

LA CHECK-LIST POUR CRÉER

DES PAGES DE REDIRECTION PERFORMANTES

Si l'objectif de votre prochaine campagne est de générer des leads et des ventes, vous devrez concevoir la parfaite page de redirection sur laquelle les visiteurs arriveront après clic.

Assurez-vous de tenir compte de chacun de ces éléments avant de mettre en ligne votre prochaine page de redirection – vous aurez plus de chances de générer des conversions.

LA CHECK-LIST POUR CRÉER DES PAGES DE REDIRECTION



- Vous n'utilisez pas la page d'accueil de votre site comme page de redirection**

- Votre page a été conçue pour répondre à un objectif unique**
 - Votre page de redirection ne contient PAS de barre de recherche
 - Votre page de redirection ne contient PAS de liens vers des réseaux sociaux
 - Les utilisateurs de votre page de redirection n'ont pas d'autres choix que de poursuivre l'action que vous attendez d'eux (acheter, remplir un formulaire, etc.)

- Les utilisateurs peuvent immédiatement comprendre votre offre**
 - Le titre de votre page de redirection n'entre PAS en contradiction avec le texte de la publicité ou de l'élément qui a motivé la visite
 - Tous les contenus présents sur la page sont utiles pour l'utilisateur et l'encouragent à passer à l'action souhaitée (acheter, remplir un formulaire, etc.)
 - Toutes les images, vidéos et animations sont utiles pour l'utilisateur
 - Toutes les images, vidéos et animations sont cohérentes avec le message de votre page de redirection

- Le design de votre appel à l'action (CTA) est séduisant**
 - On ne peut pas passer à côté de votre ou vos boutons d'appel à l'action (CTA)
 - Vous avez utilisé une couleur contrastée et prévu un large espace négatif autour de votre CTA
 - Votre CTA est répété plusieurs fois, à différents niveaux de la page
 - Vous avez créé un chemin visuel vers le bouton avec des flèches ou un autre design pointant vers votre CTA
 - Votre CTA n'est pas générique, reprend explicitement l'offre et suggère une action
 - Le CTA utilise des pronoms à la première personne, des verbes d'action ou une combinaison des deux
 - Vous avez inclus une mention pour contrer toute objection envers votre CTA, comme "Annulez à tout moment"

- Votre formulaire est attrayant et facile à remplir**
 - Il ne demande que les informations dont vous avez besoin pour effectuer un suivi
 - Votre formulaire comporte le moins de champs possible
 - Votre formulaire est bien présenté et ne force PAS l'utilisateur à prendre des décisions
 - Chaque champ est clairement intitulé

- Une ou plusieurs formes de preuve sociale sont présentés sur la page pour renforcer le sentiment de confiance. Cela signifie que vous avez inclus un ou plusieurs des éléments suivants :**
 - Témoignages client
 - Avis
 - Logos de clients
 - Sceaux de confiance (transactions sécurisées, certifications, etc.)
 - Articles de presse (“ils parlent de nous”)
 - Publications sur médias sociaux générées par les fans et les clients
 - Lien vers la politique de confidentialité
 - Chiffres (téléchargements, nombre de clients, etc.)

- Vous démarrez avec un modèle qui a déjà fait ses preuves, ou vous avez prévu de faire des A/B tests de manière intensive**

LANCEZ VOTRE CAMPAGNE

Générez le bon trafic pour plus de conversions et de résultats avec Taboola

[Créer une campagne»](#)