

Les Secrets d'une Page Contact Irrésistible qui Attire Plus de Prospects et de Clients

# Numéro	125
# Saison	4
📅 Publication	@18/06/2024

Histoire d'Introduction

Miguel :

Bienvenue à tous nos auditeurs de La Potion ! Aujourd'hui, nous allons explorer l'importance de la page Contact sur votre site web et surtout, comment la rendre irrésistible. Pour commencer, laissez-moi vous raconter l'histoire de Sophie.

Sophie est une photographe passionnée qui a lancé son propre studio à Bordeaux. Elle s'est spécialisée dans les portraits de famille et les événements locaux, créant des souvenirs inoubliables pour ses clients. Malgré son talent indéniable et une galerie en ligne qui attirait beaucoup de visiteurs, Sophie avait du mal à convertir ces visiteurs en clients réguliers. Elle s'est rendue compte que son problème venait de sa page Contact, qui était difficile à trouver et peu engageante.

Prenant les choses en main, Sophie a décidé de repenser complètement cette page. Elle a ajouté un formulaire simple mais chaleureux avec des champs clairement indiqués pour

le nom, l'email, et le type de service recherché. Elle a également inclus une petite note personnelle : "Je suis impatiente de capturer vos moments spéciaux. Dites-moi ce que vous imaginez, et discutons de la manière dont nous pouvons rendre votre événement ou votre séance photo inoubliables."

Presque immédiatement après avoir apporté ces changements, Sophie a commencé à recevoir plus de demandes. Ses clients potentiels se sentaient accueillis et compris dès le premier contact, et cela a fait toute la différence.

C'est ce que nous allons discuter aujourd'hui : comment transformer votre page Contact en un point de connexion authentique et efficace avec vos clients. Restez avec nous, car ce que nous allons dévoiler pourrait bien transformer la façon dont vous interagissez avec votre audience.

Intro du Podcast

Bienvenue dans La Potion, le podcast qui vous révèle les secrets des marques mémorables ! Je suis Manon Thiriet, et comme toujours, je suis accompagné de Miguel Clemente, avec qui j'ai co-fondé le studio de design Hermits.

En rejoignant notre podcast, vous recevrez toutes les deux semaines dans vos deux jolies oreilles tout ce qu'il faut pour prendre une longueur d'avance sur la concurrence. On vous dévoile ici des raccourcis précieux et des stratégies de marques bien gardées que nous mettons en oeuvre pour nos propres clients. Notre mission : vous faire gagner du temps, beaucoup de temps, et surtout, vous faire passer du bon temps en notre compagnie !

Aujourd'hui, nous allons explorer l'importance capitale de la page Contact de votre site web. Restez avec nous, car ce que nous allons partager pourrait bien transformer la façon dont vous interagissez avec votre audience.

Alors, ne vous installez pas confortablement car c'est plus que jamais le moment de changer votre formulaire de contact !

Salutations

Bonjour Manon, salut Miguel.



Introduction au Sujet

Miguel :

Alors, pourquoi est-ce qu'on a choisi de parler de la page Contact aujourd'hui ? Eh bien, vous savez, dans notre travail quotidien avec différents clients, on s'est rendu compte... C'est assez frappant, en fait, que cette petite page, souvent mise de côté, peut jouer un rôle énorme. C'est là que vos visiteurs prennent souvent la décision de devenir plus que juste des visiteurs, de devenir des clients.

Manon :

C'est vrai, Miguel, et je me souviens, on a revu récemment la page Contact d'un client, et on a vu un changement notable, vraiment... Le site attirait pas mal de trafic, mais peu de visiteurs franchissaient le pas pour contacter l'entreprise. Après quelques ajustements, les interactions ont vraiment pris un autre niveau. Ça nous a clairement montré combien c'est important de peaufiner cette page pour qu'elle soit vraiment accueillante et fonctionnelle.

Pourquoi Optimiser Votre Page Contact ?

