



27 septembre 2012

9 h 00 à 16 h 30

Hôtel Universel, Rivière-du-Loup

rendez-^{LE}VOUS du WEB



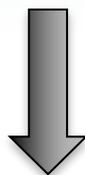
des conférences
des solutions
des affaires

Maryse Rancourt - Tactic design
Érick Drapeau – Étincelle Publicité Marketing Web

Comment se vendre sur le Web

Pour se vendre efficacement sur le Web, il est important d'avoir une attitude « client ». Vous voulez apprendre comment adopter certaines lignes de conduite quant à la structure et à la rédaction des contenus de votre site? Assistez à cet atelier qui vous aidera à en connaître les principaux éléments incontournables.

Un site Web efficace, ça commence ici :



L'ARBORESCENCE

L'arborescence est la colonne vertébrale de votre site Internet, le plan architectural de votre maison.

Un site Web doit être bien structuré et doit présenter au premier niveau l'information que l'internaute cherche :

- Le client veut **trouver rapidement** ce qu'il cherche;
- S'il ne trouve pas rapidement, il ira chercher ailleurs;
- Vous avez à peine **quelques secondes** pour vraiment **créer un contact** avec le client, **retenir son attention** et **créer un lien de confiance**;
- Tout devient donc une question d'**organisation**.

0 English Province: QC Rechercher sur bell.ca Ouvrir une session

Bell Magasiner Mobile Télé Internet Téléphone Forfaits Soutien

Plus vite. Plus fort. Plus vaste.
LE RÉSEAU DE BELL SE DÉPASSE SANS CESSER.
PLUS D'INFO

Personnel
Je désire :

- Magasiner et connaître les services de Bell
- Du soutien pour mes services Bell
- Ouvrir une session Mon Bell

Affaires
Je désire ce type de solution :

- Grande entreprise
- Mobilité
- Petite entreprise

Pour nous joindre
Trouver un magasin
Emplois @ Bell

Plan du site
À propos de Bell
Nos services

Centre de services d'accessibilité
Avis juridiques et réglementaires
Vie privée

Notre engagement
Évaluer cette page
BellMedia.ca

Envoyer un message texte
S'abonner aux infocourriels

Se connecter

© Bell Canada, 2012. Tous droits réservés.

0 English Province: QC Rechercher sur bell.ca Ouvrir une session

Bell Magasiner Mobile Télé Internet Téléphone Forfaits Soutien

Aperçu Forfaits Bell Internet Options Accessoires Clients existants Offres pour étudiants

Accueil • Magasiner
Internet

5 raisons pourquoi tant de Québécois choisissent Bell.
PLUS D'INFO

Forfaits et prix
Que vous utilisiez Internet pour visiter des sites Web, télécharger de la musique ou encore pour jouer en ligne, vous trouverez le forfait Bell Internet qui vous convient.
Voir tous les forfaits Internet

Options
Bell offre une foule d'options pour vous faire profiter au maximum de votre service Internet. Optez pour des services de sécurité, plus de vitesse, du téléchargement supplémentaire et plus encore.
Voir toutes les options Internet

Déjà client de Bell Internet?
Ouvrez une session pour passer à une vitesse supérieure, vérifier votre utilisation de bande passante, gérer vos comptes de messagerie et plus encore.
Gérer votre compte en ligne

Pourquoi choisir Bell Internet?
Bell est le seul fournisseur à offrir des vitesses rapides autant en téléchargement qu'en partage. Profitez de vitesses de téléchargement super rapides de jusqu'à 25 Mbit/s* et des vitesses de partage les plus rapides sur le marché*.

