

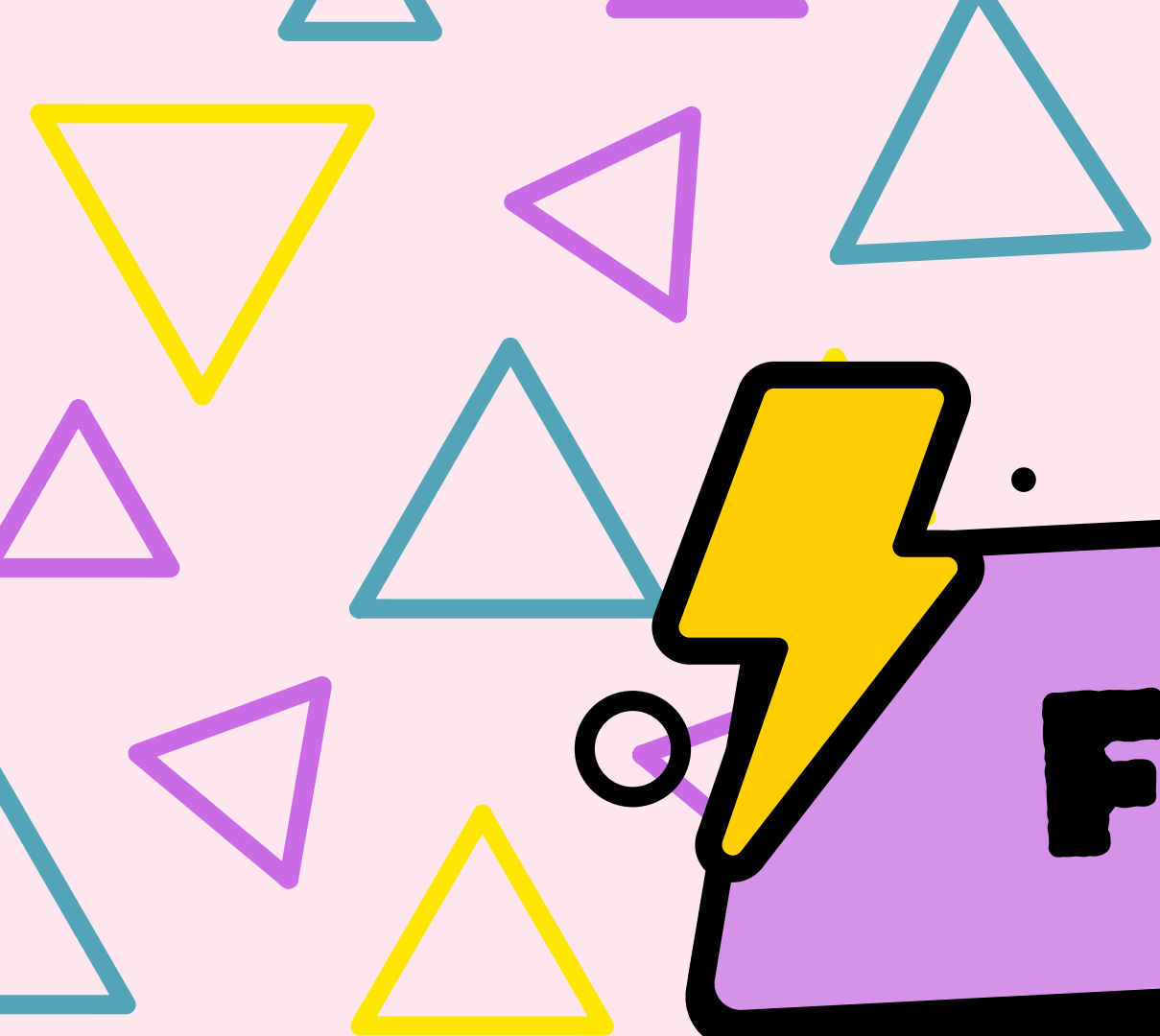
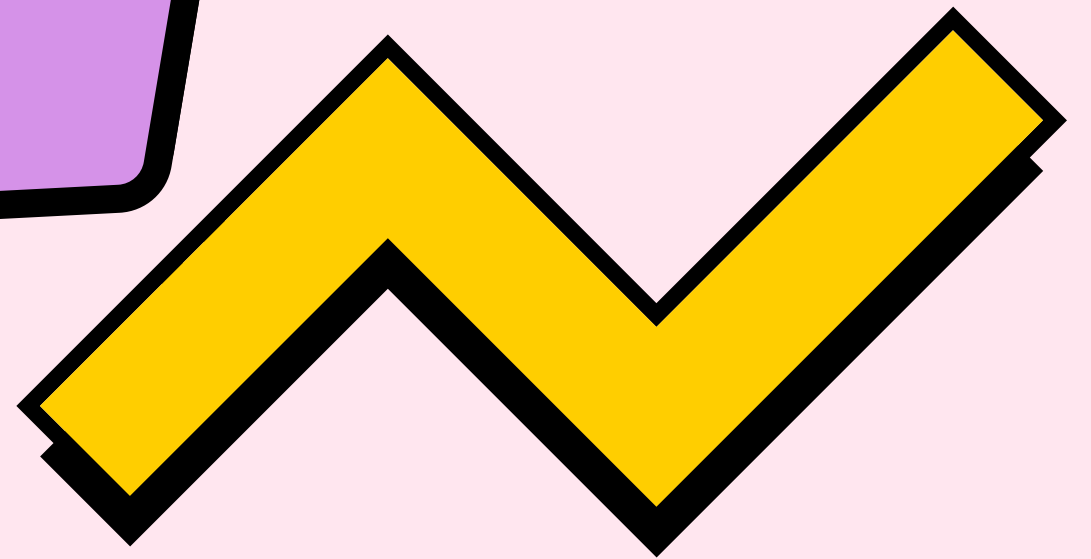