Miguel :

Exactement. Et donc, si on réfléchit bien, optimiser votre page Contact, c'est essentiel parce que c'est, en fait, votre première vraie interaction avec vos futurs clients. Ce n'est pas juste un formulaire à remplir, c'est une partie de votre accueil, de votre service client. Ça donne le ton. Et si vous y pensez, une page qui reflète votre volonté d'être accessible, d'être à l'écoute... eh bien, ça peut vraiment faire la différence entre un visiteur qui passe son chemin et un visiteur qui décide de s'engager avec vous.

Manon :

Oui, et il n'y a rien de pire qu'une page où l'on se sent perdu, n'est-ce pas ? Un formulaire trop compliqué, ou même, euh, un ton trop formel ou impersonnel, ça peut vraiment décourager les gens. Ce que nous voulons, c'est simplifier la vie de ceux qui arrivent sur votre site. Leur montrer que vous êtes là, prêts à les écouter et à les aider. Cela signifie un message clair, un formulaire simple, et

surtout, une invitation chaleureuse à engager la conversation.

L'Importance de la Clarté et de la Simplicité dans les Formulaires de Contact

Miguel :

Alors, en continuant sur ce que disait Manon, à propos de simplifier la vie des visiteurs, parlons un peu plus du design des formulaires de contact. Vous savez, un... un formulaire peut vraiment, comment dire, faire ou défaire l'expérience utilisateur sur votre site. Un formulaire bien conçu doit être, avant tout, intuitif. Il ne doit pas seulement être simple à remplir, mais aussi, et c'est important, donner l'impression que l'utilisateur va être pris en charge de manière efficace.

Cela commence souvent par se poser la question : quelles informations sont vraiment nécessaires ? Chaque champ supplémentaire que vous demandez augmente les chances que le visiteur abandonne le formulaire. Il est donc crucial de ne demander que les informations indispensables pour, disons, initier le contact. Par exemple, est-ce vraiment nécessaire de demander l'adresse complète ou le numéro de téléphone si, en fait, un email suffit pour commencer une conversation ?

Manon :

Exactement, Miguel. Et puis, il y a aussi l'aspect psychologique à considérer. Quand un visiteur voit un formulaire avec trop de champs, cela peut, vous savez, sembler un peu décourageant. Mais un formulaire qui apparaît simple et direct ? Ça envoie un signal positif. Ça dit : "Nous ne voulons pas vous submerger, nous voulons juste démarrer une conversation."

Et si on parlait un peu de la manière de formuler ces questions dans le formulaire ? Au lieu de questions fermées qui peuvent paraître un peu froides, pourquoi ne pas opter pour des questions ouvertes qui invitent à la discussion ? Par exemple, au lieu de dire simplement "Nom" et "Email", pourquoi ne pas ajouter une petite touche comme "Comment pouvons-nous vous aider aujourd'hui ?" ou "Racontez-nous un peu de votre projet". Ça transforme une interaction transactionnelle en une interaction, eh bien, plus humaine.

Miguel :

Ah, c'est un excellent point, Manon. Et ça nous amène à l'importance de la réponse que nous donnons à ces formulaires. Ce n'est pas tout de collecter les informations ; ce qui compte vraiment, c'est comment vous réagissez une fois que vous les avez. Une réponse rapide et personnalisée peut vraiment faire sentir à vos visiteurs qu'ils sont valorisés. Ça peut sembler évident, mais c'est incroyable combien d'entreprises ne suivent pas ce principe de base. Prendre le temps de répondre personnellement, même si c'est juste pour dire "Nous avons bien reçu votre message et nous vous répondrons sous peu", montre que vous prenez au sérieux chaque interaction.

Manon :

Tout à fait, Miguel. Et, euh, n'oublions pas que ces interactions sont souvent les premières impressions que les gens ont de votre marque. Chaque détail compte. La rapidité de votre réponse, le ton que vous utilisez, la facilité d'interaction avec votre site... tout cela ensemble crée une image de votre marque dans l'esprit de vos visiteurs. Une image qui, espérons-le, les convertira non seulement en clients mais aussi en ambassadeurs de votre marque.

