TheLead

DOUBLER L'EFFICACITE DE SON SITE WEB

C'est possible 😉

Fabrice Valtancoli

Spécialiste en acquisition et conversion digitale.

Mon expérience

- Responsable des sites web du Groupe Partouche (2010)
- Stratège web en Agence Digitale au Canada (2011/2013)
- Création de ma société ALFREDO SARL / TheLead en 2013

Google Partner

Depuis 2012

MediaSchool

Enseignant spécialisé
Depuis 2019

TheLead

Services aux entreprises :

- Achat de publicités Google / Facebook / Twitter / Instagram / Linkedin
- Création et mise en place de stratégies d'acquisition / conversion / fidélisation
- Analytics / Reporting / Dashboards de performances web
- Choix et l'intégration des outils et logiciels SaaS
- Accompagnement Refonte de Sites Web (architecture, ergonomie, content marketing, tunnels de conversion)
- Formations / Coaching

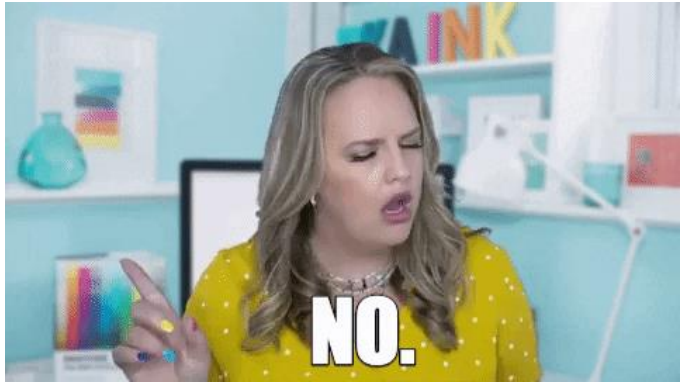
Clients :

- *Tous ceux qui ont besoin de leads / prospects / ventes en ligne / visibilité ..*
- B2B (Industrie, SaaS, Services)
- B2C : Tous types
- Sites eCommerce
- Etablissement publics (Musées, Opéras)
- Agences de communication

“Ma comm est au top, j’ai fait mes cartes de visites et j’ai un super beau site web”

– Un chef d’entreprise

Dites Non au “Site Vitrine”



😒 Site vitrine purement descriptif (portail ou brochure informative)

😒 Un site web qui tourne autour de « vous » plutôt que des besoins de vos clients potentiels.

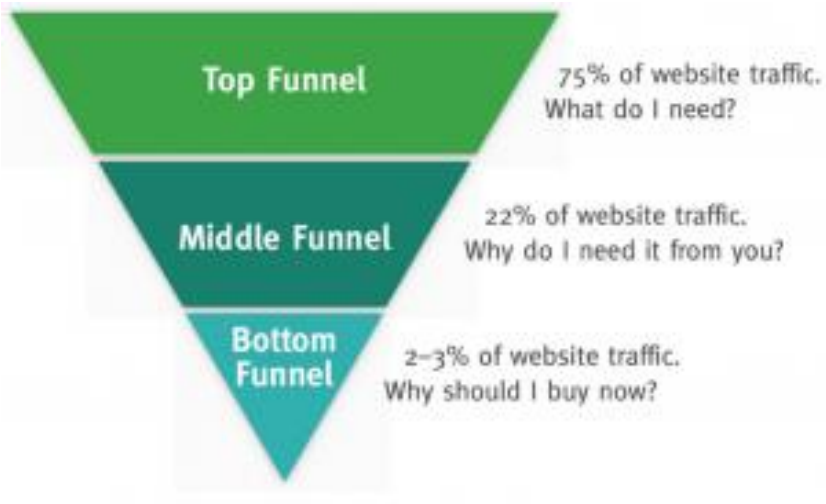
😒 Avec comme seul moyen de conversion, une page nommée « Contact » présente dans le menu principal

😒 Qui ne donne aucune possibilité simple et accessible d’engager une action avec vous

Votre site web est efficace si :

- ✅ Il vous trouve de nouveaux clients
- ✅ Il génère un flux de prospects pour vous ou vos commerciaux
- ✅ Il convainc les visiteurs des bienfaits de vos services et produits
- ✅ Il donne envie aux visiteurs de faire affaire avec vous ou votre marque

Ne faites pas votre demande en mariage lors du 1er RDV ..



Haut : Pas en phase d'achat (mais dans votre cible)

Milieu : En phase de réflexion

Bas : Prêt à acheter (mais quoi et à qui)

Trouvez donc un moyen de "convertir" un maximum de vos visiteurs en contact

Via des formulaires sur votre site web

- ☑ A minima : **Obtenir un mail ..**
- ☑ **Obtenir un Nom + Prénom + Société + Téléphone**
- ☑ **Obtenir un Nom + Prénom + Code Postal + Société + Fonction dans la société + Informations Projet + Créneau horaire préféré pour un appel**

NEWSLETTER

Bien mais pas de quoi être super fier.