FAIRE UN SITE



INTERNET

xxx



BESOIN DU CLIENT

Afin de comprendre les besoins de Mme Lorette Charlotte, une formatrice, consultante et coach dans différents domaines, nous lui avons posé plusieurs questions pour définir ses objectifs et ses attentes concernant la création de son site internet.

LA CLIENTE

1

QUELS SONT VOS OBJECTIFS PRINCIPAUX POUR CE PROJET ?

- améliorer sa visibilité
 - augmenter son référencement
 - attirer de nouveaux clients
- Dans le but d'obtenir plus de vues, de chiffre d'affaire et donc plus de revenus

2

QUELS SERVICES OU PRESTATIONS PROPOSEZ-VOUS ?

- Formatrice en école et entreprise
- Consultante en chef de projet
- Coordinatrice de formation
- Consultante, coach en orientation
- Coach en bilan de compétences
- Consultante en aide à la recherche d'entreprise
- Conseil et accompagnement inclusion RQTH

LA CLIENTE

3

À QUI S'ADRESSENT VOS PRESTATIONS ?

- Entreprises
- Ecoles (CFA, école sup, organisme)
- Particuliers
- Institution (Métropole...)

4

SOUHAITEZ-VOUS METTRE EN AVANT TOUTES VOS COMPÉTENCES, OU SEULEMENT CERTAINES SELON LE TYPE DE CLIENT ?

→ Mettre toutes mes compétences, mais les adapter selon le public visé.

5

AVEZ-VOUS UN BUDGET OU UNE DEADLINE POUR CE PROJET ?

A Définir

POINTS IMPORTANTS

- Organiser les informations pour éviter la surcharge.
- Mettre en avant toutes les compétences.
- Adapter le contenu du site en fonction du client ciblé.

SYNTHÈSE

Objectif : se faire connaître, améliorer sa visibilité et attirer de nouveaux clients.

Besoin : un site clair et structuré, adapté à chaque type de client.

Résultat attendu : une image professionnelle, moderne et personnalisée.

