



HILMAN DESIGN

$r + p = m$

La formule marketing pour

Réussir Un Plan De Site Web.

Et Transformer
Vos Visiteurs En
Fidèles Clients.

$$r + p = m$$

La Formule Marketing Pour Réussir Un Plan de Site Web

Version 1.0

© Copyright 2022 HILMAN DESIGN

Tous droits réservés. Cette publication, y compris toutes ses parties, ne peut être reproduite, stockée ou transmise sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, électronique, mécanique ou autre, sans le consentement écrit préalable de l'éditeur. L'inclusion de brèves citations dans des revues et du matériel éducatif est autorisée.

Clause de non-responsabilité : Les informations présentées dans ce livre sont basées sur l'expérience, les connaissances et les opinions de l'auteur. L'auteur et l'éditeur ne peuvent être tenus pour responsables de l'utilisation abusive des informations contenues dans ce livre.

Table des matières

1.	Pourquoi ce guide	4
2.	À qui ce guide est-il destiné?	6
3.	Ce que vous allez apprendre	7
4.	Votre site risque de passer inaperçu	9
5.	Ce que vous attendez vraiment de votre site web	11
6.	L'élément le plus important de votre projet de site web	13
7.	$r + p = m$, la formule pour réussir le plan de votre site web	15
8.	Étapes à suivre pour concevoir le plan de votre site web	24
9.	Prototype de site web bien planifié	54
10.	Cas d'étude: Conception du plan de 2 projets de site web	64
11.	Audition du site web du ministère des PME	80
12.	Votre plan est prêt, que faire maintenant?	92
13.	Interview avec: Brenda Davis (PDG BJ&K Family Solutions)	96
14.	Qui suis-je?	99

Pourquoi ce guide

Je m'en souviens comme si c'était hier... Allongé sur mon lit, le sourire aux lèvres provoqué par une montée de dopamine, j'avais finalement trouvé une idée passionnante pour lancer mon propre blog!

Après avoir suivi des dizaines de success story en ligne, il était temps de construire la mienne. Le blog devait parler d'entrepreneuriat dans le contexte du Cameroun et j'avais même déjà trouvé un nom et un concept: Nkapsule.

Une sorte de capsule comprimé qui allait donner à mes abonné(es) des "pouvoirs" pour devenir des supers héros de l'entreprenariat et se faire du nkap (de l'argent) plein les poches.

L'imagination débordait, le taux de dopamine était au maximum et j'affichais un regard fier comme si je venais de trouver la formule pour stopper la pauvreté dans le monde.

Quelques années plus tard, alors que j'écris ces lignes, je ne peux m'empêcher de penser à cette phrase que mon ancien employeur et mentor Dr. Stanley avait pour habitude de dire:

- Idea is shit (l'idée c'est de la merde).
- Implementation is king (l'implémentation est roi).
- Monetization is god (la monétisation est dieu).

Entre une idée et son implémentation, il y a un grand fossé. Mais entre l'implémentation d'une idée et sa monétisation, il y a un très très grand fossé.

La majorité des personnes restent bloquées au niveau de leur idée de site web et n'arrivent pas à traverser le premier fossé qui leur permet de passer à l'implémentation. Elles contemplent sans cesse leur idée sans jamais pouvoir passer à l'action.

Le peu de personnes qui arrivent à passer à la phase d'implémentation font face à un autre problème. Comment rentabiliser (monétiser) leur site web? C'est tout un autre challenge...

Ce guide a pour but d'éclairer les personnes qui se lancent dans ce voyage afin qu'elles sachent construire les ponts qui les aideront à traverser les deux fossés qui les attendent.

Après avoir travailler avec Dr. Stanley, considérez ce guide comme étant le condensé des 12 ans d'expérience qu'il possède dans ce domaine et dont j'ai passé deux années en a profiter en étant formé par lui et en travaillant dans son entreprise comme manager web design et marketing.

Nous vous conseillons vivement de rejoindre notre communauté en ligne où vous trouverez rapidement de l'aide en ce qui concerne votre projet de site web. Et si vous souhaitez recevoir de nouvelles astuces, parler à d'autres porteurs de projets comme vous, partager des ressources, et trouver l'inspiration, il suffit de cliquer sur le lien suivant:

[Rejoindre la communauté en ligne](#) (clic droit de votre souris et choisir "ouvrir dans un nouvel onglet")



À qui ce guide est-il destiné?

Ce guide est rédigé en ayant à l'esprit la personne qui a une idée de projet, souhaite la matérialiser en ligne sous forme de site web mais se sent perdue car ne sachant pas par où commencer ni comment s'y prendre.

Ce guide vous donnera la clarté nécessaire pour vous lancer.

Le web développeur qui travaille en free-lance, le chef d'entreprise, l'équipe de marketing ou toute autre personne ayant la responsabilité de la gestion d'un site web depuis sa planification aux éventuels modifications, trouvera une approche qui l'aidera à mieux travailler pour l'atteinte de ses objectifs.

Comme vous le verrez tout au long de ce livre, internet est devenu un milieu extrêmement saturé d'informations et il est de plus en plus difficile d'avoir l'attention des internautes.

Un site web ne devrait plus être planifié en pensant juste au design, mais aussi à une stratégie qui aidera votre site à se démarquer et à faire entendre votre message dans l'océan d'informations que contient la toile aujourd'hui.

Ce que vous allez apprendre

On a tendance à l'oublier une fois que nous sommes sur le web, mais la capacité de vendre ou d'attirer des personnes vers un produit / service est quelque chose qui existe bien avant l'invention de l'internet.

Aujourd'hui, on pense plutôt que cette capacité se trouve dans les outils technologiques dont nous disposons en ligne: Facebook, site internet, YouTube, etc.

C'est comme dire que la capacité de jouer au football se trouverait dans le ballon, pourtant nous savons tous qu'elle se trouve dans le footballeur.

Ce guide va vous apprendre à être ce footballeur qui sait utiliser le ballon à son avantage pour atteindre ses objectifs.

Vous saurez combiner l'art de la vente dans la planification de votre site afin que celui-ci puisse non seulement vous servir convertir vos visiteurs en fans, mais aussi en fidèles clients.

Vous comprenez que ce document ne vous apprendra pas à designer un site, mais plutôt à avoir l'approche stratégique pour planifier son succès en organisant le rôle que jouera chaque partie de votre site web.

Vous serez entre autre capable de:

- Savoir par où commencer avec votre projet;
- Ressortir exactement ce que vous attendez de votre site;
- Ressortir la philosophie de votre idée pour accrocher vos visiteurs;

- Vous démarquer dans un environnement web saturé;
- Structurer votre site afin de l'optimiser pour l'atteinte de vos objectifs;
- D'établir un plan facile à suivre qui vous apportera la clarté nécessaire et permettra à vos développeurs web de travailler dans un canevas bien défini.

Votre site risque de passer inaperçu

Nous vivons dans une époque où les internautes ont de moins en moins de patience. Le temps où il suffisait d'avoir un site web et de voir les visiteurs se ruer continuellement dessus est bel et bien fini.

800 000 sites internet sont créés tous les jours, soit 24 000 000 par mois. Le pire est que tous ces sites veulent l'attention des internautes, raison pour laquelle ces derniers sont devenus exigeants et sélectifs sur les sites à qui ils accordent leur précieuse attention.

Pour vous qui avez le désir de publier un site de plus dans la toile, vous comprenez que vous risquez de passer inaperçu...Votre site ne devrait plus être conçu comme au début des années 2000 où chaque propriétaire de site était vu comme une superstar, mais il doit avoir une approche qui tient compte des nouvelles dynamiques et exigences des internautes aujourd'hui.

Beaucoup essayent de résoudre ce challenge en utilisant les publicités en ligne pour promouvoir leur site. Mais cela n'a fait que déplacer le problème sans pour autant le résoudre.

- Mais de quelle manière cela déplace t-il le problème ?
- Bonne question...

"Chaque fois que je vais en ligne, j'aimerais voir autant de publicité que possible;" disait personne...

Oui, personne n'a dit une chose pareille parce que les internautes vont en ligne pour se distraire, s'informer, ou simplement discuter entre ami(es). Voir des publicités n'est pas dans leur agenda et ils ont tendance à les trouver envahissantes.

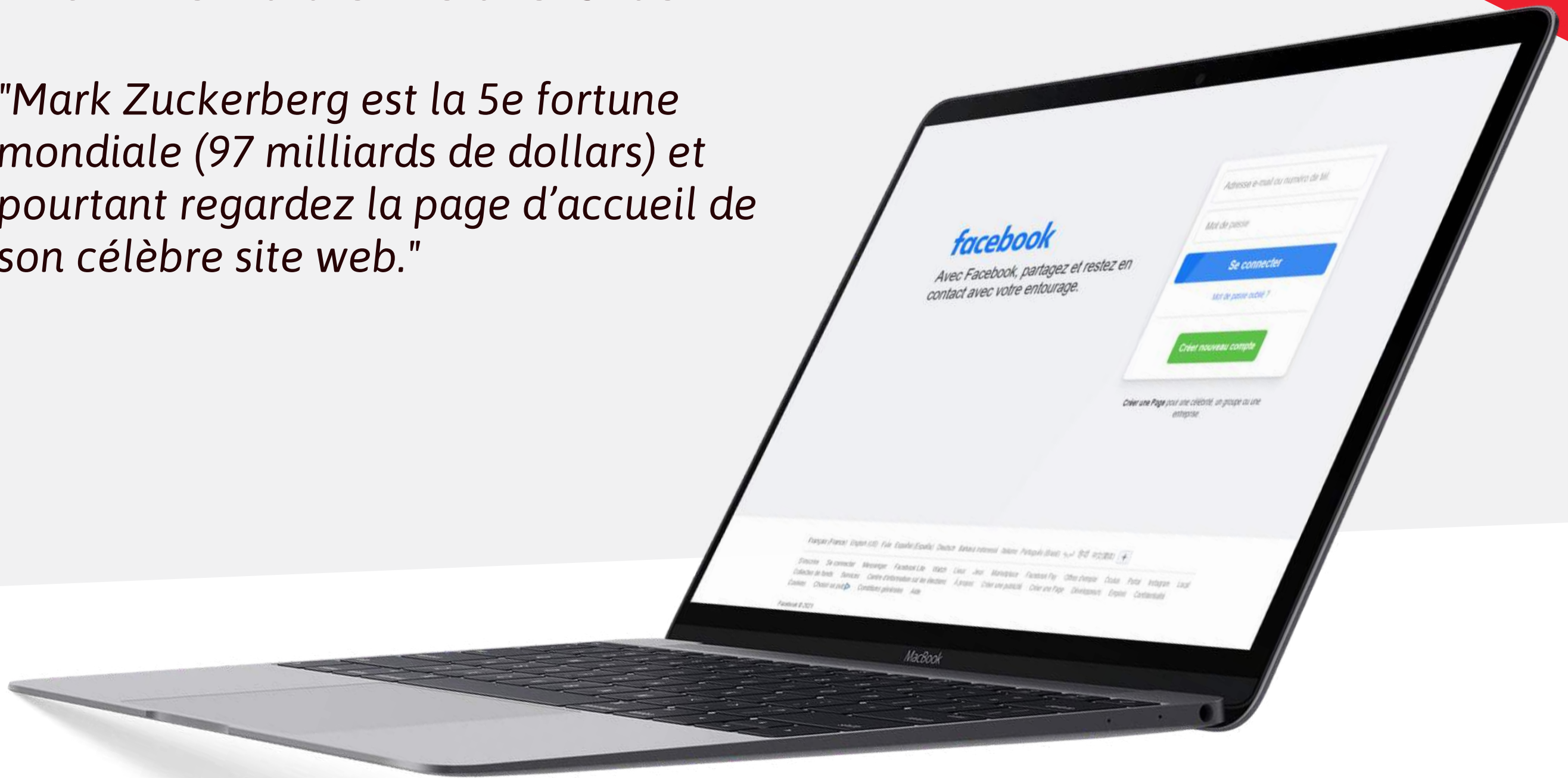
Savez vous que chaque internaute est quotidiennement exposé à 5000 publicités en ligne? Avec un nombre pareil, qu'est ce qui va se passer à votre avis?

La même chose qui s'est passé avec les sites internet: Les internautes sont devenus exigeants et sélectifs sur le contenu au quel ils accordent leur précieuse attention. C'est pourquoi nous avons dit que le problème a été déplacé et pas résolu.

Voilà l'un de vos plus gros challenge en tant que propriétaire de site internet. Mais ne vous inquiétez pas, ce guide vous montrera comment y remédier.

Ce que vous attendez vraiment de votre site

"Mark Zuckerberg est la 5e fortune mondiale (97 milliards de dollars) et pourtant regardez la page d'accueil de son célèbre site web."



En général on s'attend à ce que notre site soit super beau et utilise les toutes dernières technologies. D'autres encore souhaitent avoir un site internet pour ajouter du crédit à leur activité car être propriétaire d'un site donne l'image de quelqu'un de sérieux et de professionnel.

La beauté, la technologie, le professionnalisme jouent effectivement un rôle important dans votre projet. Mais parlons un instant de la véritable raison pour laquelle vous souhaitez avoir un site:

Mark Zuckerberg est la 5e fortune mondiale (97 milliards de dollars) et pourtant regardez la page d'accueil de son site web...

C'est ce même site qui lui génère ses revenus extraordinaires et pourtant sa page d'accueil n'a rien d'extraordinaire...Un développeur pourrait la monter en quelques heures.

La vérité est que ce n'est pas un site web que vous recherchez vraiment, mais ce sont les revenus ou la visibilité que ce site pourra vous aider à générer.

J'ai récemment travaillé pour une jeune entrepreneure qui à travers ses formations, aide les personnes qui désirent gagner de l'argent en ligne à se lancer. Elle avait urgemment besoin d'un site internet pour ses activités et me disait qu'elle rêve de devenir milliardaire.

D'une certaine manière, elle voit son site internet comme un moyen d'y arriver.

C'est de cette manière que vous devriez voir votre site internet et le planifier dans cet objectif. Avoir un site engage des frais et si vous ne voyez aucun retour sur investissement après quelque temps, vous risquerez de vous décourager.

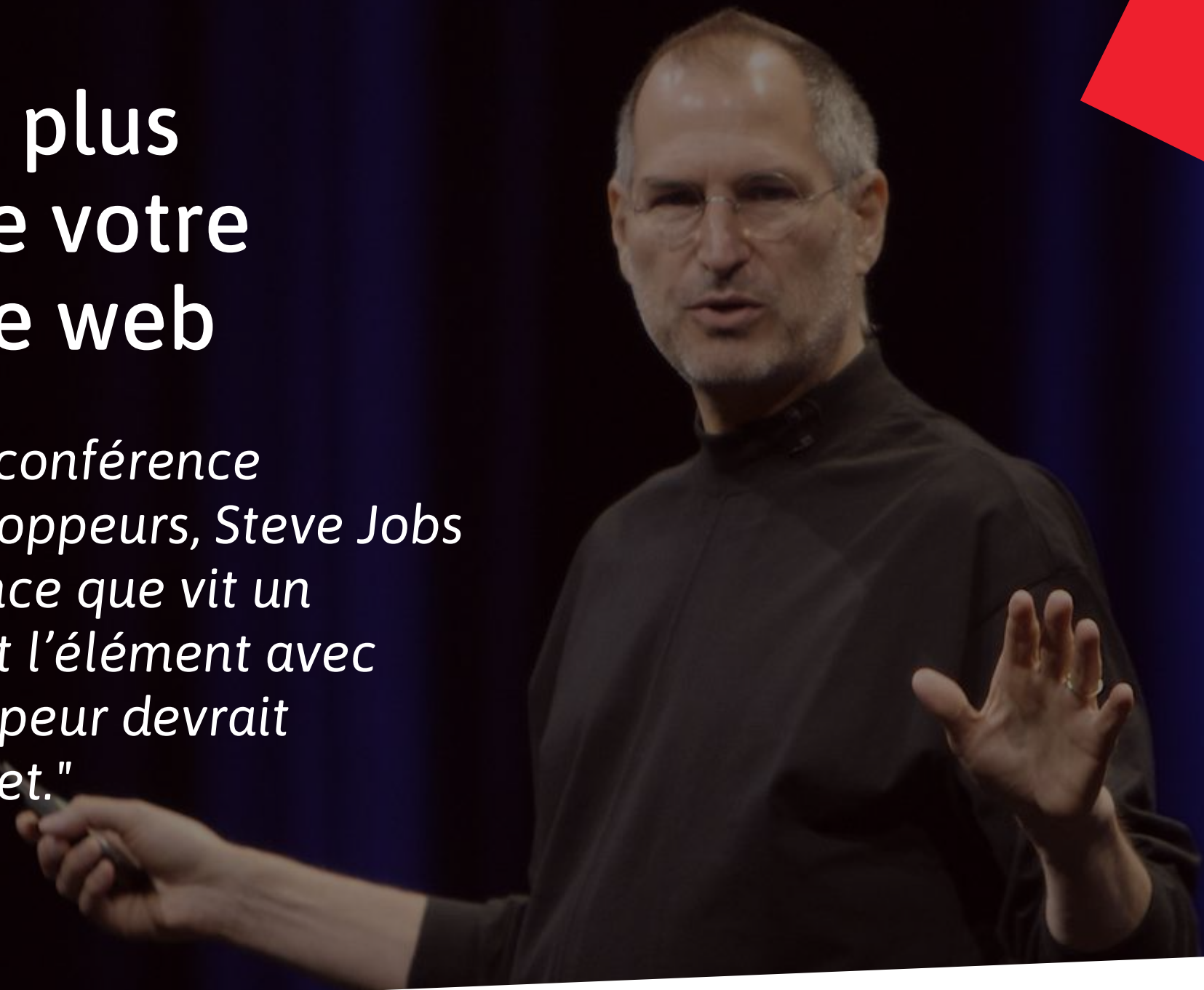
Voici entre autre ce que vous devez attendre de votre site web:

- Qu'il transforme votre idée en un business viable;
- Qu'il transmette un message qui résonne avec votre public cible;
- Qu'il offre à vos visiteurs une expérience qui leur fera s'attacher à vous et à votre marque.

