

Refonte de site: que faut-il **savoir** avant de se lancer ?

La refonte d'un site web est bien plus complexe qu'une simple optimisation visuelle.

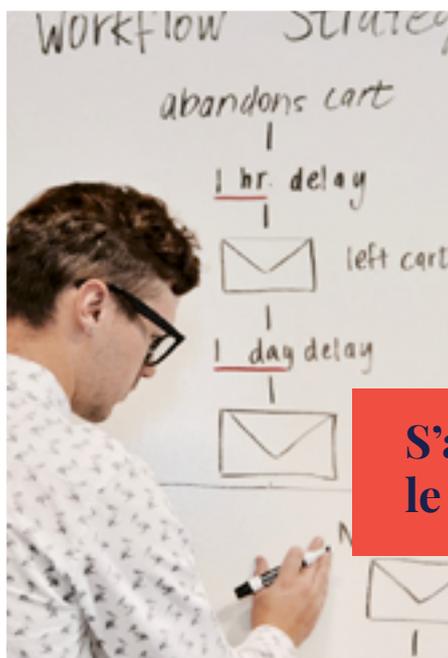
Si, dans le jargon du web, on parle également de relooking ou de redesign, la refonte d'un site web est bien plus complexe qu'une simple optimisation visuelle. Il s'agit de repenser l'image, de revoir le fonctionnement et d'harmoniser l'expérience utilisateur sur la base d'un site existant. Refondre un site web, c'est analyser l'existant en vue de l'améliorer et tester de nouvelles idées, actualiser, revoir certaines choses, certains process, redéfinir son audience

Avant de penser à la refonte d'un site Internet, il est important de comprendre une notion essentielle: **un site peu attrayant, un site lent ou mal conçu peut nuire aux ventes d'une entreprise et à son image**, dépassant largement les limites du web. L'inverse est également vrai: un site web bien conçu, une refonte de site bien pensée, peut booster les ventes et oeuvrer en faveur de l'image d'une entreprise, lui permettant de se propulser vers une dimension supérieure, devant ses concurrents.

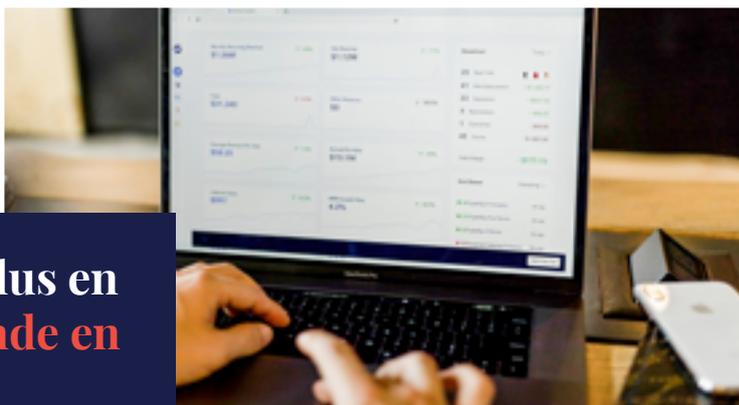
Quelle que soit la taille de votre entreprise et le secteur d'activité dans lequel vous développez votre business, il est important que vous adoptiez une **approche stratégique** pour la refonte de votre site web. D'emblée, il faudra analyser ce qui fonctionne sur votre site actuel, ce qui ne fonctionne pas et surtout... les objectifs à atteindre. Cette notion d'objectifs est prépondérante, dans la mesure où les éléments qui accompagneront la refonte de votre site devront précisément répondre à vos attentes.

Posez-vous les bonnes questions avant de penser à la refonte d'un site Internet.





S'agit-il d'augmenter le nombre de **leads** ?



De générer de plus en plus de **commande en ligne** ?



De permettre à vos clients de découvrir d'autres **facettes de votre entreprise** ?

Comment savoir si votre site web

a besoin d'une refonte ?

Refondre un site ou ne pas refondre ? L'ampleur des travaux à réaliser est à la hauteur de cette question qui doit être posée en amont. Pour évaluer votre besoin de refondre votre site web (ou non), posez-vous les questions suivantes:

Le design de mon site actuel est-il dépassé ? vieillot ?