En bas du site (footer), ou en popup.

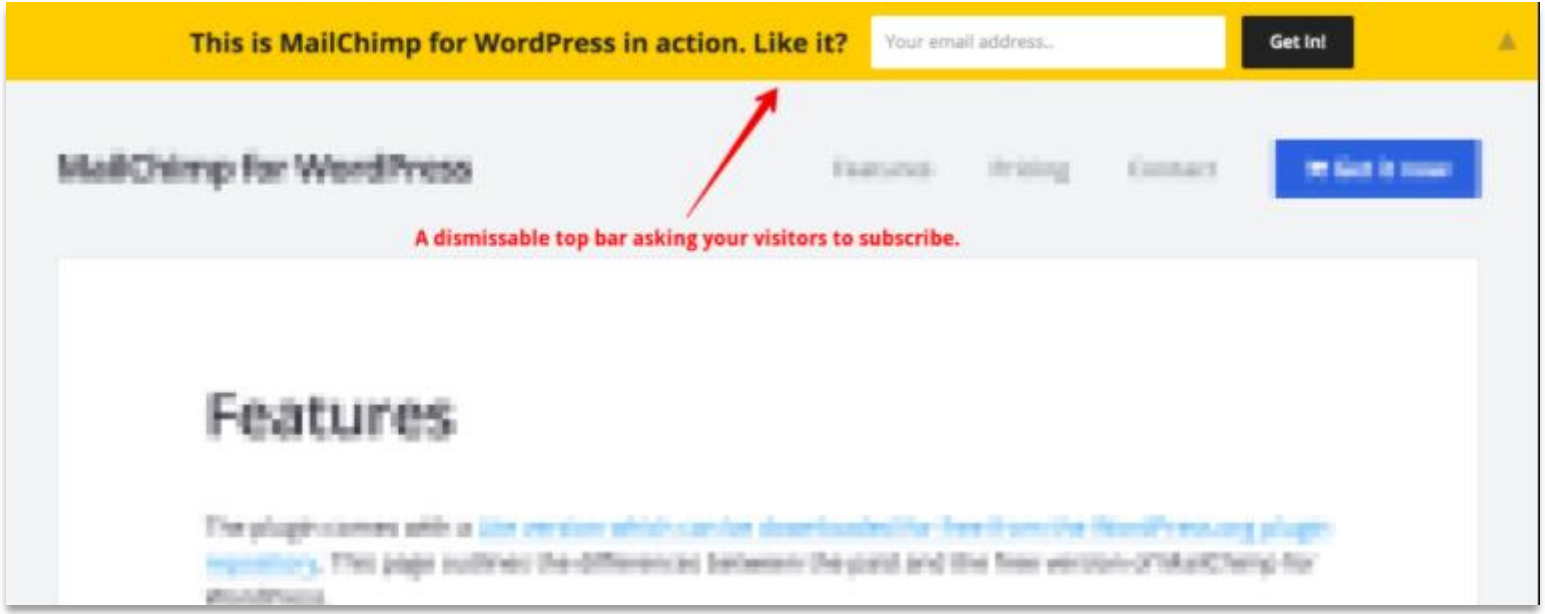
NEWSLETTER MAIS AVEC UNE OFFRE

Là t'as fait un effort.. Bravo 😁

Peut être :

- Code promo
- Réduction
- Offre limitée

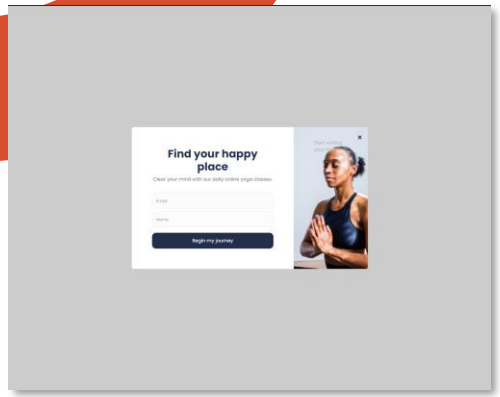
PENSEZ A LA TOP BAR



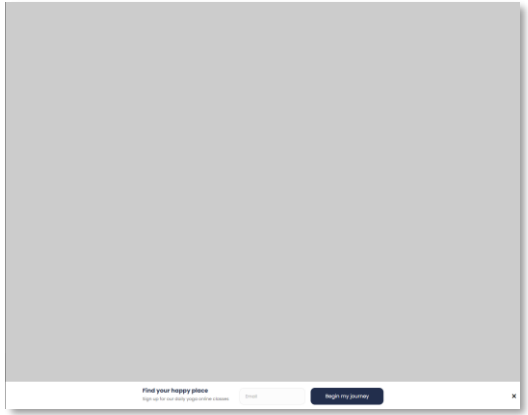
Discrète, mais visible et efficace.

