

Digitaltech solution

Introduction	3
Choix de mon service et de ma cible	3
A) Buyer Persona	3
a) Caractéristiques du buyer persona	3
b) Les défis	3
c) Les canaux de communication qu'utilise mon Buyer persona	3
f) Ses peurs / problèmes / besoins / frustrations	4
B) Stratégie du marketing digital	4
Landing Page	6
A) Charte graphique	6
a) Couleurs	6
b) Typographie	6
c) Logo	6
B) Maquette blanche	6
Configuration des pages	7
Page d'accueil	7
Page a propos de nous:	8
Page services:	8
Page contact:	9
Stratégie SEO:	9
Page d'accueil:	9
Titre et Permalink	9
Description	9
Mots-clés	9
Page a propos de nous:	10
Titre et Permalink	10
Description	10
Mots-clés	10
Page services:	10
Titre et Permalink	10
Description	10
Mots-clés	10
Page contact:	10
Titre et Permalink	10
Description	11
Mots-clés	11
Conclusion	11

Introduction

La première question à se poser lors de la création d'un site internet est : comment pouvons-nous intéresser notre buyer persona et transformer les visiteurs en clients potentiels ou acheteurs ? Avant d'expliquer ce que j'ai fait sur mon site internet, il est important de comprendre qui est mon buyer persona.

En classe, nous avons comme mission de créer un buyer persona afin d'avoir une clientèle cible avec un milieu précis, permettant de créer notre site internet en fonction de cette personne. Il est important de comprendre que lors des cours j'avais déjà créé un buyer persona, que j'ai par la suite changé car je n'arrive pas à trouver d'inspiration autour du personnage que j'avais créé.

Mon buyer persona s'appelle Laura Dupont. Elle a 35 ans, dirige une agence de photographie, est mariée et a deux enfants.

Choix de mon service et de ma cible

A) Buyer Persona

a) Caractéristiques du buyer persona

Laura Dupont a 35 ans. Elle est mariée, a deux enfants et vit en ville. Elle dirige une agence de photographie appelée PhotArt Studio, fondée il y a cinq ans.

Laura souhaite augmenter la visibilité de son studio et élargir sa clientèle en utilisant une stratégie numérique efficace. Elle veut créer une plateforme en ligne unique pour accroître la portée de son studio au-delà de son emplacement physique et attirer une clientèle diversifiée, elle voudrait aussi garder sa clientèle.

b) Les défis

Laura fait face à plusieurs défis :

- Visibilité en ligne : Ses concurrents utilisent activement Internet et les réseaux sociaux pour attirer de nouveaux clients, et elle souhaite faire de même.
- Stratégie de marketing numérique : Elle n'a pas encore développé une stratégie numérique cohérente pour promouvoir ses services en ligne.
- Réputation en ligne : Elle est consciente de l'importance de gérer sa réputation en ligne mais ne sait pas par où commencer.

c) Les canaux de communication qu'utilise mon Buyer persona

Laura utilise principalement son téléphone portable pour la communication professionnelle et son ordinateur portable de manière occasionnelle, bien qu'elle ne soit pas très familière avec les dernières technologies numériques.

f) Ses peurs / problèmes / besoins / frustrations

Peurs : Crainte de ne pas attirer suffisamment de clients pour assurer la croissance de son studio de photographie. Appréhension face à la compétitivité du marché de la photographie, mais aussi peur de ne pas pouvoir fidéliser sa clientèle.

Problèmes : Difficultés à établir une présence en ligne efficace pour son studio. Manque de connaissances sur la technologie. Manque d'organisation au sein de son studio.

Besoins : Besoin d'outils numériques adaptés pour améliorer la communication de son studio, mais aussi un système internet pour l'aider à gérer son emploi du temps, ses réservations, etc. Besoin d'explications pour comprendre comment la technologie peut aider à la croissance de son entreprise, mais aussi à fidéliser sa clientèle.

Frustrations : Frustration face aux éventuels problèmes techniques. Frustration liée à la complexité des solutions technologiques disponibles, nécessitant une aide personnalisée.

B) Stratégie du marketing digital

Laura est en phase de considération. Consciente de la nécessité de renforcer sa présence en ligne, elle manque cependant de connaissances et de compétences pour gérer les outils technologiques. Elle ne sait pas comment un site internet pourrait l'aider à attirer et fidéliser des clients. Pour répondre aux besoins de Laura, notre site internet est conçu pour lui faire comprendre l'importance de créer un réseau en ligne. Nous lui montrons également la facilité d'utilisation de DigitalTech Solution, en mettant en avant les avantages spécifiques que notre site peut lui offrir.