Le développeur web vous apportera la technique et la technologie nécessaire pour votre site web. Le designer web vous apportera l'esthétique pour le rendre beau. Le web marketiste vous apportera des stratégies pour planifier et structurer la croissance de votre site. Mon conseil est de commencer votre projet avec ce dernier et c'est ce que ce guide vous offrira.

L'élément le plus important de votre projet de site web

"En 1997, lors de la conférence mondiale des développeurs, Steve Jobs évoquait "l'expérience que vit un client" comme étant l'élément avec lequel tout développeur devrait commencer un projet."



Une bonne partie des développeurs web ignorent ceci... En effet, si vous leur posez la question de savoir quel est l'élément le plus important de votre projet, ils auront tendance à vous citer les éléments suivants:

- Un bon choix de couleur;
- L'adaptation de votre site pour les appareils mobiles et tablettes;
- Un bon nom de domaine (l'adresse de votre site web);
- Un bon service d'hébergement;

Tous ces éléments ont leur importance, mais ils vous parlent là de l'aspect technique de votre projet. À votre avis, quelle est la pièce maîtresse de votre projet?

C'est un peu contre intuitif mais l'élément le plus important de votre site n'est PAS votre produit / service, ce n'est même pas vous le porteur du projet, mais c'est... Votre clientèle cible.

Pourquoi?

Parce vous cherchez à générer des revenus par votre site web et ces revenus se trouvent en ce moment dans la poche de votre clientèle cible.

Votre défi est de faire quitter ces revenus de leur poche, et de les faire atterrir dans la vôtre. La seule personne qui détient ce pouvoir c'est le client lui même. C'est pourquoi votre site doit être planifié en ayant tête votre cible et non votre produit / service afin que cette transaction se passe "naturellement."

Il y en a qui le font tellement bien que ce sont les clients qui les supplient de prendre leur argent...Non, je n'exagère pas...

Combien de personnes supplient Facebook de prendre leur argent pour afficher une publicité dans votre fil d'actualité? Au point où non seulement ils sont prêts à donner de l'argent à Facebook, mais aussi à payer quelqu'un qui va gérer leur campagne de publicité sur Facebook.

En 1997, lors de la conférence mondiale des développeurs, Steve Jobs parlait d'un sujet similaire en évoquant "l'expérience que vit un client" comme étant l'élément avec lequel tout développeur devrait commencer un projet. En effet, ce qu'il avait l'habitude de faire au début d'un projet c'est de s'asseoir avec des ingénieurs pour trouver une technologie impressionnante qu'il allait ensuite essayer de commercialiser.

Lors de cette conférence, il révélait qu'il faut plutôt commencer en comprenant l'expérience que vit le client et en modelant la technologie autour de cela.

En réalité Steve Jobs disait que l'élément le plus important d'un projet c'est le client. Il a ensuite poursuivi son discours en ajoutant que c'est le principe qu'il a appliqué pour sa marque Apple que nous connaissons aujourd'hui comme étant l'un des plus gros succès technologique de l'histoire.



$r + p = m$, la formule pour réussir le plan de votre site web

S'il y a une partie de ce guide à laquelle vous devez prêter une attention particulière, c'est celle-ci. Nous allons vous expliquer le principe sur lequel nous nous appuyons pour planifier un site web avec l'approche marketing.

Vous voulez probablement que votre site internet vous génère des revenus et générer des revenus n'est pas une chose qui a commencé avec l'avènement de l'internet, mais c'est un processus qui existe depuis que les hommes ont commencé à faire du commerce.

L'approche marketing de la planification de votre site s'appuie sur un principe vieux comme le monde que nous avons résumé dans cette formule:

Relations + Parcours Client = Monétisation

Comment comprendre cette formule?

Relations

Si vous voulez que votre site génère des revenus, alors vous devez vendre quelque chose.

Il est bien connu dans le milieu du marketing que convaincre une personne à acheter chez vous est comparable à un homme qui demande la main d'une femme, d'où la notion de relations.

Pour illustrer l'importance de ce principe, nous allons nous attarder un instant sur un youtubeur qui fait des vidéos d'expériences sociales. Dans celle ci, il demandait à de parfaites inconnues de se marier avec lui. Voici les réponses qu'il obtenait:

- I don't know who you are...
- It's a joke...
- I am taken, sorry...



Si la première chose que votre site web demande à de nouveaux visiteurs c'est d'acheter votre produit / service, alors vous n'êtes pas différent de lui, et ces visiteurs vous diront exactement la même chose:

- I don't know who you are: Je n'ai pas confiance en vous, qui êtes-vous?
- It's a joke: Votre produit / service est-il vraiment authentique?
- I am taken sorry: Désolée, quelqu'un d'autre me fournit déjà ce produit / service.

Votre site web doit être construit de manière à bâtir la confiance avec vos visiteurs, à apporter plus de valeur que vos concurrents AVANT de leur demander d'acheter quelque chose.

Pour qu'une demande de mariage aboutisse, il faudrait préalablement avoir bâti une relation dans laquelle la femme vous fait confiance et a des preuves que vous êtes la bonne personne avec qui elle peut s'engager sans crainte. C'est exactement ce que votre site web doit faire.

Il en est de même si vous voulez juste un blog et avoir des followers. Vous devez pouvoir bâtir une relation avec votre audience.

Si vous fréquentez Facebook, vous avez certainement fait l'expérience d'un inconnu qui vous envoie une demande d'ami ensuite une demande d'aimer sa page et enfin un message privé vous proposant des produits à acheter.

Comment vous êtes vous senti(e)?

Croyez-moi, votre expérience aurait été complètement différente si cette personne avait d'abord pris le temps de bâtir une relation avec vous.

La technologie et surtout Facebook nous ont fait croire qu'il suffit de bien savoir utiliser leur outil pour faire des ventes. Hors, les ventes n'ont rien à voir avec Facebook car ce sont des transactions d'humains à humains qui existent bien avant l'invention d'internet.

C'est pourquoi au Cameroun, les meilleurs vendeurs pour moi ce sont les naturopathes. Oui, ceux là qui montent dans les cars de voyage et essaient d'abord d'établir une connexion humaine avec les passagers avant de vendre.

Vous voulez vendre? Créez des relations humaines avec vos prospects. Votre site internet doit en tenir compte. Mais comment faire?

Nous allons parler un instant de deux principes qui vont vous aider, vous et votre site à bâtir des relations:

Être intime

Un couple ne commence pas à parler de mariage les premiers jours, car se sont encore de parfaits inconnus l'un pour l'autre.

Ils ont besoin de se connaître, de passer de simple connaissances à personnes qui s'ouvrent un peu plus intimement l'un à l'autre, et c'est de cette façon qu'on aboutit finalement au mariage.

Il s'agit d'être engagé émotionnellement. Votre site web doit pouvoir parler aux émotions de vos visiteurs si vous souhaitez que ces derniers s'engagent aussi avec vous.

Même la science démontre que la plupart de nos décisions sont influencées par nos émotions.

La célèbre poète Maya Angelou disait:

“J'ai fini par apprendre que les gens oublient ce que vous avez dit, ce que vous avez fait, mais ils n'oublieront jamais ce que vous leur avez fait ressentir.”

Si vous souhaitez que les visiteurs de votre site ne vous oublie pas, il faudra savoir s'adresser à leurs émotions.

Vous comprenez qu'avant de monter votre site, vous devez pouvoir répondre à la question suivante: **De quelle manière mon site peut-il être intime envers mes visiteurs?**

Être pertinent

Bien qu'il soit vrai que l'aspect émotionnel joue un rôle important pour l'aboutissement au mariage, la pertinence occupe une place tout aussi cruciale.

Avant de s'engager, on veut savoir si la personne avec qui on s'engage est sérieuse, on veut voir des preuves, quelque chose de plus palpable et de plus réel que de simples émotions.

Il s'agit ici de parler à l'intellect des visiteurs, d'argumenter pour convaincre, de faire des démonstrations. Votre site web doit pouvoir leur dire comment vous allez les aider et quelles seront les résultats que vous allez obtenir pour eux.

Quelle est votre méthode de travail et avez-vous déjà obtenu des résultats en travaillant avec d'autres personnes?

Vos visiteurs ont ce genre de questions dans leur esprit, et il faut être en mesure de leur adresser le bon message.

Vous comprenez qu'avant de monter votre site, vous devez pouvoir répondre à la question suivante: **De quelle manière mon site peut-il être pertinent pour mes visiteurs?**

Parcours client

Le parcours client est la somme complète des expériences vécues par les clients lorsqu'ils interagissent avec un produit ou un service.

Au lieu de ne regarder qu'une partie d'une transaction ou d'une expérience, le parcours client documente l'expérience complète d'être client.

Comme nous l'avons souligné dans les parties précédentes, c'est ce principe qu'a utilisé Steve Jobs pour bâtir sa marque Apple, en commençant avec l'expérience que vit le client pour ensuite modeler son entreprise en se basant dessus.

Le parcours client est comme ce pousseur qui attend tous les jours à 7h où les taxis garent pour décharger les plantains des bayam sellam.

Ce pousseur a compris l'expérience que vit la bayam sellam tous les matins et à décider de l'aider dans son parcours de transport de plantain du terminus des taxi à son comptoir.

Résultat: Pointage assuré tous les matins à 7h au terminus des taxi. Le business du pousseur devient prédictible et non plus aléatoire.





Le parcours client c'est encore comme les transactions d'argent à l'âge d'or d'Express Union: Les gens commençaient à se fatiguer du rang, de la paperasse et de l'humeur des agents qui servaient aux guichets

Les gens rêvaient d'un nouveau parcours: Faire des transactions

depuis le confort de leur maison, en évitant tout le stress de se rendre dans une agence, de prendre le risque de sortir tout le temps avec du cash et de remplir des formulaires.

Express Union à ignorer ce désir d'un nouveau parcours de ses clients et boom! Orange Money lui a dit: Erreur for mboutoukou, na dame for ndoss...On connaît la suite de l'histoire...Ils ont lu l'heure en vrai.

Il est donc important d'intégrer le parcours client dans la planification de votre site internet. Nous verrons comment faire.

La monétisation

La monétisation est le processus de gagner de l'argent à partir de votre site web, de telle sorte que les visiteurs de votre plate-forme en ligne puisse s'engager à acheter vos services ou produits.

C'est comme une demande en mariage acceptée. À ce point, vous devriez déjà comprendre que chaque action que votre site demandera à ses visiteurs de prendre est assimilée à une demande en mariage. Celle ci doit donc être formulée de manière irrésistible et bien pensée.

Comme nous l'avons déjà vu, pour que cela se produise, vous devez être en mesure de coupler deux notions majeures dans votre projet: Relations et Parcours Client.

Avez-vous remarquez que lorsque vous achetez un produit ou un service quelque part, il y a de très fortes chances que vous y retourniez encore?

J'avais pris pour habitude de me faire coiffer dans le salon de John qui se trouve à près de 400 mètres de la maison. Dernièrement, je me suis rendu compte qu'il y a deux salons de coiffure encore plus proche, dont l'un se trouve être mon voisin direct.

Mais ce qui est drôle c'est qu'à chaque que j'ai envie de me coiffer, je pense automatiquement au salon de John. Bien qu'il se trouve à 400 mètres, je n'ai aucun problème à parcourir cette plus longue distance.

Curieux n'est-ce pas? Vous devez certainement vous demander pourquoi? Il serait logiquement plus simple d'aller au salon de coiffure le plus proche.

La raison est simple: Je suis habitué au salon de John. En d'autres termes, une relation s'est déjà établie entre le salon de John et moi de telle sorte que les autres salons n'existent pas dans ma tête, même s'ils seraient logiquement plus simple pour moi d'y aller.

C'est cela la force de la notion de relation. Vous pouvez voir comment elle est étroitement liée à la monétisation car grâce à cette relation entre le salon de John et moi, il peut quasiment être certain que je viendrai presque toujours me faire coiffer chez lui, malgré toutes les autres offres que je pourrais croiser en chemin.

N'aimeriez-vous pas que votre site web puisse produire le même effet pour vos visiteurs?

Nous allons maintenant vous montrer comment monter un plan incluant toutes ces notions pour votre site web.

Étapes à suivre pour concevoir le plan de votre site web

"Tout projet nécessite un plan avant son lancement et votre site internet ne fait pas exception."



Contrairement à ce qu'on peut penser, ce plan ne commence pas avec le choix des couleurs pour votre site car ce serait comme dire qu'un mariage commence avec le choix des couleurs des habits des mariés. Un mariage commence plutôt en bâtissant une relation sérieuse.

Comme nous l'avons déjà vu avec la formule **Relations + Parcours Client = Monétisation**, votre site internet et le mariage ont beaucoup de chose en commun et c'est la raison pour laquelle votre site doit être la parfaite demande en mariage. Pour se faire, le plan de votre site doit suivre les étapes suivantes:

- Définir le problème que vous voulez résoudre.
- Définir la cible pour qui vous voulez résoudre ce problème (votre future mariée).
- Définir comment votre site sera intime pour votre cible (votre future mariée).
- Définir comment votre site sera pertinent pour votre cible (votre future mariée).
- Planifier le parcours client.

Nous allons à présent revenir sur chacune de ces étapes avec quelques exemples à l'appuie.

Mais avant cela, j'aimerais vous présenter le formulaire de votre plan de site web. Chacune de ces parties devra être minutieusement remplie par vos soins. Les exemples que nous allons prendre vont vous guider dans cette tâche.

Je vous invite à lire chacune des sections de ce formulaire afin de vous imprégner de la méthode avec laquelle un site web est planifié.

1 - QUEL PROBLÈME VOULEZ-VOUS RÉSOUDRE PAR VOTRE PROJET?

Habituellement, celui ci naît d'un besoin que vous avez constaté à un moment donné et qui vous a inspiré à vous lancer. Quel est ce problème?

INSÉREZ VOTRE RÉPONSE CI-DESSOUS

(Insérez votre réponse ici)

2 - DÉFINITION DE VOTRE CIBLE

Profil de votre cible idéale

DÉMOGRAPHIE

Nom

Sexe

Âge

Lieu

Occupation

Salaire

PSYCHOGRAPHIE

Douleurs et frustrations

Peurs et conséquences

Objectifs et désirs

Rêves et aspirations



ÉTAT ÉMOTIONNEL PRÉSENT	
J'ai	
Je me sens	
Ma journée type est	
ÉTAT ÉMOTIONNEL FUTUR	
J'ai	
Je me sens	
Ma journée type est	
SOLUTIONS ESSAYÉES	
Solution 1	
Solution 2	
Solution 3	

3 - RENDRE VOTRE SITE INTIME POUR VOTRE CIBLE

IDENTIFIER LA PLUS IMPORTANTE FRUSTRATION DE VOTRE CIBLE

Insérer votre réponse ici

SE RASSURER QUE VOTRE RÉPONSE À CE COMMENTAIRE S'ADRESSE AUX ÉMOTIONS DE VOTRE CIBLE

Quel est le vrai problème que votre cible a et qui nécessite une vraie solution ?

Identifier la bonne émotion que votre cible exprime lorsqu'elle parle de son problème.

Comment s'adresser à cette émotion sur votre site?

Comment pourriez-vous vous connecter intimement avec votre cible dans votre réponse?

FORMULER VOTRE OFFRE DE VALEUR POUR VOTRE CIBLE

(Insérez votre réponse ici)



4 - RENDRE VOTRE SITE PERTINENT POUR VOTRE CIBLE

QUELLE EST LA GRANDE IDÉE DU PROBLÈME EXPRIMÉ ?

Insérer votre réponse ici

SE RASSURER QUE VOTRE SITE S'ADRESSE À L'INTELLECT DE VOTRE CIBLE EN RAPPORT À CETTE IDÉE DU PROBLÈME

Sous quel angle unique voulez-vous aborder la solution à ce problème?

Comment pouvez-vous être original, intéressant et passionnant?