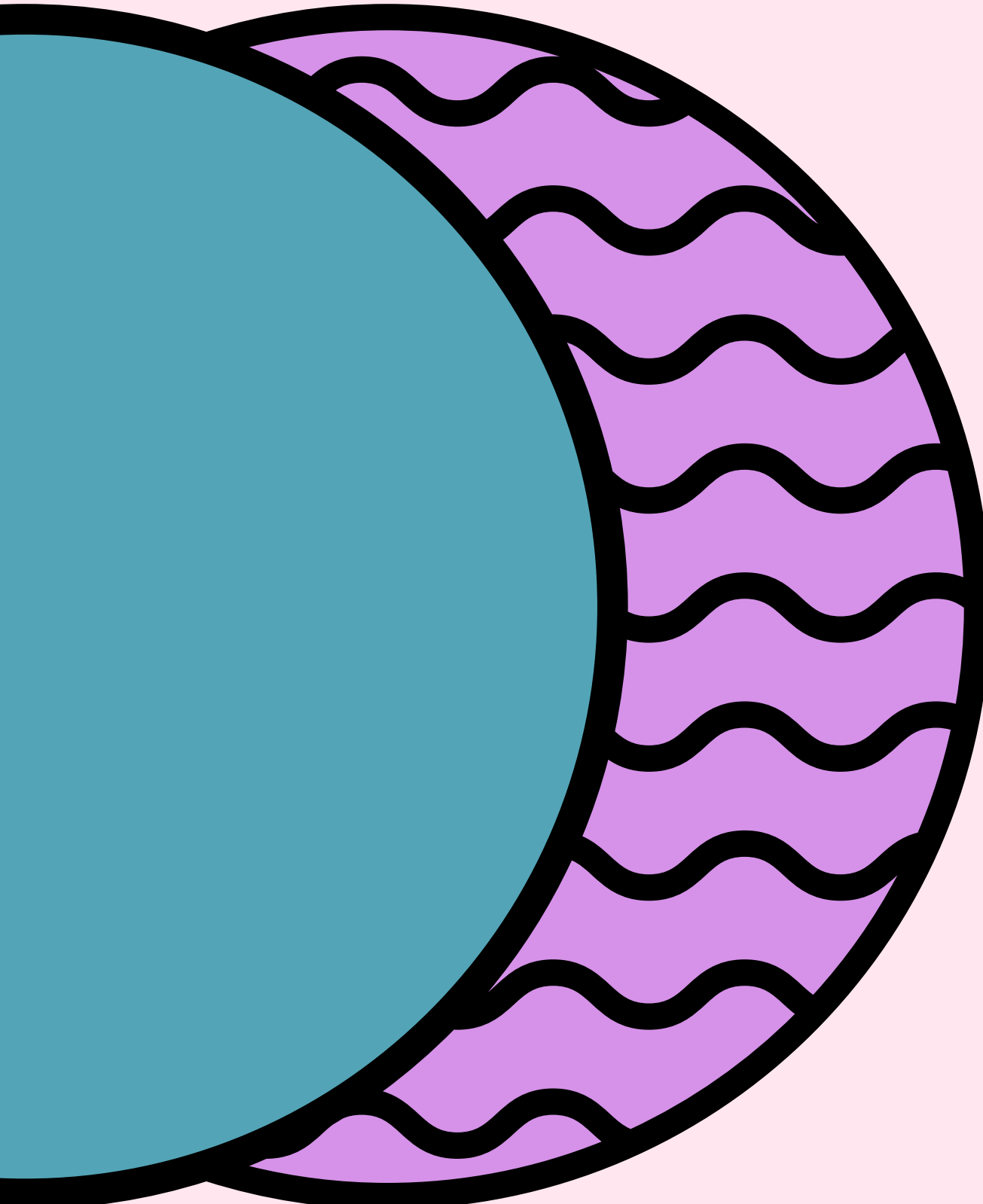


EN

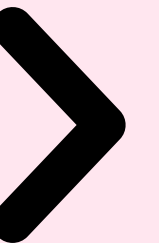


CONCLUSION

PERSONA



Catégorie / Métier	Public / Profil concerné
Formatrice	<ul style="list-style-type: none">- Commerciale entreprise- Salarié d'une école
Consultant chef de projet	<ul style="list-style-type: none">- Salarié app mobile
Consultant recherche emploi	<ul style="list-style-type: none">- Salarié d'une école- Personne en reconversion
Consultant coach bilan de compétences	<ul style="list-style-type: none">- Personne en reconversion
Consulting accompagnement inclusion RQTH	<ul style="list-style-type: none">- Salarié de la métropole- Étudiant ayant une RQTH- Salarié d'une entreprise
Coordination de formation	<ul style="list-style-type: none">- Salarié d'une entreprise- Salarié d'une école
Orientation	<ul style="list-style-type: none">- Maman avec sa fille- Métropole / Maison d'orientation- Salarié d'une école



Persona : Personne en reconversion – Kevin Boulotneuf



Technologies utilisées

Ordinateur, téléphone, LinkedIn, sites de formation, mails, Google Meet

Age : 25 ans

Profession précédente : Technicien de maintenance

Domicile : Lille

Niveau d'études : Bac Pro

Biographie

Ancien technicien en reconversion vers le web, il cherche de l'aide pour relancer sa carrière.

