

# Conseils, idées et tactiques

## 7 conseils pour concevoir un meilleur site Web

**Les clients consultent votre site Web pour obtenir des renseignements utiles et pertinents.** Il n'est pas nécessairement important pour eux que le site présente votre nouvelle image de marque, les initiatives internes visant à obtenir plus d'information sur les clients ou le souhait du chef de la commercialisation d'effectuer un remaniement. Ils veulent tout simplement obtenir facilement l'information qu'ils recherchent.



### 1. Plan pour la réussite

Vous ne pouvez optimiser votre présence Web du jour au lendemain. C'est un processus continu et évolutif. Un remaniement en profondeur de votre site Web existant ne fournira peut-être pas le meilleur rapport coûts-avantages. Établissez plutôt des objectifs stratégiques pour votre présence Web et des plans tactiques pour appuyer vos objectifs. Le rendement des améliorations graduelles sera probablement immédiat et ces dernières seront plus rentables.

#### Points les plus importants

- Page d'accueil
- Flux constant de contenu pertinent, nouveau et intéressant
- Offres alléchantes
- Pages de renvoi présentant une offre concise et simple
- Essais et évaluation continus

### 2. Privilégiez le fond plutôt que la forme

Pensez toujours à la conception, à l'utilité et au contenu du site web de votre entreprise du point de vue de vos clients. L'objectif principal de chaque mise à jour devrait être l'amélioration du rendement. Si l'esthétique d'un site Web a son importance, sa fonctionnalité reste essentielle.

### 3. Faites en sorte qu'on vous trouve

La plupart du trafic des sites Web provient des résultats des moteurs de recherche. L'optimisation pour les moteurs de recherche (SEO) améliore le classement de votre site et de votre (vos) page(s) individuelle(s) dans les résultats de recherche, ce qui améliore votre trafic. Lorsque vous créez du contenu pour votre site, travaillez avec votre concepteur et (ou) spécialiste SEO pour maximiser les résultats — et la capacité d'effectuer un suivi de ces derniers.

#### Paramètres de comparaison des sites

- Nombre total de pages
- Quelles pages sont les plus populaires?
- Nombre total de liens entrants
- Sources des liens entrants
- Quelles pages comportent des liens entrants?
- Quels mots clés fournissent de bons résultats de recherche?
- Quels mots clés devraient fournir de bons résultats de recherche?

# Conseils, idées et tactiques

## 7 conseils pour concevoir un meilleur site Web

### 4. Faites bonne impression dès le départ

Votre page d'accueil présente les services ou produits que vous offrez. Assurez-vous de placer soigneusement l'information essentielle que vos visiteurs recherchent dans votre page d'accueil. Si vous offrez 25 services, classez-les en quatre catégories clés pour qu'ils soient plus faciles à trouver en un coup d'œil. Indiquez les coordonnées et les liens vers votre blogue (le cas échéant) et toutes vos pages de réseautage social.

### 5. Communiquez avec vos clients actuels et potentiels

Le Web offre plus de possibilités de communiquer avec vos clients que tout autre outil. Tirez-en pleinement parti. Engagez le dialogue avec vos clients en leur fournissant un flux constant de contenu pertinent, nouveau et palpitant pour renforcer les relations, la fidélité, la préférence et stimuler les revenus.

#### L'incidence du contenu

- Les blogues augmentent les visites des sites Web de 55 %.
- Le contenu nouveau et continu augmente le nombre de pages que les moteurs de recherche répertorient.
- Les entreprises qui bloguent ont deux fois plus de personnes qui les suivent sur Twitter que celles qui ne bloguent pas.
- Les entreprises qui bloguent ont 97 % plus de liens entrants que celles qui ne bloguent pas.

### 6. Offrez votre expertise

En plaçant l'offre sur la page de renvoi, c'est la garantie d'un résultat positif - par ex. une participation à un concours ou du papier blanc

gratuit - mais aussi l'assurance d'enregistrer des clients potentiels parmi les visiteurs intéressés par le contenu du site et votre expertise.

#### Pour une page de renvoi efficace

- Éliminez la navigation sur le site
- Présentez une offre concise et simple.
- Placez le formulaire d'inscription «au-dessus du pli»
- Un formulaire plus court = meilleure réponse
- Essayez deux formules différentes pour maximiser la réponse

### 7. Améliorez, faites des essais et répétez

Le marketing en ligne fournit des occasions uniques de faire des essais et d'évaluer les résultats pour favoriser une amélioration continue. Surveillez et suivez les taux de réponse, le volume et les habitudes de consultation, ainsi que les classements des résultats des moteurs de recherche. Utilisez ces paramètres pour améliorer le rendement de l'investissement dans votre site Web et vos promotions.

#### Quelques critères d'évaluation clés

- Nombre de visiteurs
- Source de visiteurs
- Rapport visiteurs-signalements
- Rapport offre-conversion

Visitez notre site Web ou informez-vous auprès de votre fournisseur Xerox local sur notre gamme complète d'imprimantes et d'imprimantes multifonctions.  
[xerox.ca/bureau](http://xerox.ca/bureau)



Imprimante multifonction à encre solide ColorQube® 8700 de Xerox®

### Outils d'impression par navigateur

Xerox CentreWare® Web est un outil gratuit par navigateur qui vous aide à gérer vos imprimantes et vos imprimantes multifonctions, peu importe leur fabricant.

#### Augmentez la productivité

- Gérez les imprimantes et appareils multifonctions en réseau à l'échelle de l'entreprise et fournissez des comptes rendus sur ces derniers — peu importe leur fabricant.
- Centralisez la configuration des imprimantes et permettez aux administrateurs d'imprimantes d'installer, de configurer et de visionner les réglages pour tous les protocoles de réseau, et simplifiez ainsi l'intégration des appareils.
- À partir des bases de données et des systèmes, produisez de l'information cohérente, complète, précise et facile à comprendre.

#### Réduisez les coûts

- Surveillez les niveaux d'utilisation des appareils pour optimiser l'impression et l'emplacement.
- Réduisez les appels de service et augmentez l'efficacité de la gestion du parc d'impression.

Assurez la sécurité en gérant les réglages de sécurité des appareils de façon centralisée.

[xerox.ca/centrewareweb](http://xerox.ca/centrewareweb)



HubSpot, un logiciel de marketing tout-en-un aide plus de 6 000 entreprises dans 45 pays à attirer des clients potentiels et à en faire des clients. Pionnière du marketing entrant, HubSpot aide ses clients à faire de la commercialisation qui plaît aux consommateurs.

[hubspot.com](http://hubspot.com)  
1-888-482-7768

Note : Les statistiques citées dans cette feuille de conseils sont fondées sur la recherche menée par HubSpot en 2010 et en 2011. Consultez [hubspot.com](http://hubspot.com) pour plus de détails.

©Xerox Corporation, 2012. Tous droits réservés. XEROX®, XEROX et le Dessin®, CentreWare® et ColorQube® sont des marques de commerce de Xerox Corporation aux États-Unis et dans d'autres pays, pour lesquelles Xerox Canada détient des permis d'utilisation. Harland Clarke Digital™ est une marque de commerce de Harland Clarke Corp. BR3181 XOAFL-11QA