FORMULER VOTRE RÉPONSE PERTINENTE AU PROBLÈME EXPRIMÉ PAR VOTRE CIBLE

(Insérez votre réponse ici)

Zoomer sur l'image pour mieux voir

5 - PLANIFIER LE PARCOURS PARCOURS CLIENT							
ÉTAPES →→→→→							
ÉTAT ACTUEL	PROBLÈMES, QUESTIONS, FRUSTRATIONS, OBJECTIONS, MYTHES, ETC. ASSOCIÉS À CHAQUE ÉTAPE						NOUVEL ÉTAT

Vous vous sentez perdu? Ne vous inquiétez pas, nous allons passer à l'explication détaillée de chacune de ces étapes avec exemple à l'appui.

Cette partie est très importante car vous aller vous aussi remplir votre formulaire de planification de site web. Je vous invite déjà à vous procurer votre copie du formulaire de planification en cliquant sur le lien suivant :

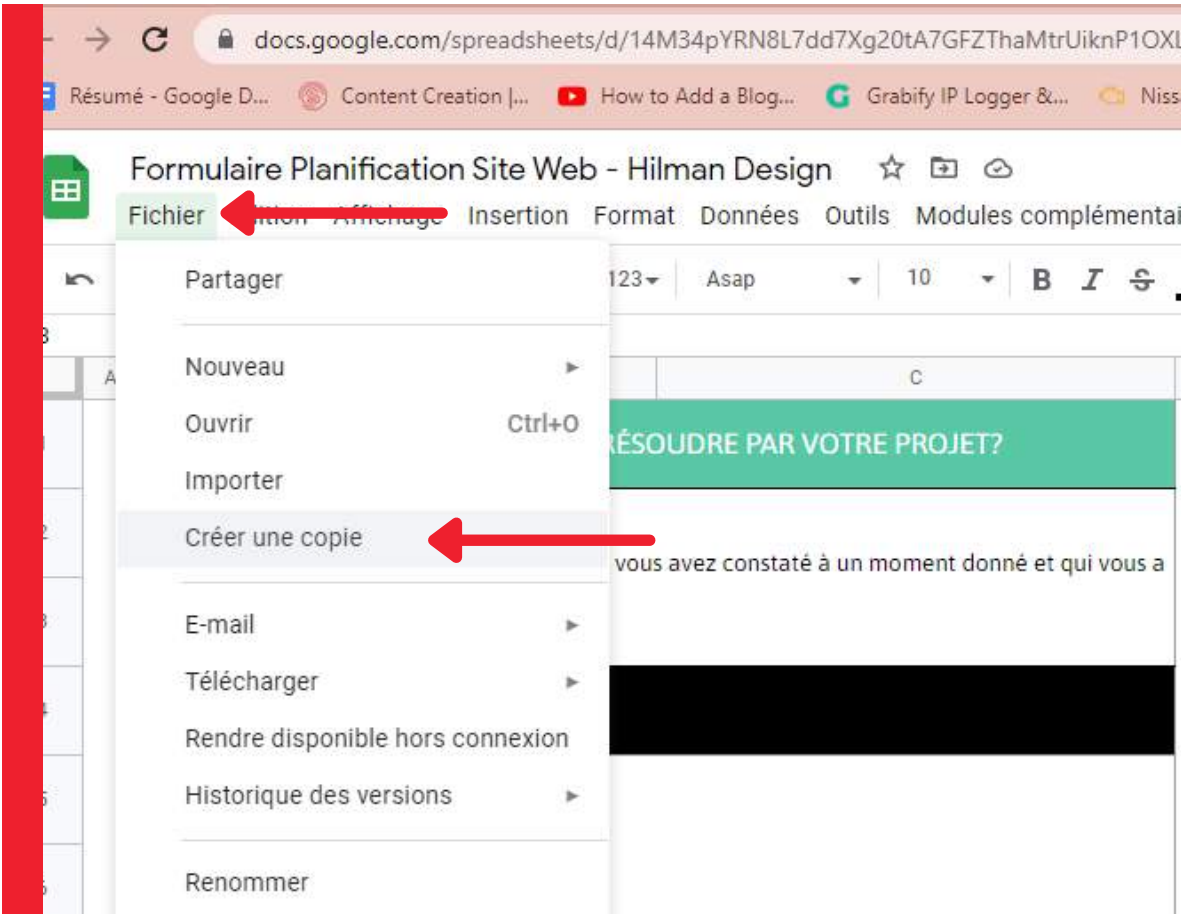
[Formulaire de Planification De Site Web](#) (clic droit de votre souris et choisir "ouvrir dans un nouvel onglet")

Ensuite, créez votre copie en cliquant sur la barre de menu en haut:

Fichier → Créer une copie

Puis validez en cliquant sur Ok.

Gardez le lien de votre copie en l'ajoutant aux favoris de votre barre d'adresse sur votre navigateur ou en le copiant sur un document word.





Étape 1: Définir le problème que vous voulez résoudre

Tout commence ici, que ce soit pour votre site ou même pour l'élaboration de votre projet. La plupart des personnes ont du mal à définir leur projet en terme de problème qu'elles veulent résoudre car nous ne sommes pas habitués à penser ainsi.

Si votre projet ne résout aucun problème, alors vous n'avez pas de business car les gens dépensent de l'argent pour des choses qui résolvent un problème qu'ils ont.

Pareil si vous désirez avoir un blog. Si vous ne savez pas le problème que vous résolvez, il sera difficile d'attirer des personnes et de bâtir votre communauté de followers, car le public vous donne son attention lorsque vous parlez des difficultés, rêves et aspirations qu'il a; et ceci de manière intime et pertinente.

Cas pratique: Le projet Silicon Kidys

Lorsque je travaillais encore pour l'agence de marketing de Dr. Stanley en tant que manager, nous faisions face à un gros problème concernant le personnel de notre équipe de travail. Beaucoup étaient talentueux et connaissaient bien leur domaine sur le plan technique, mais l'attitude professionnelle était très rare parmi eux. Ils arrivaient presque toujours en retard lors des réunions de briefing, ils manquaient de rigueur dans leur travail et la communication au sein de l'équipe faisait terriblement défaut.

Si vous êtes un entrepreneur ou avez déjà occupé un poste où vous devez manager une équipe, alors vous savez qu'il s'agit là des points qui diminuent considérablement la performance d'une entreprise. On avait tout essayé pour changer leur attitude professionnelle, mais les résultats étaient très peu satisfaisant.

Dr. Stanley y réfléchissait longuement et était arrivé à la conclusion que la meilleure façon de changer les choses durablement est d'inculquer ces valeurs aux plus petits, car plus le temps passe, plus il devient difficile de changer l'attitude d'une personne. C'est ainsi que le projet Sylicon Kidy est né, en référence à la silicon valley en Californie, région par excellence de la technologie et de l'innovation.

S'il faut tout de suite tirer une leçon de cet épisode, c'est de ne jamais oublier ce qui a inspiré votre projet au départ. Dans le cas présent, l'inspiration est partie d'un désir de corriger le manque de professionnalisme observé en entreprise sur la jeune personne employée.

Mais ce n'était pas tout, il fallait maintenant trouver un moyen de monétiser cette idée...Silicon Kidys veut inculquer les valeurs du professionnalisme aux enfants mais pour s'occuper des enfants, il faut forcément passer par leurs parents. C'est ainsi que Dr. Stanley commença à aller à la rencontre de parents afin de comprendre quelles sont les aspirations, douleurs et rêves que ces derniers ont au sujet de leurs enfants.

Lors d'une rencontre avec un parent, celui s'exclama: ***"Ah...Si seulement mes enfants pouvaient commencer à gagner de l'argent avant que je ne parte en retraite..."***

Dès cet instant, Dr. Stanley avait exactement compris le problème des parents, et voici comment le problème que Silicon Kidys résout avait été formulé:

Beaucoup de parents craignent ce qui arrivera à leurs enfants lorsqu'ils seront partis en retraite. Silicon Kidys s'occupe de rendre vos enfants de 9 à 17 ans autonomes à temps pour qu'ils soient financièrement indépendants lorsque vous prendrez votre retraite.

Je pense qu'un parent qui lit ce message ne pourra pas rester indifférent et voudra en savoir plus sur Silicon Kidys. C'est toute l'importance de formuler votre projet sous forme de problème à résoudre car cela servira à captiver l'attention des visiteurs de votre site web.

J’ai pris le soin de vous raconter cet épisode pour vous permettre d’observer le processus par lequel il a fallu passer pour en arriver à la formulation du problème. Vous devez vous souvenir de ce qui a inspiré votre projet au tout départ et surtout, remarquer quelles sont les douleurs, aspirations et rêves des personnes concernées par votre projet.

1 - QUEL PROBLÈME SILICON KIDYS VEUT - IL RÉSOUDRE ?

Habituellement, celui ci naît d’un besoin que vous avez constaté à un moment donné et qui vous a inspiré à vous lancer. Quel est ce problème?

INSÉREZ VOTRE RÉPONSE CI-DESSOUS

Beaucoup de parents craignent ce qui arrivera à leurs enfants lorsqu’ils seront partis en retraite. Silicon Kidys s’occupe de rendre vos enfants de 9 à 17 ans autonomes à temps pour qu’ils soient financièrement indépendants lorsque vous prendrez votre retraite.

Exercice 1: Quel problème voulez-vous résoudre par votre projet?

À votre tour maintenant, définissez le problème que vous voulez résoudre par votre projet. Habituellement, celui ci naît d’un besoin que vous avez constaté à un moment donné et qui vous a inspiré à vous lancer. Quel est ce problème?

Ouvrez votre copie du formulaire de planification en ligne et remplissez l'étape 1.

N’hésitez pas à partager votre réponse dans notre [communauté Facebook](#) pour avoir des feedback de nos membres et de moi même.

Étape 2: Définir la cible pour qui vous voulez résoudre ce problème

Comme nous l'avons dit dans les précédents chapitres, l'élément le plus important de votre projet c'est votre cible. Vous devez bien savoir de qui il s'agit.

Dans son livre "80/20 Sales and Marketing", Perry Marshall pouvait dire:

Ne vous lancez jamais dans un marché si vous ne pouvez pas écrire une page du journal intime de votre client et être si précis qu'il se demande : "Hé, m'as-tu espionné la nuit dernière ?"

Avez-vous noté que la notion d'intimité est présente ici? En parcourant votre site internet, un visiteur devrait se dire: "Hé, tu m'as-tu espionné la nuit dernière ?", tellement vous avez pris le soin de le connaître intimement.

Bien avant Perry Marshall, le célèbre rédacteur Robert Collier disait:

"Entrez toujours dans la conversation qui se déroule directement dans l'esprit de votre client".

Cela signifie tout simplement de faire bon usage de la notion de relation que nous trouvons dans notre formule: Relations + Parcours client = Monétisation.

Vous comprenez pourquoi Dr. Stanley avait pris le temps de rencontrer et de discuter avec les parents afin de mieux les connaître, et de s'en servir pour planifier son site internet que nous aurons l'occasion de voir.

Avant de définir sa cible, parlons d'abord de la notion de cible idéale. Vous devez comprendre que votre projet ne cible pas tout le monde car tout le monde ne souffre pas du problème que vous voulez résoudre. Votre cible idéale est cette personne qui est consciente qu'elle souffre du problème que vous résolvez tout en recherchant activement la solution.

Le danger de parler à une cible qui n'est pas consciente du problème est que vous allez d'abord faire un travail de sensibilisation pour la rendre consciente et ensuite tenter de la convaincre de prendre votre solution.

Croyez-moi, si vous empruntez ce chemin, vous allez vous épuiser rapidement. Vous allez passer des heures à lui parler et au final elle ne s'engagera pas avec vous car elle ne voit aucun intérêt...Vous lui parlez d'un problème dont elle n'est pas consciente.

Scott Olford enseigne qu'il existe trois types de cible dans un projet:

- **Les inconscients:** Ces derniers ne savent pas qu'ils ont le problème que vous voulez résoudre. Bien qu'ils puissent afficher des symptômes, ils n'en ressentent pas suffisamment la douleur pour en être conscients, ou alors décident de l'ignorer en se disant que ce n'est pas grave.
- **Les conscients de premier degré:** Ils sont conscients du problème et commencent déjà à réfléchir sur des solutions sans forcément faire le pas d'aller les rechercher. Ouverts à entendre des messages qui vont les aider, ils ont besoin de quelqu'un de confiance qui a fait ses preuves et qui est une figure d'autorité.
- **Les conscients de deuxième degré:** Ceux ci comprennent très bien le problème qu'ils ont et posent des actions montrant qu'ils recherchent activement la solution.

Les conscients du deuxième degré sont votre cible idéale car ils sont entrain de littéralement vous chercher pour résoudre leur problème.

Lorsqu'on parle de définir sa cible, il s'agit de la cible idéale car celle-ci est quasiment prête à consommer votre solution.

Définir sa cible comporte trois notions:

- **La démographie:** étude d'une clientèle en fonction de facteurs tels que l'âge, le sexe, le revenu, le niveau d'éducation, la profession, afin d'en savoir plus sur elle à des fins multiples.
- **La psychographie:** étude d'une clientèle en fonction de leurs attributs psychologiques et cognitifs, tels que leurs peurs, leurs croyances, leurs valeurs, leurs pensées, leurs aspirations et leurs objectifs.
- **Les solutions essayées:** il s'agit de lister les solutions que la clientèle a déjà essayées dans le but de résoudre son problème.

Cas pratique: Définition de la cible du projet Silicon Kidys

Un projet compte en général une seule cible, mais le cas du projet Silicon Kidys est un peu spécial car bien que ce soit un projet qui vise à professionnaliser les enfants, une autre catégorie de cible est indirectement liée: Les parents.

Les parents semblent d'ailleurs avoir une importance majeure car ce n'est pas l'enfant qui choisira de s'inscrire chez Silicon Kidys, mais le parent le fera pour lui.

C'est la raison pour laquelle la définition de la cible sera essentiellement basée sur le parent.

2 - DÉFINITION DE LA CIBLE DE SILICON KIDYS

Profil de votre cible idéale

DÉMOGRAPHIE

Nom	Claude Mbota
Sexe	Homme
Âge	45 - 55 ans, et son enfant: 9 - 17 ans
Lieu	Yaoundé
Occupation	Fonctionnaire
Salaire	-

PSYCHOGRAPHIE

Douleurs et frustrations	Comment puis-je résoudre ce problème? Pendant combien de temps vais-je supporter toutes ces dépenses pour les enfants?
Peurs et conséquences	La retraite approche, mais pas assez d'argent pour assurer l'avenir de tous les enfants.
Objectifs et désirs	Trouver le moyen de rendre mes enfants autonomes avant mon départ pour la retraite.
Rêves et aspirations	Être en paix et rassurer que tous mes enfants sont indépendants.



ÉTAT ÉMOTIONNEL PRÉSENT	
J'ai	Beaucoup de questions concernant mes enfants.
Je me sens	Anxieux, peu confident, stressé.
Ma journée type est	Encombrée de pensées et regards inquiets à réfléchir sur mes enfants.
ÉTAT ÉMOTIONNEL FUTUR	
J'ai	Les réponses à mes questions.
Je me sens	En paix, rassuré, calme.
Ma journée type est	Pleine d'espoir pour le futur de mes enfants.
SOLUTIONS ESSAYÉES	
Solution 1	Rencontrer des parents qui ont déjà réussi à régler ce problème.
Solution 2	Inscrire les enfants dans les meilleures écoles de la ville.
Solution 3	Réfléchir sur des voies et moyens pour positionner les enfants dans des postes où j'ai des connections.

Exercice 2: Définition de votre cible.

À votre tour maintenant. Définissez la cible de votre projet. N.B: Ces informations ne doivent pas être imaginées, mais elle doivent être le fruit d'une conversation que vous avez eu avec votre cible.

Ouvrez votre copie du formulaire de planification en ligne et remplissez l'étape 2.

N'hésitez pas à partager votre réponse dans notre [communauté Facebook](#) pour avoir des feedback de nos membres et de moi même.



Étape 3: Définir comment votre site sera intime pour votre cible

Pour le faire, il faudra suivre deux principales étapes.

Étape 1: Répondre à deux questions fondamentales concernant votre cible et son problème

- **Le quoi:** Il s'agit de la plus importante frustration de votre cible liée à votre sujet.
- **Le pourquoi:** Pourquoi votre cible éprouve t-elle cette frustration, et pourquoi a t-elle choisi de chercher une solution aujourd'hui? Quelle différence cela fera t-il pour elle de trouver une solution?

Attention à la manière de poser les questions à votre, car on vise à entrer dans son intimité. Vous devez aussi être en mesure de lire les non dits dans les réponses de votre cible.

Étape 2: En se basant sur les réponses à ces 2 questions, formulez l'offre de valeur pour votre cible

Cela revient à:

- Identifier la bonne émotion que votre cible exprime lorsqu'elle parle de son problème.
- Trouver comment s'adresser à cette émotion.
- Trouver le moyen de se connecter intimement à votre cible.

Trouver des réponses à ces points peut sembler difficile, mais il faut juste s'appuyer sur les éléments que vous avez rassemblé lors de l'étape 1, ici et lors de la définition du problème de votre projet et de sa cible. Le formulaire ci-dessous vous guidera.