Ne perturbe pas la visite.

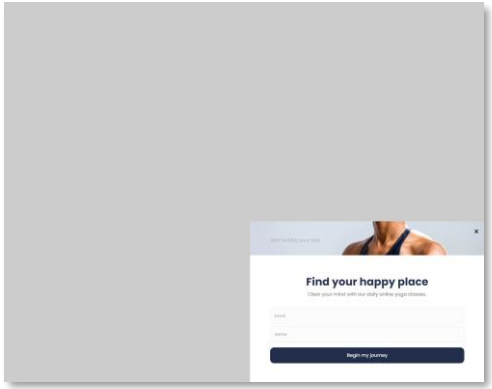
ET AUX FORMATS ALTERNATIFS



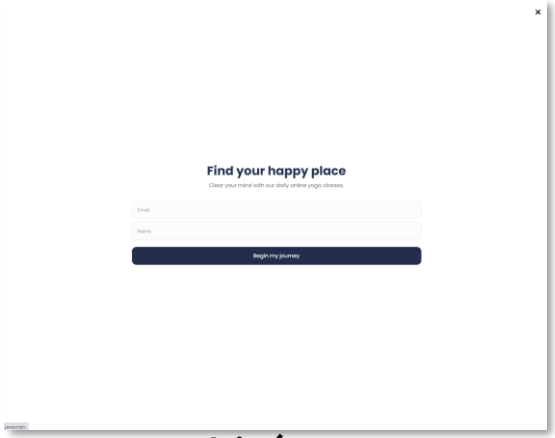
Popup classique



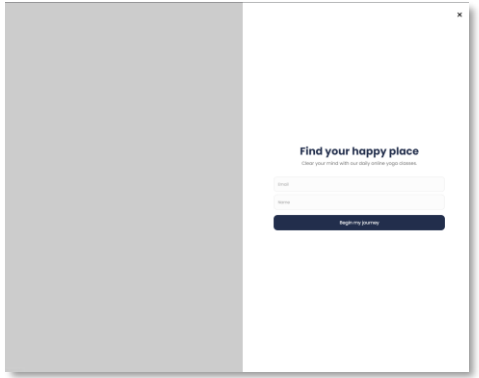
Bandeau popup en bas



Surgit en bas à droite

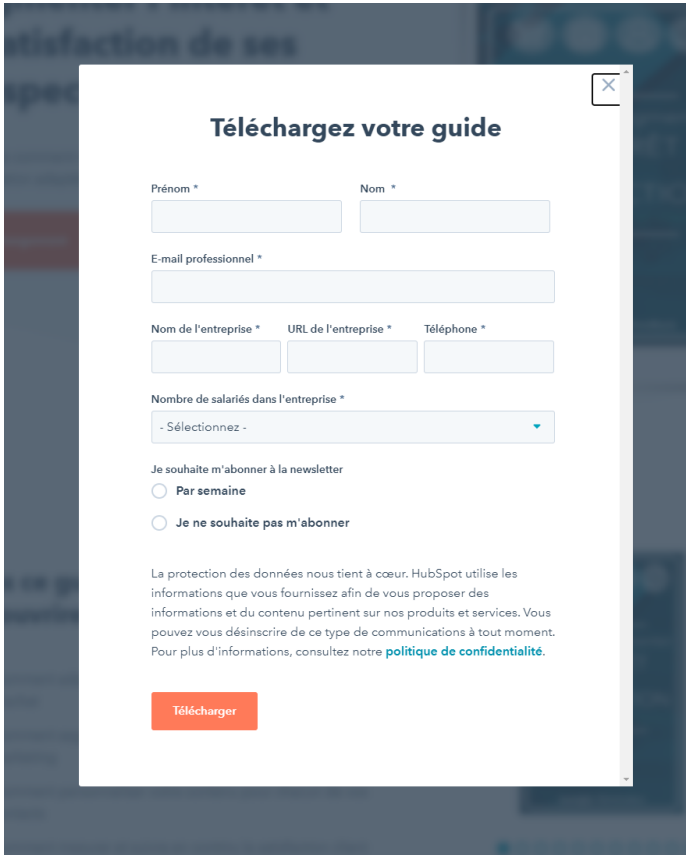


Popup plein écran



Survol le coté droit

LE GUIDE GRATUIT



Un classique.. Très efficace.

