Liste de vérification de la pile technologique d’une petite entreprise : les outils pour mettre votre entreprise en ligne, par Hover

Lancer une entreprise s’accompagne d’une longue liste de tâches, mais déterminer les outils dont vous avez besoin pour l’exploiter en ligne n’a pas à être compliqué. Hover, un fournisseur de noms de domaine basé au Canada, a préparé une liste de vérification rapide pour passer en revue les éléments clés qui comptent vraiment et, le cas échéant, l’ordre dans lequel il vaut mieux les mettre en place. Que vous en soyez à vos débuts ou que vous fassiez le point sur ce que vous avez déjà, cette liste peut vous aider à passer en revue la pile technologique de votre entreprise.

Qu’est-ce que la pile technologique d’une petite entreprise?

La pile technologique d’une petite entreprise, parfois appelée « tech stack », est l’ensemble des outils que votre entreprise utilise au quotidien, de votre présence en ligne à vos finances, en passant par vos relations clients et votre marketing. Voyez la pile technologique comme une fondation. Les outils que vous choisissez au départ façonnent les opérations, la planification et la logistique qui suivent. Votre présence numérique sera elle aussi façonnée et soutenue par votre pile technologique.

La liste de vérification ultime de la pile technologique d’une petite entreprise canadienne pour votre présence numérique

Chaque outil de cette liste a une raison d’être, et certains dépendent d’autres outils à mettre en place d’abord. Nous l’avons indiqué là où c’est important : n’hésitez pas à la parcourir de la façon qui convient le mieux à votre entreprise.

1. Votre nom de domaine, au nom de votre entreprise

Votre nom de domaine est la base de la présence en ligne de votre entreprise. C’est lui qui alimente votre courriel, héberge votre site Web et aide à montrer à vos clients que vous êtes une entreprise légitime et établie en ligne. Vous pouvez commencer à chercher des options auprès de n’importe quel registre de domaines, comme l’Autorité canadienne pour les enregistrements Internet (ACEI).

Quelques conseils pour choisir un excellent nom de domaine :

- Gardez-le court et facile à épeler.
- Évitez les traits d’union, si possible. Ils sont faciles à oublier et délicats à dire à voix haute.

- Explorez les extensions de domaine modernes. Des extensions comme .co, .store et .shop sont largement reconnues quand le .com n'est pas disponible.
- Envisagez une extension de code de pays, comme le .ca. C'est une façon simple d'affirmer votre identité nationale, comme powerpay.ca!

> **Conseil de pro!** Pendant que vous y êtes, réservez aussi le nom de votre entreprise sur les médias sociaux. Même si vous n'êtes pas encore prêt à publier, réserver vos identifiants maintenant les empêche de tomber entre les mains de quelqu'un d'autre et assure la cohérence de votre marque partout.

2. Une adresse courriel professionnelle

Une fois votre domaine enregistré, la configuration d'une adresse courriel professionnelle est une étape naturelle. C'est un petit changement qui fait une grande différence. Votre adresse courriel en dit long sur votre entreprise avant même que vous envoyiez un message, et vous@votreentreprise.com signale à vos clients, partenaires et fournisseurs que vous exploitez une entreprise légitime et établie.

C'est aussi cette adresse qui figure sur vos factures, le formulaire de contact de votre site Web, vos cartes professionnelles et tous les comptes que vous créez à mesure que votre entreprise grandit. À mesure que votre équipe s'agrandit, vous pouvez aussi choisir de donner des adresses courriel de domaine à vos membres d'équipe.

3. Un site Web ou une page d'atterrissage

Il vous faut un site Web ou une présence Web qui répond à trois questions : que faites-vous, à qui cela s'adresse-t-il et comment peut-on vous joindre. Une page d'atterrissage simple remplit ce rôle pendant que vous bâtissez votre site Web ou votre site de commerce électronique.

Au final, votre entreprise bénéficiera d'un site Web complet, et le chemin que vous prendrez pour y arriver dépendra de vos besoins précis. Les créateurs de sites Web conviennent très bien à de nombreuses petites entreprises : ils offrent des résultats professionnels sans aucune connaissance technique. Si votre site exige plus de personnalisation ou des fonctionnalités particulières, travailler avec un développeur pigiste ou une petite agence est peut-être la meilleure voie. Et si vous avez le goût de l'aventure, les outils alimentés par l'IA ont rendu plus facile que jamais de créer quelque chose soi-même.

