



# Recommandations, bonnes pratiques et tendances

## Site internet de Paxyl Solutions

Recommandations  
pour le site internet

Les bonnes pratiques à  
mettre en place

Les dernières tendances  
du web design

Le marketing de  
contenu en 2021

# Introduction

Lors de la création d'un site internet il y a plusieurs points importants à prendre en compte:

- le contenu
- l'optimisation SEO
- et le UX design

Dans le cas du site internet de Paxyl Solutions, l'objectif n'est pas de refaire le site internet au complet mais plutôt de le remettre au goût du jour en changeant le contenu et en modifiant quelques éléments de design pour obtenir un rendu plus moderne et attrayant.

Dans ce document il sera question des recommandations quant à la page "à propos", la version anglaise ainsi que comment rendre visuel les études de cas clients.

Dans un second temps, les bonnes pratiques et tendances seront présentées pour vous aider à maintenir votre site internet et votre image à jour.



# Recommendations

## 1. Page à propos

Comme présenté sur les maquettes de la page d'accueil et de la page carrière, la page "à propos" n'existe plus. La plus grande partie du contenu actuel de cette page a été replacée dans les 2 nouvelles pages. Le contenu qui n'a pas été replacé n'était pas ou plus pertinent.

Les solutions et services que vous proposez sont des solutions complexes et sur mesure, il est donc nécessaire d'alléger le contenu pour ne pas surcharger le visiteur d'information. Tout contenu qui n'apporte pas de plus-value à proprement parlé ne devrait pas figurer sur votre site internet. N'hésitez donc pas à raccourcir les paragraphes, soyez clairs et concis et invitez plutôt le visiteur à vous contacter pour obtenir plus d'informations.

## 2. Version anglaise du site internet

Après étude rapide du marché canadien anglophone et américain, il a été noté que les entreprises du domaine des centres d'appel ont pour la plupart des sites internet désuets et peu maintenus à jour. Les versions anglaises des concurrents directs (i3 vision et quovim c3) ne présentent aucune différence majeure et sont de simples traductions du site français.

Il est donc conseillé ici d'épurer de contenu anglais de la même façon que pour le contenu français. Peu de modifications seront nécessaires. Pour la page carrière, même si les ressources recherchées sont principalement francophones, il est important d'avoir une traduction pour favoriser le SEO. Le contenu peut être allégé, mais la page doit quand même être présente.



### 3. Présentation des projets réalisés

Afin d'illustrer de façon claire et concise les solutions et services offerts par Paxyl, l'utilisation d'étude de cas client semble la plus appropriée. Mais là encore, la simplification sera de mise, car tous les prospects ne sont pas des experts du domaine et doivent donc être en mesure de comprendre facilement.

De plus afin de faciliter la navigation du visiteur, sur les pages de présentation des services et solutions, il est recommandé d'ajouter, à la suite du descriptif, des calls to action. Ceux-ci pourraient être intitulés "nos dernières réalisations" avec un lien menant directement vers la page des présentations. Le contenu pourrait être hébergé dans la section nouvelle/blogue, sans oublier de créer une catégorie "Étude de cas" pour une meilleure organisation du contenu.

Trois solutions de présentation des études de cas sont donc possibles :

#### + Vidéos de présentation :

Meilleure solution envisageable, les vidéos, en plus d'être plus attrayantes et interactives, permettent des explications plus claires. Pour un effet optimal, le client devrait être la personne face caméra qui explique son projet dans ses propres mots, ainsi que sa collaboration avec Paxyl. Si le client souhaite rester confidentiel, alors l'employé chargé du projet pourrait être celui qui prendrait la parole et expliquerait ce qui a été réalisé.

#### + Infographie avec courte présentation :

Les visiteurs répondent mieux, de façon générale, à du contenu visuel. Il serait donc possible de faire créer par un designer graphique des infographies explicatives des projets qui détaillerait les objectifs du projet ainsi que chaque étape. (Voir exemple [ici](#))

#### + Article de présentation avec document téléchargeable :

En dernier recourt, car comme vue précédemment, les visiteurs préfèrent le contenu visuel, vous pourriez rédiger un court article descriptif qui reprendrait les grandes lignes du projet et y ajouter en téléchargement, une présentation plus complète sous PPT ou pdf. (Voir exemple [ici](#))

Dans tous les cas, en fonction de votre marché et de son fonctionnement vous pourriez offrir l'accès à vos études de cas en échange des informations de contact de vos prospects, et ainsi vous créer une base de données que vos business dev. pourraient utiliser. (Voir exemple [ici](#))



## Les bonnes pratiques en matière de site internet

### 1. Misez sur un contenu utile, concis et clair

Une écriture User Friendly doit guider les utilisateurs et les aider à interagir avec votre site internet. Chaque élément a un impact sur l'expérience de l'utilisateur il ne faut donc en négliger aucun. Étant donné les services et solutions complexes que vous proposez, ce que l'on veut c'est que le prospect communique avec vous pour en savoir plus, plutôt qu'il ne se noie dans un contenu trop riche.

### 2. Facilitez la navigation

En limitant le nombre de pages, et le nombre de sous-menus vous simplifierez la navigation de vos visiteurs. Si la suppression des sous-menus rend vos pages trop longues n'hésitez pas à utiliser des ancrés en début de page ainsi que l'intégration d'un petit bouton permanent de scroll up, pour éviter à vos visiteurs de devoir remonter une page entière lorsqu'ils sont arrivés à la fin.

L'autre point important également dans la facilitation de navigation est l'utilisation d'un menu statique qui reste affiché lorsque l'on scroll down, cela évite de devoir remonter toute une page pour changer de section.