Les objectifs de DigitalTech pour répondre aux besoins de Laura sont:

- Optimisation de l'expérience utilisateur : Aider Laura à créer un site intuitif et sécurisé pour maximiser l'attraction et la rétention des visiteurs. Cela lui permettra également de communiquer efficacement avec ses clients, de faciliter la prise de rendez-vous et de gérer son studio plus facilement.
- Création de contenus visuels attrayants: Inclure des photos professionnelles, une charte graphique cohérente et des templates de design pour présenter ses services de manière séduisante.
- Amélioration du référencement naturel (SEO): Fournir des techniques et des stratégies pour rendre son site plus visible sur les moteurs de recherche.

Le site que j'ai créé offre à Laura une assistance sur les différents aspects où DigitalTech Solutions peut l'aider, notamment dans la gestion de son entreprise. Il lui démontre également l'importance d'avoir un site internet pour renforcer sa visibilité en ligne et établir un contact plus fort avec ses clients. Tous les visuels sont stratégiquement placés pour capter l'attention de Laura et lui inspirer confiance, afin qu'elle envisage de collaborer avec DigitalTech Solutions.

J'ai inclus une page "À propos de nous" pour qu'elle puisse comprendre notre manière de travailler, ainsi qu'une page détaillant nos services et contenant des témoignages de clients

Roxane PiuZZi
TC21

précédents. Cela peut encourager Laura à nous faire confiance en se sentant concernée par les expériences d'autres clients.

Chaque page se termine par des liens vers nos réseaux sociaux, permettant à Laura de découvrir nos autres réalisations et de voir avec qui nous avons travaillé, ce qui renforce notre crédibilité. De plus, le site comprend une page de contact où Laura peut directement nous envoyer un message, garantissant ainsi un contact direct si elle a des questions ou des doutes.

L'objectif est de convaincre Laura de nous rejoindre, en lui inspirant confiance et en démontrant que nous sommes le meilleur partenaire pour l'accompagner dans la création de son site internet. Nous voulons lui montrer que notre équipe est la mieux qualifiée pour la guider tout au long de ce processus.

Landing Page

A) Charte graphique

a) Couleurs

Mon site web contient une palette de couleurs sophistiquée, principalement composée de nuances de beige et de noir. Ces couleurs ont été soigneusement sélectionnées pour créer une ambiance élégante et intemporelle, reflétant ainsi notre engagement envers la qualité et le professionnalisme.

Le beige, (code couleur: #f9edd6) apporte une touche de convivialité à notre site. Il crée une atmosphère accueillante et apaisante pour nos visiteurs, les invitant à explorer notre site avec confiance.

Le noir, quant à lui, incarne l'élégance et la sobriété. Il donne à notre site une allure moderne et chic, tout en mettant en valeur le contenu. Associé au beige, il crée un contraste harmonieux qui captive l'attention et renforce l'impact visuel de notre plateforme en ligne.

b) Typographie

Pour garantir une cohérence visuelle des couleurs et du style sur le site, les couleurs des titres varient en fonction du fond. Concrètement, si le fond est noir, le texte sera beige ; inversement, si le fond est beige, le texte sera noir.

Tous les titres principaux utilisent la police "Anton", tandis que le reste du texte est en police "Inter". La taille du texte s'adapte à la page et à la taille des images, afin de maintenir une harmonie visuelle. Tous les appels à l'action (CTA) sont uniformément conçus.

c) Logo

J'ai créé le logo d'une couleur distincte afin qu'il soit reconnaissable et mis en valeur sur le fond noir.

B) Maquette blanche

La création d'une maquette blanche est une étape importante pour le processus de conception d'un site web. Elle sert à se rendre compte de ce qui peut attirer ou non les potentiels clients et à résoudre les problèmes potentiels. Cette phase permet de s'assurer que tous les éléments nécessaires sont bien positionnés et que l'utilisateur peut accéder aux informations de manière logique et sans effort.

Cette maquette blanche ne représente malheureusement pas mon site actuel. En effet, durant la réalisation de mon site internet, j'ai constaté qu'il y avait quelques modifications à apporter. La première partie de ma page d'accueil de mon site correspond à la maquette, tout comme la deuxième partie de ma page. Cependant, la troisième partie de ma page diffère, car je trouvais qu'il manquait des informations sur l'entreprise et les services que

nous offrons. C'est pourquoi ma troisième et quatrième partie de la page sont structurées de la même manière que la deuxième partie.

Pour ma cinquième partie de la page, j'ai choisi de suivre la configuration de la maquette, car cela correspond bien à mon buyer persona et au reste de ma page d'accueil. Quant à la dernière partie, je ne l'ai pas réalisée comme sur la maquette, car je n'ai pas trouvé de vidéo correspondant à ce que je voulais faire. J'ai donc opté pour une présentation avec de nombreuses photos différentes de personnes et de paysages, visant à donner à cette partie de mon site un aspect similaire à Pinterest. J'ai pensé qu'une mise en page de ce type pourrait intéresser les photographes.