L'Importance de l'Empathie et de la Personnalisation

Manon :

Maintenant que nous avons abordé la simplicité et la clarté, penchons-nous sur, euh, comment rendre ces interactions vraiment significatives. L'empathie, c'est clé dans la conception d'une page Contact qui non seulement attire, mais retient l'attention des visiteurs.

De par notre expérience, une page contact qui se contente de demander des informations sans offrir de contexte ou une touche personnelle peut vraiment sembler froide. C'est pourquoi il est important de réfléchir à la façon dont les visiteurs ressentiront en remplissant le formulaire.

Miguel :

Absolument, Manon. Et là, l'idée c'est de se mettre à la place du visiteur. Pensez à... à quel point il peut être frustrant de ne pas savoir ce qui va se passer après avoir rempli un formulaire. Une bonne pratique que nous avons adoptée, c'est d'inclure une petite note sous le formulaire qui explique exactement ce que le visiteur peut attendre comme réponse. Par exemple,

“Merci de nous contacter ! Nous vous répondrons dans les 24 heures.” Ça donne une idée claire de ce qui va suivre.

Manon :

Oui, et en parlant de personnalisation, il est crucial de montrer que derrière le site, il y a des personnes réelles. Nous aimons ajouter, hum, peut-être une photo de l'équipe ou même une petite biographie rapide dans la section Contact. Cela peut vraiment aider à créer un lien, montrant que vous n'êtes pas juste une entreprise, mais un groupe de personnes prêtes à aider.

Miguel :

C'est ça. Et une autre chose qu'on peut faire, c'est de personnaliser le message en fonction du comportement du visiteur sur le site. Par exemple, si on remarque qu'ils viennent de la page des services, le formulaire pourrait dire, “Ça vous a plu ? Racontez-nous ce qui vous intéresse.” Utiliser des données comportementales pour adapter le message peut augmenter l'engagement de manière significative.

Manon :

Exactement, et parfois, ce sont les petites touches qui font toute la différence. Comme proposer un choix dans la manière de répondre. Certains préfèrent un email, d'autres un appel téléphonique. Offrir ces options directement sur le formulaire de contact montre que vous êtes attentifs aux préférences de vos clients, ce qui, euh, renforce la confiance et, bien sûr, augmente les chances de transformation de ces interactions en relations commerciales réelles.

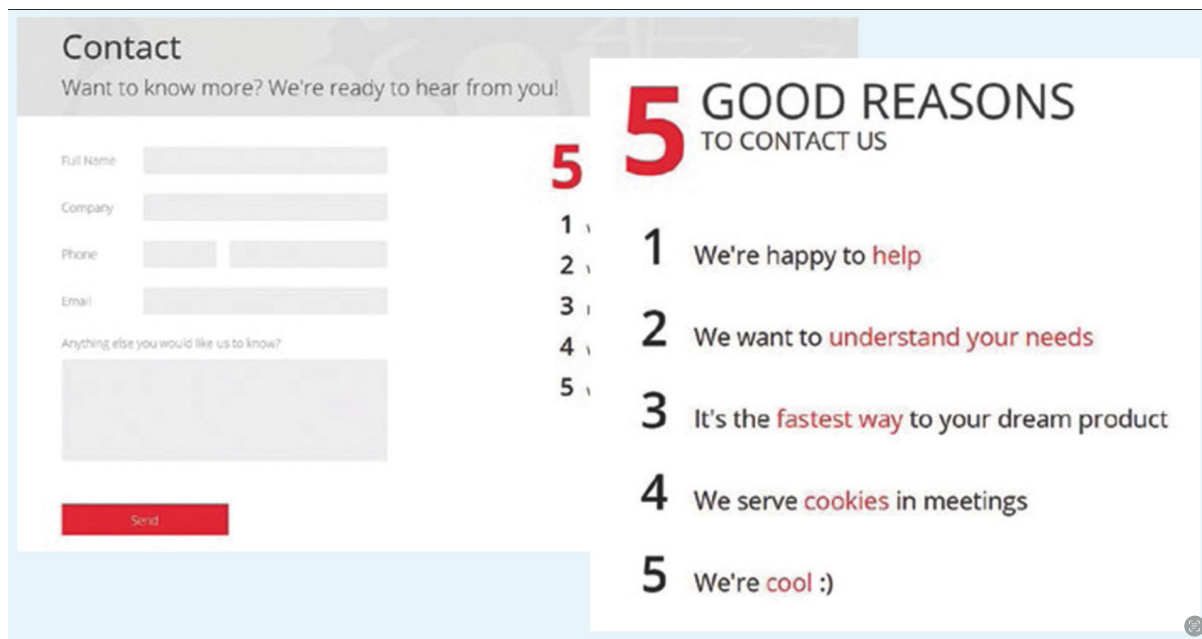
L'Art du Copywriting sur la Page Contact