3 - RENDRE VOTRE SITE INTIME POUR VOTRE CIBLE

IDENTIFIER LA PLUS IMPORTANTE FRUSTRATION DE VOTRE CIBLE

Insérer votre réponse ici

SE RASSURER QUE VOTRE RÉPONSE À CE COMMENTAIRE S'ADRESSE AUX ÉMOTIONS DE VOTRE CIBLE

Quel est le vrai problème que votre cible a et qui nécessite une vraie solution ?	
Identifier la bonne émotion que votre cible exprime lorsqu'elle parle de son problème.	
Comment s'adresser à cette émotion sur votre site?	
Comment pourriez-vous vous connecter intimement avec votre cible dans votre réponse?	

FORMULER VOTRE OFFRE DE VALEUR POUR VOTRE CIBLE

[Insérez votre réponse ici selon ce modèle: J'aide.....(ma cible).....à avoir.....
(solution à son problème)....., afin qu'elle puisse.....(son pourquoi).....sans.....
(sa plus grande frustration).....]

Cas pratique: Définir comment le site du projet Silicon Kidys sera intime pour sa cible

3 - RENDRE LE SITE SILICON KIDYS INTIME POUR SA CIBLE

IDENTIFIER LA PLUS IMPORTANTE FRUSTRATION DE VOTRE CIBLE

"Ah...Si seulement mes enfants pouvaient commencer à gagner de l'argent avant que je ne parte en retraite..."

SE RASSURER QUE VOTRE RÉPONSE À CE COMMENTAIRE S'ADRESSE AUX ÉMOTIONS DE VOTRE CIBLE

Quel est le vrai problème que votre cible a et qui nécessite une vraie solution ?	Ce parent veut rendre ses enfants autonomes financièrement avant son départ à la retraite.
Identifier la bonne émotion que votre cible exprime lorsqu'elle parle de son problème.	L'inquiétude.
Comment s'adresser à cette émotion sur votre site?	Nous allons poser une question qui va réveiller cette émotion.
Comment pourriez-vous vous connecter intimement avec votre cible dans votre réponse?	Nous allons rassurer le parent que nous pouvons rendre leurs enfants financièrement autonome avant son départ à la retraite.

FORMULER VOTRE OFFRE DE VALEUR POUR VOTRE CIBLE

Qu'arrivera-t-il à vos enfants lorsque vous prendrez votre retraite ?

Laissez-nous rendre vos enfants de 9 à 17 ans autonomes à temps pour qu'ils soient financièrement indépendants lorsque vous prendrez votre retraite.

J'apprendrai à votre enfant à être RICHE.

La formulation de votre offre de valeur ne doit pas obligatoirement suivre à la lettre le format recommandé dans le formulaire comme c'est le cas ici pour Silicon Kidys.

Laissez libre court à votre créativité en vous inspirant des informations que vous avez pu rassembler sur votre cible, mais gardez à l'esprit que le but est de parler aux émotions de celle ci.

Exercice 3: Définir comment votre site sera intime pour votre cible.

À votre tour maintenant. Ouvrez votre copie du formulaire de planification en ligne et remplissez l'étape 3.

N'hésitez pas à partager votre réponse dans notre [communauté Facebook](#) pour avoir des feedback de nos membres et de moi même.



Étape 4: Définir comment votre site sera pertinent pour votre cible

Il s'agit de construire la pertinence sur votre site, en argumentant des points pour convaincre votre cible que vous êtes la bonne personne pour la résolution de son problème.

Ici, nous quittons le côté émotionnel et nous nous focalisons à parler à l'intellect la cible. Pour se faire, il faudra trouver des réponses sur les points suivants:

- De quelle manière pourriez-vous être pertinent?
- Sous quel angle unique voulez-vous aborder la solution ?
- Comment pouvez-vous être original, intéressant et passionnant ?

Trouver des réponses à ces points peut sembler difficile, mais il faut juste s'appuyer sur les éléments que vous avez rassemblé lors de la définition du problème de votre projet et de sa cible.

Cas pratique: Définir comment le site du projet Silicon Kidys sera pertinent pour sa cible

4 - RENDRE LE SITE SILICON KIDYS PERTINENT POUR SA CIBLE

QUELLE EST LA GRANDE IDÉE DU PROBLÈME EXPRIMÉ ?

Le parent souhaite que ses enfants gagnent de l'argent avant sa retraite.

SE RASSURER QUE VOTRE SITE S'ADRESSE À L'INTELLECT DE VOTRE CIBLE EN RAPPORT À CETTE IDÉE DU PROBLÈME

Sous quel angle unique voulez-vous aborder la solution à ce problème?	En parlant de notre méthode pour rendre l'enfant financièrement indépendant à temps et donnant les raisons du pourquoi nous recommandons Silicon Kidys.
Comment pouvez-vous être original, intéressant et passionnant?	<p>En prenant des cas pratiques au Cameroun sur lesquels chaque parent pourra facilement s'identifier, par exemple en parlant du fait que notre système éducatif forme des candidats aux concours sans leur apprendre à gagner eux-mêmes de l'argent, et la solution que Silicon Kidys propose.</p> <p>Pour que ce soit intéressant, cela sera fait sous forme de vidéo.</p>

FORMULER VOTRE RÉPONSE PERTINENTE AU PROBLÈME EXPRIMÉ PAR VOTRE CIBLE

Voici pourquoi je vous recommande Silicon Kidys:

L'éducation dans nos écoles
Je ne veux pas que vous vous fassiez de fausses idées en pensant que je bafoue l'éducation scolaire. Non ! Je pense que ce n'est pas de la faute de nos écoles si notre système éducatif a été conçu pour produire des "candidats aux concours". Le système a été créé pour préparer les enfants à devenir fonctionnaires, comme les enseignants, les médecins, les comptables, les policiers.

Le changement de paradigme
Le problème a commencé lorsque les changements se sont produits.
Voyez-vous, la population est passée à 12 millions d'habitants, puis à 18 millions, puis à plus de 23 millions aujourd'hui !
En 1987, on a supplié mon oncle pour qu'il soit candidat au concours et puisse devenir professeur.
En 2019, vous payez 3 millions en pots-de-vin pour que votre enfant puisse entrer à l'ENS sans pour autant qu'il puisse y entrer !
En 1992, 30 personnes voulaient devenir professeur de physique, en 2019, 3.000 personnes aspirent à le devenir. Et le gouvernement ne peut offrir que 30 places !
Ça vous dit quelque chose ? Permettez-moi de résumer ceci pour vous. Un seul mot :

Le Changement!
Les parents font briller vos yeux mais le changement est là et il est là pour rester.
Je ne sais pas à quand remonte l'âge de nos manuels scolaires et de nos études, mais je pense que je peux dire sans risque que...

Le changement est là, mais les écoles ne s'y sont pas conformées!
Voyez-vous, je ne sais pas à quand remonte l'âge de nos manuels scolaires et de nos études, mais je pense qu'il est sûr pour moi de dire que...
Rien dans le programme d'études n'a beaucoup changé.
Pouvez-vous imaginer :

La population a augmenté....
L'économie a changé....
La technologie a changé....
L'état d'esprit a changé....
Les emplois ont changé
De nouvelles opportunités sont apparues....

Mais notre système éducatif camerounais ne semble pas beaucoup changer. Les enseignements sont presque les mêmes !

Pendant ma scolarité, aucune entreprise n'avait de page Facebook, ni de site web....

Aujourd'hui, la plupart des entreprises en ont une....

On pourrait donc penser que lorsque nous rédigeons le programme de sciences économiques, nous y ajouterons quelque chose comme

"Le marketing via Facebook", mais NON !!!!!!! je rêve !

Soit dit en passant, je ne parle pas seulement des écoles primaires ou secondaires. Cela se produit même pour ceux qui étudient et obtiennent des diplômes universitaires.

Le professeur qui enseigne le "marketing en entreprise" n'a probablement jamais mené une campagne marketing public auparavant.

Le professeur qui enseigne le "commerce en ligne" n'a probablement jamais créé une entreprise en ligne ni vendu des produits avec succès auparavant.

Le professeur qui enseigne le "service à la clientèle" ne s'assoit probablement jamais au bureau et ne parle jamais aux clients – il ne sait pas vraiment ce qui se passe dans la réalité, comparé aux théories qu'il a apprises (probablement par un autre professeur dans le même style).

L'éducation est importante pour les emplois, si vous avez besoin de "certifications" ou de compétences techniques.

Je veux dire, tu ne peux pas être médecin si tu ne vas pas à l'école de médecine. Vous devez acquérir cette "qualification".

Mais je ne vois pas comment "la scolarisation" va aider vos enfants, si votre objectif est de trouver un moyen de leur assurer un avenir financier prospère et de leur donner la clé vers la liberté personnelle.

Voyez-vous comment nous avons systématiquement construit une très grande entreprise camerounaise appelée "ChomenCAM" ?

Souhaitez-vous que vos enfants rejoignent cette société ?

Non, je veux que mon enfant appartienne à une autre société

Alors, que faut-il donc faire ?

J'ai cru que vous ne me le demanderiez jamais !

Le monde accorde la priorité au talent, à la motivation et aux défis.

Juste pour que vous sachiez, en fin de compte, les entreprises mondiales vont privilégier les personnes axées sur les résultats ou expérimentées pour faire le travail.

De plus, il est maintenant possible d'être à New Bell et de travailler à New York.

Il n'y a pas de différence entre un enfant né à Santa et un enfant né à San Francisco.

Regardez le Dr Stanley l'expliquer plus en détail dans cette vidéo (<https://youtu.be/e564GXsWeTs>).

Avez-vous vu cela?

Ce que votre enfant a besoin d'apprendre, c'est :

d'avoir la bonne attitude et le bon état d'esprit (Cela ne semble pas faire partie du programme).
 d'élaborer des plans brillants et savoir comment les exécuter
 d'avoir des compétences en relations publiques, en ventes et en marketing afin de pouvoir communiquer avec les entrepreneurs.
 de posséder des compétences techniques comme la programmation, le design web, etc.
 Peut-être ne vous inquiétez-vous pas pour vous-même, puisque vous êtes "bien". Mais qu'en est-il de vos enfants ?

Il est illusoire de penser que l'avenir de vos enfants sera meilleur si vous les envoyez aujourd'hui dans des écoles prestigieuses. Je ne dis pas qu'il ne le sera pas, je dis simplement qu'il n'y a aucune garantie à cela et que la garantie va en s'amincissant aujourd'hui.

Le bon vieux plan du bon vieux temps était le suivant : envoyer vos enfants dans une école de qualité et dépenser des centaines de milliers de dollars pour qu'ils aient un travail formidable qui leur rapportera un paquet d'argent quand ils auront fini leurs études.

Je ne plaisante pas, certains parents croient encore que ce plan fonctionne.

Certains pensent que le fait d'envoyer leurs enfants en Europe est la solution. Eh bien, demandez aux parents qui ont envoyé leurs enfants là-bas....

Mais pourquoi ça ne marche plus aussi bien qu'il le faudrait ?
 Premièrement, les programmes éducatifs risquent de ne pas les préparer au "monde réel". Nous le savons tous.

Deuxièmement, la concurrence s'intensifiera ou changera dans les temps à venir (à nouveau).

Troisièmement, grâce à la technologie, on ne peut vraiment pas prédire ce que sera un travail dans dix ans. En comparaison avec les années antérieures, les choses ne sont plus fortuites parce que la technologie n'était pas encore si avancée.

En fin de compte, je pense toujours que la scolarisation est importante et j'envoie mes enfants à l'école et je fais de mon mieux pour leur donner la meilleure éducation possible.

Mais ce n'est pas dans le but d'atteindre la liberté personnelle ou de leur assurer une bonne rémunération financière.

C'est principalement pour l'expérience et la connaissance. Quelque chose qui les accompagnera toute leur vie.

Si vous voulez éliminer tout souci financier pour vos enfants, je vous suggère de trouver un supplément le plus tôt possible. C'est la seule chose que vous pouvez faire !

Et j'ai un conseil pour vous....

Votre fils joue déjà avec un smartphone....
 Votre fille sait déjà naviguer sur les sites web cool....

Chez SiliconKidys, nous aidons à transformer les enfants d'utilisateurs passifs des technologies en inventeurs passionnés et les préparons à devenir de futurs innovateurs et entrepreneurs.

Nous avons vu les lacunes du système éducatif et avons décidé de jouer un rôle actif pour les combler.

Nous ne cherchons pas à faire disparaître les écoles, nous cherchons à compléter le travail remarquable que font déjà celles-ci.

Les écoles leur apprennent à faire des études, nous leur apprenons à gagner de l'argent, beaucoup d'argent !

S'il faut résumer cette partie en une phrase, être pertinent consiste entre autre à expliquer simplement votre méthode et étapes de résolution du problème et les résultats que cela produira pour votre cible.

Exercice 4: Définir comment votre site sera pertinent pour votre cible.

À votre tour maintenant. Ouvrez votre copie du formulaire de planification en ligne et remplissez l'étape 4.

N'hésitez pas à partager votre réponse dans notre [communauté Facebook](#) pour avoir des feedback de nos membres et de moi même.

Que faire si vous n'arrivez pas à trouver votre cible afin de la définir?

Il peut vous arriver d'avoir une idée claire de projet, mais lorsque vous voulez définir votre cible, vous n'arrivez pas à la rencontrer afin de mieux de la connaître et de collecter les informations dont vous avez besoin pour la définir.

Souvenez vous que votre cible est comme la future mariée d'un homme. Ce dernier doit prendre la peine de bâtir une relation avant de passer à la phase de mariage. La meilleure façon de bâtir une relation est de prendre le temps de se connaître.

Souvenez vous encore de ce que disait Perry Marshall:

Ne vous lancez jamais dans un marché si vous ne pouvez pas écrire une page du journal intime de votre client et être si précis qu'il se demande :

"Hé, m'as-tu espionné la nuit dernière ?"

Mais que peut faire cet homme s'il n'arrive pas à rencontrer celle qu'il souhaite épouser? Comment pourra t-il avoir les informations de son journal intime?

Bien...Merci pour la question.

S'il connaît des personnes proches d'elle le tour est joué... Ses proches, sa famille, ses ami(e)s, les personnes à qui elle accorde son attention la connaissent mieux que quiconque car ils passent énormément de temps avec elle. Il suffira donc pour cet homme d'aller vers les proches de sa future épouse et de prendre les informations dont il a besoin.

Ok, j'ai bien compris ce que tu dis Hilman...Mais comment traduire cela pour le projet de mon site web?

C'est simple. Posez vous cette question: Quelles sont les entités qui sont proches de ma cible et à qui elle accorde son attention? Notez bien que ces entités peuvent exister en ligne et hors ligne. Une fois que vous avez identifiés ces entités, il vous suffit de vous y rendre et de prendre les renseignements dont vous avez besoin pour définir votre cible.

Peux-tu être un peu plus concret en prenant un exemple?

Bien-sur!

Revenons sur le projet Silicon Kidy. Imaginons un instant que le Dr. Stanley ait du mal à trouver un parent dans son environnement immédiat et à qui il peut s'adresser pour définir sa cible.

L'astuce consiste à se demander quelles sont les entités qui sont proches des parents et à qui ces derniers accordent de leur attention?

Quand nous pensons aux parents d'élèves, l'endroit où nous sommes presque sûr d'en trouver c'est dans les associations de parent d'élèves. Il ne reste plus qu'à identifier les associations de parents d'élèves dans votre localité et vous y rendre pour collecter vos renseignements.

En faisant cela, vous faites d'une pierre deux coups car ces associations constituent en même temps une base de prospection pour vos futurs clients.

Si vous êtes de nature introvertie et hésitez à aller rencontrer des personnes directement, ce même travail peut se faire en ligne. Cherchez et intégrez des groupes Facebook, Whats'app, et autres plateformes sociales puis commencez des conversations avec votre cible.

Une fois de plus, cela vous permet de faire d'une pierre deux coups car ces groupes constituent une base de prospection pour vous.

Un moyen encore plus rapide de trouver des renseignements pour définir votre cible c'est de visiter les sites des top compétiteurs de votre niche, ceux là qui ont un projet similaire au votre et se sont déjà lancés.

Vos compétiteurs ont déjà fait une partie du chemin dans lequel vous voulez vous engager. Vous gagnerez donc beaucoup à les observer de façon suivie. Par exemple, ils ont déjà eu à définir leur cible! Si vous prenez donc le temps de parcourir leur site web, il vous sera possible de trouver des informations concernant votre cible, car en tant que compétiteurs, ils visent à toucher la même cible que vous.

Une chose que j'avais apprise auprès de Dr. Stanley est que l'un des problèmes qu'ont les entreprises est qu'ils n'aiment pas leurs compétiteurs. Mais après ce que je viens de vous dire, j'espère que vous voyez combien vos compétiteurs peuvent vous aider à structurer le plan de votre site web et même de votre business.



Étape 5: Planifier le parcours client

À titre de rappel, le parcours client est la somme complète des expériences vécues par les clients lorsqu'ils interagissent avec un produit, un service, ou alors un site web. Au lieu de ne regarder qu'une partie d'une transaction ou d'une expérience, le parcours client documente l'expérience complète d'être client.

Planifier le parcours client consiste à documenter l'expérience complète d'être un client de votre projet et de choisir à quelle étape de cette expérience votre site web commencera à interagir avec votre client.

