

Est-il facile de vous contacter?

Mentionner clairement vos coordonnées est doublement important: non seulement pour permettre à vos visiteurs de vous contacter, mais également pour renforcer votre crédibilité. Comment faire confiance à un site Web dont l'éditeur est inconnu ou injoignable?

Les adresses électroniques sont les plus pratiques, car elles permettent en un clic de souris de vous contacter, cependant, les adresses physiques sont les plus rassurantes. Dans le cas d'une activité commerciale en ligne, leur présence constitue une obligation légale.

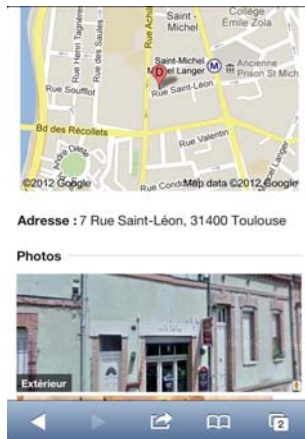
CHIFFRES

- **74 % des entreprises françaises** indiquent une adresse e-mail sur leur site.
- **Seules 38 %** d'entre elles prennent la peine d'envoyer un accusé réception. *[Eptica, décembre 2012]*
- **96 % des sites Web français** communiquent un numéro de téléphone pour faciliter le contact. *[Eptica, décembre 2012]*

CONSEILS

- ➔ Mentionnez au minimum une adresse physique et une adresse électronique générique.
- ➔ Internet étant international par nature, n'oubliez pas de préciser votre pays d'origine et les préfixes téléphoniques internationaux.
- ➔ Placez vos coordonnées en évidence. Par exemple dans le pied de page.
- ➔ Soyez précis quant au degré d'interactivité accepté (voir fiche 43): types de questions traitées, délais de réponse...
- ➔ Humanisez si possible la communication en intégrant des photos de votre équipe ou de votre environnement de travail, les internautes apprécient.

ÉTUDES DE CAS



◀ Internet a fondamentalement changé notre manière de chercher une information en nous donnant accès en quelques secondes à une base de données gigantesque. Aujourd'hui, les mobinautes veulent l'instantanéité en situation de mobilité. Tout acteur économique devrait intégrer dans sa stratégie une bonne présence dans les Google Adresses, qui constituent la première vitrine d'une entreprise lors de recherches géolocalisées. Mentionnez-y vos coordonnées téléphoniques et soignez votre image ! Est-ce que la photo tronquée de cette façade de restaurant vous donne envie de passer à table ?

Source: www.google.fr (05.12.12)

Impossible de rater le module de « call back » sur le site unereference.fr. Il ressort avec force grâce à un encadré graphique aussi présent qu'élégant. L'internaute peut demander d'être rappelé par un conseiller dans le créneau horaire de son choix. Uniquement deux champs à remplir, c'est rapide et efficace ! Notez que du même coup, le numéro de téléphone indiqué en haut de page passe un peu inaperçu. De nombreux sites Web gagneraient à mettre en avant la zone de contact, qui reste souvent l'appel à l'action principal, particulièrement dans le domaine des services. ▶

Source: www.unereference.fr (12.10.12)



À savoir

Un agent virtuel est un véritable assistant personnel permettant d'interagir en temps réel avec l'internaute à travers des dialogues en langage naturel. La capacité de compréhension de ces avatars est en constante évolution. Plusieurs grandes marques s'appuient sur ces agents virtuels pour enrichir l'expérience client: Anna pour IKEA en Belgique, Léa pour la SNCF (1 500 conversations/jour), Lucie pour SFR (700 000 conversations/mois), etc. Ils donnent de l'interactivité au site et permettent de diminuer considérablement le volume d'e-mails envoyés au service client.