### 3. Soignez votre design et prenez soin de votre charte graphique

On dit toujours que l'on n'a qu'une seule fois l'occasion de faire une première bonne

impression. C'est d'autant plus vrai avec un site internet. Il faut ici tenir compte du fait que 90% des informations transmises au cerveau sont visuelles et que 40% de la population répond mieux à un stimulus visuel qu'un texte. Préférez donc l'utilisation d'images, de vidéos ou d'icônes plutôt qu'un texte trop long.

Lorsqu'il est dit « prendre soin de sa charte graphique » cela signifie que s'il est important d'utiliser des éléments visuels, il est encore plus important qu'ils restent cohérents. Faites attention de choisir une série d'icônes qui ont un style identique ainsi que des images qui ont les mêmes caractéristiques visuels. Vous pouvez par exemple ne sélectionnez que des images à fort contraste avec des couleurs vives et des expressions effacées, ou à l'inverse avec peu de contraste et des couleurs moins marquées mais des expressions fortes. Ce qu'il faut, c'est éviter de les mélanger pour conserver une certaine harmonie.

# Les dernières tendances en matière de contenu et de design

S'il n'est pas question pour vous de refaire complètement votre site internet pour le moment, vous pouvez tout de même vous inspirer des dernières tendances en matière de web design. Mais les tendances ne sont pas présentes que dans le design, elles sont aussi très présentes dans le contenu. Voici un petit tour d'horizon de ce qui est adapté à votre entreprise.

## Les tendances du web design

### + Les espaces vides et le minimalisme

Les encadrements et espaces vides sont très présents sur les sites internet. Le style, toujours plus épuré, permet de mieux mettre en évidence le contenu et sa signification. Cette utilisation des espaces apporte une structure plus marquée et une image de stabilité qui renforce l'impact des images et du texte utilisés.

### + Crée pour le mobile plutôt que d'être adapté

La tendance du "mobile first" vient tout simplement du taux d'utilisation des téléphones pour naviguer sur le web. De manière générale plus de 3 visites sur 5 sont faites depuis un mobile. Cela peut varier selon les industries, il serait donc intéressant de jeter un oeil aux statistiques google analytics de votre site internet afin d'identifier quelle est votre tendance.

Quoi qu'il arrive, de nos jours, un site internet ne peut être qu'adaptatif, car le référencement des moteurs de recherche attribue de plus en plus d'importance à la version mobile. Soignez donc votre apparence dans tous les formats.

### + Les micro-animations

Avec les avancées en matière de développement web, un site internet aujourd'hui qui est 100% est complètement "out". Ce qui est "in" ce sont toutes

les micro-animations qui vont attirer le regard et montrer à votre visiteur toute l'attention au détail dont vous faites preuve. Elles vous donneront une image moderne et dynamique. Mais elles ne sont pas que visuels, elles peuvent également faciliter la compréhension et le fonctionnement de votre site, en attirant l'attention sur une partie plus importante ou en orientant la lecture par exemple.

### + Les vidéos

La vidéo est le média le plus apprécié sur le web, que ce soit sur les médias sociaux ou les sites internet. Elle permet d'être précis et clair, et apporte une image plus dynamique.

### + Les couleurs audacieuses et lumineuses

Dans la lignée de la mode des néons, les couleurs audacieuses et lumineuses s'invitent volontiers sur nos sites internet. Dans le cas de Paxyl, l'utilisation de couleurs plus tendance permettrait de moderniser l'image et vous distinguerait de la concurrence qui reste très austère. À utiliser tout de même avec parcimonie. Les couleurs pourraient s'intégrer dans vos infographies ou dans vos vidéos.



## Les tendances du marketing de contenu

### + Le minimalisme

Si la tendance est très présente dans le web design, elle l'est aussi en matière de contenu. Les visiteurs recherchent de la simplicité et de la clarté. Moins il y en a, mieux c'est! Il faut alors faire attention au choix des mots et être concis.

### + Le Trust content

92 % des consommateurs font confiance à une recommandation. Le trust content est déjà présent sur le site de Paxyl. Il est important de le conserver et même de le développer si possible. Les vidéos de témoignages proposées précédemment peuvent s'intégrer dans cette tendance.

### + Le contenu rédactionnel

De façon générale, la publication de contenu rédactionnel est une tendance présente depuis plusieurs années. Le contenu est roi en ligne comme hors-ligne. Pour Paxyl, l'alimentation régulière d'un blogue avec des articles, des études de cas, des livres blancs...etc. permettrait d'attirer l'attention des prospects et de maintenir le SEO. Cela permettrait également d'avoir du contenu natif pour alimenter vos réseaux sociaux et rediriger le trafic vers votre site internet.

### + Les webinaires

Avant la pandémie, les webinaires connaissaient déjà une forte expansion, mais celle-ci s'est encore accélérée avec le confinement. Les utilisateurs aiment avoir accès rapidement à du contenu de qualité et pouvoir interagir directement avec le présentateur. Sans se mettre la pression d'un calendrier de webinaires trop chargé, Paxyl pourrait envisager d'organiser un webinaire tous les trimestres afin de conserver le lien créé avec les clients et prospects.

### + Le recyclage du contenu

Quit à investir dans la création de contenu, autant le rentabiliser en le recyclant autant que possible. Et ça tombe bien car c'est la tendance. Vous avez réalisé un webinaire avec un intervenant externe ? Utilisez le contenu de ce webinaire pour créer un article ou un podcast. Vous avez réalisé une infographie présentant les statistiques de l'industrie ? Découpez-la pour en faire des publications médias sociaux... etc.