Miguel :

Puisqu'on parle d'humaniser et de personnaliser la page Contact, parlons un peu du copywriting. Le texte que vous utilisez sur cette page peut avoir un impact énorme sur la manière dont les visiteurs perçoivent votre marque et interagissent avec vous. Un bon copywriting invite non seulement à l'action mais crée également une connexion émotionnelle.

Par exemple, prenons le cas de Netcraft, une agence d'UX. Ils ont transformé leur page Contact en une extension de leur page de vente, offrant cinq bonnes raisons de contacter l'entreprise. Les deux premières raisons créent de la confiance, la troisième souligne un avantage distinct, tandis que les deux

dernières ajoutent une touche de fun, ce qui est essentiel pour la marque. Ce genre de message ciblé peut inciter les visiteurs non seulement à lire mais à agir.



The image shows a contact form on the left and a list of five reasons to contact the company on the right. The form includes fields for Full Name, Company, Phone, Email, and a text area for 'Anything else you would like us to know?'. A red 'Send' button is at the bottom of the form. The list of reasons is numbered 1 to 5, with a large red '5' at the top left of the list. The reasons are:

- 1 We're happy to **help**
- 2 We want to **understand your needs**
- 3 It's the **fastest way** to your dream product
- 4 We serve **cookies** in meetings
- 5 We're **cool** :)

Manon :

C'est un excellent exemple, Miguel. Et si nous examinons un autre cas, celui d'Epipheo, une société de production vidéo, leur page Contact illustre parfaitement l'importance de vendre jusqu'au bout. Leur invitation ne se contente pas de demander aux visiteurs de les contacter ; elle instaure un climat de confiance, est sincère, et montre la personnalité de la marque. Avant même que les visiteurs ne remplissent le formulaire, ils savent pourquoi ils devraient choisir Epipheo—parce que l'entreprise peut les aider à atteindre leurs objectifs professionnels. La formulation, choisie avec soin, rappelle aux utilisateurs les bénéfices de cette interaction, ce qui les incite fortement à prendre contact.

Obtenez une consultation gratuite

Et quand on vous dit consultation, on pèse nos mots. Nous n'allons pas juste vous vendre une vidéo. Bien sûr, si vous en voulez une nous sommes super doués pour ça. Mais nous serons aussi les premiers à vous dire si nous ne sommes pas faits pour vous. Parlons de vos objectifs et de la façon dont la vidéo peut vous aider. Complétez ce formulaire et nous vous contacterons. Ou appelez-nous au 888-687-7620.

Miguel :

Absolument, et c'est là que le copywriting devient crucial. Chaque mot compte. Pour rendre votre page Contact aussi efficace que possible, pensez à ce que vos visiteurs cherchent à accomplir en vous contactant, et adaptez votre message pour répondre à ces attentes. Utilisez des verbes d'action et des formulations qui évoquent des réponses émotionnelles. Par exemple, au lieu de simplement dire "Contactez-nous", vous pourriez utiliser "Commencez votre projet avec nous aujourd'hui!" Cela transforme un appel à l'action standard en une invitation à une aventure, à un projet ensemble.