À chacune de ces étapes, votre client a des questions auxquelles vous devriez répondre.

Cas pratique: Planification du parcours client pour le projet Silicon Kidys

Zoomer sur l'image pour mieux voir

5 - PARCOURS CLIENT POUR UN PARENT SILICON KIDYS							
ÉTAPES →→→→							
	La retraite approche, pas assez d'argent pour assurer le futur des enfants.	Il cherche des solutions à ce problème.	Il compare les solutions trouvées.	Il prend une décision et inscrit ses enfants.	Il s'attend à des feedbacks de l'école concernant ses enfants.	À la fin de la formation, il s'attend à ce que l'enfant gagne de l'argent.	
ÉTAT ACTUEL	PROBLÈMES, QUESTIONS, FRUSTRATIONS, OBJECTIONS, MYTHES, ETC. ASSOCIÉS À CHAQUE ÉTAPE						NOUVEL ÉTAT
A beaucoup de questions concernant le futur de ses enfants. Est anxieux, peu confident, stressé	J'ai besoin de conseils, qui peut m'orienter?	Comment puis-je résoudre ce problème?	Quel institut a la meilleure qualité de formation?	Quels sont les garanties? Ai-je fait le bon choix? De quoi mon enfant aura-t-il besoin pour la formation ?	Comment puis-je savoir que mon enfant fait des progrès?	Combien l'enfant gagnera-t-il par mois à la fin de la formation ?	A les réponses à ses questions. Est en paix, rassuré, calme, pleine d'espoir pour le futur de mes enfants.
		Lequel a déjà fait ses preuves?	Quels sont les méthodes de paiement?	Comment puis-je m'assurer que l'enfant suit la formation ?			

Exercice 5: Planification du parcours client de votre projet

À votre tour maintenant. Ouvrez votre copie du formulaire de planification en ligne et remplissez l'étape 5.

N'hésitez pas à partager votre réponse dans notre [communauté Facebook](#) pour avoir des feedback de nos membres et de moi même.

Prototype de site web bien planifié

Ce prototype vous permettra de voir comment le formulaire de planification d'un site web est utilisé lors de la conception et du montage d'un site.

L'objectif numéro 1 de votre site web doit être de transformer vos visiteurs en fans et fidèles clients. Après la planification, ce prototype est le parfait exemple qui vous permettra de voir ce qui est fait pour atteindre cet objectif.

Des études marketing ont montré que sur 100 visiteurs qui arrivent sur votre site internet, 98 s'en vont après seulement 3 secondes.

Les visiteurs de votre site vous accordent donc 3 secondes de leur précieux temps en ligne pour pouvoir les convaincre que vous êtes la bonne personne.

Imaginez un homme qui cherche à se marier et a juste 3 secondes pour convaincre la femme qu'il est la bonne personne. Il s'agit là d'une mission presque impossible...Mais....

L'astuce

3 secondes c'est vraiment petit pour convaincre. Il s'agit donc de ne pas de trop parler, mais de dire l'essentiel en s'assurant de toucher les émotions et l'intellect, dans le but de donner envie à la personne de continuer de vous écouter pendant plus de 3 secondes, 3 minutes, 3 heures, etc.

Il s'agit de mettre en pratique notre formule: $r + p = m$



 **Votre logo**

[Blog](#)

[Témoignages](#)

[Travailler avec nous](#)

[Contact](#)



COULEUR DE FOND, IMAGE OU VIDÉO

Bannière Principale

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec a feugiat purus. Duis turpis.

TÉLÉCHARGER

Comment ça marche / pourquoi

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse.



Étape 1

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna



Étape 2

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna



Étape 3



"C'est ici que la citation de votre témoignage apparaîtra lorsque vous utiliserez cette partie".

Jean Biboua



Lire Notre Blog

Titre de l'article

Prévisualisation du contenu



VOIR PLUS

Titre de l'article

Prévisualisation du contenu



Titre de l'article

Prévisualisation du contenu

Titre de l'article

Prévisualisation du contenu

VOIR PLUS

Titre de l'article

Prévisualisation du contenu

VOIR PLUS



Offre de Valeur

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec a feugiat purus. Duis turpis.

TÉLÉCHARGER



VOIR PLUS

Titre de l'article

Prévisualisation du contenu



VOIR PLUS

VOIR PLUS

Titre de l'article

Prévisualisation du contenu



VOIR PLUS

Titre de l'article

Prévisualisation du contenu



VOIR PLUS

Votre logo

Informations sur votre entreprise

Titre

Nom

Email

ENVOYER

Articles récents

Titre de l'article

Titre de l'article

Titre de l'article

Qui sommes-nous?

321 Mt Luc
Ville, Province, BP

EMAIL ME

777-777-777





Prototype de site web bien planifié: Section par section



Barre de navigation

Cette partie contient votre logo et les principales rubriques de votre site web.

Ces rubriques sont choisies en pensant au parcours client et aux différentes questions qu'il pourrait se poser.

Le blog est la partie où vous publiez des articles dont les thèmes abordent des sujets qui sont pertinents non pas pour vous, mais pour votre cible.

Plus votre cible vous trouve pertinent, plus votre autorité et la confiance qu'elle a en vous s'établissent durablement.

Elle cessera alors de vous voir comme une entreprise qui vend des services et pensera à vous en tant que source d'inspiration.

Si vous ne savez pas quels thèmes rédiger dans vos articles, trouver l'inspiration dans votre formulaire de planification avec une attention particulière sur la définition de votre cible.

Chaque problème, frustration, peur, objectif, désir que vous avez relevé sur votre cible peut faire l'objet d'un article pertinent.



Prototype de site web bien planifié: Section par section



Barre de navigation

La rubrique Témoignages va rassembler les réactions des clients pour qui vous avez déjà produit des résultats. C'est un instrument puissant pour convaincre les visiteurs de votre site à comprendre que vous êtes sérieux et qu'ils peuvent s'engager avec vous sans crainte.

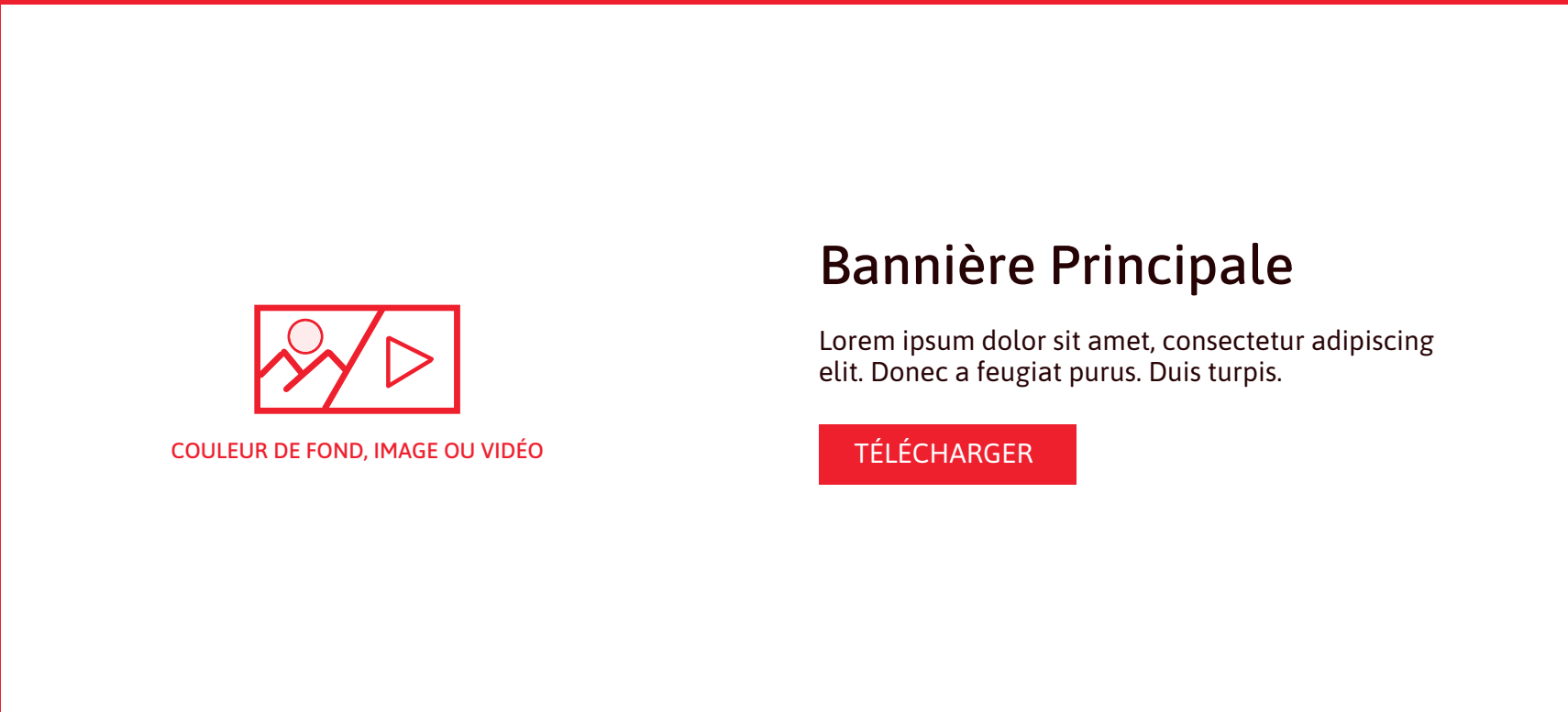
Receueillir ces témoignages sous forme de vidéo est vivement recommandé.

La rubrique Travailler avec nous planifie le parcours client en lui donnant la possibilité de passer à l'étape suivante s'il désire s'engager avec vous.

La rubrique contact contient vos informations de contact telles que numéro de téléphone, adresse email, adresse physique de votre emplacement, pages de réseaux sociaux, formulaire de contact, bref les moyens que vos visiteurs peuvent utiliser pour vous contactez directement.



Prototype de site web bien planifié: Section par section



Bannière Principale

Encore appelée "Hero section" en anglais, elle porte bien son nom de "héros" car c'est cette partie qui va premièrement attirer l'attention de vos visiteurs.

Elle a donc un rôle crucial car c'est ici que votre cible va vous accorder ses 3 décisives secondes qui vont influencer sa prochaine action: Quitter votre site ou continuer la navigation. Autrement dit, c'est ici que vous gagnez ou perdez des clients.

Votre bannière principale doit non seulement contenir une image convainquante, mais aussi un texte décrivant le problème que vous résolvez de manière à s'adresser aux émotions ou à l'intellect de vos visiteurs.

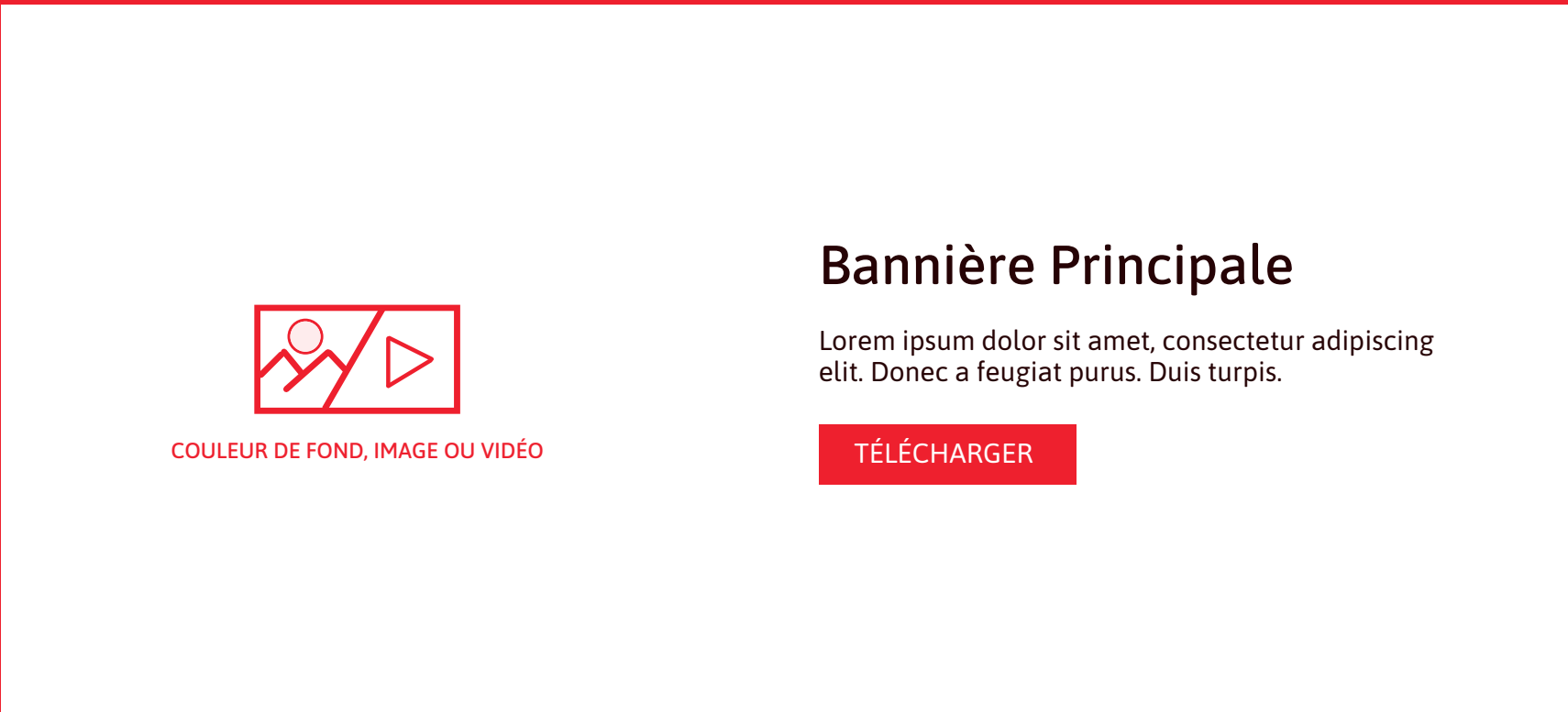
Ceci nous renvoie directement à votre formulaire de planification, car c'est à cet endroit que vous allez insérer votre offre de valeur accompagnée d'un bouton appel à l'action.

Votre stratégie doit reposer sur l'objectif que ce bouton d'appel à l'action doit être cliqué par le plus de visiteurs possible. Il doit donc être irrésistible.

Suivant >



Prototype de site web bien planifié: Section par section



Bannière Principale

C'est la raison pour laquelle quelque chose de gratuit et passionnant pour votre cible est généralement offert ici en échange de son contact (email, téléphone).

Ceci vous permettra de pouvoir la contacter par la suite et de commencer une relation avec votre clientèle. C'est toute la raison d'être de notre formule marketing:

Relation + Parcours client = Monétisation



Prototype de site web bien planifié:

Section par section

Comment ça marche / pourquoi

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse.

Comment ça marche / pourquoi

La section précédente avait pour but de décrire le problème que vous résolvez. Ici, il s'agit d'expliquer la manière avec laquelle vous résolvez ce problème, votre processus, car le visiteur de votre page veut avoir un aperçu de votre méthode de travail.

C'est donc ici que vous allez vous adresser à l'ntellect de votre cible par des démonstrations et argumentations concernant la solution que vous proposez.

Raconter l'histoire du pourquoi de votre projet ne fera que solidifier la relation entre vous et votre cible.



Prototype de site web bien planifié: Section par section



Comment ça marche / pourquoi

Il est très recommandé de décrire votre méthode en étapes afin de simplifier la compréhension à vos visiteurs et leur donner un clair chemin. Souvenez-vous qu'ils ont très peu de temps à vous accorder, alors faites de votre mieux pour être bref, concis et précis.



Témoignages

Juste après la section décrivant votre méthode de travail, c'est le bon moment d'illustrer les commentaires de clients qui ont déjà essayé votre méthode afin de montrer à vos visiteurs que votre solution marche.

Suivant >



Prototype de site web bien planifié: Section par section



Le Blog

Le rôle de cette partie est d'afficher 3 ou 5 de vos articles les plus récents ou les plus pertinents pour votre cible.

Comme mentionné dans la partie "barre de navigation", ces articles sont directement inspirés des difficultés rencontrées par votre cible et rédigés de manière à leur ajouter une plus value.

Ceci permettra d'asseoir votre autorité et de battre la confiance entre vous et votre cible. Plus vous êtes pertinents et intimes, plus votre cible aura envie de revenir vers vous tellement vous lui apporté de la valeur.



Prototype de site web bien planifié:

Section par section

Offre de Valeur

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec a feugiat purus. Duis turpis.

TÉLÉCHARGER

Offre de valeur N°2

Tout comme dans la section "bannière principale", il s'agit ici d'offrir une deuxième opportunité à votre cible de revoir le problème que vous résolvez pour elle et de cliquer sur le bouton d'appel à l'action pour commencer son parcours avec vous.

Votre cible n'aura pas besoin de parcourir à nouveau toute votre page pour retrouver votre offre tout en haut à la bannière principale.



