

# Construire un meilleur site web, partie 2 – La refonte

Ce n'est un secret pour personne : un excellent site web est sans doute le canal de marketing le plus efficace et le plus rentable qui soit. Mais comme le web est un espace en constante évolution, il est important de rester à jour, tant sur le plan technique qu'esthétique. Comme nous l'avons vu dans la [première partie](#), après deux ans – une éternité à l'ère du numérique – nous savions que le site d'ECHOtape avait besoin d'une refonte. Notre première étape ? À l'aide d'outils analytiques puissants tels que Google Analytics, nous avons évalué le trafic, les renvois, les conversions, les taux de rebond, etc. d'ECHOtape et avons ainsi pu nous faire une idée plus précise de notre public en ligne actuel.

La chose la plus importante que nous avons apprise ? Plus de 75 % de notre trafic provient de nouveaux visiteurs ! C'était une révélation majeure. La dernière itération du site web reposait sur l'idée que nos visiteurs savaient déjà qui nous étions. Deux ans plus tard, il s'avère que la majorité des personnes qui atterrissent sur [echotape.com](http://echotape.com) ne savent rien ou presque de notre entreprise (je suppose que nos actions de marketing fonctionnent !). Il était évident que la refonte devait faire en sorte que ces nouveaux visiteurs puissent facilement en apprendre davantage sur qui nous sommes et pourquoi ils devraient faire affaire avec nous.

Avec ces données clés en main, il était temps de créer le plan

de conception.

D'un point de vue esthétique, nous avons constaté que notre ancien site était un peu trop guindé et institutionnel, et qu'avec tant de choses à faire, il n'était pas évident pour le visiteur de savoir ce qu'il devait faire en premier lorsqu'il arrivait sur notre page d'accueil. Le design existant ne reflète pas non plus la version actuelle de la personnalité et de la voix de notre marque, que nous avons continuellement adaptée et modifiée.

Nous avons donc décidé de changer de marque :

- Des couleurs conformes à notre marque et l'utilisation parcimonieuse d'autres couleurs spécifiques pour aider les visiteurs à savoir ce qu'ils doivent faire en arrivant.
- Une mise en page qui facilite la navigation et incite les gens à en savoir plus sur l'entreprise et ses produits ;
- Une voix plus moderne qui parle d'explorer les questions et de découvrir les réponses ;
- Une typographie moderne et conviviale ;
- Les témoignages d'un large éventail de clients qui peuvent mettre en valeur notre fiabilité, notre expertise et notre créativité ;
- des pages réactives et conviviales pour les téléphones portables ; et, last but not least
- Des appels à l'action qui augmentent les conversations et les conversions.

Avec une image claire de ce que nous voulions réaliser avec le nouveau site, nous avons fait appel à notre concepteur web préféré pour développer le thème. Pour nous faciliter la vie et rendre le processus plus abordable, nous avons choisi de personnaliser un modèle WordPress déjà existant. Nous avons utilisé des modèles dans le passé et cela s'est avéré très utile pour rationaliser le processus. Notre designer utilise les modèles et les adapte ensuite en ajoutant de nombreux éléments de conception personnalisés. Il ne nous a pas fallu longtemps pour trouver un ensemble visuel qui représente au mieux nos qualités uniques et le message de notre marque. Maintenant que la conception est terminée, nous commençons le processus de codage. Restez donc à l'écoute car nous prévoyons un [lancement](#) dans les prochaines semaines !

Bien sûr, comme dans la plupart des entreprises créatives, nous avons beaucoup plus d'idées que nous pouvons en utiliser. Mais l'une d'entre elles s'est distinguée, et nous sommes impatients de l'ajouter à l'ensemble, en créant notre première vidéo d'entreprise. C'est vrai. VIDEO !! Cette [histoire est la suivante](#).

*Vous êtes en train de redessiner le site web de votre entreprise ? En dehors de notre analyse interne, nous avons trouvé cet [article d'American Express OPEN](#) très utile pour garder notre stratégie ciblée.*