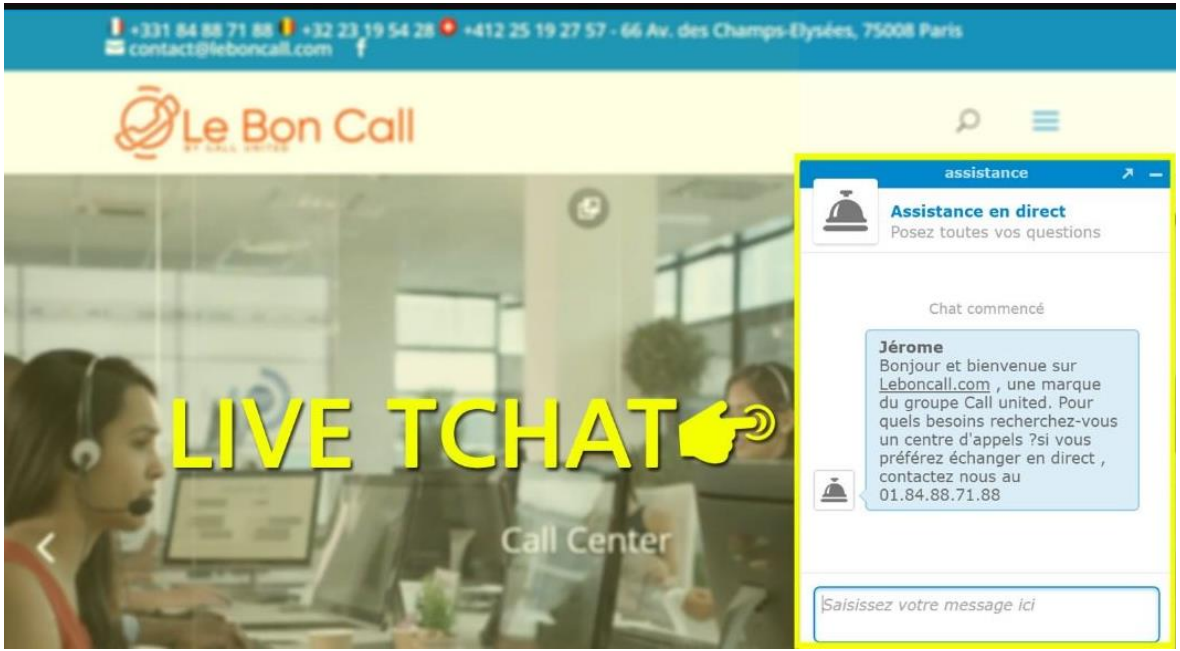
Le guide ne doit intéresser que votre cible. (guide « qualifiant »)

LA BROCHURE EN ACCES PAS DIRECT

Terriblement efficace..

Le Live Chat

A tester car gratuit et très simple à mettre en place



Que faire avec ces contacts « pas chauds »

- ✅ Envoyer votre newsletter (offres, nouveautés, vraies infos intéressantes)
- ✅ Ajouter les dans vos listes de prospections, requalifiez les à la main
- ✅ Picking : voir si sociétés / contacts intéressants et les appeler
- ✅ Automatisation / CRM Marketing

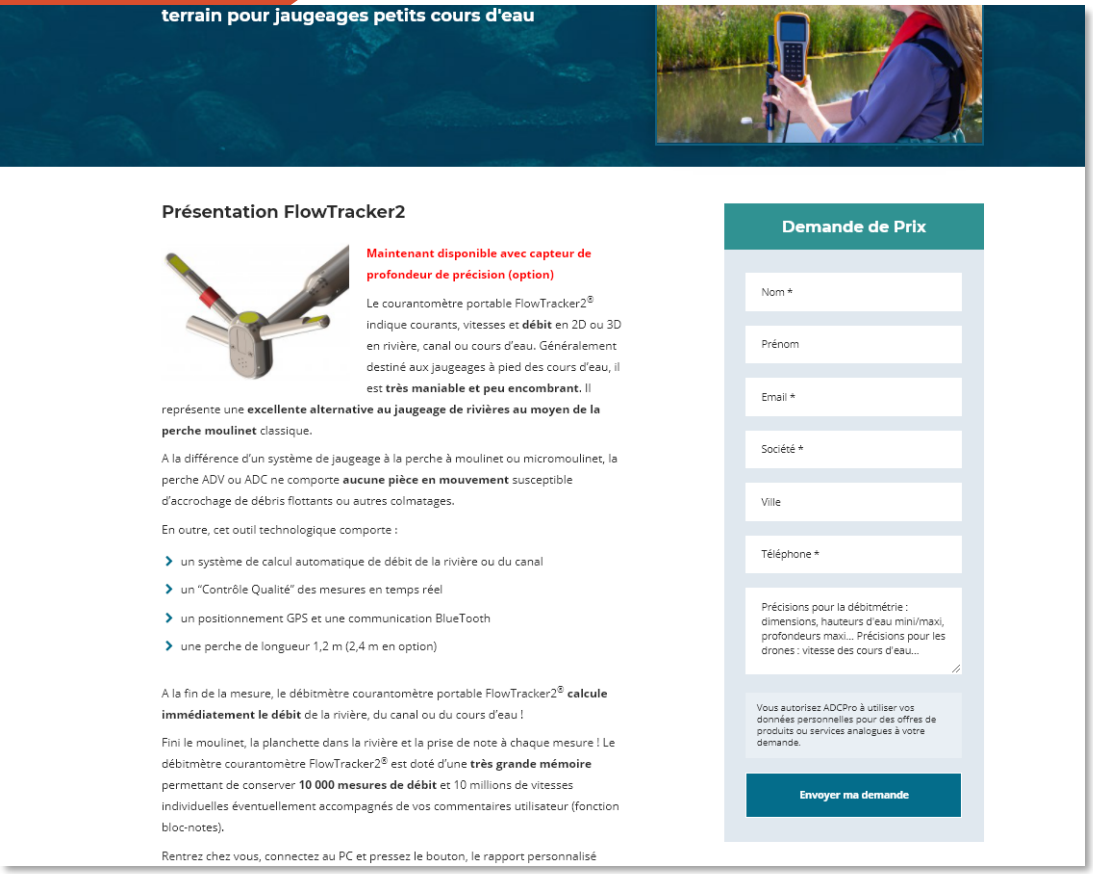
Et du coup on fait quoi de notre formulaire "Contact" ??

