



Votre site internet devra être la base de toute la communication que vous mettrez en place sur internet. Car **toute votre stratégie webmarketing aura pour but de faire venir des visiteurs sur votre site**, pour ensuite les convertir de lecteurs à clients. Alors, si vous avez déjà conscience de l'importance d'un site internet pour votre activité, mais que vous ne savez pas par où commencer, **voici tout ce que vous devez savoir avant de vous jeter à l'eau !** Ou comment gagner du temps (et de l'argent) en faisant les bons choix dès le départ... ☐

1. Faites les bons choix techniques

- **Plateforme / CMS**

Même si la prise en main de WordPress peut paraître légèrement plus compliquée (par rapport à des outils comme Wix ou Squarespace, par exemple), c'est notre outil de prédilection. **Car c'est un outil beaucoup plus évolutif en termes de fonctionnalités**

! Vous pourrez par exemple commencer par un site vitrine, que vous pourrez ensuite transformer en site membre ou site e-commerce (seulement en téléchargeant de nouvelles extensions). Vous n'aurez pas à payer pour des options supplémentaires. Votre site de base pourra suivre les changements que vous voudrez donner à votre activité, sans avoir à faire de grosses refontes ou repartir de 0. ☐

De la même manière, vous pourrez facilement changer le design et l'aspect visuel de votre site en changeant le thème (template) utilisé, tout en gardant le fond de votre contenu.

NB : Si vous optez pour une autre plateforme, **vérifiez que le contenu vous appartienne bien** ! C'est-à-dire que le jour où vous arrêterez de payer, on ne vous supprimera pas le contenu avec, du jour au lendemain... ☐ Faites toujours en sorte que tout le contenu vous appartienne et/ou que vous ayez un moyen de le récupérer (en particulier les visuels que vous utilisez, qui parfois appartiennent à la plateforme...).

Attention aussi pour les plateformes qui intègrent leur propre outil d'emailing (en option payante bien sûr... !). Car vous n'aurez pas la possibilité d'intégrer un formulaire d'inscription d'une autre plateforme (comme Mailchimp par exemple). Et encore une fois, vérifiez qu'une fois que vous arrêterez de payer, vous aurez la possibilité d'exporter toutes les données.

- **Hébergement & Nom de domaine**

Lorsque vous allez créer votre site internet, envisagez-le un peu comme une voiture : l'intérieur, la carrosserie... peuvent vous paraître importants, mais ce qui va réellement vous permettre de faire fonctionner votre voiture, c'est votre moteur ! **Et le moteur de votre site internet, c'est l'hébergement.** C'est l'endroit où tout le contenu de votre site va être stocké. Cet endroit-là sera, en fonction de l'offre à laquelle vous souscrirez, plus ou moins grand. Si vous avez un petit site internet avec pas beaucoup de contenu, vous n'aurez pas besoin de beaucoup d'espace. Mais plus vous aurez de contenu et de trafic, plus vous aurez besoin d'une grosse maison. ☐

NB : Au moment de choisir votre hébergeur, regardez donc dans son offre l'espace disponible. Au départ, vous pouvez tranquillement prendre l'offre la plus petite/moins chère. Mais assurez-vous que les offres supérieures ne soient pas trop chères, car **il y a parfois un grand décalage entre le 1er prix et l'offre supérieure...**

Faites également attention au service client : C'est l'un des critères les plus importants.

Est-il disponible ? Par quel biais ? Uniquement par email ? Téléphone ? Vérifiez également le champ d'intervention de ce service client. OVH, par exemple, a récemment modifié sa politique de service client et il est maintenant beaucoup plus difficile de les avoir par téléphone et leur champ d'intervention est désormais très faible (sinon il faut payer ou faire appel à leurs prestataires partenaires...). Or plus vous serez débutant, plus vous aurez besoin d'être aidé au départ.

Pour votre nom de domaine, il n'y a pas vraiment d'enjeu à ce niveau-là. Mais pour une question de praticité, je vous conseille de prendre votre nom de domaine chez votre hébergeur. Sachez que vous pouvez, de toutes façons, facilement transférer votre nom de domaine d'un prestataire à l'autre. Ce qui, au contraire, est plus compliqué pour passer d'un hébergeur à un autre...

2. Mettez en place un site internet "webmarketing"

Ne vous contentez pas d'un site web, mais **ayez une vision panoramique de votre activité sur internet.** C'est-à-dire de tous les outils qui doivent tourner autour de votre site : email marketing (par exemple, une séquence automatique d'emails), réseaux sociaux, marketing de contenu/blog, etc. Bref, mettez en place **un véritable circuit de vente autour de votre site internet**, afin de faire passer l'internaute du statut de lecteur, au statut de prospect, puis client.

L'objectif de votre site internet est de n'avoir d'échange ou de conversation de

vente qu'avec des "prospects chauds", c'est à dire des personnes réellement intéressées par ce que vous faites et déjà pratiquement convaincues que vous êtes la personne avec qui elles ont envie de travailler ! Et ne pas vous faire perdre du temps avec des "prospects froids", des personnes qui ne sont pas sûres d'elles ou qui ne correspondent pas réellement à votre cible.

Ne vous jetez donc pas tout de suite sur l'aspect technique de votre site, le choix du thème, l'hébergement, etc., mais **privilégiez d'abord le contenu**. Car ce n'est pas parce que votre thème sera joli à regarder, qu'il sera forcément efficace et qu'il convertira.

En effet, **la 1ère mission de votre site est de convertir**, c'est-à-dire de faire en sorte que les visiteurs qui vont vous découvrir pour la 1ère fois entreprennent la démarche que vous leur destinez (s'inscrire à votre newsletter, vous contacter...). Or cette conversion ne se fera pas seulement parce que votre site est beau, mais parce que les mots que vous allez utiliser, le texte que vous allez écrire, vont résonner chez votre lecteur... Et lui donner envie de vous découvrir et d'en savoir plus sur ce que vous faites ! ☐ Intéressez-vous donc au copywriting.

☐

Source : beinweb