Manon :

Et n'oublions pas... la clarté. Le copywriting sur votre page Contact doit être direct et sans ambiguïté. Il est important que les visiteurs comprennent exactement ce qu'ils doivent faire et ce qu'ils peuvent attendre en retour. Par exemple, clarifier les délais de réponse, comme dans l'exemple de Marie Forleo, où il est indiqué que toutes les demandes sont lues et qu'ils s'efforcent de répondre sous deux jours ouvrés. Cela établit des attentes claires et montre aux visiteurs que leur message ne sera pas juste une autre voix perdue dans le vide.

Vous avez une question, un commentaire ou un mot doux pour nous ?

Avec plaisir. La meilleure façon de nous contacter est d'écrire à info@marieforleo.com. Nous lisons tous les messages et nous efforçons d'y répondre sous deux jours ouvrés. Nous travaillons généralement du lundi au vendredi de 9 heures à 17 heures (Eastern Time États-Unis).

Prendre soin de nos clients est notre priorité. Alors si vous n'avez pas de nos nouvelles, c'est que nous n'avons pas reçu votre message, merci de nous le renvoyer.

Miguel :

C'est vrai. Et enfin, le ton de votre copywriting doit refléter la voix de votre marque tout en étant adapté à votre audience. Si votre marque est plus formelle, votre langage sera différent de celui d'une marque qui a une voix plus décontractée. Comprendre votre public et comment il communique peut vous aider à créer des textes qui résonnent vraiment avec eux.

L'Importance des Feedbacks Utilisateurs et l'Amélioration Continue

Miguel :

Maintenant que nous avons discuté de la rapidité et, euh, de la personnalisation des réponses, penchons-nous sur un aspect qui est souvent négligé mais qui est crucial : l'intégration des feedbacks des utilisateurs. C'est un point que nous ne devons pas sous-estimer, car il alimente directement l'amélioration continue de votre page Contact.

Vous savez, recevoir un feedback, c'est un peu comme, comme avoir un dialogue direct avec vos visiteurs. Cela vous donne des insights précieux sur ce qui fonctionne bien et ce qui pourrait être amélioré. Par exemple, si plusieurs utilisateurs mentionnent qu'ils trouvent le formulaire trop long ou confus, c'est un signal clair que des ajustements sont nécessaires.

Manon :

Exactement, Miguel. Et, euh, pour collecter ces feedbacks de manière efficace, vous pouvez intégrer une question simple à la fin de votre formulaire de

contact, quelque chose comme "Comment a été votre expérience aujourd'hui ?" ou même fournir une échelle de satisfaction rapide. Ces petites intégrations peuvent vous fournir des données continues sur la satisfaction des utilisateurs, et vous pouvez utiliser ces données pour faire des ajustements réguliers.

Miguel :

Oui, et il est important de montrer que vous prenez ces feedbacks au sérieux. Mettons que vous apportiez des modifications basées sur les suggestions des utilisateurs—il est bénéfique de communiquer ces changements. Par exemple, vous pourriez mettre à jour votre page Contact en ajoutant une note qui dit "Nous avons écouté vos retours et simplifié notre formulaire pour rendre votre expérience plus agréable." Cela montre non seulement que vous êtes réactifs, mais aussi que vous valorisez les contributions de vos visiteurs.

Manon :

Et, tu sais, Miguel, cela crée une boucle de feedback positive. Quand les utilisateurs voient que leurs suggestions sont prises en compte, ils se sentent partie prenante de votre marque. Cela renforce la loyauté et peut même les encourager à recommander votre entreprise à d'autres. C'est un moyen puissant de transformer de simples interactions en relations durables.

Miguel :

C'est fascinant de voir comment de simples changements sur la page Contact peuvent transformer complètement l'interaction avec les utilisateurs. Et en parlant de transformation, il est essentiel de ne pas se reposer sur ses lauriers une fois les premières améliorations apportées. L'amélioration continue, c'est la clé pour rester pertinent et efficace.

Prenons l'exemple des entreprises qui excellent dans le service client. Elles ne se contentent pas de mettre en place un processus et de l'oublier. Elles reviennent régulièrement sur leur stratégie, analysent les interactions, et ajustent en fonction des retours et des évolutions des attentes des clients. C'est quelque chose que nous devons appliquer à la page Contact aussi.

