

Boostez votre activité avec un site web attractif et responsable

Animé par :

Aurélie Lenfant, Agence L'Oeil du Paon

Ophélie Marinier, HELLOPHELIE





Sommaire

- Pourquoi ?!
- Clarifiez votre identité
- Soignez votre cohérence visuelle
- Les fondamentaux d'un site web attractif et son évaluation
- Les attendus d'un site web responsable et son évaluation



Pourquoi créer un site web attractif & responsable ?

- Outil de **crédibilité** et de **différenciation**
- Levier de **performance commerciale**
- Accélérateur de **business**
- Attente d'**engagement responsable aligné** :
 - Emprunte carbone réduite
 - Site éco-conçu, accessible et sobre
- Investissement **durable et rentable**
- Meilleur référencement : site web + **performant**



Clarifiez votre identité

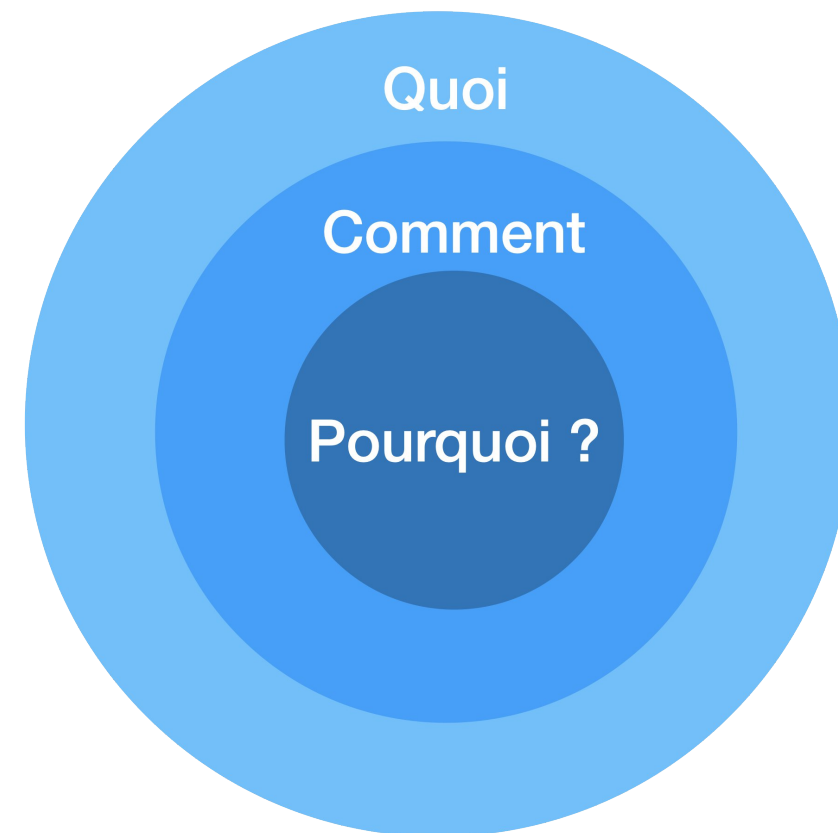
Définir son « Pourquoi »

Les 3 questions clés :

1. Qui suis-je / quelle est ma valeur ajoutée ?
2. Quelle est ma différence (mon positionnement) ?
3. À qui je m'adresse (personas, besoins, attentes) ?

*Clarifiez les besoins de votre cible et vos objectifs
pour éliminer ce qui n'est pas essentiel*

« Mon entreprise aide \[cible] à \[bénéfice concret] grâce à \[différenciation]. »



Soignez votre cohérence visuelle

Une identité visuelle qui fait sens pour **TOUS** vos supports de communication

- 1 Logo
- 1 Charte graphique différenciante (couleurs, typos, ...)
- 1 identité visuelle éco-responsable

= 1 identité de marque impactante



**ENTREPRENDRE
DANS L'QUEST**

13&14 OCTOBRE RENNES | PARC EXPO



Soignez votre cohérence visuelle

Pour votre site web,
gardez votre ligne
de conduite



- Webdesign lisible
- Hiérarchie des informations
- SEO

La préparation technique

Choix d'un ou plusieurs nom(s) de domaine avec une ou plusieurs extension(s)

Quel format de site web ?

One page, vitrine, e-commerce, catalogue...