Votre logo

Informations sur votre entreprise

Titre

Nom

Email

ENVOYER

Articles récents

Titre de l'article

Titre de l'article

Titre de l'article

Qui sommes-nous?

321 Mt Luc
Ville, Province, BP

EMAIL ME 777-777-777

Contact | Contributeurs | Termes | Politiques de confidentialité | Cookies

Pied de page et liens légaux

Le pied de page joue un rôle similaire à celui de la barre de navigation en listant les rubriques de votre site et les parties importantes: L'offre de valeur, les articles récents, les informations de contact, etc.

Ceci rend la navigation facile pour un visiteur qui est arrivé au pied de page en montrant un résumé du contenu de votre site. C'est aussi l'occasion d'afficher le lien des conditions d'utilisation de vos services.



Prototype de site web bien planifié: Showcase

Exemple pratique Sillicon Kidys

Voici la page d'accueil du site internet du projet Silicon Kidys. Après avoir longuement parlé de principes à suivre pour planifier un site web, vous pouvez finalement observer leur mise en pratique sur cette page.

Il s'agit du site internet d'un centre de formation et on pourrait s'attendre à trouver la liste des modules de formation en premier plan. Mais non, ce site est construit afin de premièrement répondre aux questions les plus brulantes de la cible idéale.

Cliquez sur l'image pour ouvrir le site internet.



Cas d'étude: Conception du plan de 2 projets de site

Nous avons déjà illustré les principes de la formule $r + p = m$ en prenant l'exemple du projet Silicon Kidys dans le but de vous montrer de façon pratique comment un site web est planifié et réalisé avec l'approche marketing.

Nous allons encore prendre l'exemple de deux autres projets afin de vous donner plusieurs perspectives de l'application de notre formule.

Cas d'étude 1: Hilman Design

Hilman Design est mon propre projet dans lequel j'offre mes services de web design aux petites entreprises.

La première étape a été de planifier le projet en se servant du formulaire de planification de site web:

1 - QUEL PROBLÈME HILMAN DESIGN VEUT-IL RÉSOUDRE ?

Habituellement, celui ci naît d'un besoin que vous avez constaté à un moment donné et qui vous a inspiré à vous lancer. Quel est ce problème?

INSÉREZ VOTRE RÉPONSE CI-DESSOUS

Certains propriétaires d'entreprises ont besoin d'un site internet mais n'ont pas la connaissance technique et veulent éviter de faire tout le processus eux même, ou alors ils sont simplement très occupés pour s'en charger. Ils veulent juste un site web puis retourner s'occuper à faire grandir leur entreprise.

Ils ont besoin de quelqu'un qui pourra prendre soin de tout le processus de création et de maintenance régulière du site, pendant qu'ils se concentrent sur les affaires quotidiennes de leurs activités.

2 - DÉFINITION DE VOTRE CIBLE

Profil de votre cible idéale

DÉMOGRAPHIE

Nom	Luke Johnson
Sexe	Homme et femme
Âge	35 - 60
Lieu	États-Unis
Occupation	Chef de petite entreprise, cabinet dentiste, cabinet d’avocat, entreprise de construction.
Salaire	-

PSYCHOGRAPHIE

Douleurs et frustrations	Très occupée à faire grandir son entreprise, n'a pas le temps de faire le suivi de réalisation de son site web et n'a pas la connaissance.
Peurs et conséquences	Ne veut pas dépenser des milliers de dollars en faisant appel à de grandes entreprises de conception de sites web.
Objectifs et désirs	Avoir un site web professionnel dans de brefs délais et passer à l'étape suivante du développement de son entreprise.
Rêves et aspirations	A besoin d'un technicien qui pourra l'assister en cas de besoin pour des changements, la maintenance et la sécurité de son site.

ÉTAT ÉMOTIONNEL PRÉSENT	
J'ai	pas de temps à réfléchir à la conception et la réalisation du site internet pour mon entreprise.
Je me sens	confus et anxieux, je ne sais ni par où commencer, ni si mon budget pourra couvrir toutes les charges necessaires.
Ma journée type est	occupée.
ÉTAT ÉMOTIONNEL FUTUR	
J'ai	finalement un site web profesionnel qui représente mon entreprise en ligne.
Je me sens	fier d'avoir un site web professionnel qui représente valablement mon entreprise en ligne.
Ma journée type est	encore occupée, mais au moins l'étape du site web est termiée.
SOLUTIONS ESSAYÉES	
Solution 1	Les grandes entreprises de conception de sites web. Elles sont extrêmement couteuses.
Solution 2	Suivre des tutoriels en ligne. L'apprentissage me prendra trop de temps. Je devrais plutot me consacrer à la croissance de mon entreprise.
Solution 3	J'ai confié le projet à mon neveu qui aime la technologie, mais il n'est pas encore profesionnellement mature.

3 - RENDRE VOTRE SITE INTIME POUR VOTRE CIBLE

IDENTIFIER LA PLUS IMPORTANTE FRUSTRATION DE VOTRE CIBLE

J'ai besoin d'un site web professionnel dans de brefs délais et sans avoir à m'occuper moi même de l'aspect conceptuel et technique car mon activité me prend déjà beaucoup de temps.

SE RASSURER QUE VOTRE RÉPONSE À CE COMMENTAIRE S'ADRESSE AUX ÉMOTIONS DE VOTRE CIBLE

Quel est le vrai problème que votre cible a et qui nécessite une vraie solution ?	Besoin d'un site web professionnel sans avoir besoin à investir son temps et ses propres efforts.
Identifier la bonne émotion que votre cible exprime lorsqu'elle parle de son problème.	Débordement.
Comment s'adresser à cette émotion sur votre site?	En rassurant notre cible qu'elle peut nous confier son projet et retourner s'occuper de son entreprise pendant qu'on travaille.
Comment pourriez-vous vous connecter intimement avec votre cible dans votre réponse?	En la rassurant que nous pouvons monter son projet de site internet en 72 heures et en offrant une démo gratuite.

FORMULER VOTRE OFFRE DE VALEUR POUR VOTRE CIBLE

Vous voulez un site web professionnel dans les prochaines 72 heures ?
Je m'occuperai de tous les aspects techniques de la création et de la maintenance de votre site web pendant que vous vous concentrerez sur le développement de votre entreprise.

Demandez une démo gratuite dès aujourd'hui !

4 - RENDRE VOTRE SITE PERTINENT POUR VOTRE CIBLE

QUELLE EST LA GRANDE IDÉE DU PROBLÈME EXPRIMÉ ?

Le besoin urgent d'un site web professionnel sans que cela n'ajoute une charge supplémentaire de travail.

SE RASSURER QUE VOTRE SITE S'ADRESSE À L'INTELLECT DE VOTRE CIBLE EN RAPPORT À CETTE IDÉE DU PROBLÈME

Sous quel angle unique voulez-vous aborder la solution à ce problème?	En faisant comprendre que je peux être considéré comme membre de leur équipe de web design à qui on pourra toujours s'adresser en cas de problème.
Comment pouvez-vous être original, intéressant et passionnant?	En comparant mon offre à une maison à louer ayant tous les équipements et services nécessaires pour assurer un séjour reposant et paisible.

FORMULER VOTRE RÉPONSE PERTINENTE AU PROBLÈME EXPRIMÉ PAR VOTRE CIBLE

Je vous soutiendrai.

Vous n'êtes pas un expert en technologie ? Ne vous inquiétez pas, je m'occupe des petites modifications que vous devez apporter à votre site web pendant que vous vous concentrez sur le développement de votre entreprise.

Considérez-moi comme votre propre informaticien.

Ce que vous obtenez?

Qu'il s'agisse de clients qui détruisent accidentellement leur propre site ou de trafic malveillant, nous avons tout vu, car nous sommes passés par l'école des coups durs de la gestion de sites web. Nous sommes préparés et fournirons à votre site web les derniers protocoles de sécurité et une maintenance avancée afin que vous puissiez vous asseoir, vous détendre et développer votre activité pendant que nous nous occupons de votre site web.

Vous n'obtenez pas juste un site web...

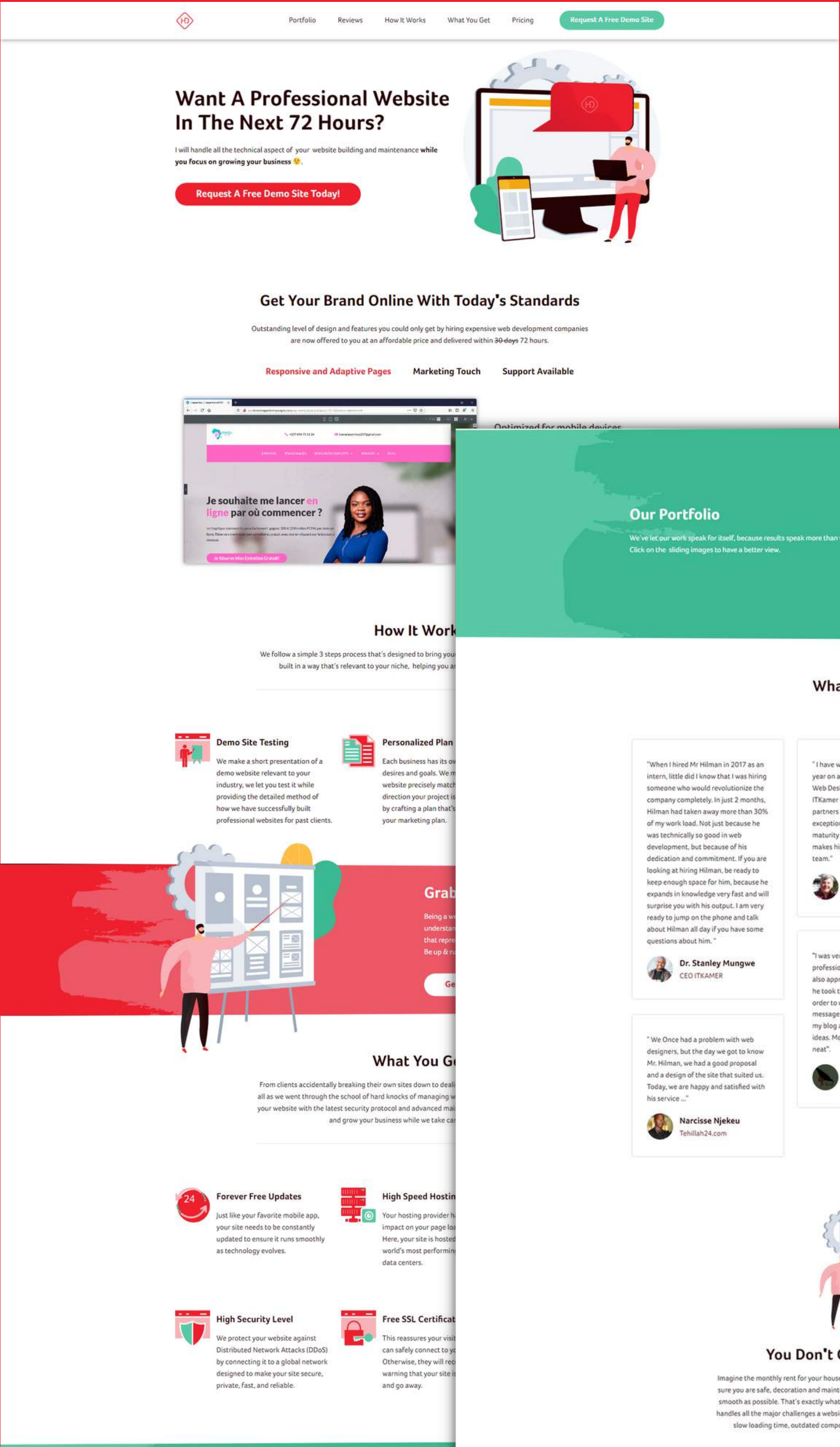
Imaginez que le loyer mensuel de votre maison puisse également vous donner accès à des protocoles de sécurité élevés pour garantir votre sécurité, à des services de décoration et d'entretien pour que votre expérience de vie soit la plus agréable possible. C'est exactement ce que vous obtenez avec nous, une infrastructure moderne qui gère tous les défis majeurs auxquels un site web peut être confronté lorsqu'il est rendu public : Temps d'arrêt, attaques, temps de chargement lent, composants obsolètes, etc. Tout cela gratuitement offert si vous choisissez de travailler avec nous.

Zoomer sur l'image pour mieux voir

5 - PLANIFIER LE PARCOURS PARCOURS CLIENT							
ÉTAPES →→→→→							
	A besoin d'un site web professionnel dans de brefs délais et sans avoir à s'occuper soi même de l'aspect conceptuel et technique car son activité lui prend déjà beaucoup de temps.	Il cherche des solutions dans son entourage immédiat et en ligne.	Il compare les solutions trouvées.	Il prend la décision d'engager un web designer.	Il s'attend à ce que le travail soit livré dans de brefs délais et qu'on puisse implémenter d'éventuelles modifications en restant disponible.	Lorsque son site est finalement livré, il s'attend a ce que la maintenance soit assurée et qu'on puisse l'assister en cas de besoin pour des travaux sur son site.	
ÉTAT ACTUEL	PROBLÈMES, QUESTIONS, FRUSTRATIONS, OBJECTIONS, MYTHES, ETC. ASSOCIÉS À CHAQUE ÉTAPE						NOUVEL ÉTAT
Débordé, pas de temps à réfléchir à la conception et réalisation du site internet pour son entreprise.	Par où vais-je commencer?	Besoin d'orientation.	Je veux une solution rapide et dans les limites de mon budget pour minimiser les coûts.	Mon site web sera t-il en sécurité? Où l'hébergez vous?	Vous aurez fini dans combien de temps?	Seriez-vous disponible à m'assister en cas de besoin?	Fier de son site web et rassuré d'avoir un expert à disposition en cas de besoin.
			Lequel m'offre le plus de valeur ajoutée?	A t-il déjà fait des sites pour d'autres entreprises?		Quelqu'un de mon équipe peut-il modifier les textes sur le site internet?	



Réalisation du plan de site: Hilman Design



Remarquez de quelle manière le plan a été suivi.

Cliquez sur l'image pour ouvrir le site internet.

Cas d'étude 2: Révolution Entrepreneuriale

Révolution Entrepreneuriale est un projet dans lequel je suis partenaire et je devais rapidement monter une simple page internet car le lancement du projet était imminent.

La première étape a été de planifier le projet en se servant du formulaire de planification de site web:

1 - QUEL PROBLÈME RÉVOLUTION ENTREPRENEURIALE VEUT-IL RÉSOUDRE ?

Habituellement, celui ci naît d'un besoin que vous avez constaté à un moment donné et qui vous a inspiré à vous lancer. Quel est ce problème?

INSÉREZ VOTRE RÉPONSE CI-DESSOUS

Les jeunes Camerounais sont très dynamiques, beaucoup entreprennent, sauf qu'on ne voit pas les résultats au bout de l'effort. 80% des entreprises meurent avant 3 ans...

2 - DÉFINITION DE VOTRE CIBLE

Profil de votre cible idéale

DÉMOGRAPHIE

Nom	Mbanlong Jude
Sexe	Homme et femme
Âge	30 - 60
Lieu	Cameroun
Occupation	Cadre, fonctionnaire, entrepreneur
Salaire	-

PSYCHOGRAPHIE

Douleurs et frustrations	Son projet semble être un vaste chantier insurmontable et interminable.
Peurs et conséquences	Être à court d'argent car le projet demande beaucoup d'investissement et les entrées ne suivent pas.
Objectifs et désirs	Comment organiser mon projet de façon rentable?
Rêves et aspirations	Désire voir son projet se réaliser, prendre son envol et générer des revenus conséquents.



ÉTAT ÉMOTIONNEL PRÉSENT	
J'ai	pas une vision claire de comment diriger mon projet.
Je me sens	stressé et débordé.
Ma journée type est	pleine de problèmes à résoudre dans mon projet.
ÉTAT ÉMOTIONNEL FUTUR	
J'ai	des systèmes et outils qui me permettent de bien diriger mon projet.
Je me sens	motivé et au contrôle de la situation.
Ma journée type est	bien organisée.
SOLUTIONS ESSAYÉES	
Solution 1	Vidéo youtube sur l'entrepreneuriat.
Solution 2	Formations en ligne et séminaires.
Solution 3	Conseils des proches.

3 - RENDRE VOTRE SITE INTIME POUR VOTRE CIBLE

IDENTIFIER LA PLUS IMPORTANTE FRUSTRATION DE VOTRE CIBLE

Entre les exigences financières et le message à envoyer à ma cible, ce qui m’embête vraiment c’est la vision très grande de mon projet. Je n'arrive pas à réaliser en remettant toujours à demain.

SE RASSURER QUE VOTRE RÉPONSE À CE COMMENTAIRE S’ADRESSE AUX ÉMOTIONS DE VOTRE CIBLE

Quel est le vrai problème que votre cible a et qui nécessite une vraie solution ?	Besoin d'organiser son projet de manière efficiente et rentable.
Identifier la bonne émotion que votre cible exprime lorsqu’elle parle de son problème.	Submergée.
Comment s’adresser à cette émotion sur votre site?	En donnant des raisons pour lesquelles monter et gérer un projet d’entreprise avec succès ne devrait pas être une tâche compliquée.
Comment pourriez-vous vous connecter intimement avec votre cible dans votre réponse?	En lui offrant gratuitement les 6 principes qui garantissent le succès d'un projet.

