

## Évaluer sa présence numérique

Veillez qualifier chaque élément ci-dessous sur un niveau de 1 à 5 (où 1 est faible et 5 est excellent). S'il y a des éléments qui ne s'appliquent pas à vous, ou si vous ne savez pas ce qu'ils signifient, choisissez la colonne « sans objet ».

	Éléments	Niveau	Total
Arrière Plan de votre site-web	Nous utilisons un système de gestion de contenu Web que nous pouvons mettre à jour sans connaissances approfondies en programmation (par ex WordPress, SquareSpace ou autre).		/20
	Notre site Web fonctionne bien sur les appareils mobiles.		
	Nous utilisons des données structurées de schema.org sur notre site Web pour augmenter sa visibilité.		
	Nous intégrons les médias sociaux à notre site Web.		
Expérience d'utilisateur	Nous avons construit notre site web en fonction de 2 ou 3 actions clés vers lesquelles nous orientons nos visiteurs.		/20
	Nous offrons une expérience visuelle cohérente entre notre site Web et nos médias sociaux.		
	Notre contenu est écrit pour bien fonctionner lorsqu'il est prononcé par un assistant vocal numérique comme Siri, Alexa ou autres.		
	Notre site web accorde la plus grande importance à nos événements.		
Amplification	En un clic, les visiteurs de notre site web peuvent partager n'importe quelle page avec leurs réseaux sociaux.		/20
	À partir de chaque page, les visiteurs à notre site web peuvent se connecter à nos réseaux sociaux.		
	Les utilisateurs peuvent facilement s'abonner à nos infolettres.		
	Les utilisateurs peuvent acheter des billets facilement, rapidement et en toute sécurité.		
Multiplateforme	Notre système de billetterie s'intègre facilement à notre site Web.		/20
	Nous segmentons notre pour un marketing par courriel plus spécifique.		
	Nous gérons activement notre présence sur Google (par exemple, recherche, Maps, Mon Entreprise, événements, avis).		
	Nous avons une forte présence sur les sites de voyages, d'attractions, de recommandations ou de calendriers d'événements locaux pertinents.		
Moteurs de recherche	Lorsque vous cherchez le nom de votre organisation sur Google, la première impression que fait notre site web est...		/20
	Nous considérons comment les moteurs de recherche détectent l'information lorsque nous préparons un nouveau texte, y compris les mots-clés, les méta tags etc.		
	De nombreux sites appropriés renvoient au nôtre, par exemple: sites d'artistes, calendrier des événements en ligne, chambres de commerce.		
	Nous avons des listes sur Wikidata, Wikipédia ou d'autres répertoires en ligne.		
Réseaux Sociaux	Nous adaptons nos plateformes de médias sociaux aux préférences de notre public.		/20
	Au moins 80% de nos publications sur les réseaux sociaux incluent des images ou des vidéos.		
	Nous avons un plan pour développer notre public sur les réseaux sociaux.		
	Nous payons pour augmenter la visibilité de nos publications ou pour placer des publicités sur les réseaux sociaux pour augmenter leur succès.		
L' analytique	Nous analysons la performance de nos campagnes de réseaux sociaux.		/20
	Nous utilisons Google Analytics ou d'autres outils similaires pour suivre les statistiques d'utilisation de notre site web.		
	Nous suivons la conversion: le nombre d'utilisateurs qui sont exposés à nos messages qui ont cliqué sur l'annonce ou l'appel à l'action, par exemple; achat de billets.		
	Nous incluons nos méthodes d'analyse et de mesures de réussite dans notre planification stratégique et notre rapport annuel.		
<b>Le Total</b>			<b>/140</b>

## Évaluez vos résultats

1) Évaluez vos résultats pour chacun des sept domaines individuellement.	16 à 20	12 à 15	8 à 11	0 à 7	
	<b>Domaines (Écrivez dans chacun des sept domaines sous le résultat que vous avez obtenu.)</b>				
	<b>Félicitations ! Vous faites bien.</b>	<b>Vous pouvez vous améliorer.</b>	<b>Vous devez prendre ce sujet plus au sérieux.</b>	<b>Vous manquez peut-être des connaissances importantes.</b>	
	<b>Action Recommandée</b>				
Continuez à surveiller ce domaine en fonction des commentaires de vos utilisateurs, et restez à l'affût des nouvelles technologies Web.	Réfléchissez aux actions que vous pouvez prendre pour améliorer davantage vos performances Web. Quels sont les changements rapides qui feraient la plus grande différence ?	Prenez une heure pour évaluer ce domaine, demandez l'avis de quatre internautes sur votre site web. Notez ce qui fonctionne et ce qui doit changer. Soyez spécifiques. Ensuite, crée un plan d'action avec un échéancier et les ressources nécessaires.	Prenez 90 minutes pour évaluer en profondeur ce domaine, notamment en demandant à votre personnel et aux visiteurs de votre site-web de donner leur avis. Engagez-vous dans un plan d'action d'ici un mois. Envisagez d'obtenir des conseils d'un professionnel.		

2) Évaluez vos résultats complets.	112 à 140	78 à 111	56 à 77	0 à 55	
	<b>WOW! Vous avez une présence Web bien construite qui contribue sûrement à votre résultat.</b>	<b>Vous êtes au-dessus de la moyenne. Pourtant, quelques actions ciblées pourraient faire une grande différence dans votre réussite.</b>	<b>Ce score inférieur à la moyenne signifie que vous sous-investissez peut-être dans votre présence en ligne et que vous ne voyez pas les résultats que vous souhaitez.</b>	<b>Votre présence actuelle sur le Web fait peut-être plus de mal que de bien. Obtenez de l'aide!</b>	
	<b>Action Recommandée</b>				
Continuez à calibrer votre présence sur le Web en fonction des commentaires des utilisateurs, restez à jour avec les nouveaux outils et widgets, et enfin, restez à jour à mesure que les technologies Web et mobiles évoluent.	Concentrez-vous sur les deux domaines avec les scores les plus bas en premier. Passez en revue vos analyses Web et de réseaux sociaux pour mieux comprendre les problèmes de performances Web. Passez en revue vos plans sur votre communication en ligne et décidez des actions correctives.	C'est le temps de prendre au sérieux votre présence sur le Web. Faites un effort pour apporter des améliorations et assurez-vous de mesurer les performances Web. Désignez une personne/une équipe responsable de votre présence sur le Web.	Votre présence sur le Web est votre première impression. Bâtir votre organisation ou votre carrière signifie également avoir une présence Web ciblée et convaincante. Pensez à réduire temporairement votre empreinte en ligne pendant que vous établissez une présence Web efficace.		