Être cohérent avec l'**objectif** du site internet



Choix d'un hébergeur :
français ? écologique ?
responsable ? énergie verte ?
labellisé ? offre adaptée aux
besoins ? support client ?

Choix d'un outil :
site statique
(développement),
plateforme no-code (Wix)
ou CMS (**WordPress**)

Concevoir un site web attractif

Arborescence :

Noms des pages simples et clairs.

1 page = 1 objectif.

Se limiter à 5 pages principales dans le menu + sous-menu si besoin.



Fonctionnalités :

Blog, portfolio, prise de rendez-vous en ligne, réservation événement, téléchargement d'une ressource, newsletter, boutique en ligne...

Mentions obligatoires :

mentions légales, politique de confidentialité, politique de cookies, respect de la RGPD, CGV.

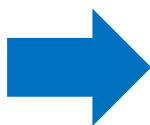
Contenus visuels :

Banques d'images et vidéos libres de droit, photographe, vidéaste. Illustrations, icônes.

Les fondamentaux d'un site web attractif

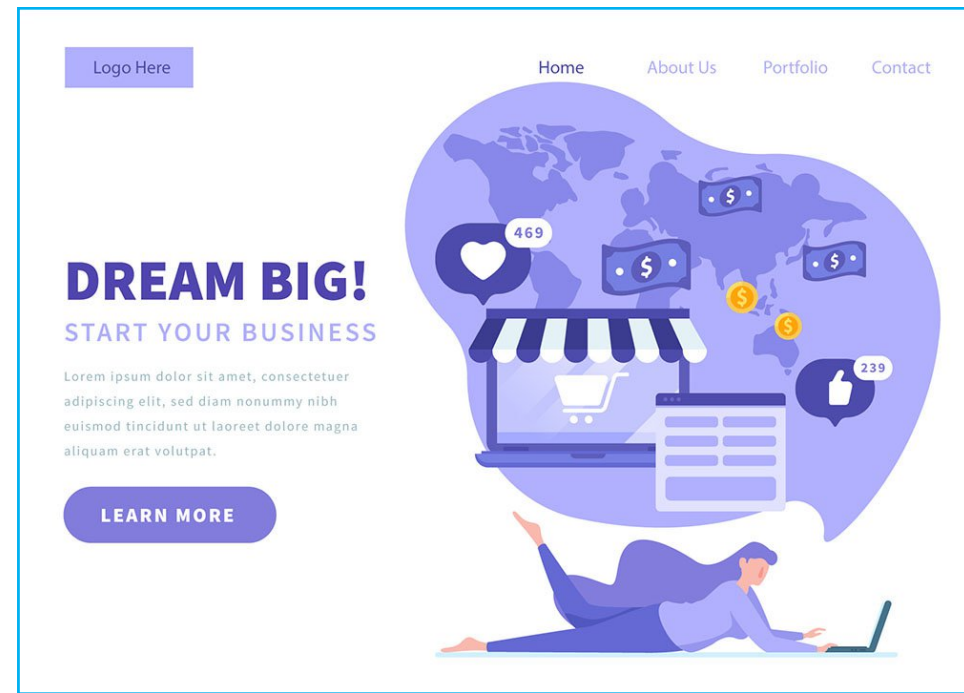
Les essentiels de la page d'accueil :

- Proposition de valeur,
- Appel à l'action (CTA),
- Preuves de confiance.



Transformer les visiteurs en clients (Tunnel de vente, CTA clairs, parcours utilisateur fluide).

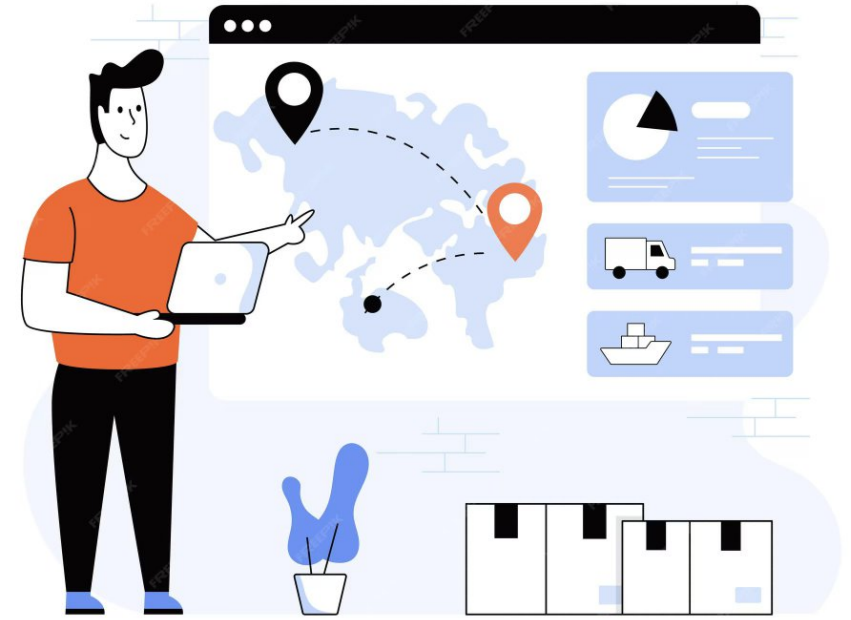
Mettez en avant vos valeurs et votre engagement responsable comme levier différenciant.