Pour la dernière partie de mon site, je n'ai pas inclus de FAQ, mais j'ai ajouté un CTA qui renvoie directement à la prise de contact.



Quant à l'autre page (à propos de nous, services, contact) je n'est pas faite de maquette car je me suis basée sur des parties que j'avais mis sur la maquette pour ma page d'accueil.

Configuration des pages

Page d'accueil

Ma page d'accueil comporte une grande photo avec un titre accrocheur s'adressant directement à mon buyer persona. J'ai choisi d'interpeller mon audience avec une question pertinente : "Avez-vous peur de perdre vos clients parce que vous n'avez pas de site internet ?". Le mot "peur" capte l'attention, car lorsqu'on ressent de la peur, on cherche à être rassuré.

En dessous de ce titre, se trouve un court texte expliquant ce que fait Digitaltech Solutions, ses objectifs, et comment l'entreprise aide les personnes sans site internet ni connaissances en technologie. Pour la deuxième page, j'ai choisi une couleur assez neutre, c'est une des couleurs principales de mon site internet. Je trouve qu'elle fait ressortir les photos, mais aussi que la couleur est assez neutre. Sur la deuxième page, j'ai fait un petit débrief de ce que Digitaltech Solutions propose comme services plus précisément, c'est-à-dire que nous aidons principalement les photographes.

Pour la troisième page, j'ai choisi la couleur noire car je trouve qu'elle s'assortit bien avec l'autre couleur beige. J'ai décidé de mettre la photo à droite pour faire en sorte que ce ne soit pas symétrique à la première page. Dans cette page, j'ai écrit les trois atouts de gestion que propose Digitaltech Solutions. Pour la quatrième page, j'ai décidé d'utiliser la couleur beige, la même que sur la première page, pour créer une symétrie mais aussi pour établir une charte graphique cohérente. J'y ai listé trois bénéfices que les clients peuvent obtenir en travaillant avec Digitaltech Solutions.

Pour la cinquième page, j'ai présenté les différents tarifs proposés par Digitaltech Solutions. Chaque tarif est décrit de manière détaillée pour correspondre aux attentes des différents types de clients, allant des débutants aux professionnels. En dessous des trois tarifs, une phrase inspirante "Donnez vie à votre imagination" est ajoutée pour encourager les photographes à exprimer leur créativité. Un CTA sous ce titre amène directement à la prise de contact pour une inscription facile et rapide.

Page a propos de nous:

La première partie de ma page "À propos de nous" contient une image et un texte qui explique qui nous sommes, depuis combien de temps nous existons et quelles sont les solutions que nous apportons aux personnes utilisant nos outils. La deuxième partie de ma page comporte une vidéo, car je pense que l'ajout d'une vidéo rend notre entreprise plus humaine. Dans cette vidéo, nous expliquons quelles sont nos missions en tant que DigitalTech Solutions. La troisième partie de ma page présente notre raison d'être. Dans cette section, j'explique pourquoi DigitalTech Solutions existe, mais surtout pourquoi nous aidons les entreprises.

Page services:

Sur cette page, j'ai créé une grande section détaillant tous les services que nous proposons. Pour chaque service, j'ai ajouté une image accompagnée d'un texte expliquant brièvement ce que nous faisons et ce que nous offrons. J'ai également inclus des commentaires de clients avec une notation de cinq étoiles, afin de démontrer à nos clients que nous recevons d'excellentes critiques et que nous effectuons notre travail de manière exemplaire.

Page contact:

J'ai décidé de consacrer une page entière au contact afin de donner un aspect plus professionnel à mon site. Cette page a été conçue de manière à être sobre et élégante, avec un fond noir et des textes en beige pour assurer une lisibilité optimale. Mon objectif était de créer une section qui inspire confiance et facilite la communication entre les visiteurs et Digitaltech solution.

Stratégie SEO:

Un SEO efficace est essentiel car il augmente la visibilité de notre site web sur les moteurs de recherche, attirant plus de visiteurs pertinents. Cela aide à accroître le trafic organique, à générer plus de prospects et à renforcer la crédibilité de notre marque en ligne. Afin que mon site internet soit bien optimisé, j'ai dû trouver les bon mots pour avoir de meilleurs résultats pour mon SEO.

Page d'accueil:

Titre et Permalink

Le titre de la page est "5 façons de conserver votre clientèle en créant un site web". Ce titre est choisi pour être à la fois informatif et optimisé pour les moteurs de recherche, incluant des mots-clés pertinents qui reflètent les préoccupations de notre public cible. Le permalink est simplifié en "site" pour faciliter le référencement et la mémorisation.