✅ **On le garde, mais plus discret ! Ceux qui le cherchent, le trouveront..**

✅ **On cherche une action plus évidente et motivante avec un bouton d'appel à l'action (CTA)**

- « Obtenir un devis rapide »
  Sous 48h, sans engagement
- « Etude gratuite de projet »
  Obtenez nos recommandations
- Voir un appel ou une prise de contact immédiate FB Messenger ou Whatsapp en B2C

La Demande Devis



terrain pour jaugeages petits cours d'eau

Présentation FlowTracker2

Maintenant disponible avec capteur de profondeur de précision (option)

Le courantomètre portable FlowTracker2® indique courants, vitesses et **débit** en 2D ou 3D en rivière, canal ou cours d'eau. Généralement destiné aux jaugeages à pied des cours d'eau, il est **très maniable et peu encombrant.** Il représente une **excellente alternative au jaugeage de rivières au moyen de la perche moulinet** classique.

A la différence d'un système de jaugeage à la perche à moulinet ou micromoulinet, la perche ADV ou ADC ne comporte **aucune pièce en mouvement** susceptible d'accrochage de débris flottants ou autres colmatages.

En outre, cet outil technologique comporte :

- un système de calcul automatique de débit de la rivière ou du canal
- un "Contrôle Qualité" des mesures en temps réel
- un positionnement GPS et une communication BlueTooth
- une perche de longueur 1,2 m (2,4 m en option)

A la fin de la mesure, le débitmètre courantomètre portable FlowTracker2® **calcule immédiatement le débit** de la rivière, du canal ou du cours d'eau !

Fini le moulinet, la planchette dans la rivière et la prise de note à chaque mesure ! Le débitmètre courantomètre FlowTracker2® est doté d'une **très grande mémoire** permettant de conserver **10 000 mesures de débit** et 10 millions de vitesses individuelles éventuellement accompagnés de vos commentaires utilisateur (fonction bloc-notes).

Rentrez chez vous, connectez au PC et pressez le bouton, le rapport personnalisé

Demande de Prix

Nom *

Prénom

Email *

Société *

Ville

Téléphone *

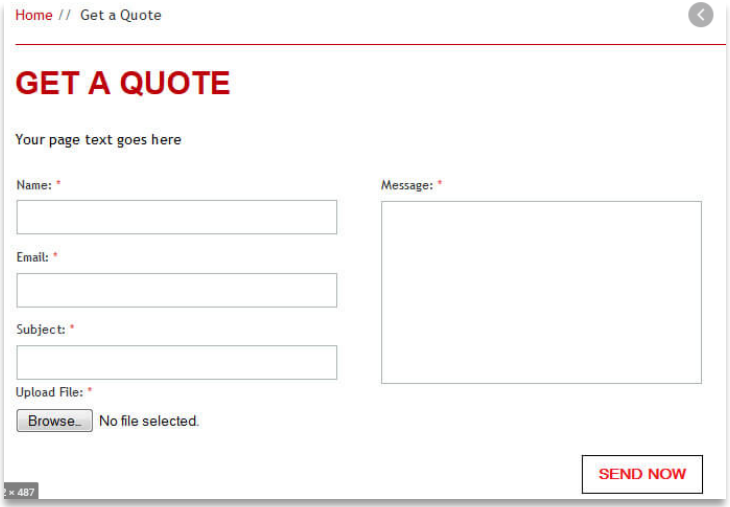
Précisions pour la débitmétrie : dimensions, hauteurs d'eau mini/maxi, profondeurs maxi... Précisions pour les drones : vitesse des cours d'eau...