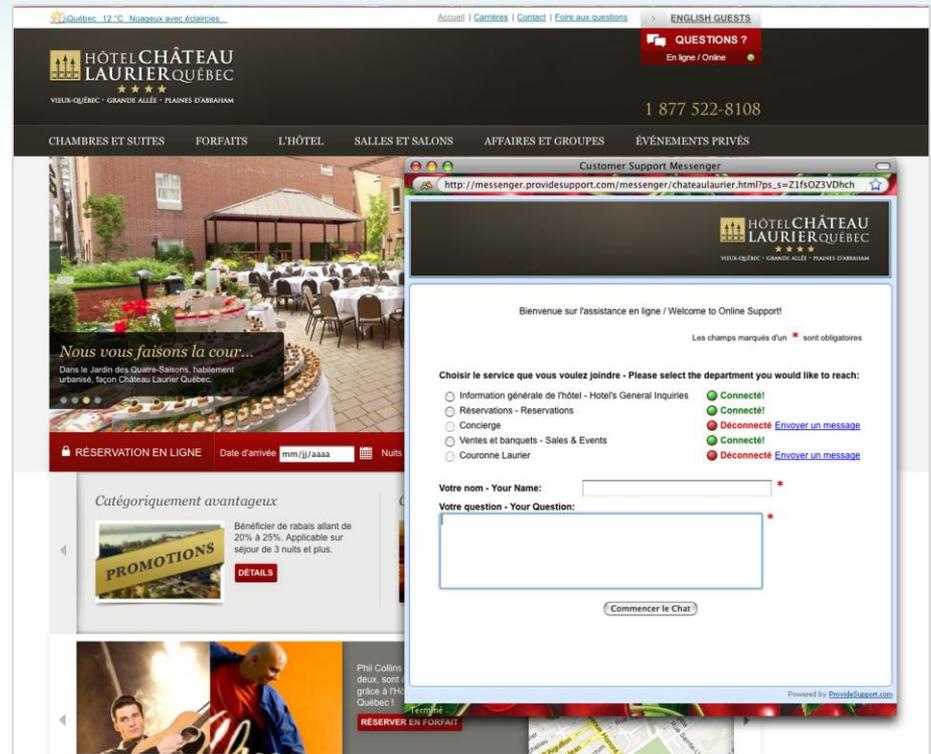
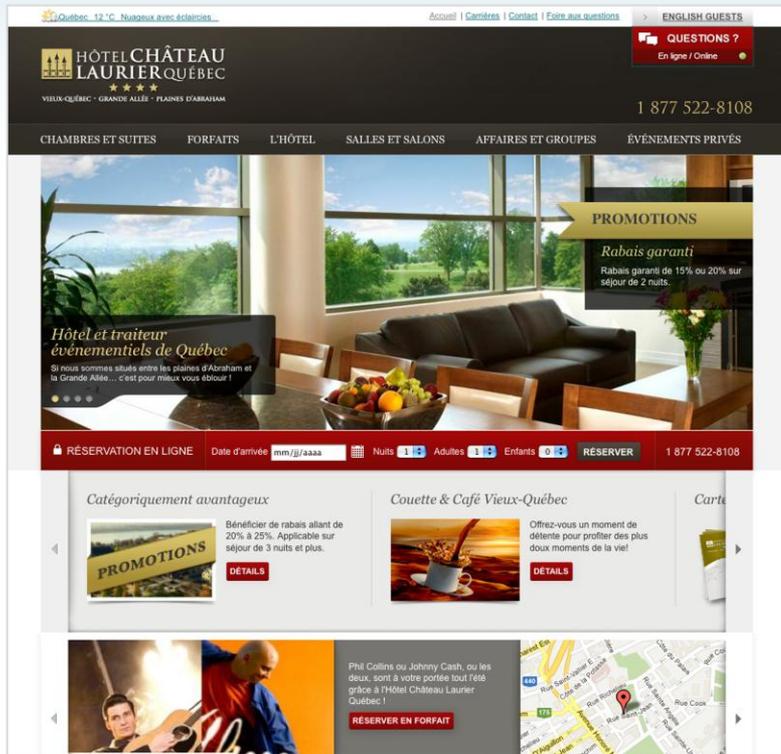
Il est primordial d'avoir une **attitude « client »** : vous devez répondre à LEURS besoins et aller même **AU-DELÀ DE LEURS ATTENTES** :

- Identifier environ 4 sections principales qu'aura votre site (premier niveau);
- Ce sont souvent vos clients qui dicteront ce que vous devez mettre au premier niveau dans votre site Internet;
- Quelles sont les questions secondaires;

SUITE:

- Quels sont les éléments que vous jugez complémentaires et UTILES (utilitaires);
- Galerie de photos, vidéos, blogue, nouvelles;
- À partir de ces renseignements, vous pourrez construire votre plan de travail;