Description

La description de la page est : "Vous avez peur de ne pas conserver votre clientèle car vous n'avez pas de site internet ?". Cette description est conçue pour attirer l'attention des utilisateurs en abordant directement leurs inquiétudes et en offrant une solution.

Mots-clés

Le contenu de la page est enrichi avec des mots-clés pertinents tels que "site internet", "clientèle", "conserver", pour améliorer le positionnement sur les moteurs de recherche.

Des balises H1, H2 et H3 sont utilisées de manière stratégique pour structurer le contenu et le rendre plus accessible aux moteurs de recherche. Les méta-descriptions sont rédigées pour chaque section afin d'augmenter la visibilité et le taux de clic.

Page a propos de nous:

Titre et Permalink

Le titre de la page est "5 raisons pour lesquelles nous sommes la meilleure entreprise". Ce titre est choisi pour être à la fois informatif et optimisé pour les moteurs de recherche, incluant des mots-clés pertinents qui reflètent les préoccupations de notre public cible. Le permalink est simplifié en "entreprise" pour faciliter le référencement et la mémorisation.

Description

La description de la page est : "Depuis 2010, DigitalTech Solutions fournit des solutions technologiques innovantes pour les petites entreprises. Simplifiez la technologie, boostez votre croissance et bénéficiez d'un service client exceptionnel." Cette description est conçue pour attirer l'attention des utilisateurs en mettant en avant notre expérience, nos solutions et notre service client de qualité.

Mots-clés

Le contenu de la page est enrichi avec des mots-clés pertinents tels que "entreprise", pour améliorer le positionnement sur les moteurs de recherche.

Page services:

Titre et Permalink

Le titre de la page est "5 services que l'on vous propose". Ce titre est choisi pour être à la fois informatif et optimisé pour les moteurs de recherche, incluant des mots-clés pertinents qui reflètent les besoins de notre public cible. Le permalink est simplifié en "services" pour faciliter le référencement.

Description

La description de la page est : "Les services proposés par DigitalTech Solutions." Cette description est conçue pour attirer l'attention des utilisateurs en présentant clairement les services que nous offrons.

Mots-clés

Le contenu de la page est enrichi avec des mots-clés pertinents tels que "service", pour améliorer le positionnement sur les moteurs de recherche.

Page contact:

Titre et Permalink

Le titre de la page est "Contact". Ce titre est choisi pour être simple, direct et optimisé pour les moteurs de recherche, incluant des mots-clés pertinents qui reflètent l'objectif de la page. Le permalink est simplifié en "contact" pour faciliter le référencement et la mémorisation.

Description

La description de la page est : "Prenez contact avec nous." Cette description est conçue pour inciter les utilisateurs à entrer en contact avec nous pour toute question, demande de service ou besoin d'assistance.

Mots-clés

Le contenu de la page est enrichi avec des mots-clés pertinents tels que "contact".

Conclusion

La réalisation de ce dossier a été une expérience enrichissante qui m'a permis d'apprendre sur plusieurs sujets. Tout d'abord, j'ai compris l'importance cruciale de cerner précisément le profil de notre audience cible. En débutant par la définition de notre buyer persona, Laura Dupont, j'ai pu orienter chaque décision de conception vers les besoins et les attentes spécifiques de la clientèle visée. Le choix de ma stratégie digitale a été guidé par les besoins et les attentes de mon buyer persona. Chaque élément de mon site web, depuis la charte graphique jusqu'aux pages de contenu, a été conçu pour créer un environnement en ligne accueillant et informatif, capable de convertir les visiteurs en clients potentiels.

Travailler sur l'optimisation de mon site web m'a fait comprendre son importance. Afin d'améliorer notre visibilité en ligne, il est essentiel d'obtenir une bonne note globale de SEO, supérieure à 80. J'ai également appris à utiliser les mots-clés pertinents afin d'améliorer mon classement. Ce processus m'a également montré l'impact de la structure et du contenu d'un site web et le classement dans les résultats de recherche.

Bien que l'utilisation de Wordpress ait été complexe à comprendre au début, grâce à ses outils et à sa technologie, j'ai pu créer mon site internet. Ces outils m'ont permis de rendre mon site internet plus attrayant, esthétique et fonctionnel. Chaque étape est importante dans la construction du site internet, de la définition du buyer persona jusqu'au SEO.

Ce travail reflète mon engagement à créer des solutions numériques efficaces et personnalisées, capables de répondre aux besoins spécifiques de mon buyer persona, ainsi que ma capacité à maîtriser le marketing digital et la construction d'un site web.

Lien de la vidéo:

<https://photos.app.goo.gl/cwvH27qX6iBvMNfR8>

Lien de la URL:

<https://adminpcr-saedeiut.pf25.wpserveur.net/piuzzi-roxane/site/>