Vous autorisez ADCPro à utiliser vos données personnelles pour des offres de produits ou services analogues à votre demande.

Envoyer ma demande

Formulaire intégré sur pages produits

Ou simplement :
page formulaire qui s'appelle « demande de devis »



Home // Get a Quote

GET A QUOTE

Your page text goes here

Name: *

Email: *

Subject: *

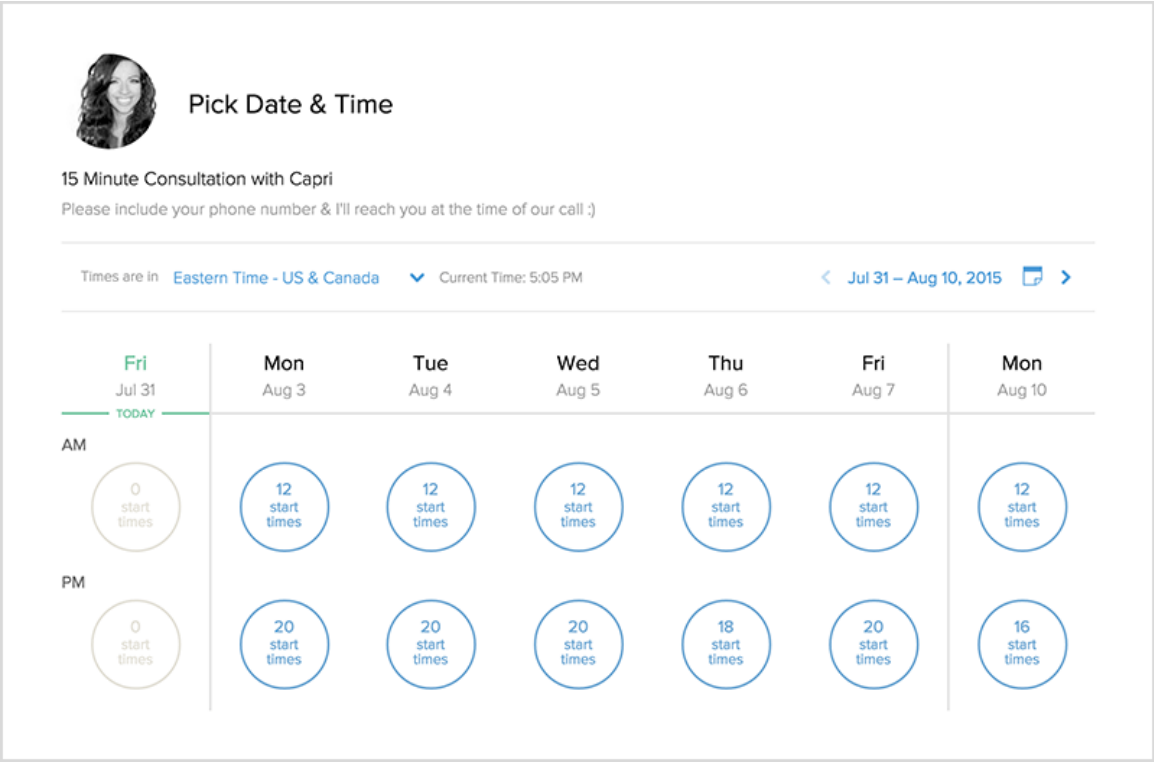
Upload File: *

Browse... No file selected.