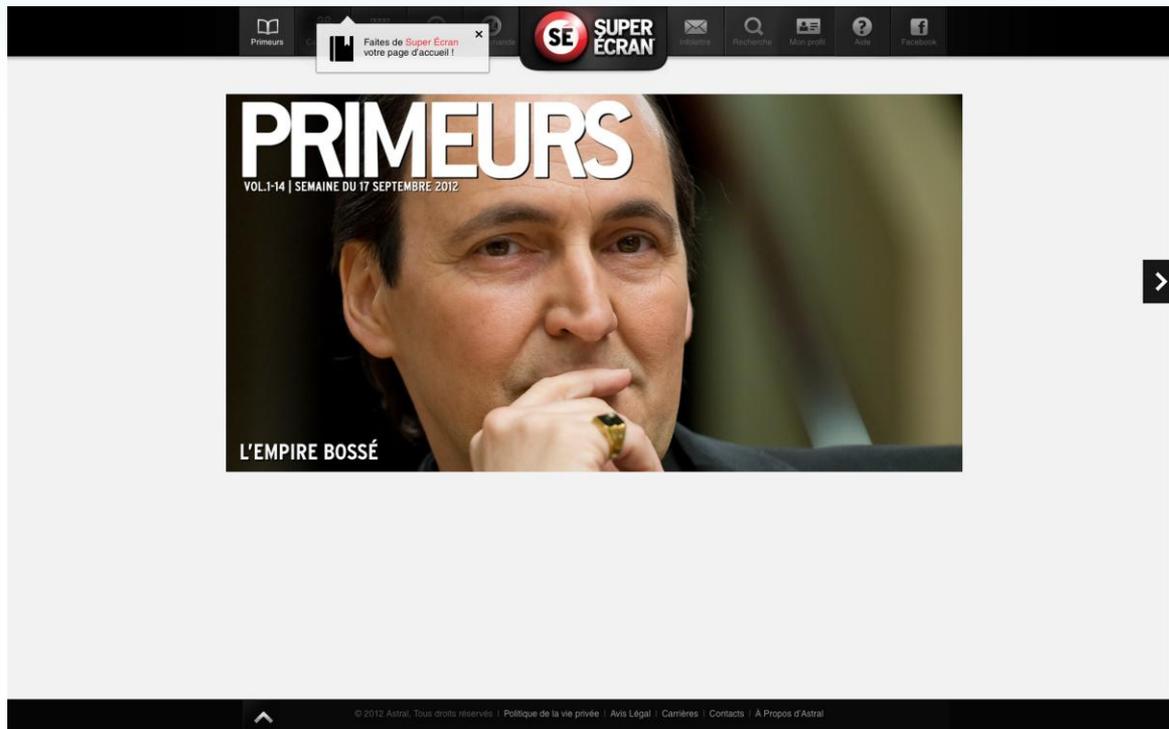
N'hésitez pas à être avant-gardiste dans votre secteur d'activités, à offrir ce **petit plus qui vous distinguera.**



Les éléments d'information les plus importants demeurent généralement les mêmes.

La façon de naviguer sera toutefois souvent différente, mais l'internaute doit toujours trouver rapidement ce qu'il cherche.

Site Web version complète



Version mobile



Site Web version complète

The desktop version of the website features a comprehensive navigation bar at the top with icons for 'Première', 'Concours', 'A à Z', 'Horaire', 'SE', 'Recherche', 'Mon profil', 'Aide', and 'Facebook'. The main content area is titled 'HORAIRE' for 'SEPTEMBRE 2012 >' and includes a calendar navigation for the month. Below this, there are four columns representing different HD channels (HD1, HD2, HD3, HD4). Each column displays a grid of movie listings with their respective start times (e.g., 00h30, 01h10, 00h45, 00h05). Each listing includes a movie poster, the title, and a brief description. A sidebar on the right offers options to 'Imprimer l'horaire', 'AFFICHAGE' (with checkboxes for 'Titres originaux' and 'HD/3D Numérique'), 'LISTE DES CANAUX' (with a 'Sélectionner' button), and 'LÉGENDE' (with a star icon for 'Nouveauté/première diffusion').

Version mobile

The mobile version of the website is designed for a smaller screen. It features a mobile browser address bar at the top showing 'm.superecran.com/horaire/'. The main content is titled 'HORAIRE' and includes a 'SE | HD' logo. Below the logo, there are two buttons: 'HD | 3D' and 'Numérique'. The date 'VENDREDI 21 SEPTEMBRE 2012' is displayed in a large font. The movie listings are presented in a vertical list, each with a time slot (e.g., 00h30, 02h00, 03h45), the movie title, and a brief description. The bottom of the screen has a navigation bar with icons for 'Accueil', 'Horaire', 'A à Z', 'Recherche', and 'Mon SE'.