Concevoir un site web attractif

Réfléchir au **parcours utilisateur** :

- **Design utilisateur (UX)**
- Concevoir en « **Mobile First** » (responsive design)
- Simplifier l'expérience utilisateur avec **max 3 clics**
- Le parcours est-il **accessible** de bout en bout ?
- Optimiser la **vitesse de chargement** du site (gestion du cache) qui a un impact sur la conversion.



Comment puis-je augmenter le taux de transformation tout en raccourcissant le parcours ?

Les stratégies d'acquisition

Stratégie d'acquisition SEO (référencement naturel) :

- Mots clés
- Optimisation balises
- Structure des pages
- Bonnes pratique de rédaction

Stratégie d'acquisition SEA (référencement payant) :

- Plus court terme
- À envisager une fois que la structure /design/contenu/SEO sont optimisés



Évaluation de l'attractivité d'un site web

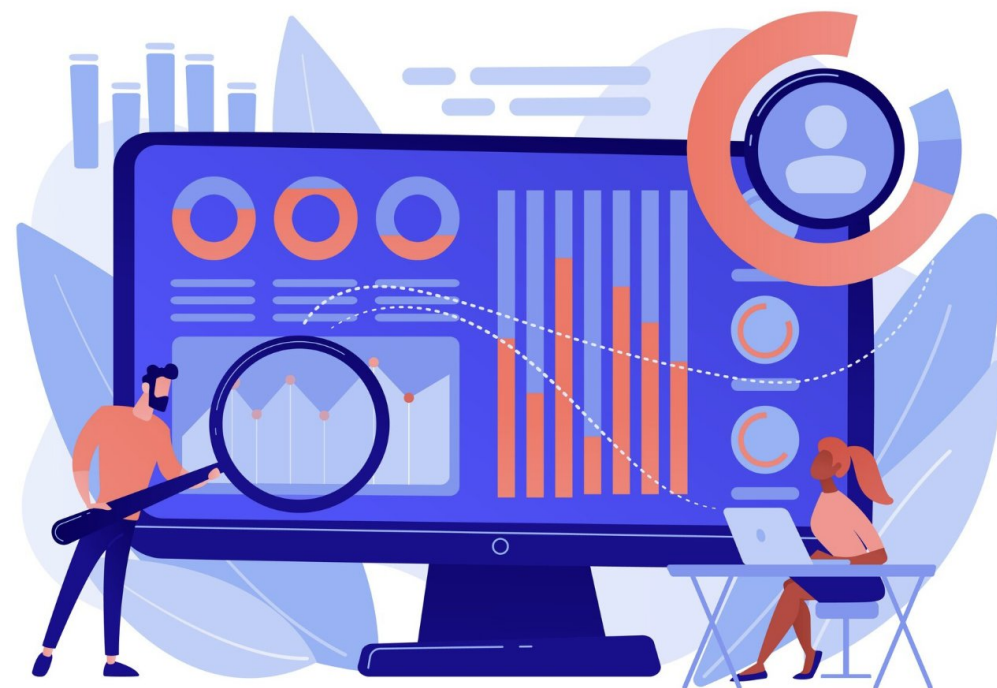
Analyser le trafic de votre site :

- Générer des liens trackés
- Google Search Console
- Google Analytics ou autres outils

Analyse de la performance (PageSpeedInsight, GTmetrix...)

Accessibilité et inclusivité :

106 critères du référentiel RGAA



10% de la consommation électrique annuelle vient des services numériques, soit l'équivalent d'un trajet en voiture de 2 259 km pour chaque français*.