Message: *

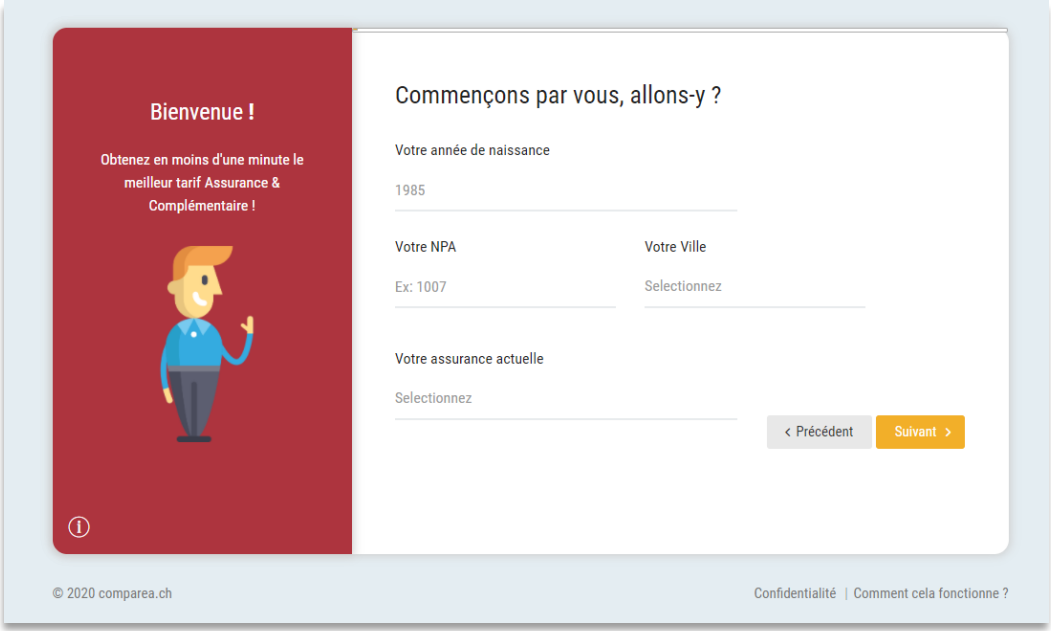
SEND NOW

La prise de RDV



+ ou - efficace

Le simulateur



Dernière étape, donner ses coordonnées pour recevoir la proposition

L'audit gratuit

Dernière étape, donner ses coordonnées pour recevoir la proposition

Comment convaincre et motiver vos visiteurs

ⓘ On parle **d'Optimisation des Taux des Conversion (CRO) (**Dans le digital, on aime bien les termes techniques et compliqués..)

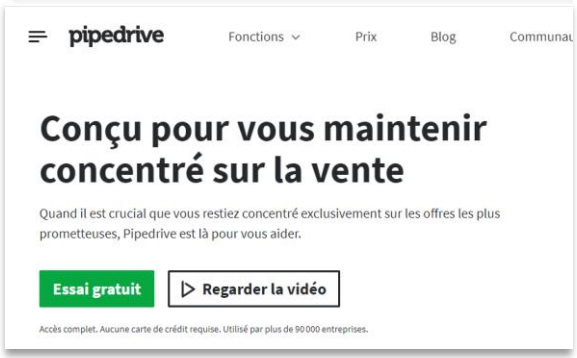
Faire en sorte qu'un maximum de vos visiteurs :

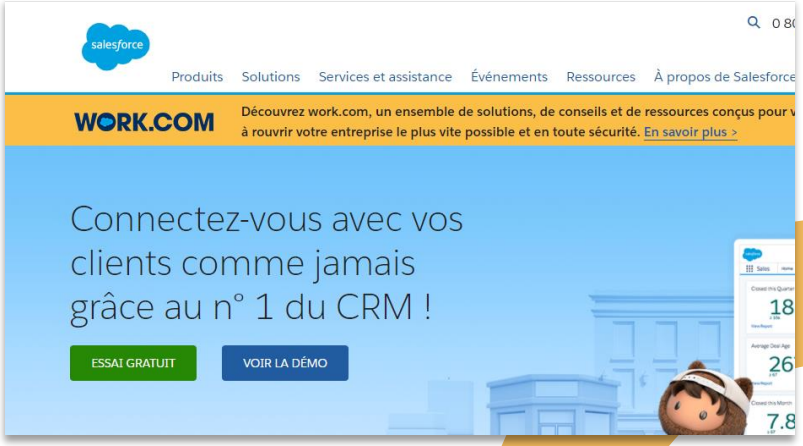
- ☑ Reste sur votre site web
- ☑ Soit convaincu par vos services/produits
- ☑ Ait envie de travailler avec vous / ait confiance en votre marque
- ☑ **Devienne client** (via les moyens de conversion vu précédemment)

Travaillez vos titres de pages

Pensez aux bénéfices concrets pour le client ?
Qu'allez vous changer chez lui ?
Focus sur le client, pas sur votre produit.

- ☑ C'est le seul élément de la page qui sera lu par 100% des visiteurs
- ☑ Lors de tests A/B visant l'efficacité, c'est très souvent le facteur le plus décisif
- ☑ La majorité des visiteurs quitte le site dès la lecture du titre.





Améliorez vos textes

« réactivité et proximité »

« Au plus proche de nos clients »

« une expertise unique »

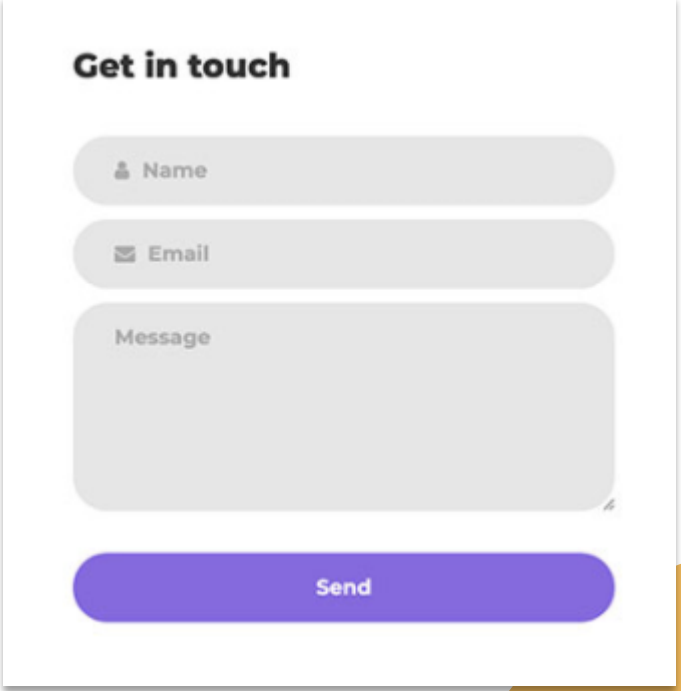
« un logiciel simple et facile à utiliser »