Objectifs et défis

01. Comprendre les offres d'emploi et savoir postuler efficacement
02. Construire un projet professionnel clair et réaliste
03. Rédiger un CV et un profil LinkedIn attractif
04. Trouver une formation adaptée pour consolider ses compétences

Personnalité :

Curieux, volontaire, un peu perdu mais motivé à apprendre. Aime comprendre comment les choses fonctionnent. Manque parfois de confiance mais persévérant.

Motivations

Envie de changer de vie, de travailler dans un domaine, un métier qui lui plaît. Souhaite prouver à son entourage qu'il peut réussir sa reconversion.

Intérêts

Informatique, jeux vidéo, musique, web, nouvelles technologies.

Frustrations

De nombreux CV envoyés sans réponse. Ne sait pas si «React» est un framework ou un Pokemon. Panique dès qu'il ouvre LinkedIn. Je ne sais pas comment valoriser mon parcours.

Age : 29 ans

Profession : Responsable RH

Domicile : Bordeaux

Niveau d'études : Bac+5 RH

Biographie

Responsable RH motivée à rendre son entreprise plus inclusive et sensibiliser ses collègues.

Objectifs et défis

01. Concevoir un plan d'action RQTH et diversité efficace
02. Mettre en place des ateliers de sensibilisation attractifs
03. Convaincre la direction d'investir dans l'inclusion
04. Créer un environnement de bienveillance

Persona : Salariée – Carole Inclusion



Technologies utilisées

Visio (Teams, Zoom), mails, PowerPoint, LinkedIn.

Personnalité :

Energique, empathique, organisée, passionnée par les sujets humains. Toujours déterminée à améliorer le quotidien des autres.

Motivations

Faire bouger les mentalités, créer du lien, favoriser un environnement de travail où tout le monde se sent à sa place.

Intérêts

Inclusion, diversité, écologie, développement personnel, management, culture d'entreprise.

Frustrations

Manque de budget, manque d'intérêt de certains collègues pour le sujet. Difficile de convaincre la direction sans plan concret.