FORMULER VOTRE OFFRE DE VALEUR POUR VOTRE CIBLE

Votre idée est une mine d'or, mais...80% des entreprises meurent avant 3 ans... Nous vous donnons les armes et stratégies utilisées par les 20% qui prospèrent! Voulez-vous recevoir gratuitement les 6 principes qui leur garantissent le succès?

4 - RENDRE VOTRE SITE PERTINENT POUR VOTRE CIBLE

QUELLE EST LA GRANDE IDÉE DU PROBLÈME EXPRIMÉ ?

L'impression de ne pas être au contrôle de la situation.

SE RASSURER QUE VOTRE SITE S'ADRESSE À L'INTELLECT DE VOTRE CIBLE EN RAPPORT À CETTE IDÉE DU PROBLÈME

Sous quel angle unique voulez-vous aborder la solution à ce problème?	En insistant sur le fait que les jeunes entrepreneurs ne sont pas suffisamment outillés pour monter et gérer efficacement leur projet.
Comment pouvez-vous être original, intéressant et passionnant?	En parlant du bonus spécial offert à nos apprenants: un site web professionnel et un accompagnement dans la recherche des financements et partenaires.

FORMULER VOTRE RÉPONSE PERTINENTE AU PROBLÈME EXPRIMÉ PAR VOTRE CIBLE

Monter et gérer un projet d'entreprise avec succès ne devrait pas être une tâche compliquée. Cependant, cela demande de mettre en place des systèmes permettant à l'entrepreneur de travailler intelligemment vers l'atteinte de ses objectifs.

Combien de jeunes entrepreneurs ont du potentiel mais ne savent pas formuler la solution qu'apporte leur entreprise? Combien d'entre eux maîtrisent-ils les méthodes et outils modernes de gestion d'un projet entrepreneurial? Combien peuvent-ils s'offrir un site internet professionnel et un accompagnement dans la recherche de financements et de partenaires?

Révolution Entrepreneuriale aide les entrepreneurs avec un plan actionnable ayant fait ses preuves pour plusieurs porteurs de projet comme vous.

En 60 jours, posez les fondations pour le succès de votre projet et révolutionnez radicalement la direction de votre affaire pour le meilleur.

Chaque trimestre, Révolution Entrepreneuriale et ses Partenaires offrent des séances de formation de 60 jours sur le territoire nationale afin de faire bénéficier aux porteurs de projet des compétences les plus à jour sur: Le montage et la gestion de projet, le leadership, le marketing digitale, les réseaux sociaux, la recherche de financements et de partenaires. Bonus: Site web professionnel offert + Accompagnement sur la recherche de financements et partenaires.

Zoomer sur l'image pour mieux voir

5 - PLANIFIER LE PARCOURS CLIENT							
ÉTAPES →→→→							
	A une idée de projet qui lui tient à coeur.	Il essaye de réaliser le projet et se bute à ses premiers défis.	Il découvre notre offre de formation et se demande si elle peut vraiment l'aider.	Il prend la décision de se faire former avec nous.	Il s'attend à voir une avancée radicale dans le processus de croissance de son projet.	Se demande s'il pourra être accompagné dans son projet sur le long terme.	
ÉTAT ACTUEL	PROBLÈMES, QUESTIONS, FRUSTRATIONS, OBJECTIONS, MYTHES, ETC. ASSOCIÉS À CHAQUE ÉTAPE						NOUVEL ÉTAT
Stressé et débordé, n'ayant pas une vision claire de comment diriger son projet de manière efficiente et rentable.	Par où vais-je commencer?	Besoin d'orientation.	Comment cette formation peut-elle aider mon projet de façon concrète?	Aurais-je le temps de suivre la formation? Mon activité me prend déjà beaucoup de temps.	Comment appliquer ces connaissances et ces outils à mon projet?	Seriez-vous disponible à m'assister en cas de besoin?	Se sent motivé et a vision claire des actions à poser pour piloter son projet vers l'atteinte de ses objectifs.
			Combien ça coute? Quels sont les modules de formation?				



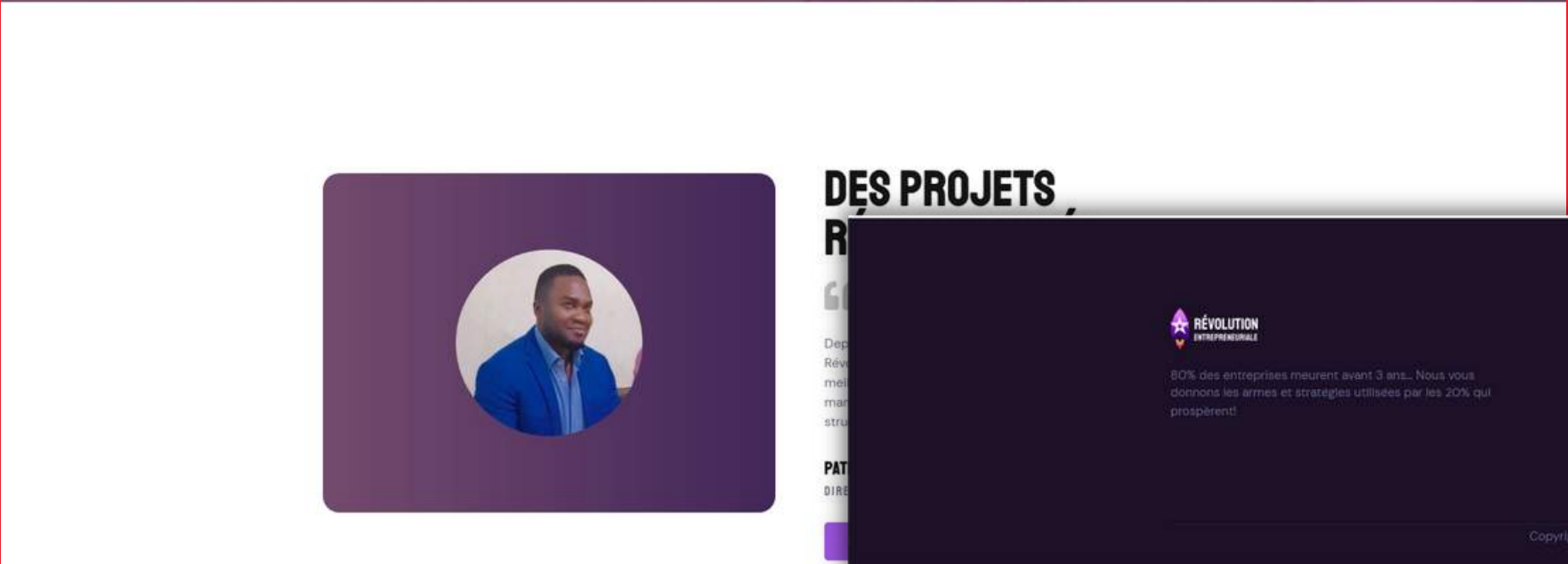
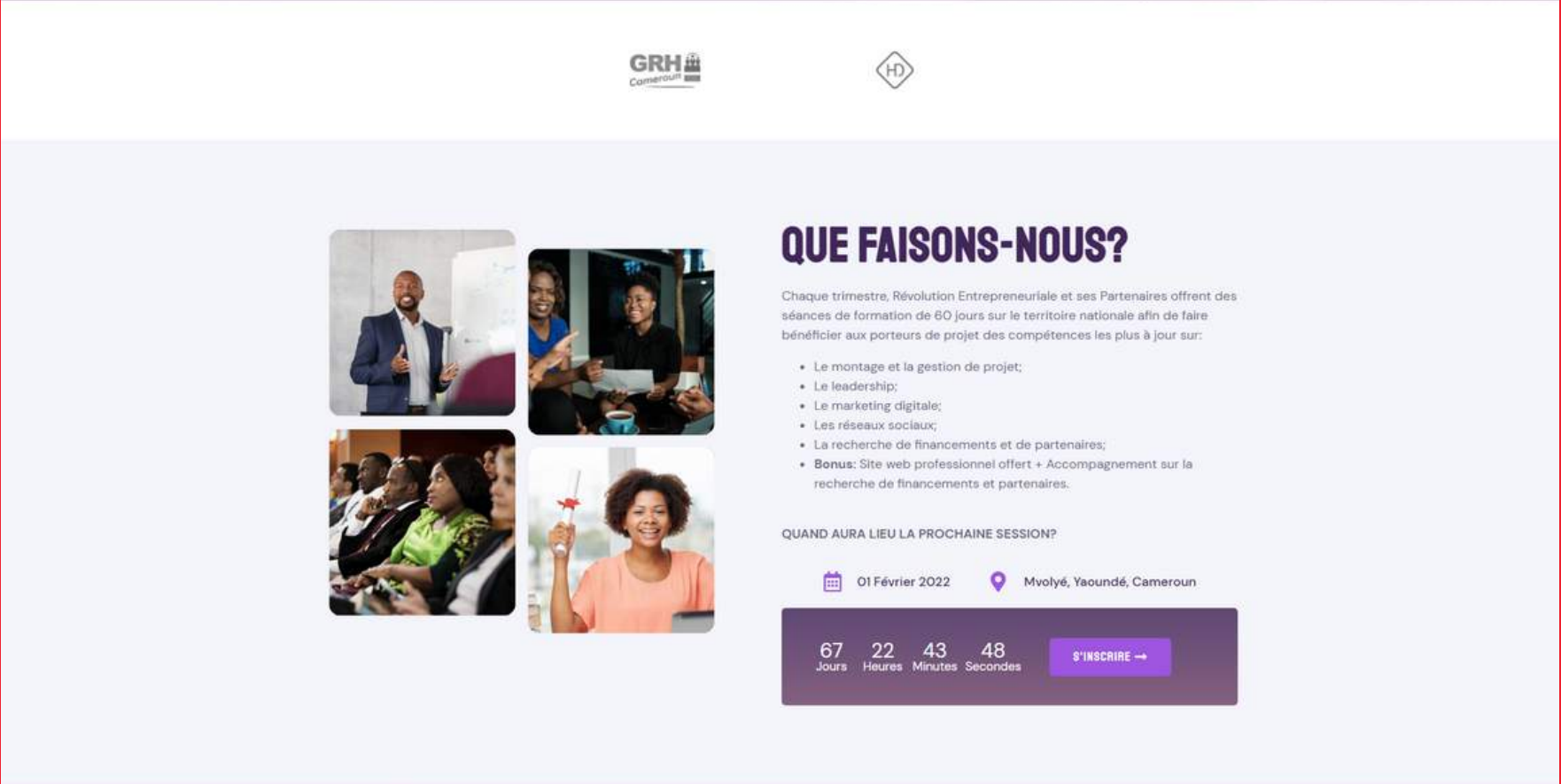
Réalisation du plan de site: Révolution Entrepreneuriale



Remarquez de quelle manière le plan a été suivi.

Le projet allait être lancé dans quelques semaines et il fallait faire un design qui va juste présenter l'essentiel.

Cliquez sur l'image pour ouvrir le site internet.



Audition du site internet du ministère des petites et moyennes entreprises, de l'économie sociale et de l'artisanat (MINPMEESA).

À ce point, vous devriez être capable de comprendre si un site internet a été bien planifié ou pas. Nous allons faire cet audition ensemble afin que vous puissiez vous en inspirer et voir ce qu'il faudra et ne faudra pas faire pour votre projet.

Commençons par un petit rappel: L'objectif numéro 1 d'un site web doit être de transformer vos visiteurs en fans, fidèles clients, ou alors à les pousser à prendre une action souhaitée par vous.

Des études marketing ont montré que sur 100 visiteurs qui arrivent sur votre site internet, 98 s'en vont après seulement 3 secondes.

Les visiteurs de votre site vous accordent donc 3 secondes de leur précieux temps en ligne pour pouvoir les convaincre que vous êtes la bonne personne.

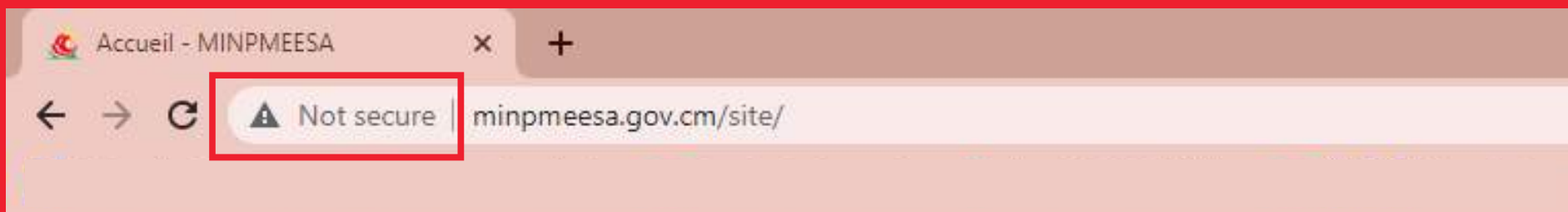
Imaginez un homme qui cherche à se marier et a juste 3 secondes pour convaincre la femme qu'il est la bonne personne. Il s'agit là d'une mission presque impossible...Mais....

L'astuce

3 secondes c'est vraiment petit pour convaincre. Il s'agit donc de ne pas de trop parler, mais de dire l'essentiel en s'assurant de toucher les émotions et l'intellect, dans le but de donner envie à la personne de continuer de vous écouter pendant plus de 3 secondes, 3 minutes, 3 heures, etc.

Il s'agit de mettre en pratique notre formule: $r + p = m$

Audition du site internet du MINPMEESA, section par section



Barre d'adresse

Nous nous sommes attardé sur la barre d'adresse car en ouvrant le site du ministère, on constate une notification "Not secure" (pas sécurisé).

Ceci est un problème important car cette note peut effrayer les visiteurs de la page qui se diront qu'ils courent des risques en visitant le site internet du ministère.

En effet, il s'agit bien d'une faille de sécurité. Lorsque vous ouvrez un site internet, une transaction s'effectue entre ce dernier et votre appareil.

Cette transaction peut aller dans les deux sens. Pour que la page s'affiche sur votre écran, cette dernière est d'abord téléchargée sur votre appareil.

Vous pouvez aussi envoyer des informations vers le site internet. Vous avez certainement vu des sites qui demande votre nom et adresse email par exemple, ou alors votre carte visa lorsque vous faites un achat en ligne.

C'est surtout lors de ce type de transactions où vous envoyez vos informations vers un site que cette faille de sécurité devient problématique, car quelqu'un pourrait facilement intercepter ces informations et les utiliser à des fins malveillantes.

Audition du site internet du MINPMEESA, section par section



Barre de navigation

À priori, il n'y a pas de problème à ce niveau. L'idéal est de construire chaque partie du site en pensant à la cible et à comment telle ou telle section pourra lui être utile dans la résolution de ses défis.



Bannière principale

Comme vous le savez déjà, voici la partie la plus importante d'un site internet car c'est elle qui attire premièrement l'attention des visiteurs et c'est ici que la majorité d'entre eux auront 3 secondes pour décider soit de continuer la navigation du site, soit de s'en aller.

Un visiteur veut rapidement savoir le problème que vous résolvez pour lui, ou le petit plus que vous apportez dans sa vie.

Mais nous constatons que le site du ministère met premièrement l'accent sur les communications (actualités) du ministère.

Audition du site internet du MINPMEESA, section par section



Bannière principale

La section d'un site internet chargée d'annoncer les nouvelles ou d'afficher les articles ou tout autre forme de communication c'est le blog. La bannière principale a un rôle bien plus important:

Puisqu'il s'agit du ministère des petites et moyennes entreprises, de l'économie sociale et de l'artisanat, nous comprenons déjà que sa cible ce sont les entreprises Camerounaises.

Quel est le problème le plus brulant que rencontre les entreprises camerounaises ? Nous imaginons que ce ministère recoit du courrier en longueur de journée ou dispose d'outils permettant d'évaluer la situation actuelle des entreprises.

Il s'agit donc d'identifier le problème le plus grave et de s'appuyer dessus pour élaborer un message qui permettra à une entreprise qui visite le site internet de comprendre qu'elle est arrivée au bon endroit.

Vous souvenez vous du message du projet Révolution Entrepreneuriale?

Audition du site internet du MINPMEESA, section par section



Bannière principale

Votre idée est une mine d'or, mais...80% des entreprises meurent avant 3 ans... Nous vous donnons les armes et stratégies utilisées par les 20% qui prospèrent! Voulez-vous recevoir gratuitement les 6 principes qui leur garantissent le succès?

Il s'agit pour le site du ministère des petites et moyennes entreprises d'utiliser sa bannière principale de cette manière afin de susciter l'intérêt de ses visiteurs.



