



## VOTRE ENTREPRISE

Vos informations d'entreprise

Raison sociale :

SIREN :

Moyens de contact

Numéro de téléphone :

Adresse email :

Adresse

## NOM DE DOMAINE

Comment est-il hébergé ?

Quels éléments souhaitez-vous conserver (fonctionnalités, textes, images, nom de domaine) ?

Quelles sont ses performances ?

Visites mensuelles :

Visiteurs uniques mensuels :

Taux de conversion :

Chiffre d'affaires :

Autre :

## VOTRE ACTIVITE

Date de création :

Activité principale :

Services, prestations ou produits associés :

Horaires d'ouverture ou d'intervention :

Disposez-vous d'un ou plusieurs points de vente ?

**Activité(s) secondaire(s) :**

Services, prestations ou produits associés : Oui - Combien ?

Quelles prestations ou services de votre domaine d'activité n'effectuez-vous pas ?

Disposez-vous de certifications officielles ? (Exemples : ISO9001, Qualibat...

<https://dr1.fr/>



Travaillez-vous avec des entreprises partenaires, des réseaux ou des marques que vous souhaitez mettre en avant

### **VOTRE CONCURRENCE**

Qui sont vos principaux concurrents ?

**Dans quel rayon géographique se situent vos principaux concurrents ?** (Rayez les mentions inutiles)

Dans votre localité (ville / commune)

Dans un rayon de 20 km / Dans la région / Dans le département / Au niveau national

**De quel type de site Internet avez-vous besoin ?** (Rayez les mentions inutiles)

Un site e-formation / une boutique en ligne pour vendre des produits /

Un site vitrine pour présenter votre entreprise

En quelques lignes, expliquez ce que vous attendez de votre nouveau site Internet : présenter votre entreprise et votre activité ? Améliorer votre notoriété ? Vendre des produits en ligne ? Informer vos clients ? Générer plus de contacts ? Obtenir plus de rendez-vous ?

### **VOTRE POSITIONNEMENT**

#### **CONTENU EST ROI**

<https://dr1.fr/>



## Cartographie de l'intention des mots clés

	Informationnelle	Navigationale	Commerciale	Transactionnelle
Intention du mot clé	Attend une réponse à une question spécifique ou des informations générales.	Veut trouver un site, une page ou un lieu physique spécifique.	Veut effectuer des recherches sur des marques ou des services.	A l'intention d'effectuer une action ou un achat.
Exemples	<ul style="list-style-type: none"> <li>comment nouer une cravate</li> <li>définition SEO</li> <li>qu'est-ce qu'une capre</li> <li>journée des femmes</li> <li>qui joue dans la pub zalando</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>semrush.com</li> <li>semrush blog</li> <li>facebook</li> <li>obama twitter</li> <li>pokemon wikipedia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ipad air vs ipad mini</li> <li>meilleures marques d'appareils ménagers</li> <li>chaises de bureau sans bras</li> <li>sites d'expédition internationaux</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>acheter des chaussures de course</li> <li>où acheter un kayak</li> <li>télécharger among us</li> <li>nouvel épisode pokemon</li> <li>maisons neuves près de chez moi</li> </ul>
SEO/PPC/Stratégie de contenu	Développez la <b>notoriété de la marque</b> en optimisant les <b>articles de blog</b> , le <b>contenu éducatif</b> et les <b>FAQ</b> pour cibler les requêtes et les featured snippets qui attireront le trafic du haut de l'entonnoir.	Assurez-vous que votre site est facile à trouver en l'optimisant pour les <b>requêtes de marque</b> et en réglant les problèmes de <b>SEO technique</b> . Utilisez le budget PPC si nécessaire, mais évitez de le gaspiller si vous êtes déjà bien classé organiquement.	Persuadez les clients potentiels des avantages de votre produit/service à l'aide de comparaisons de produits, de listicles de produits et de descriptions détaillées des caractéristiques sur votre site. Testez le budget PPC en plus de l'optimisation du contenu pour ces recherches.	Diffusez des annonces payantes ciblées les recherches à intention transactionnelle et optimisez vos pages de destination pour vous assurer qu'elles répondent aux questions de vos visiteurs et qu'elles surmontent toute objection à l'achat. Utilisez une part plus importante de votre budget PPC en plus de l'optimisation du contenu pour ces recherches.

semrush.com



Sources : <https://fr.semrush.com/blog/analyse-intention-de-recherche/>

## LES CONTENUS SONT ROI SUR GOOGLE

Les besoins fonctionnels de votre site Internet

### L'ARBORESCENCE DU SITE

Quelles sont les grandes sections que vous souhaitez retrouver sur votre site ?