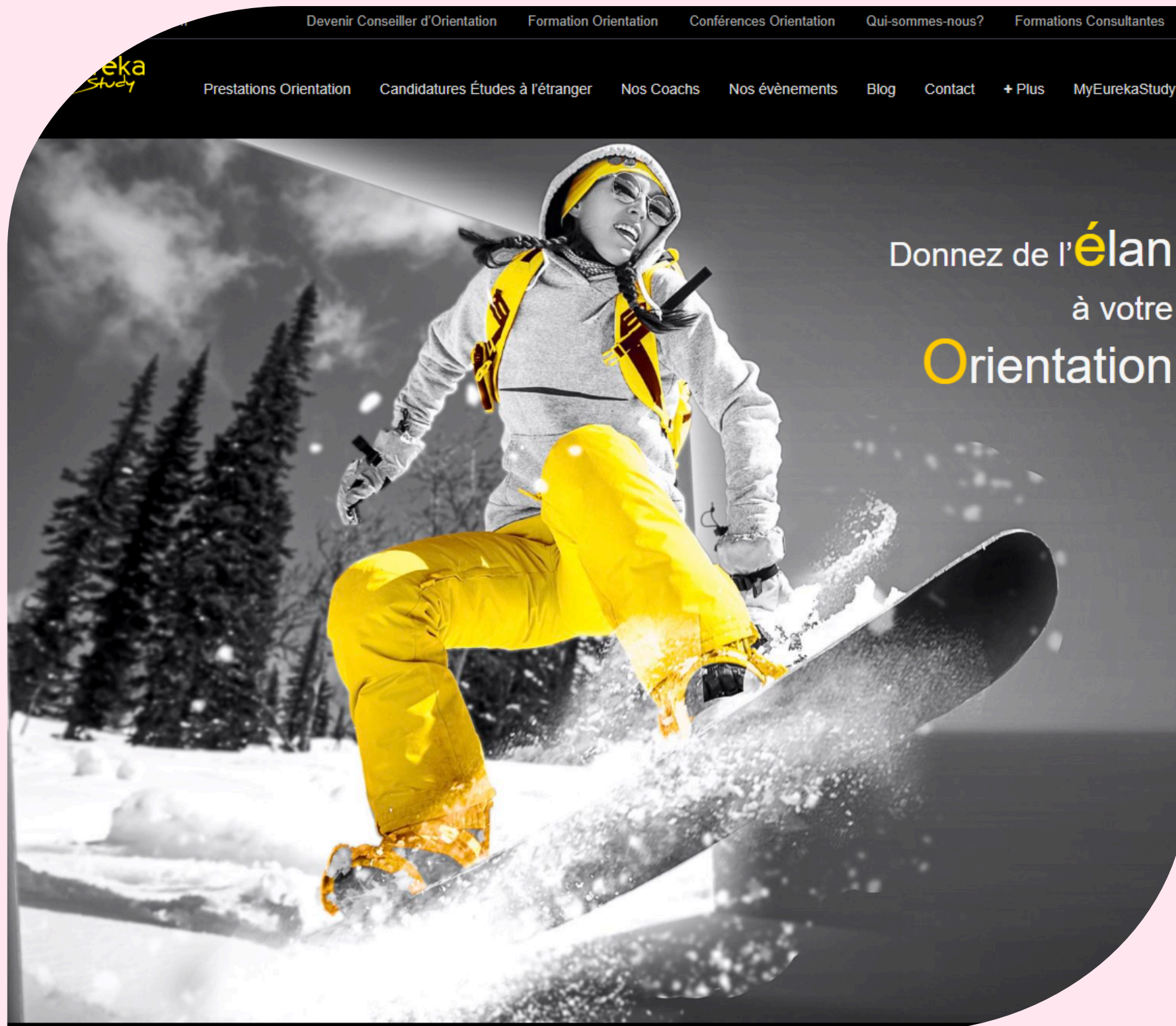


BENCHMARKS

SITE WEB



EURÊKA STUDY



Impression générale :

Visuel accrocheur, inspirant le mouvement et le dynamisme. Plus orienté pour les jeunes.

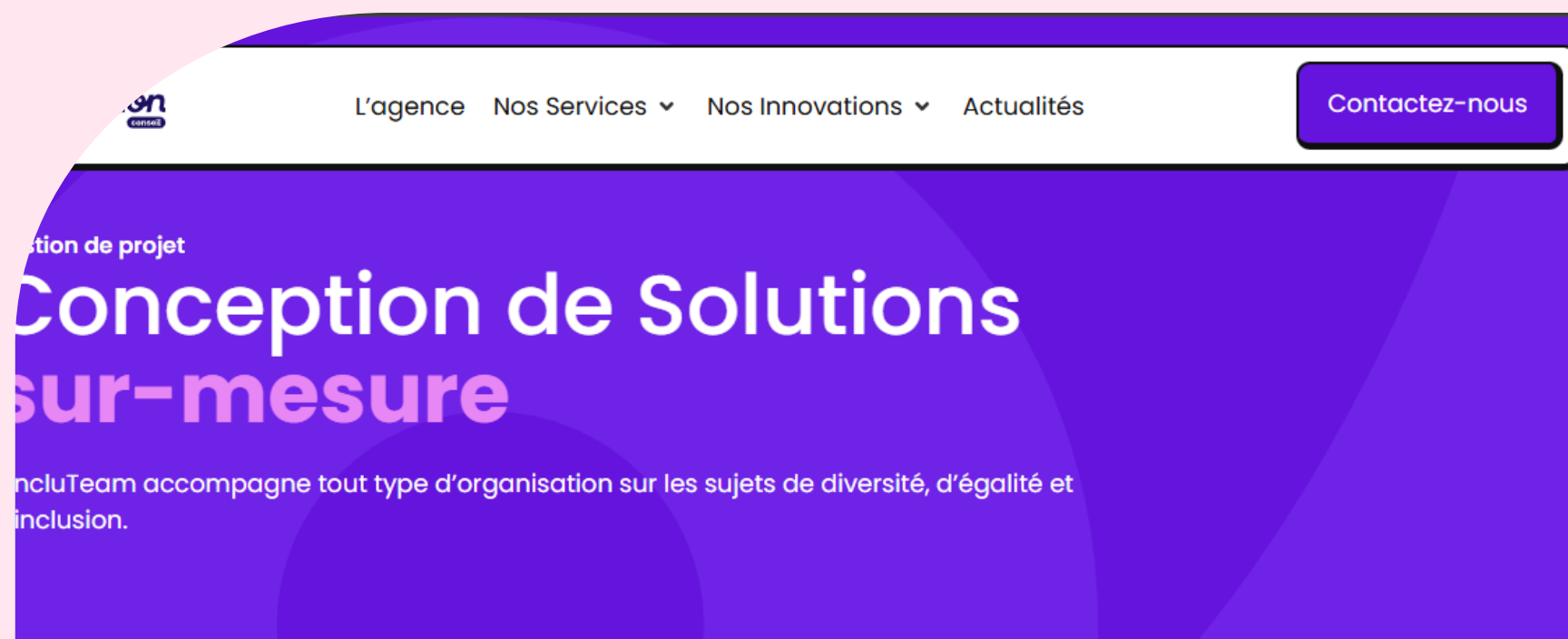
Points fort :