Mon site génère-t-il autant de leads et/ou de ventes qu'initialement envisagé?

Le nombre de leads et/ou de ventes a-t-il tendance à diminuer ?

Ai-je reçu des plaintes ou des commentaires et avis négatifs de la part des utilisateurs de mon site ?

Si vous avez répondu par l'affirmative à une seule des questions ci-dessus, la refonte de votre site web doit clairement être envisagée.

Le redesign d'un site web doit également être envisagé dans d'autres circonstances, comme par exemple l'actualisation de l'image de marque de votre entreprise. Un simple changement de logo, par exemple, peut nécessiter de revoir le design d'un site dans son intégralité afin de l'harmoniser avec l'image de l'entreprise dans son ensemble.

Un simple changement de logo, par exemple, peut nécessiter de revoir le **design** d'un site dans son intégralité de l'harmoniser avec ...

l'image de l'entreprise dans son ensemble.

Comment revoir un site web

qui existe déjà ?

Vous avez déjà un site Internet et l'idée de le mettre à jour ou de le revoir complètement vous semble une épreuve de force. Ceci est tout à fait naturel, étant donné l'ampleur de la tâche à réaliser. Néanmoins, la refonte d'un site ne doit en aucun cas être une expérience traumatisante... bien au contraire ! Refondre un site est un projet enthousiasmant à tout point de vue, à commencer par envisager les résultats que votre refonte de site vous apportera.

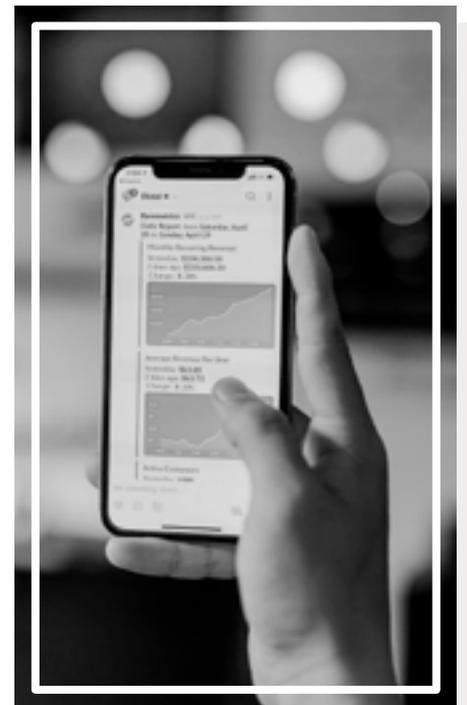
Gardez également à l'esprit que tout le travail effectué pour lancer votre site actuel n'a pas été en vain, puisqu'une bonne partie du contenu peut très certainement être réutilisé, au même titre que certaines fonctionnalités.

Une refonte de site passe par l'adoption d'une stratégie efficace consistant à:

// Analyser la concurrence en ligne

Évaluez attentivement vos 10 premiers concurrents. À quoi ressemblent leurs sites web ? Quelles sont les stratégies qu'ils mettent en oeuvre ? Que font-ils de bien ? Que pourraient-ils faire mieux ?

Utilisez votre analyse concurrentielle pour rendre votre site web meilleur que celui de vos concurrents. Cela passe également par les temps de chargement qui devront être optimaux. Une navigation plus intuitive et la mise en avant de vos meilleures offres vous aideront également à dépasser les sites de vos concurrents et à atteindre vos résultats.



// Créer l'arborescence de votre nouveau site et les wireframes (maquettes)

Les wireframes ou maquettes vous permettront de visualiser votre nouveau site web avant que le travail de design n'ait lieu. Lors de cette étape, gardez à l'esprit que l'oeil humain apprécie l'uniformité et l'équilibre. Même si vous aimez la fantaisie, limitez-vous à l'essentiel, dans le but de créer une expérience utilisateur positive et atteindre vos résultats.

