

Quelques regles pour ameliorer le taux de conversion

Il ne s'agit en aucun cas de donner une sorte de bible sur ce qu'il faut faire pour ameliorer le taux de conversion des pages de votre site. Il y a d'ailleurs bien plus de regles que celles que nous voyons ici. Cependant, et afin de se preoccuper des principales pour le moment, nous parlerons uniquement de sept regles.

Ces sept elements de base sont ceux qui sont utilises le plus souvent et qui donnent les meilleurs resultats.

Avoir un message clair

Vos pages doivent etre faites de facon que votre message principal soit la premiere chose que l'internaute remarque en arrivant. Ce message doit etre simple et direct et aider les utilisateurs a acheter un produit ou souscrire une newsletter.

Utilisez les espaces

Les internautes ne lisent en general pas tout le texte sur une page web. Les gens scannent le texte et gardent en memoire seulement les elements qui vont les aider a prendre une decision. Utiliser des espaces et aere une page va permettre de faciliter cela.

Utilisez un message persuasif au dessus des "Calls to Action";

Chaque vendeur a une phrase magique qu'il ou elle utilise pour persuader des prospects incises. Pensez aux pages de votre site comme des vendeurs online. Faites en sorte que vous utilisez des phrases persuasives au dessus de vos "calls to action";

La regle des gros boutons rouge

Vous pouvez dire que l'equipe qui s'occupe du design de jeter ses idees a la poubelle! Les gros boutons rouges suffisent souvent a ameliorer le taux de conversion d'un site parce que c'est un signal clair et simple. Le vert peut aussi etre bien mais il semble que le rouge soit la meilleure couleur pour cela. Il est aussi important de ne pas lésiner sur la taille de vos "boutons rouge". Faites en sorte que les internautes les voient.

Faites attention a ce que vous ecrivez dans vos "Calls to Action";

Alors que des messages directs dans le texte sont souvent tres efficaces, des messages trop directs comme "achetez maintenant" ont souvent l'effet inverse. Preferer des messages moins agressifs comme "essayer d'acheter maintenant". Ces phrases insistent sur l'urgence (maintenant), mais tout en rassurant l'internaute sur le fait que ce soit sans risques (essayez). Vous verrez quand faisant cela vous ameliorerez votre taux de conversion.

Confiance et securite;

Une marque, des icones de securite ainsi que des témoignages de clients propagent un message qui va avoir un impact tres fort sur votre taux de conversion.

Les gens aiment etre rassures et tout cela contribue a les securiser.

About the Author

L'auteur fait du [conseil en référencement naturel](#) et est un [consultant independant en référencement naturel](#).