Audition du site internet du MINPMEESA, section par section

Mot du Ministre

Dynamique innovante et permanente au profit des PMEESA

Pour redynamiser leurs économies et créer davantage d'emplois, de nombreux pays s'appuient sur les PME, les artisans et les acteurs de l'économie sociale. Le Cameroun n'est pas en reste dans cette dynamique émergente et à cet effet, plusieurs outils d'accompagnement ont été mis sur pied. Dans le cadre de l'élaboration et de la mise en œuvre de la politique gouvernementale en matière de développement des Petites et Moyennes Entreprises, de l'Economie Sociale et de l'Artisanat, notre département ministériel a développé un ensemble d'outils et de mécanismes qu'il monitoré et évalue périodiquement.

Dans le secteur des PME et de l'Economie Sociale, le bilan est plutôt positif avec des chiffres significatifs : la Pépinière Nationale Pilote d'Edéa a livré, en juillet 2020, sa première cuvée de 18 entrepreneurs et porteurs de projets déjà opérationnels ; la bourse de Sous-traitance et de Partenariat du Cameroun a opéré un profilage ou re-profilage de 573 PME, et mis 153 PME en relation avec des donneurs d'ordre pour 14 contrats de partenariats signés, 267 emplois créés et 4 accords de partenariats signés avec...

[Lire la suite →](#)



S.E. ACHILLE BASSILEKIN III
Ministre des Petites et Moyennes Entreprises de l'Economie Sociale et de l'Artisanat

[BIOGRAPHIE, ECRIRE AU MINISTRE, AGENDA →](#)

2e bannière

Nous voyons que la deuxième bannière est utilisée ici pour présenter le mot du ministre.

En principe, après avoir présenter le problème qu'on résout dans la bannière principale, la bannière suivante s'attarde beaucoup sur la méthode de résolution du problème.

Lorsque vous expliquez à une personne le problème que vous pouvez résoudre pour elle, la prochaine question dans l'esprit de cette dernière est généralement:

"Okay, comment ça marche?"

Tel est le rôle de la deuxième bannière. Néanmoins, dans le mot de ministre présenté dans cette section, nous pouvons lire:

Audition du site internet du MINPMEESA, section par section

Mot du Ministre

Dynamique innovante et permanente au profit des PMEESA

Pour redynamiser leurs économies et créer davantage d'emplois, de nombreux pays s'appuient sur les PME, les artisans et les acteurs de l'économie sociale. Le Cameroun n'est pas en reste dans cette dynamique émergente et à cet effet, plusieurs outils d'accompagnement ont été mis sur pied. Dans le cadre de l'élaboration et de la mise en œuvre de la politique gouvernementale en matière de développement des Petites et Moyennes Entreprises, de l'Economie Sociale et de l'Artisanat, notre département ministériel a développé un ensemble d'outils et de mécanismes qu'il monitoré et évalue périodiquement.

Dans le secteur des PME et de l'Economie Sociale, le bilan est plutôt positif avec des chiffres significatifs : la Pépinière Nationale Pilote d'Edéa a livré, en juillet 2020, sa première cuvée de 18 entrepreneurs et porteurs de projets déjà opérationnels ; la bourse de Sous-traitance et de Partenariat du Cameroun a opéré un profilage ou re-profilage de 573 PME, et mis 153 PME en relation avec des donneurs d'ordre pour 14 contrats de partenariats signés, 267 emplois créés et 4 accords de partenariats signés avec...

[Lire la suite →](#)



S.E. ACHILLE BASSILEKIN III
Ministre des Petites et Moyennes Entreprises de l'Economie Sociale et de l'Artisanat

[BIOGRAPHIE, ECRIRE AU MINISTRE, AGENDA →](#)

2e bannière

"Dans le cadre de l'élaboration et de la mise en œuvre de la politique gouvernementale en matière de développement des Petites et Moyennes Entreprises, de l'Economie Sociale et de l'Artisanat, notre département ministériel a développé un ensemble d'outils et de mécanismes qu'il monitoré et évalue périodiquement."

Voici un aspect qui pourrait susciter l'interet d'un visiteur du site internet car la plupart des entreprises qui se rapprochent de ce ministère sont à la recherche de solutions.

Ce segment pourrait donc être présenté de manière plus intime et pertinente dans la bannière principale et son processus de fonctionnement détaillé dans la bannière suivante (celle-ci).

Le mot du ministre pourrait quant à lui être assigné dans la rubrique "à propos de nous."

Non pas qu'il soit d'une moindre importance, mais lorsqu'il s'agit d'attirer des personnes vers vous, l'accent est d'abord sur eux et sur comment vous les aider.



Audition du site internet du MINPMEESA, section par section



3e bannière

Nous voyons que cette section est utilisée pour présenter les activités récentes au sein du ministère.

Les nouvelles jouent un rôle important car elles permettent de créer une base de lecteurs.

Un titre et sous-titre expliquant le contenu de cette bannière ne serait pas de trop.

Exemple: Actualité: Découvrez les activités récentes du MINPMEESA.



4e bannière

Cette section décrit le ministère en retraçant son histoire: date de création, mission, etc.

Cette bannière aussi peut aller sous la rubrique "à propos de nous."

Audition du site internet du MINPMEESA, section par section



6e bannière

Ici, le site du ministère présente l'actualité du ministère mais sous forme de vidéos.

Par soucis d'organisation, cette section vidéo aurait pu être jumellée à la section blog supposée accueillir et présenter toutes formes de nouvelles.

Dans cette bannière, nous retrouvons aussi un espace agenda pour afficher le calendrier des évènements annoncés par le ministère.

L'idée est excellente car il s'agit d'une information intéressante pour les entreprises qui désirent être au courant de ce qui se prépare comme évènement dans leur ministère de tutelle.

Audition du site internet du MINPMEESA, section par section



7e bannière

En parcourant cette section, nous avons compris que l'intention ici est de partager des informations utiles pouvant intéresser les entreprises.

Exemples: Formulaires de participations aux évènements, l'obtention d'un agrément, l'appui aux initiatives locales de développement.

C'est un excellente idée de vouloir regrouper ce type d'informations dans une même section. Le seul problème est qu'il faut lire le contenu avant de comprendre de quoi il s'agit dans cette partie.

Hors en ligne, les internautes veulent aller droit au but et comprendre en moins de temps possible l'essence du contenu qui leur est présenté.

Un titre et un sous-titre au début de cette bannière rendraient l'expérience de lecture plus agréable.

Audition du site internet du MINPMEESA, section par section



8e bannière

Ici, les logos des différents partenaires du ministère sont présentés. C'est une excellente approche qui parle à l'intellect du visiteur et le convainc du sérieux du travail qui est accompli au sein du ministère.

D'habitude cette section est ajoutée toute suite après la bannière principale afin d'amplifier son effet.



Le pied de page:

Le rôle du pied de page est de présenter à nouveau les rubriques importantes du site et cela est très bien fait ici.

Il sert aussi à donner une autre opportunité aux visiteurs de prendre une action souhaitée. C'est ce qui est fait ici avec le formulaire d'abonnement aux nouvelles.



Audition du site internet du MINPMEESA: Conclusion

Le site internet du MINPMEESA manque les sections essentielles comme celle définissant le problème qu'il résout, son offre de valeur et son processus de résolution du problème.

Ces sections définissent la fondation de notre formule $r + p = m$ et leur absence pose un réel problème, car il s'agit de rendre le site internet intime et pertinent pour la cible, surtout lorsqu'on souhaite susciter un vif intérêt pour nos visiteurs.

Certains de ces éléments fondamentaux se retrouvent un peu éparpillés ici et là en parcourant le site, mais sans vraiment approfondir en y mettant un accent particulier.

L'une des sections qui aurait pu ajouter plus de pertinence à ce site aurait été celle des témoignages où les entreprises ayant bénéficié des programmes du ministère auraient pu parler des résultats obtenus en collaborant avec le ministère.

Beaucoup peut être aussi dit du point de vue purement design, mais ce livre est surtout un document de stratégie marketing appliqué aux sites web.



Votre plan est prêt, que faire maintenant?

Vous avez parcouru un long chemin, félicitations si vous êtes arrivé à terminer la planification de votre site web!

Il faudra premièrement vous rassurer que votre plan a été bien monté. Pour cela, n'hésitez pas à le partager dans notre groupe Facebook afin d'avoir des retours des membres de notre communauté.

Si vous souhaitez avoir une assistance plus personnelle et approfondie, contactez-moi directement par email à:

hilman@hilmandesign.com

Une fois rassuré que votre plan est au top, prenez du papier et un crayon, puis amusez-vous à faire un croquis de votre site web en vous inspirant du prototype que nous avons vu à la page 54.

Enfin, présentez votre plan et votre croquis à un web designer afin que celui ci le réalise avec sa touche personnelle.

Vous pouvez aussi compter sur nous là dessus car au fil des années, nous avons accumulé suffisamment d'expérience.

Qu'il s'agisse de clients qui détruisent accidentellement leur propre site ou de trafic malveillant arrivant sur votre page, nous avons tout vu, car nous sommes passés par l'école des coups durs de la gestion de sites Web.

Nous sommes préparés et fournirons à votre site web les derniers protocoles de sécurité et une maintenance avancée afin que vous puissiez vous asseoir, vous détendre et développer votre activité pendant que nous nous occupons de votre site web.

Mot de:

Dr.-Ing. Stanley Mungwe

Auteur, Entrepreneur, Investisseur et
Professeur d'Université



"Si vous envisagez d'engager Hilman, soyez prêt à lui réserver suffisamment d'espace, car il développe ses connaissances très rapidement et vous surprendra par son rendement."

"En deux mois seulement, il m'a enlevé plus de 30 % de ma charge de travail."

Lorsque j'ai embauché Monsieur Bendjek Hiliman Rosine Evrard (Hilman) en 2017 en tant que stagiaire, j'étais loin de me douter que j'engageais quelqu'un qui allait révolutionner complètement l'entreprise.

En seulement 2 mois, Hilman m'a enlevé plus de 30% de ma charge de travail. Pas seulement parce qu'il était techniquement très bon en développement web, mais aussi grâce à son dévouement et son engagement.

La chose la plus intéressante que j'ai apprise sur Hilman: Il m'a paru d'abord très introverti, timide et réservé, mais derrière cela, j'ai remarqué que c'était quelqu'un qui s'adaptait très vite.

Par exemple, à un moment donné, l'entreprise a eu besoin de plus de spécialistes du marketing numérique que de développeurs web et, en moins de deux mois, Hilman est devenu mon principal spécialiste du marketing numérique. Il a géré des projets avec des clients américains de bout en bout.

Il documentait son travail de manière très structurée et maîtrisait l'utilisation d'outils de gestion de projet et de collaboration comme trello.

L'entreprise a fini par rencontrer des difficultés financières dues à COVID-19 et Hilman a dû partir, mais nous lui serons toujours reconnaissants pour les services qu'il a rendus à nos clients et à nous.

Beaucoup se souviennent encore de lui et demandent de ses nouvelles.

Si vous envisagez d'engager Hilman, soyez prêt à lui réserver suffisamment d'espace, car il développe ses connaissances très rapidement et vous surprendra par son rendement.

Je suis tout à fait prêt à sauter sur le téléphone et à parler de Hilman toute la journée si vous avez des questions à son sujet.

Nous lui souhaitons beaucoup de succès dans sa carrière.

Cordialement.



Détendez-vous pendant que je m'occupe de la réalisation et maintenance de votre site.

En savoir plus sur HilmanDesign.com

Interview avec:

Brenda Pierce Davies

Fondatrice et PDG Chez BJ&K Family Solutions, LLC © (États-Unis)



"Si vous voulez un site web qui vous ressemble et qui corresponde à votre entreprise, il vous faut ce concepteur web."

"Je suis très heureuse d'avoir trouvé cette entreprise avec laquelle travailler."

Hilman Design: En tant que propriétaire d'entreprise, vous avez clairement indiqué que vous n'aviez pas besoin d'un simple site web, mais d'un outil qui vous aiderait réellement à trouver des clients en ligne. Pourquoi ce point est-il si important pour vous ?

Brenda Davies: Lorsque votre site web est authentique, il est non seulement attrayant et crédible, mais il met le visiteur à l'aise et attire donc des clients.

Les sites web de base sont partout et passent pour des escrocs. Je veux que mon site web soit le reflet de mon professionnalisme et de celui de mon entreprise. Après avoir consulté mon site, mes clients doivent avoir l'impression de m'avoir déjà rencontrée.

Hilman Design: Avant de commencer à travailler avec nous sur votre projet de site web, quelles autres solutions avez-vous essayées ou quelles mesures avez-vous prises pour obtenir le site web souhaité ?

Brenda Davies: J'ai passé en revue de nombreux sites web "à faire soi-même (Do It Yourself)" ainsi que d'autres sociétés de conception de sites web, mais aucun d'entre eux n'a suffisamment retenu mon attention pour que je cherche à obtenir des informations détaillées et supplémentaires sur leur service.

Hilman Design: Qu'est-ce qui a fonctionné ou non pour vous ?

Brenda Davies: Après avoir vu à quoi ressemblait le "site web à faire soi-même", j'ai su que ce n'était pas l'aspect que je voulais pour mon entreprise. Ils étaient pratiquement des copies de tous les autres sites web que j'avais vus. Et si je les ai vus, mes clients potentiels aussi.

Comme je ne trouvais pas ce que je cherchais, j'ai décidé de ne pas me contenter de ce que je cherchais, mais d'attendre de trouver ce que je cherchais.

Hilman Design: Pouvez-vous décrire une ou deux choses importantes que nous avons faites et qui vous ont aidé à obtenir le site web souhaité ?

Brenda Davies: Je sais que j'ai été un véritable casse-tête (LOL), en raison du fait que j'ai eu tellement d'ajouts et de soustractions à faire pour obtenir le site web qui correspondait à moi et à mon entreprise, mais vous étiez là à chaque étape du processus, honorant mes demandes d'une manière si rapide que je ne m'y attendais vraiment pas.

Brenda Davies: En ce qui concerne la conception de sites Web, je suis analphabète, et vous avez pris le temps de m'expliquer et de m'éduquer afin que je sache non seulement ce que vous faites, mais aussi que je sois capable de faire des choses de base par moi-même. Et les vidéos "comment faire" que vous avez fournies étaient géniales. Lorsque j'oubliais une étape, je les avais au bout des doigts.

Hilman Design: De quelles manières spécifiques pensez-vous que votre nouveau site web aidera votre entreprise ?

Brenda Davies: Il va certainement m'aider à développer mon activité en touchant des personnes partout dans le monde. Son format facilite grandement la navigation des clients, la saisie des informations et l'inscription.

Il va également permettre à mon entreprise de rester organisée et de maîtriser son activité. Enfin, il va permettre à l'entreprise d'économiser l'argent dépensé en publicité par d'autres méthodes qui se sont avérées futiles.

Hilman Design: Avez-vous quelque chose à ajouter en guise de conclusion ?

Brenda Davies: Pour tous les personnes qui veulent un site web qui résonne clairement avec vous et votre entreprise, vous voudrez ce concepteur web.

Vous recevrez une communication et un retour d'information en temps voulu, mais surtout, vous obtiendrez ce que vous recherchez. Votre site web sera conçu et construit à votre goût et fera l'objet d'un suivi permanent. Je suis très heureuse d'avoir trouvé cette société avec laquelle travailler.



Détendez-vous pendant que je m'occupe de la réalisation et maintenance de votre site.

En savoir plus sur HilmanDesign.com



HILMAN DESIGN

Qui suis-je?

Je m'appelle Hilman Evrard et je suis consultant en marketing digital. C'est un métier que je n'ai pas appris à l'école, mais plutôt en rejoignant une agence où j'ai exercé en tant que manager web design et marketing pendant deux ans.

Être un web designer qui comprend les principes de marketing est un atout majeur car on ne se contente pas seulement de faire des sites web pour nos clients, mais nous leur offrons aussi des stratégies pour la croissance de leur projet que nous intégrons directement dans leur site.


J'ai eu à travailler sur plus d'une trentaine de projets en entreprise où la majorité de nos clients venaient des États Unis et de l'Europe.

À mes débuts, j'exerce en tant que web designer formé par le PDG lui même (Dr. Stanley Mungwe) et des membres de son équipe. Très vite, je passe du statut d'apprenant à celui de stagiaire et 6 mois plus tard, je deviens manager webdesign où mes tâches consistent principalement à former et manager des équipes de web designers.

Une chose m'avait toujours fasciné chez mon boss et c'était sa capacité à transformer la moindre petite idée en un business viable en ligne. Il me fallait comprendre comment il faisait...

C'est ainsi que j'ai migré vers le marketing et il n'a pas hésité à me révéler ses secrets au point où il m'a souvent fait assister à ses réunions de deal avec ses clients pour que j'observe comment il réussissait à les convaincre et à décrocher un marché.

Ce je vous montre aujourd’hui dans ce guide est le fruit de l’expertise accumulée au fil des années pour que votre site ne soit pas seulement au top en matière de technologie ou d’esthétique, mais qu’il puisse aussi transformer vos visiteurs en fans et fidèles clients.



Sur mon blog, je vous raconte mes expériences, mes ratés, mes succès pour que vous n’ayiez pas à faire les mêmes erreurs que moi dans l’entrepreneuriat.

En savoir plus sur Blog.HilmanDesign.com



HilmanDesign.com
Par Rosine Evrard Bendjek Hiliman

© Copyright 2022 HILMAN DESIGN

Tous droits réservés.