

Ton **Image de marque**

qui **convertie**



**Enguerrand  
Boulnois**

# Ton environnement digital

Avant toute chose il est important de rappeler à quel point. Il est important d'avoir un endroit optimisé pour parler de vous et de vos offres.



C'est là que votre site ou landing page peuvent être plus ou moins performant en fonction de ce que vous y mettez.

Voici mes recommandations pour une **page optimisée pour la conversion.**

# Titre accrocheur

→ Le premier contact avec votre visiteur qui doit impérativement capter son attention



## Conseil d'optimisation



Utiliser un langage clair et des mots puissants qui résonnent avec votre public cible.



## Avantage

Augmente les chances de retenir l'attention et incite à la lecture.

# Proposition de valeur claire

→ Une déclaration concise expliquant ce que vous offrez et **pourquoi c'est précieux.**



## Conseil d'optimisation



Soyez spécifique et mettez en avant les aspects uniques de votre offre.



## Avantage

Aide les visiteurs à comprendre rapidement les bénéfices et les différenciateurs.

# Bénéfices

→ Une liste ou une explication des avantages concrets que **le client obtiendra.**



## Conseil d'optimisation



Concentrez-vous sur les bénéfices plutôt que sur les caractéristiques, en expliquant comment votre service améliore la vie du client.



## Avantage

Renforce la décision d'achat en montrant l'impact réel du produit ou service.

# Utilisation de Visuels impactants

→ Des images ou des vidéos qui **complètent et renforcent** le message textuel.



## Conseil d'optimisation



Choisissez des visuels de haute qualité et pertinents pour votre message.



## Avantage

Améliore l'engagement et aide à communiquer plus efficacement.

# Appels à l'action efficaces

→ Des **boutons** ou **liens** qui encouragent les visiteurs à prendre une **action** spécifique.



## Conseil d'optimisation



Utilisez un langage clair, un design qui se démarque, et placez-les stratégiquement sur la page.



## Avantage

Augmente les chances de conversion en guidant clairement les utilisateurs vers l'action souhaitée.

# Preuve sociale et témoignage

→ **Avis, témoignages, ou études de cas** qui attestent de la qualité de votre offre.



## **Conseil d'optimisation**



Utilisez des témoignages authentiques et pertinents qui abordent des points clés de votre proposition de valeur.



## **Avantage**

Renforce la confiance et la crédibilité, influençant positivement la décision d'achat

# Optimisation Mobile

→ Une conception de la page qui assure une expérience utilisateur **fluide sur les appareils mobiles.**



## Conseil d'optimisation



Garantissez que la landing page charge rapidement et est visuellement attrayante sur les appareils mobiles.



## Avantage

Améliore l'expérience utilisateur pour un nombre croissant d'utilisateurs mobiles, augmentant ainsi les conversions.

# Conclusion et Appel à l'Action Final

→ Le dernier message engageant le visiteur à **prendre une action immédiate.**



## Conseil d'optimisation



Résumez brièvement la proposition de valeur et proposez un CTA final clair et persuasif.



## Avantage

Offre une dernière chance de convertir le visiteur, renforçant l'appel à l'action précédent.

N'hésite pas à m'écrire  
si tu veux plus  
d'informations pour  
**optimiser ton**  
**environnement digital**



**Abonne toi pour  
plus**

