

La technologie n'est pas le pilote d'un projet Internet

Internet

Posté par : JPilo

Publié le : 17/10/2014 13:00:00

Concevoir un site web est parfois perçue par les entreprises comme un exercice purement technique consistant à développer un site à partir d'outils ou de solutions technologiques. Bien entendu, la technique est importante, mais ne doit pas être positionnée comme le point central du projet.

En effet, il convient tout d'abord de parler d'objectifs et de comprendre en quoi le projet digital à créer va servir la stratégie de croissance de l'entreprise.

Prenons un exemple concret et souvent rencontré. Un client consulte une agence en lui disant : " je souhaite changer mon site car il fait trop vieux ". On pourrait très bien répondre simplement au besoin exprimé et refondre le site, sur une technologie et un graphisme moderne.

Cependant, en creusant, on identifie que le vrai besoin du client est d'améliorer son image de marque, dans une politique globale d'acquisition de nouveaux clients pour l'entreprise. Là on comprend donc aisément que le simple fait de changer le design du site ne suffira pas si on intègre pas le besoin d'acquisition.

Il convient plutôt dans un premier temps de se poser la question de mettre en place des dispositifs digitaux d'analyse du comportement des utilisateurs, de positionnement dans les moteurs de recherche, et d'étude de la base de clientèle, qui permettront de voir si le site est réellement bloquant ou s'il agit simplement d'un manque d'animation du réseau de clients et prospects.

L'autre point à prendre en compte est également de ne pas se laisser enfermer par une technologie. L'agence doit rester agnostique par rapport à la technologie et choisir celle qui permettra de répondre efficacement aux attentes et besoins de l'entreprise. La technologie est un simple élément de la stratégie, et non l'axe central.

Il est important de parler d'une notion temporelle. La stratégie se joue dans le temps, avec plusieurs actions, dont la refonte du site peut faire partie. Le rôle du plan stratégique est justement de définir un plan d'actions à court, moyen et long terme, avec des objectifs à atteindre.

Il est donc fondamental d'avoir une vision globale de son projet. Aujourd'hui, le site web est l'un des éléments du processus de communication digitale. Rester sur le constat simpliste "je change mon site donc le reste va suivre" est au mieux inefficace, au pire dangereux car il déséquilibre la cohérence de communication pour l'entreprise. La réponse digitale doit se faire uniquement en phase avec les objectifs de l'entreprise.