- ☑ Par pitié, fuyez le « jargon corporate »

Les phrases toutes faites, et banalités

- ☑ Privilégiez un ton naturel, conversationnel. Adaptez votre vocabulaire à votre cible.
- ☑ Vous devez pouvoir lire vos textes à voix haute à un client sans avoir l’air ridicule

Optimisez vos formulaires



- ☑ En priorité bien sûr, le choix de la stratégie de formulaires (devis, contact, guide gratuit, etc..) (vous êtes un pro avec les slides précédentes..)
- ☑ Simplifiez les formulaires autant que possible
  trop de champs peuvent décourager
- ☑ Scindez en plusieurs étapes si besoin
- ☑ Travaillez le design et le contraste, ils doivent être parfaits.

Démontrez votre légitimité

- ☑ Mettez en avant vos labels, trophées, accréditations
- ☑ En B2B, proposez des études de cas, et indiquez vos références clients ou les logos de vos partenaires
- ☑ Mettez en avant des témoignages clients. (le bénéfice est double, en plus de la crédibilité, vous humanisez votre site web et le rendez plus sympathique)
- ☑ En B2B : Améliorez votre page « Qui Sommes-Nous » et regroupez tous les points ci-dessus. une très grande majorité de vos prospects consulte cette page.
- ☑ Mettez bien en avant vos garanties si vous en avez (satisfait ou remboursé, essai gratuit, retour sous 14 jours)

Supprimez les distractions

- ☑ Tout ce qui ne sert pas la visite, la dégrade : enlevez les distractions, les choses inutiles, superflues.

- ☑ Simplifiez votre ergonomie, l’architecture

- ☑ Trop de choix : l’indécision peut causer l’inaction ou la sortie de votre site web. Privilégiez des parcours clients linéaires et simples.

Créez l'urgence

Pas sympa .. Mais efficace

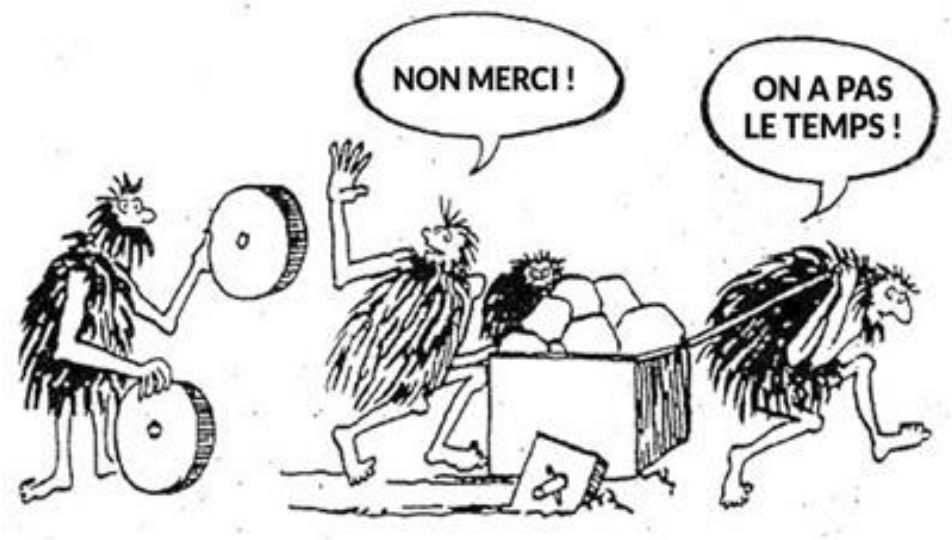
✅ Offre limitée – plus que 10 minutes …

✅ Seulement 1 audit gratuit encore disponible, déjà 4 commandés ce jour… (et 2 autres personnes en train de regarder en ce moment)

- A minima, si vous faites une offre spéciale, faites là limitée dans le temps

Une approche

TEST AND LEARN



Est-ce que ces techniques vont marcher pour vous ?

« Ca dépend » .. Chaque entreprise, chaque marché a ses propres spécificités.

Il faut au moins essayer !

Prioriser les choses les plus évidentes, et tester si possible.

Analytics..

TheLead

Merci !

Si vous souhaitez recevoir les slides:

fabrice@thelead.fr