- Visuel impactant et mémorable
- Slogan et promesse clairs
- Menu complet

Points faible :

- Navigation peu intuitive
- Lisibilité à améliorer
- Double menu
- Rapport avec l'image ??? (snowboard n'a pas de rapport avec l'orientation)

INCLUSION CONSEIL



Impression générale :

Site moderne, sobre et professionnel. Les couleurs (violet et blanc) donnent une impression d'innovation et de sérieux. Orienté pour les jeunes par rapport à l'identité graphique "moins" professionnelle.

Points fort :

- Design épuré, facile à lire et à naviguer
- Présentation claire
- Mise ne avant de la personnalisation ("solution sur-mesure) et de l'inclusion
- Bouton contact bien visible
- Menu intuitif et moderne

Notre approche

En choisissant Inclusion Conseil, vous bénéficiez d'une expertise reconnue et d'un accompagnement sur mesure pour faire de la diversité, de l'égalité et de l'inclusion les piliers de votre réussite.

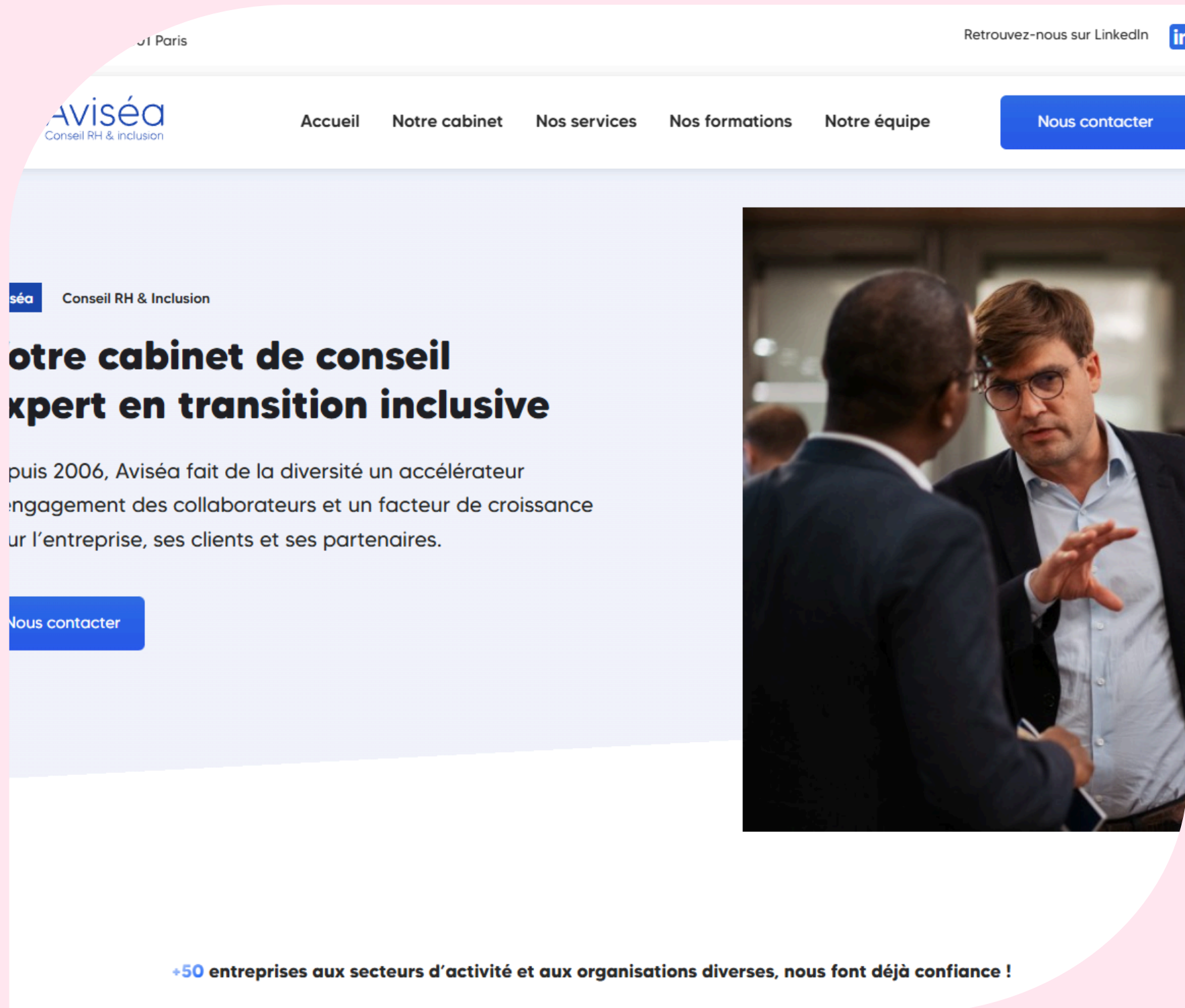
- ✓ **Écoute et Analyse**
Nous commençons par une phase d'écoute active pour comprendre vos besoins spécifiques, vos défis et vos objectifs en matière de DEI. Cette analyse nous permet d'identifier les leviers de croissance et d'innovation propres à votre organisation.
- ✓ **Conception de Solutions sur Mesure**
En fonction des informations recueillies, nous concevons des solutions sur mesure qui s'alignent parfaitement avec vos objectifs stratégiques. Nous