// Concevoir le nouveau design de votre site

La refonte de votre site web doit être envisagée à raison d'une chose à la fois. En matière de design, certains éléments s'appliqueront à l'ensemble des pages alors que d'autres seront propres à certaines pages seulement. Commencez par définir les éléments qui s'appliqueront à toutes les pages. Ne négligez pas les pages de votre nouveau blog, l'emplacement des appels à l'action (CTA), la taille des images et tous les éléments visuels, car chacun d'entre eux a son importance, autant au point de vue visuel qu'en termes de SEO (référencement naturel).

Libérez votre
créativité

7 étapes pour une refonte de site réussie

Pour aboutir à une refonte réussie, il convient de s'appuyer sur des éléments factuels afin de rester impartial et objectif. C'est pourquoi une refonte de site réussie passe par les étapes suivantes:

// Analyse du site actuel (ou ancien site)

Jetez un oeil critique à votre site actuel. Qu'est-ce qui fonctionne ? Qu'est-ce qui ne fonctionne pas ? Vous avez très certainement déjà fait le tour des problèmes spécifiques. Par exemple, vous avez peut-être constaté que des paniers d'achat sont souvent abandonnés sur votre site e-commerce. Dans ce cas, il vous faudra certainement revoir ou reconcevoir le processus de paiement afin de pousser les prospects le plus loin possible dans le tunnel de ventes.

Google Analytics est un très bon outil permettant d'étudier les schémas de trafic. Constatez-vous un taux de rebond élevé ? Quelles sont les pages qui enregistrent les rebonds les plus fréquents et les plus marqués ? Quelle est l'importance de ces pages ?

L'utilisation de rapports visuels tels que des cartes thermiques ou des cartes de défilement permettant d'analyser le comportement des visiteurs sur votre site web peut également être source d'identification de zones à problèmes potentiels. Ces outils vous indiqueront si, par exemple, vos appels à l'action sont trop rapprochés les uns des autres. Ils vous fourniront également de précieuses informations pour déterminer un éventuel trafic limité sur certaines pages importantes de votre site comme les formulaires ou les pages d'inscription à la newsletter par exemple.

Les différents outils d'analyse offrent une vision plus ou moins approfondie des activités des visiteurs sur votre site web. Dans le cadre de la refonte de votre site, il vous appartient de les étudier en fonction de vos objectifs et d'envisager les optimisations à réaliser.

// Liste des priorités de refonte

Si l'aspect visuel de votre site fait partie du travail de refonte, il ne peut en aucun cas être la seule activité à prévoir. La refonte d'un site web doit en effet impliquer un meilleur fonctionnement et de meilleurs résultats. Ces derniers se calculent généralement en termes de ventes (dans le cadre de la refonte d'un site e-commerce) et/ou de conversions.

Il faut donc identifier les priorités à mettre en avant, en vous intéressant aux résultats escomptés après la refonte du site. Souhaitez-vous obtenir davantage d'adresses mail, vendre plus d'unités d'un produit phare ou multiplier les ventes croisées ? En établissant vos objectifs dès le départ, toutes les tâches inhérentes à la refonte de votre site seront effectuées dans le but d'atteindre ces résultats.



Quel est le meilleur moyen de connaître nos prospects ?

// Liste des priorités de refonte

Une audience, un segment de marché évoluent avec le temps. Au fur et à mesure que vous ajoutez des produits, des prestations et des offres sur votre site web et que vous alimentez les pages en contenu, les personnes que vous touchez sont plus nombreuses et plus diversifiées. Il vous faut ainsi actualiser vos informations afin de les adapter aux attentes et aux exigences de votre marché en les actualisant.

La définition de buyer persona est un excellent point de départ. C'est certainement le meilleur moyen de connaître vos prospects et clients en amont, afin que l'ensemble des éléments liés à la refonte soient mis en place pour répondre précisément au segment de marché qui vous intéresse.

Vous saurez précisément comment attirer les membres de votre public cible et pourrez prendre les décisions qui s'imposent dans le cadre de votre refonte. Par exemple, si vous proposez des produits et services à destination des seniors, vous choisirez les couleurs et les contenus de votre site en fonction de leurs goûts et de leurs préférences, de même que les fonctionnalités et contenus apparaissant sur chaque page.