Peu importe la voie choisie, cherchez quelque chose que vous pouvez facilement mettre à jour vous-même à mesure que votre entreprise grandit. Il peut s'agir de rafraîchir vos textes, d'ajouter une page ou d'élargir votre offre au fil du temps. Il devrait aussi bien fonctionner sur mobile et pouvoir se connecter à vos outils de marketing et d'analyse. En fin de compte, le plus important est de vous lancer. Il est facile de se perdre dans les détails, mais le meilleur site Web est celui qui est réellement en ligne.

4. Un logiciel de comptabilité et de tenue de livres

Essayez de le configurer avant votre première vente, pas après votre première saison des impôts. Établir de bonnes habitudes comptables dès le départ signifie des dossiers plus propres, moins de course contre la montre au moment des impôts et un portrait beaucoup plus clair du rendement réel de votre entreprise.

La plupart des logiciels de comptabilité modernes sont infonuagiques, ce qui peut grandement faciliter la synchronisation de votre banque, le partage de l'accès avec un comptable et le suivi des dépenses. Cherchez un outil qui couvre l'essentiel : facturation, suivi des dépenses et intégration de la paie.

5. Des outils de communication et de médias sociaux

Le marketing par courriel demeure l'un des moyens les plus fiables de joindre vos clients directement. Une plateforme de marketing par courriel vous permet de bâtir et de segmenter une liste de courriels de clients et de clients potentiels, de créer des campagnes soignées à l'aide de modèles et de vous assurer que vos communications arrivent directement dans leur boîte de réception. Le texto est un autre excellent moyen de joindre vos clients d'une façon qui leur permet d'interagir et de répondre facilement. Un tel accès direct est difficile à reproduire ailleurs.

Les médias sociaux, pour leur part, sont excellents pour la visibilité. Ils élargissent votre portée, ouvrent la porte à une exposition organique et vous offrent un espace pour bâtir une communauté autour de votre entreprise. Un outil de gestion des médias sociaux peut vous aider à rester constant d'une plateforme à l'autre une fois que votre stratégie prend forme. De nombreuses entreprises utilisent aussi leurs pages de médias sociaux comme site Web principal, si cela convient à la vôtre.

6. Analyse et suivi du site Web

Configurer l'analyse dès le premier jour est l'une des mesures les plus proactives que vous puissiez prendre pour votre entreprise. Même avec une seule page d'atterrissage, vous pouvez apprendre beaucoup : de quelles villes ou régions viennent vos visiteurs, s'ils vous ont trouvé par les médias sociaux, la recherche ou un lien que vous avez partagé, et sur quoi ils ont réellement cliqué ou interagi une fois sur votre page.

Vous n'avez pas besoin de vous obséder avec les chiffres au début. Les voir s'accumuler en arrière-plan signifie que, lorsque vous serez prêt à vous y plonger, les données vous attendront. Configurez le suivi des objectifs pour les actions clés comme les inscriptions ou les formulaires remplis, faites le point chaque mois et laissez-le vous guider.

Comment choisir les bons outils?

Avec autant d'outils sur le marché, il peut être accablant de savoir par où commencer. Il est important de se rappeler que le bon outil est généralement celui que vous utiliserez réellement. Une plateforme sophistiquée qui prend la poussière est pire qu'une plateforme simple que vous ouvrez tous les jours. Voici quelques principes pour vous aider à faire le tri :

- [ ] Commencez avec les forfaits gratuits et essayez quelques types de logiciels. Ils ont souvent des fonctionnalités différentes, et certains pourraient mieux convenir à votre entreprise et à vos besoins que d'autres.
- [ ] Vérifiez les intégrations avant d'acheter. Les outils qui ne communiquent pas entre eux créent du travail manuel, et changer plus tard est plus pénible que de bien choisir au départ.
- [ ] Parlez à d'autres propriétaires d'entreprise, surtout ceux dont l'entreprise ressemble à la vôtre
- [ ] Écoutez les commentaires des fournisseurs et des clients qui interagissent avec la ou les solutions que vous avez choisies.

La pile technologique de votre petite entreprise compte dès le premier jour

Au début, l'un des pièges les plus faciles est de se laisser happer par des outils qui semblent excitants ou productifs avant que les fondations soient en place. Vous n'avez pas besoin d'une pile parfaite pour lancer votre entreprise, mais il est important de vous assurer d'être bien positionné pour réussir sur le plan numérique. Il vous faut une pile technologique fonctionnelle qui convient à votre entreprise au départ et qui peut grandir et changer à mesure que votre entreprise prend de l'expansion.