Le Web dans une optique globale du marketing

Le site Web est l'un des nombreux éléments d'un système de marketing, partie intégrante de l'une des variables contrôlables des « 4P », soit la promotion;

Il fait donc partie d'un ensemble cohérent qui émane d'un plan de marketing bien structuré;

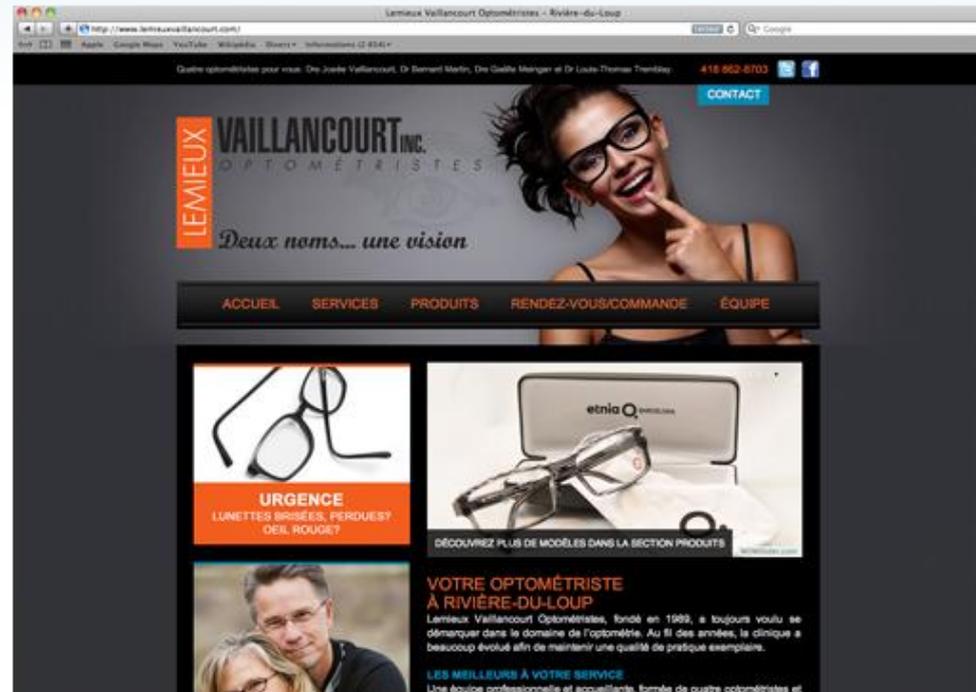
Son avantage : il peut regrouper plusieurs autres outils inclus dans un plan de marketing (photos, publicités, circulaires, catalogues, vidéos corporatifs, etc.);

Le site Web doit s'harmoniser avec les autres outils marketing, tant par la forme que par le contenu (couleurs, ton, design, approche);

TRACT PROMOTIONNEL



SITE WEB



Le site Web doit répondre aux mêmes exigences en ce qui a trait au développement des stratégies de segmentation des marchés. Si les objectifs marketing de l'entreprise changent, il doit s'y adapter;

Il faut aussi tenir compte du comportement du consommateur (trouver de l'information précise rapidement, son besoin d'être rassuré, les caractéristiques et les bénéfices de ce qu'on lui propose, etc.).

Rédiger pour le Web

Quatre (précieuses) secondes pour retenir le visiteur sur notre site. Ce n'est guère plus long que pour une affiche ou un dépliant promotionnel;

Soyez donc :

BREF (mots courts, phrases courtes et directes; allez droit au but!)

CLAIR (évitez des tournures de phrases somnifères du genre : « Nous sommes spécialisés dans le développement de solutions d'affaires intégrées qui s'adaptent aux besoins personnalisés de notre clientèle... »)

EN MODE SOLUTION

(dire dès le départ ce qu'on propose, ce qu'on a à offrir et pourquoi le prendre chez nous)

PINGRE

(misez sur la qualité de vos textes plutôt que sur la quantité)

CONSCIENT

(du choix des mots en rapport avec leur incidence sur le référencement)

HUMBLE

(si vous n'êtes pas calé en orthographe et en rédaction, n'hésitez pas à faire appel à des ressources professionnelles externes. Il s'agit d'un bon placement!)

Fort d'une solide expérience, Monsieur XYZ, **fondât** la compagnie ABC en 1980. L'entreprise est établie dans la région X et se spécialise dans plusieurs domaines tels que la plomberie **commercial, résidentiel** et **industriel**. **Dirigé** par son **Fils**, Monsieur DEF, depuis quelques années, la compagnie ABC a **sus** s'adapter aux nouveaux marchés et est à **l'affut** des nouveautés techniques.