Points faible :

- Trop de texte, texte dense
- Sauf le menu, le site reste basique et n'est pas spécialement original, il ne sort pas du lot

AVISÉA



Impression générale :

Le site donne une image professionnelle et rassurante, avec une présentation sobre et épuré. Mise en avant de l'expertise. Orienté pour des professionnels.

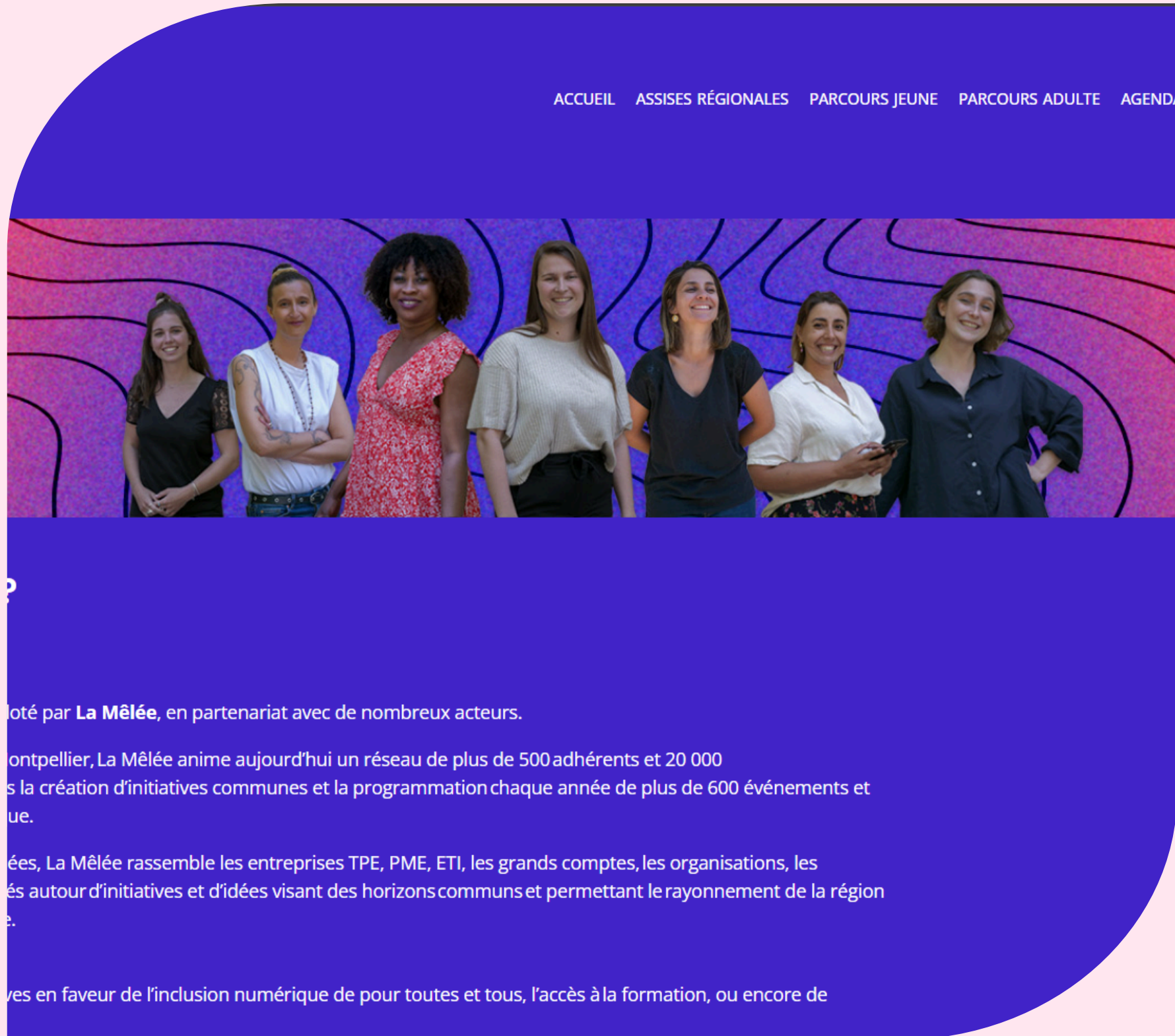
Points fort :