(Rayez les mentions inutiles)

Page d'accueil  
 Qui sommes-nous ?  
 Foire aux questions  
 Contactez-nous  
 Avis clients  
 Prise de rendez-vous en ligne  
 Actualités  
 À propos

Nos produits / offres / prestations  
 Service  
 1 Service  
 2 Service  
 1 Catégorie  
 2 Catégorie  
 Prendre rendez-vous  
 Blog  
 Contact

<https://dr1.fr/>



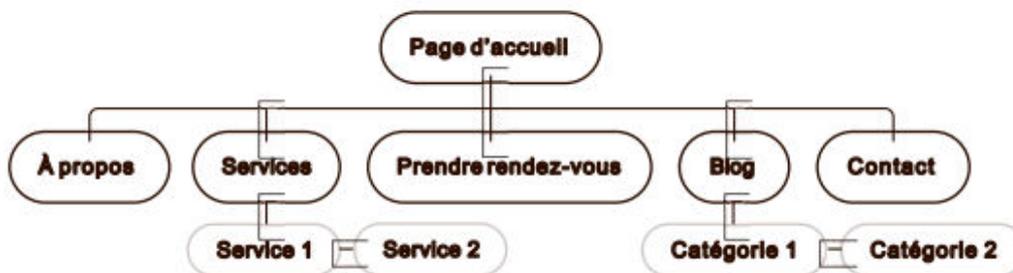
Pour vous aider à visualiser votre futur site Internet, vous pouvez représenter l'arborescence sous forme de schéma. Vous ne vous sentez pas à l'aise avec cet exercice ?

N'hésitez pas à me demander d'imaginer une arborescence adaptée à votre activité.

Astuce L'arborescence de votre site Internet correspond à la manière dont il est organisé et structuré.

Cette étape est très importante : une organisation claire et bien pensée facilitera la navigation des visiteurs de votre site.

Une arborescence de qualité est aussi un atout pour votre référencement naturel sur les moteurs de recherche.



## LES CONTENUS DU SITE

Quels types de contenus

Souhaitez-vous publier sur votre site Internet ? Oui / Non

Disposez-vous des documents de présentation de l'entreprise, de ses services ou produits (plaquette commerciale, fiches produits, catalogue...) ? (Rayez les mentions inutiles)

Articles  
Vidéos  
Cas clients

Avis clients  
Promotions  
Photos  
Catalogue / présentation produits

Autres :

<https://dr1.fr/>



Tous les documents existants servent à mieux comprendre votre activité, votre entreprise et finalement faciliter la production des futurs contenus de votre site Internet.  
Pensez à me les communiquer !

### LES FONCTIONNALITES

Quels sont les éléments fonctionnels dont vous avez besoin pour votre site Internet ?

Un module de prise de rendez-vous en ligne	Un moteur de recherche interne
Un module de prise de rendez-vous en ligne	Un module d'inscription à une newsletter
Un espace client sécurisé par mot de passe	Une solution de Click and Collect
Un module de vente en ligne	Un store locator
Une solution de paiement sécurisé	Une liaison avec vos réseaux sociaux
Un blog	

### DESCRIPTION GRAPHIQUE

Logo  
Typographie

Couleurs  
Images Icônes

N'hésitez pas à décrire l'identité visuelle de votre projet en quelques mots.

Vous pouvez aussi lister quelques exemples de sites qui vous inspirent  
ou dont vous appréciez particulièrement le design :

Pour trouver des idées :

Typographie : <https://fonts.google.com/>

Site de couleur avec des votes des internautes : <https://colorhunt.co/palettes/popular>

<https://dr1.fr/>