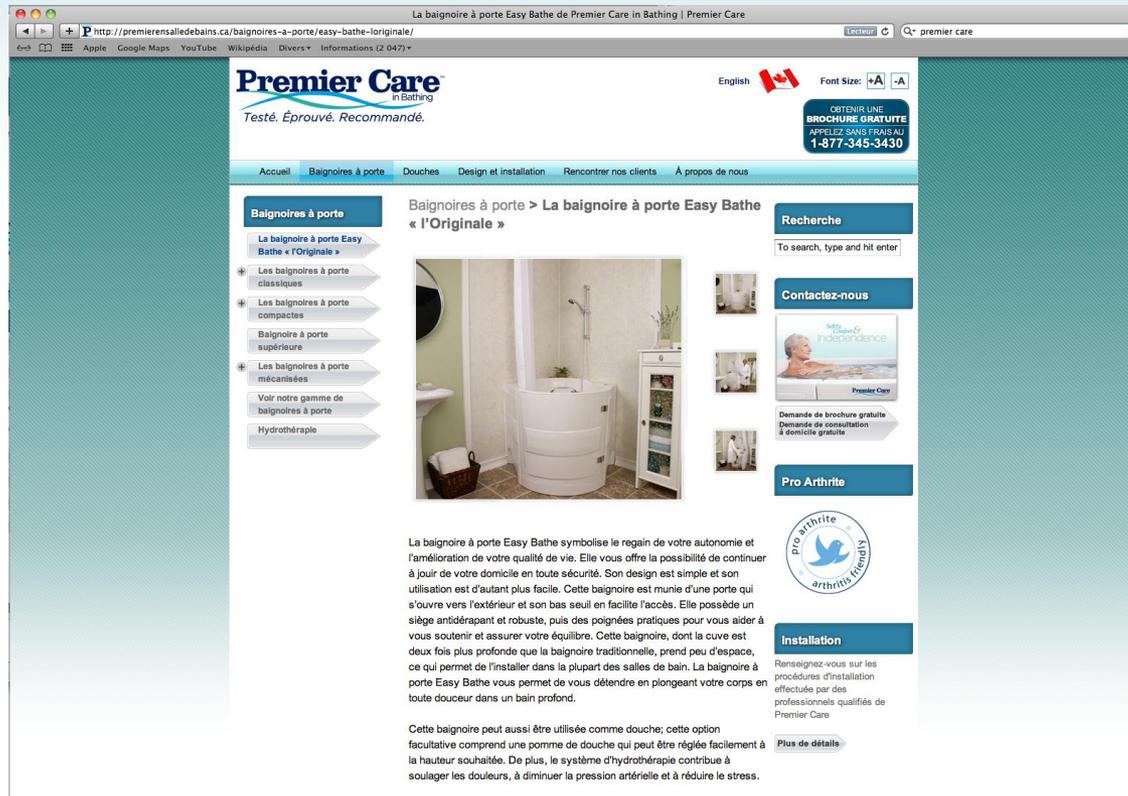
C'est en 2005 que la compagnie ABC créa la Boutique GHI. **Dirigé** par Monsieur DEF, la Boutique est née d'un rêve longuement mûri et aussi d'une demande grandissante de la clientèle. Soucieux de la qualité de leur service et afin d'offrir un plus large **évantail** de produits, les dirigeants ont décidé de relocaliser la Boutique dans un local de 3000 pieds **carrée**, sur une artère principale au cœur du centre-ville. En fonction depuis mai 2009, la Boutique GHI offre une ambiance urbaine au goût des grands centres. **Promue par un personnel courtois et dévoué à sa clientèle**, les conseillers(ères) vous aideront dans vos projets en respectant vos besoins et votre budget. **Quelque** soit le design **rechercher**, vous trouverez chez Boutique GHI des produits de prestige de haut de gamme comme des produits réguliers de bonne qualité. Dépositaire de **marque reconnue** mondialement, Boutique GHI est un leader dans le domaine de l'innovation, donc plus besoin d'aller dans les grands centres, vous trouverez, ici dans la région X une boutique qui répondra à vos attentes.

Le Web ne remplace pas tout!

Il s'agit d'un outil supplémentaire mis à votre disposition, complémentaire à ce qui existe déjà.

Il décuple les possibilités de rejoindre votre clientèle (sans contraintes de temps ni de distance).

Certaines clientèles ne sont pas attirées vers le Web (les plus âgés, notamment).



Dans l'exemple précédent:

La clientèle cible a-t-elle de grandes habitudes d'achat sur le Web?

La compagnie a-t-elle parallèlement développé d'autres outils papier comme des catalogues et brochures?

Y a-t-il une stratégie de publicité mise en place à la télévision?

Y a-t-il de la promotion sur les lieux de vente?

Période de questions

Merci de votre attention!