- Clarté et professionnalisme
- Expérience et clarté
- Accessibilité : menu simple et intuitif, navigation fluide
- Image bien représentatif

Points faible :

- Manque d'originalité
- Première image, trop classique, et ne se distingue pas forcément ce qui ne renforce pas l'identité visuelle

NUMÉRIQUE POUR ELLES



Impression générale :

Site engagé, avec une identité forte autour du numérique et de l'inclusion.

Points fort :

- Design original
- Message clair
- Belle mise en avant de l'équipe

Points faible :

- Lisibilité moyenne (fond violet)
- Texte dense (il y a un bloc de texte)
- Manque d'un bouton visible de "Contact" pour une meilleur accessibilité

YES WE MOVE



Impression générale :

Site clair, professionnel et motivant, avec une ambiance positive.

Points fort :

- Design cohérent et couleurs dynamiques
- Navigation simple
- Appels à l'action visibles
- Ton humain et chaleureux
- Message clair et accrocheur

Points faible :

- Des espaces aléatoires sont présents sur le site ce qui est dérangentant lors de la navigation
- Les couleurs bleues rendent le site un peu chargé

RÉSUMÉ

Points importants :

- Design moderne et professionnel
- Messages clairs, simples et efficaces
- Navigation intuitive
- Design cohérent et couleurs dynamiques
- Accessibilité
- Impactant
- Mise en avant de la personnalisation
- Mise en avant de l'équipe
- Ton humain et chaleureux (photos etc...)

- Qui suis-je ? :

- Présentation personnelle
- Parcours/Expérience
- Valeurs
- Certifications/Qualifications
- Avis Clients

Orientation professionnel

Coaching de projet

Préparation à l'emploi

Recherche d'alternance

Bilan de compétences

Reconversion
professionnelle

Coaching professionnel

Formation

Aide à la recherche
d'emploi

Coaching des équipes

Conseil en gestion de
projet

Orientation professionnelle

Coordination de formation

Recrutement inclusif

Accompagnement RQTH

Conseil en diversité et
inclusion

Sensibilisation au handicap

Accompagnement RQTH

EXPLICATIONS

A- Barre de navigation principale

- "Qui suis-je ?" : Une section essentielle pour présenter le profil, ses valeurs et les expertises. Cela permet de créer un lien de confiance avec les visiteurs.
- "Jeunes", "Adultes", "Entreprises", "Inclusion" : Ces catégories segmentent l'audience par type de public, ce qui facilite la navigation pour chaque groupe cible.
- "Blog" : Une section pour partager des articles, des conseils ou des actualités, ce qui renforce le côté experte et améliore le référencement naturel.
- "Contactez-moi" : Un bouton bien visible pour encourager les visiteurs à contacter facilement.

B- Pourquoi comme ça ? :

- Clarté
- Accessibilité
- Professionnalisme

C- Pourquoi cette organisation là ? :

- Segmentation par public : Chaque groupe a ses besoins spécifiques, ce qui rend la navigation intuitive et personnalisée.
- Attentes : Les services proposés correspondent exactement aux attentes de chaque public.
- Visibilité : Les sous-catégories précises permettent de couvrir un large éventail de besoins tout en restant claires et accessibles.
- Équilibre parfait : Assez large pour toucher tout le monde, mais assez précis pour éviter la confusion.