

Point de vue d'un expert numérique

COMMENT METTRE EN VALEUR SES VISUELS EN LIGNE ?

→ par Élise Pierre

Première porte d'entrée d'un magasin ou d'une entreprise, l'image qui accompagne tout message revêt une importance primordiale, que ce soit sur son site web ou sur les réseaux sociaux. David Vincenot, de l'agence Panda-Tribu livre ses conseils pour valoriser ses visuels en ligne.

Dans tout projet commercial, les images jouent un rôle clé puisque de beaux visuels peuvent améliorer l'expérience de l'utilisateur pour l'achat, mais aussi valoriser l'image de votre site internet et faire ressortir vos posts sur les réseaux sociaux", rappelle David Vincenot ⁽¹⁾, expert de l'agence Panda-Tribu, qui accompagne des entreprises et intervient auprès de La Ruche Numérique de la CCI. Permettant de faire respirer les contenus textes, l'image aide à la compréhension d'un message et joue "un rôle primordial, dès lors qu'on souhaite être visible sur internet puisque notre regard ira en premier vers l'image, souligne-t-il. Lorsque nous intégrons un conte-

nu texte seul, 28 % des internautes entament la lecture alors que si vous y ajoutez une image, ils seront 94 % ! C'est physiologique, nous sommes attirés par les images et le cerveau l'inscrira plus profondément qu'un texte ou un son". C'est pourquoi, à l'instar du soin apporté à sa vitrine, il est important d'avoir de bons clichés de ses créations et produits.

Soigner son image, gage de professionnalisme

"Au-delà des chiffres, c'est une question de bon sens, une belle photo fera plus vendre qu'un cliché flou !" résume l'expert. Mais qu'est-ce qu'une belle photo ? "C'est une photo bien exposée et lumineuse, surtout qu'en ligne, l'internaute ne peut ni toucher ni sentir le produit, aussi les photos doivent-elles remplacer ses sens", ajoute David Vincenot, qui recommande de se doter de ses propres visuels plutôt que d'avoir recours aux banques d'images. "Pour se démarquer, présenter des visuels originaux et personnalisés

met en valeur son image, ses produits et son savoir-faire. Comment voulez-vous vous vendre en utilisant la voix d'un autre ?" Et pour ce faire, pas besoin d'avoir l'étoffe ni l'équipement d'un photographe : "les smartphones ont tant évolué qu'ils permettent de réaliser de très belles images, aussi bien pour ses produits que pour un reportage", encourage-t-il. D'autant que des applications gratuites dédiées (PixLR ou Snapseed) permettent ensuite de recadrer l'image, d'ajuster l'exposition, la balance des blancs, d'ajouter des textes... "Chacun peut se servir de ce qu'il a dans sa poche ! Il faut juste respecter les consignes propres à la photographie et à internet. Ce n'est pas pour rien que l'on peut afficher la grille des tiers sur son smartphone !" Car parmi les règles simples, celle des tiers optimise ses prises de vue : "en partageant le cadre en trois lignes égales dans les sens vertical et horizontal apparaissent quatre croisements appelés points de force. Le cerveau lira plus harmonieusement une photo qui a un élément sur l'un de ces points. Veillez aussi à ce qu'elle ne soit ni sur ni sous-exposée. Tout est une question d'équilibre". Les dimensions et le poids sont à surveiller de près, car "les photos représentent 50 à 80 % du temps de chargement d'une page et leur poids compte dans le référencement", ajoute l'expert, pour qui la dimension maximum est 1920 et 1080 pixels. "Et n'oubliez pas de donner un titre et des mots clés à chaque photo pour le référencement Google !" conclut-il. ■

(1) Photographe agréé Google.

Contact

Ruche numérique CCI Le Mans Sarthe
Alexis Malabry au 06 75 42 77 29
ou alexis.malabry@lemans.cci.fr