*Source : étude par l'ADEME et l'ARCEP pour mesurer l'empreinte environnementale du numérique en France

Les attendus d'un site web responsable

Sobriété visuelle et technique :

45% des fonctionnalités demandées ne sont jamais utilisées*.

Garder l'essentiel !

- **Nettoyer et trier régulièrement** : pages non visitées, inutiles, contenus obsolètes
- **Optimiser les images, vidéos, documents** avant l'intégration sur le site : taille, poids, format.
- **Choisir un hébergement vert** (serveurs en France)

Respect du référentiel général d'écoconception RGEN et du référentiel d'écoconception web RWEB par GreenIT

Évaluation de l'impact environnemental d'un site web

Calcul de l'indice Carbone :

- ecoindex.fr
- websitecarbon.com

Tester si un hébergeur utilise de l'énergie verte :
thegreenwebfoundation.org



ENTREPRENDRE
DANS L'QUEST

13&14 OCTOBRE RENNES | PARC EXPO

Quelques références

Site de l'**Adème** dédié à la communication responsable :

<https://communication-responsable.ademe.fr>

RGESN : <https://ecoresponsable.numerique.gouv.fr/publications/referentiel-general-ecoconception/>

RWEB : <https://rweb.greenit.fr/>

RGAA : <https://accessibilite.numerique.gouv.fr/>

Exemples de sites internet :

<https://metropole.rennes.fr/>

<https://marques.metropole.rennes.fr/>

<https://www.leschampslibres.fr/>

<https://www.grenoblealpesmetropole.fr/>

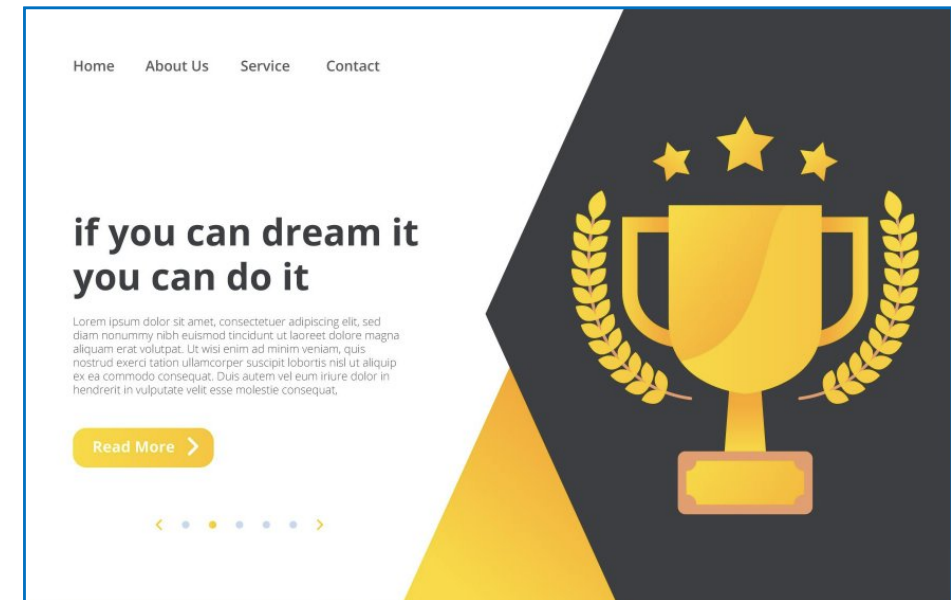
**ENTREPRENDRE
DANS L'QUEST**

13&14 OCTOBRE RENNES | PARC EXPO



Pour conclure : un booster pour votre activité

- Meilleures performances et rapidité
- Meilleur référencement naturel (SEO)
- Image de marque positive
- Différenciation concurrentielle
- Accessibilité accrue
- Réduction des coûts techniques (hébergement et mise à jour)
- Expérience utilisateur améliorée
- Contribution à la stratégie RSE
- Confiance et fidélité client
- Anticipation des évolutions réglementaires



Avez-vous des questions ?

**ENTREPRENDRE
DANS L'QUEST**

13&14 OCTOBRE RENNES | PARC EXPO



Nous vous remercions pour votre écoute



AURELIE LENFANT

oeildupaon.com

loeildupaon_



OPHELIE MARINIER

www.hellophelie.fr

@hellophelie.fr