// Définir (ou redéfinir) votre audience cible

Une audience, un segment de marché évoluent avec le temps. Au fur et à mesure que vous ajoutez des produits, des prestations et des offres sur votre site web et que vous alimentez les pages en contenu, les personnes que vous touchez sont plus nombreuses et plus diversifiées. Il vous faut ainsi actualiser vos informations afin de les adapter aux attentes et aux exigences de votre marché en les actualisant.

La définition de buyer persona est un excellent point de départ. C'est certainement le meilleur moyen de connaître vos prospects et clients en amont, afin que l'ensemble des éléments liés à la refonte soient mis en place pour répondre précisément au segment de marché qui vous intéresse.

Vous saurez précisément comment attirer les membres de votre public cible et pourrez prendre les décisions qui s'imposent dans le cadre de votre refonte. Par exemple, si vous proposez des produits et services à destination des seniors, vous choisirez les couleurs et les contenus de votre site en fonction de leurs goûts et de leurs préférences, de même que les fonctionnalités et contenus apparaissant sur chaque page.



// Identifier les éléments à conserver sur votre site actuel

La refonte d'un site web n'est pas nécessairement synonyme de changement complet. Bien au contraire...

Certains aspects de votre site fonctionnent probablement parfaitement bien. Par exemple, si vous êtes satisfait de votre logo actuel et qu'il est reconnu par votre audience cible, pourquoi envisager de le modifier ?

Il en va de même pour la palette de couleurs du site, le choix des polices ou les images. Encore une fois, l'analyse de données, au moyen d'outils comme Google Analytics, vous permettra de décider de ce que vous souhaitez conserver et de ce qui doit être modifié.

// Lister les éléments de conception à modifier

Cette cinquième étape est, en réalité, la liste de vos souhaits, de vos envies. Notez toutes les caractéristiques que vous souhaitez ajouter à votre site web, d'un simple changement de couleur à une nouvelle fonctionnalité vous permettant d'interagir avec votre audience.

Cette étape inclut également des modifications structurelles, comme la révision des URL pour les rendre plus explicites. Ce travail aura également un impact en termes de référencement naturel (SEO) et a donc son importance pour la visibilité de votre site.

Considérez le menu de votre site actuel: souhaitez-vous conserver tous les éléments ? Y a-t-il des choses à supprimer ? A rajouter ? Réfléchissez quant à chaque élément de votre site web et notez vos souhaits sur votre liste.

// Lister les éléments de conception à modifier

La liste établie au cours de l'étape précédente doit maintenant être revue le plus objectivement possible. Chacun des éléments de cette liste de souhaits doit avoir une raison d'être. Considérez chaque point de la liste et accordez-lui un poids en fonction de son intérêt par rapport à vos objectifs initiaux. Vous aurez ainsi une meilleure visibilité quant aux priorités à revoir dans le cadre de la refonte de votre site et pourrez déterminer précisément les actions à envisager.

// Planifier la refonte du site Internet

Quelle que soit la manière dont vous envisagez la refonte de votre site, un calendrier de travail est primordial. Vous y indiquerez les différentes étapes clés en n'oubliant pas d'intégrer des périodes de tests et de révisions. Dans le cadre d'une refonte réalisée par une agence web, les différentes étapes devront également être approuvées systématiquement avant de passer à l'étape suivante du projet de refonte.

Organisez la refonte de votre site planifiant les étapes clés sur un calendrier de travail.

pour ne rien manquer.

N'oubliez pas l'expérience

utilisateur (UX)

L'expérience utilisateur doit faire partie intégrante du processus de refonte. Elle doit être considérée le plus naturellement possible à chaque étape et à chaque décision. Parmi les éléments à privilégier:

// L'ajout de caractéristiques et d'éléments visuels forts

Un site doté d'éléments visuels accrocheurs provoque des réactions de la part des visiteurs. Les internautes réagissent généralement mieux aux images, aux illustrations et aux vidéos qu'au texte.

Sur votre nouveau site, il faudra donc créer un équilibre entre textes et éléments visuels, pour répondre aux besoins de vos utilisateurs mais également pour que votre site soit pris en compte par les moteurs de recherche.