Manon :

Exactement, Miguel. Et pour donner un exemple concret, disons que vous avez intégré un formulaire de contact sur votre site il y a un an. Il serait judicieux de revoir les données collectées depuis : Combien de personnes l'ont rempli ? Quels commentaires ont été laissés ? Y a-t-il des questions qui reviennent

souvent ? Ces informations sont précieuses pour comprendre ce qui fonctionne et ce qui peut être amélioré.

Une pratique que j'aime beaucoup, c'est la mise en place de sessions de test utilisateur où de vrais utilisateurs interagissent avec votre page Contact dans un environnement contrôlé. Cela peut révéler des données clés que vous n'auriez jamais considérées autrement. Par exemple, peut-être que certains utilisateurs trouvent que le formulaire est trop intrusif ou que certaines questions ne sont pas claires.

Miguel :

C'est une excellente stratégie, Manon. Et cela me fait penser à l'importance de l'accessibilité. Parfois, dans notre quête de simplification, nous pouvons involontairement négliger des aspects comme l'accessibilité pour les personnes déficientes visuelles. Assurer que votre page Contact est accessible à tous, par exemple en suivant les directives WCAG (Web Content Accessibility Guidelines), peut non seulement améliorer l'expérience utilisateur mais aussi élargir votre base de clients potentiels.

Manon :

Très juste, Miguel. Et pour ceux qui cherchent à vraiment maximiser l'efficacité de leur page Contact, n'oubliez pas l'intégration avec d'autres outils. Par exemple, si vous utilisez des outils de CRM (Customer Relationship Management), assurez-vous que les données recueillies via le formulaire de contact sont bien intégrées dans votre système. Cela permet une gestion plus fluide des leads et une meilleure compréhension du parcours client.

Miguel :

En conclusion, améliorer votre page Contact est un processus continu qui nécessite attention, adaptation et surtout, une écoute active des besoins de vos utilisateurs. En prenant en compte leurs feedbacks, en testant régulièrement de nouvelles approches, et en veillant à l'intégration avec vos autres systèmes, vous pouvez transformer cette simple page en un puissant outil de conversion et de fidélisation.

Manon :

Absolument, Miguel. Et n'oubliez jamais que derrière chaque formulaire, il y a une personne cherchant à se connecter. Votre tâche est de rendre ce processus aussi accueillant et efficace que possible. En fin de compte, une

page Contact bien conçue n'est pas juste une formalité; c'est le début d'une conversation qui peut conduire à des relations durables et fructueuses.

Conclusion

Miguel : Et voilà, chers auditeurs, nous arrivons à la fin de cet épisode de La Potion. On espère vraiment que vous avez trouvé ces conseils utiles et inspirants. On a partagé pas mal d'astuces pratiques aujourd'hui pour optimiser vos pages de contact. C'est toujours un plaisir de vous accompagner dans ces découvertes. Alors, si ces conseils vous ont plu, n'hésitez pas à vous abonner à notre podcast. On a encore tellement de secrets de marque à partager avec vous. Et n'oubliez pas, tout ce qu'on a discuté aujourd'hui, ce sont des actions que vous pouvez commencer à appliquer dès maintenant. Ne laissez pas ces idées de côté, mettez-les en pratique et observez comment vos demandes de contact peuvent vraiment grimper en flèche.

Manon : Exactement, Miguel. Pour les plus déterminés d'entre vous qui souhaitent creuser encore plus l'écart, nous réservons nos conseils et outils secrets dans notre newsletter ! Pour nous rejoindre un seul endroit, notre site hermits.fr. L'inscription est gratuite, à vie et surtout garantie sans spam.

Alors, chers auditeurs, merci d'avoir été avec nous aujourd'hui. On se retrouve dans deux semaines pour un nouvel épisode rempli de secrets de marques mémorables. À très bientôt et d'ici là, prenez soin de vous. À la prochaine !

Miguel : Merci encore et n'oubliez pas, une potion est un secret bien gardé !

Musique de fin