éléments à prendre en compte :

- Intégration du logo
- Choix du thème (fonctionnalités et aspect)
- Choix des couleurs
- Polices de caractères (faire le choix de la lisibilité)
- Formes et tonalités (sobriété, dynamisme)
- Visuels / Vidéos



Jupiter X

7.

Mettre en ligne et analyser

Pilotez votre site objectivement

Mesurer le trafic c'est bien. **Mesurer vos ventes, c'est mieux !**

Tout dépend de votre objectif initial (vente, demandes de devis, prises de rdv, notoriété...)

Définir **3 indicateurs clés** principaux, et regardez-les en continu (trafic, conversion, vente, temps de visite, rebond, source d'acquisition...).

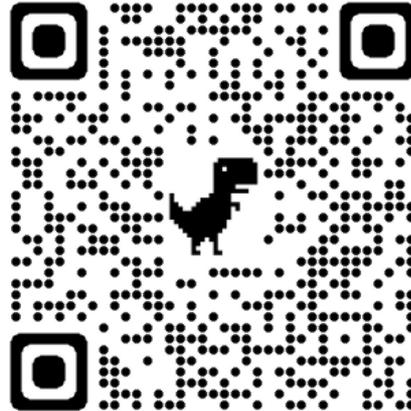
Votre mission : **analyser, comprendre et améliorer !**



Merci de votre attention

Pour plus d'actualités et astuces,
vous pouvez rejoindre ma Newsletter
"Au Coin du Web"

<https://adrienbiwac.substack.com/>



Et après cet événement Foliweb ?

1. Récupérez le support de l'atelier en répondant à notre enquête



2. Retrouvez tous **nos bons plans** sur la [ressourcerie](#) Foliweb

3. Gardez le contact avec l'intervenant du jour

les **FOLIWEB**

Ressources utiles
participants



MERCI !

pour vous inscrire aux prochains événements : www.lesfoliweb.fr



Remplissez le questionnaire de satisfaction ci dessous !