// La correspondance entre votre site et votre marque

Votre marque a une âme, une personnalité. Celle-ci doit transparaître clairement sur votre site. Le ton, les images, les posts sur les réseaux sociaux... tout doit permettre à votre audience d'identifier clairement la provenance des éléments auxquels ils sont exposés et de les associer avec votre marque.

// Couleurs contrastées pour un impact maximal

En utilisant des couleurs contrastées, vous donnerez non seulement une véritable identité à votre site web: vous le rendrez également mémorable aux yeux des internautes. En outre, les contrastes de couleurs permettent aux utilisateurs de facilement identifier certains éléments visuels sur une page, comme les appels à l'action notamment (CTA).

// Créez un blog

L'heure est à l'information. Les internautes ne veulent plus être "forcés" à consulter des pages dont ils n'ont pas besoin; ils veulent des réponses à leurs questions, à leurs problématiques. En ajoutant un blog sur votre nouveau site, si vous n'en aviez pas auparavant, vous répondez précisément aux besoins de votre audience cible. Vous leur apportez du contenu, de la valeur ajoutée, des réponses à leurs questions.

Le blog est l'un des moyens les plus faciles et les plus économiques pour diffuser du contenu. Écrivez de manière cohérente sur des sujets qui aident à résoudre les problèmes pour booster le trafic sur votre site et attirer des prospects qualifiés.





Comment booster les conversations ?

// **Misez sur les pages de renvoi pour booster les conversions**

Dans le cadre de la refonte de votre site web, pensez à créer de nouvelles pages de renvoi (ou pages de destination - landing page en anglais). Chaque landing page doit comporter une offre spécifique et agir comme un aimant afin d'atteindre vos objectifs, quels qu'ils soient.

Après la refonte de votre site web, générez des rapports d'optimisation afin de garder un œil sur le comportement des utilisateurs. Les informations que vous obtiendrez vous permettront d'ajuster la conception des pages de renvoi afin d'augmenter les conversions.

// **Optimisation du site pour un meilleur référencement naturel**

De vos landing pages à votre blog, assurez-vous que les internautes puissent trouver votre contenu grâce à la recherche organique, c'est-à-dire la recherche naturelle. Utilisez des mots-clés pertinents, donnez des titres à vos images, créez des méta-descriptions personnalisées et rédigez des textes suffisamment longs pour que Google puisse en comprendre l'objectif.

// Optimisez votre site pour la recherche vocale

Les spécialistes du web affirment que la recherche vocale sera la prochaine arme des entreprises sur le web. Il suffit d'observer la manière dont les gens utilisent leurs smartphones pour constater que cette prédiction est tout à fait fondée. Lorsqu'ils sont en déplacement, les utilisateurs de téléphones portables préfèrent effectuer des requêtes à l'aide de la voix plutôt que de taper à l'aide de leur clavier. Optimisez votre site web pour la recherche vocale afin que vos utilisateurs vous trouvent plus facilement.

Vous avez une entreprise locale ? Mettez sur des expressions comme «près de chez moi», «à proximité» et «le plus proche» pour donner, à votre site, de bonnes chances d'être correctement référencé sur les moteurs de recherche.

// Assurez-vous d'avoir un site 100% responsive

Votre site doit pouvoir être consulté sur tous les appareils: ordinateurs de bureau, ordinateurs portables, smartphones, tablettes... et quelle que soit la taille de l'écran. Il est important que les images et la taille des polices soient en adéquation avec la taille de l'écran d'un smartphone, permettant de toucher votre audience dans son ensemble, utilisateurs mobiles inclus.

Une conception réactive et des pages mobiles accélérées (AMP) amélioreront considérablement l'expérience des visiteurs mobiles.

La refonte d'un site web est une opération qui demande une réflexion objective en amont. Elle doit aboutir à des résultats concrets en passant par un questionnement approfondi et l'étude des résultats générés par votre site actuel. Pour envisager une refonte de site en toute objectivité, MyDigiCompany met, à votre service, une équipe de professionnels chevronnés, soucieux de voir leurs clients atteindre leurs objectifs. Contactez-nous pour discuter de votre site web en toute objectivité.