

GUIDE : RÔLES & MESSAGES DE SES PAGES WEB

Comment structurer son site web ? Voici 7 pages à considérer.

Chacune d'entre elles sert un objectif bien précis.

Les 3 premières sont critiques pour l'acquisition et permettent de découvrir votre "univers" (brand, positionnement, etc) - c'est la phase de "séduction".

Les 4 dernières permettent au visiteur de se dire "wow, c'est fait pour moi !". C'est ici que vous devez convaincre.

Le challenge est de faire le pont entre les premières et les dernières.

💡 Pour info : si vous devez donner la priorité, je vous recommande de capitaliser sur les 3 premières.

Vous aurez besoin de feedbacks marché avant de construire les 4 dernières et dans tous les cas "convaincre" peut se faire lors d'une démo ou d'un test produit par exemple.



Jordan Chenevier-Truchet

@jordanchenevier

GUIDE : RÔLES & MESSAGES DE SES PAGES WEB



Jordan Chenevier-Truchet

@jordanchenevier

Chaque page joue un rôle spécifique.

HOMEPAGE

La porte d'entrée

PERSONA

L'accueil personnel

CAS CLIENT

L'entrée VIP

PRODUIT

Le sommaire

PRIX/TARIFS

L'échange de valeur

À PROPOS

La grande vision

RESSOURCES

Le manuel

SON OBJECTIF

Présenter le produit/service et le problème résolu

Mettre en avant les personnes que vous aidez et de quelles manières

Mettre en avant comment vos clients utilisent votre produit

Présentez les features et comment elles fonctionnent

Mettre en avant la valeur pour vos clients et prospects

Exprimer les valeurs et la vision de votre entreprise.

Fournir un guide approfondi sur votre métier.

FOCUS SUR...

Compétences & Use Case

Compétences & Use Case

Compétences & Use Case

Comment ça marche

ICP

Vision

Valeur ajoutée

Compétences et use cases les plus convaincants

Compétences & use cases convaincants pour l'ICP

La compétence qui a servi le use case + comment ça marche

Comment le produit/service fonctionne + fonctionnalités

Préciser l'ICP pour CHAQUE pricing.

La grande vision derrière votre existence

Ce qui aide à "onboarder" vos prospects

DANS LE BUT DE...

Encourager l'utilisateur à faire le premier pas (s'inscrire, réserver une démo..)

Encourager l'utilisateur à faire le premier pas (s'inscrire, réserver une démo..)

Encourager l'utilisateur à faire le premier pas (s'inscrire, réserver une démo..)

Faire découvrir aux utilisateurs toutes les choses qu'ils peuvent faire avec votre produit.

Convaincre les acheteurs qu'ils optent pour le bon package.

Montrer aux investisseurs et employés que vous avez de grands projets.

Faire en sorte que les utilisateurs prennent en main le produit plus rapidement.

BON EXEMPLE



Explication très claire du problème et comment le produit le résout.

Très clair sur le public cible + mise en avant du cas d'utilisation

Les cas clients pour chaque type de d'utilisations sont très spécifiques et convertissent bien.

Menu déroulant, mais les principales fonctionnalités sont très claires. Chacune a sa propre page !

Facilite la compréhension de leur type d'utilisation, ce qui simplifie leur choix.

Mise en avant de la mission avec des points forts, des statistiques clés et des ambitions.

Les ressources explicatives facilitent la prise en main du produit et l'expérience client.

PRÉSENTER CORRECTEMENT CES PAGES...



...POUR INCITER LES PROSPECTS À EXPLORER CELLES-CI