

1

LE CONTEXTE

Kréalys est une entreprise spécialisée dans la création de solutions digitales innovantes pour les professionnels et les particuliers. Son site internet joue un rôle central dans sa stratégie commerciale et constitue une vitrine essentielle de son savoir-faire. Cependant, certaines parties du site méritent d'être optimisées pour mieux répondre aux attentes des visiteurs et renforcer leur impact commercial.

Parmi les différentes sections du site, la catégorie **Internet et multimédia** présente des lacunes importantes en termes d'organisation et de contenu. L'arborescence actuelle est complexe, avec trop de pages dispersées et parfois redondantes, ce qui nuit à la lisibilité et à l'expérience utilisateur. De plus, les textes sont pauvres en informations convaincantes et ne mettent pas suffisamment en valeur les services proposés par Kréalys. Un travail de refonte est donc nécessaire pour améliorer la navigation, clarifier l'offre et optimiser le discours commercial.

2

SITUATION DE TRAVAIL

Travail demandé : Refonte de la catégorie "Internet et multimédia"

1. Réorganisation de l'arborescence

- Analyser la structure actuelle de la catégorie et identifier ses faiblesses.
- Proposer une nouvelle arborescence plus claire, mieux hiérarchisée et adaptée aux besoins des utilisateurs.
- Justifier vos choix en tenant compte des principes d'ergonomie et d'expérience utilisateur (UX).

2. Optimisation du contenu

- Réécrire les descriptions des services en appliquant des techniques de copywriting afin de rendre les textes plus engageants et plus convaincants.
- Mettre en avant les bénéfices clients en adoptant un angle plus commercial et persuasif.
- Utiliser une méthode éprouvée comme CAB/P (Caractéristiques, Avantages, Bénéfices / Preuves) ou AIDA (Attention, Intérêt, Désir, Action) pour structurer les nouveaux contenus.
- Intégrer des appels à l'action (CTA) efficaces pour inciter les visiteurs à contacter Kréalys ou à demander un devis.

3. Présentation des propositions

- Présenter votre nouvelle arborescence sous forme d'un schéma ou d'un plan détaillé.
- Rédiger les nouveaux contenus sous forme de maquettes ou de pages test.
- Justifier vos choix et expliquer comment ils améliorent l'expérience utilisateur et l'impact commercial.

1. Un document détaillant la nouvelle arborescence et ses justifications.
2. Les textes réécrits pour chaque page de la catégorie "Internet et multimédia".
3. Une courte présentation expliquant les changements proposés et leur valeur ajoutée.

Cette refonte vous permettra de mettre en pratique des techniques d'argumentation commerciale, de rédaction persuasive et de marketing digital tout en travaillant sur un cas concret d'optimisation de site internet.

ANNEXE

Présentation de l'agence Adréaline

Créée en 1995, Adréaline est une agence de communication et de marketing basée sur Paris, Lille et Lyon.

Elle définit sa mission de cette manière :

Vous aidez à vendre. Votre marque, vos produits, vos services, vos expériences. En captivant vos clients, actuels et futurs, avec ce qui vous rend unique.

Branding, digital, activation : on vous accompagne dans les dimensions marketing et communication que vous souhaitez investir, avec nos idées, nos savoir-faire, et notre goût de l'innovation.

Elle travaille ou a travaillé avec des grands noms.

Nos clients



L'agence est innovante et compte parmi ces dernières mutations fortes deux axes majeurs de transformation :

- une agence de communication qui se dit engagée c'est-à-dire une agence qui promeut la communication responsable auprès de ses clients
- une agence spécialisée en Intelligence Artificielle, pionnière dans l'univers de la créativité numérique qui repousse les limites de l'innovation.