

5 astuces de rédaction pour une page d'accueil plus vendeuse



Saviez-vous qu'un internaute reste en moyenne 30 à 60 secondes sur un site web ?

Et si je vous disais qu'en 3 secondes, il a décidé si votre page d'accueil valait le coup de s'intéresser à votre site ? Vous trouvez ça dur ?

Pas de panique, nous vous livrons les 5 éléments que doit absolument contenir votre page d'accueil pour inciter les visiteurs à rester sur votre site web.

1 – Le slogan : 3 secondes pour accrocher

Le slogan ou la phrase d'accroche est capital sur une page d'accueil. C'est lui qui va influencer le visiteur dans son choix de rester ou pas sur votre site.

Vous cherchez à faire rédiger des *fiches prod*

Trouvez facilement un rédacteur professionnel sur SEO-WEB.CH

Si vous n'avez pas de texte nous nous occuperons de vous en fournir un, c'est une option qui est payante au mots.

Le défi : Pousser le lecteur à poursuivre sa lecture.

L'action : Pour trouver un bon slogan, posez-vous la question suivante : Que vient chercher le visiteur sur mon site ? De quoi a-t-il envie ? Simple me direz-vous ? Non, car la plupart des professionnels pensent en solution, alors que pour faire rester un visiteur, le plus efficace est de créer l'envie. Il faut donc créer une accroche qui parle non pas de son besoin, mais de son problème.

Vous êtes un spécialiste SEO ? Votre slogan : Gagnez en visibilité !

Vous vendez des tisanes amincissantes ? Votre slogan : Perdez 5 kilos en 1 mois !

Vous êtes graphiste et créez des faire-part de mariage ? Votre slogan : Le mariage approche ? Avez-vous pensé à vos faire part ?

2 – La promesse

Ça y est, votre accroche a capté l'attention de votre lecteur ! Le plus dur est fait, maintenant, il va falloir montrer que vous pouvez l'aider.

Le défi : faire comprendre aux visiteurs que vous allez leur fournir ce qu'ils attendent.

L'action : rédiger quelques mots ou phrases courtes qui vont démontrer que vous comprenez les besoins de vos clients.

Vous êtes concepteur de salles de bains à Nancy ? Vos promesses pourraient être :

- L'une des plus grandes entreprises du département
- Un seul interlocuteur pour tous vos travaux
- Des salles de bains contemporaines et fonctionnelles

3 – La présentation

Bien joué ! Le client a compris que vous pouviez lui fournir ce qu'il recherche ! Il est donc temps de vous présenter.

Le défi : rassurer le client en humanisant votre site.

L'action : Créer une petite présentation qui parlera de vous ou de votre entreprise.

Passion, expérience, parcours, réussites... le but est de montrer que vous êtes professionnel. Encore une fois, quelques phrases suffisent. Si vous le souhaitez, vous pourrez développer votre portrait sur [votre page » à propos «](#) ou dans un storytelling.

Pour cela, rien de plus simple, il suffit d'inviter le lecteur à en apprendre plus sur vous en suivant un bouton call to action.

Vous êtes comptable ? Votre présentation pourrait se présenter comme ceci : Pierre Legrand – Expert-comptable depuis 2010 – Membre du réseau CER France

4 – La prestation

Jusqu'ici tout va bien, votre page d'accueil a réussi à :

- Accrocher le lecteur
- Le convaincre que vous pouvez l'aider
- Lui démontrer que vous possédez les compétences et/ou l'expérience

Il est temps de parler de votre offre !

Le défi : présenter ses services plus en détail.

L'action : Rediriger vers les pages internes.

Il est tentant de vouloir tout intégrer sur votre page d'accueil. Nous vous le déconseillons fortement, car elle n'a pas vocation à aller dans les détails. Votre page d'accueil va servir à donner envie de parcourir votre site et rediriger, par exemple, vers [une page de vente](#).

Comment faire alors ? Plusieurs solutions s'offrent à vous :

- Des calls to action sous vos phrases de promesses ;
- Des photos qui représentent chacun de vos services et qui redirigent vers les pages qui y sont consacrées...

En bonus : le bouton qui donne envie de s'y mettre tout de suite ! Il redirige vers une page que nous appellerons » démarrage «, le fameux call to action » Start here «, très prisé des sites US ou britanniques : une sorte d'accueil bis.

Quelques exemples : L'expérience débute ici ! Je réalise mon projet ! Oui, je veux être plus en forme !

5 -La plus-value

La plus-value est ce qui vous distingue de vos concurrents. C'est aussi ce qui fait que votre produit est spécial.

Le défi : convertir.

L'action : Expliquer pourquoi le client devrait travailler avec nous.

Vous pouvez insérer quelques références, mentionner un service client irréprochable ou encore vanter la nouvelle formule ou la nouvelle technologie de votre produit phare...

Ça y est ! Vous avez toutes les cartes en main pour rédiger une bonne page d'accueil, qui accroche, intéresse, rassure et donne envie à vos lecteurs de parcourir votre site et de découvrir vos produits ou services.