

NOÏSE

CAS CLIENT

Objectif :

- Illustrer comment votre produit ou service a aidé un client à résoudre un problème, à relever un défi ou à atteindre un objectif.
- Démontrer concrètement la valeur ajoutée de vos solutions et inspirer d'autres clients potentiels.

Approche :

- Factuel et narratif : alterner entre des données chiffrées (ROI, chiffres clés) et le récit de l'expérience du client.
- Focus sur le client : montrer comment la solution s'intègre dans son contexte et répond à ses besoins.
- Structure logique : contexte, défi, solutions, résultats, leçons apprises.

Title : environ 60 caractères, incluant le mot-clé principal. Indiquez le nom du client ou la nature du défi résolu pour plus d'impact.

Meta-description : environ 155 caractères, incluant le mot-clé. Mettez en avant le résultat marquant (" +30 % de conversions", "lancement réussi en 3 mois", etc.).

STRUCTURE DE L'ARTICLE TYPE CAS CLIENT

<h1> Titre principal (5 à 10 mots max)

- Présentez le cas client de façon accrocheuse (ex. "Comment [Client] a... ?").
- Intégrez votre mot-clé principal (ex. "cas client", "success story", etc.).

Chapô de l'article

- Résumer en quelques lignes le problème du client et le résultat obtenu.
 - o Qui est le client (secteur, taille, positionnement) ?
 - o Quel était son principal défi ou objectif ?

NOÏSE

- Qu'a permis votre solution ?

<h2>Contexte et présentation du client

- Objectif : Offrir une vue d'ensemble sur la situation initiale.
- Contenu :
 - Présenter l'activité du client (marché, enjeux).
 - Expliquer pourquoi il cherchait une solution (problème, contraintes, opportunités).

<h2>Défis ou problèmes rencontrés

- Objectif : Mettre en lumière la complexité ou l'urgence de la situation.
- Contenu :
 - Décrire les difficultés spécifiques (techniques, organisationnelles, budgétaires, etc.).
 - Ajouter des chiffres clés (ex. taux de conversion faible, délais trop longs, coûts élevés).

<h2>Les solutions apportées

- Objectif : Montrer comment vous avez répondu aux défis identifiés.
- Contenu :
 - Détailler les actions mises en place et leur déroulement.
 - Indiquer les ressources mobilisées (outils, expertises, processus, etc.).
 - Illustrer avec des captures d'écran, schémas ou explications précises si pertinent.

<h2> Résultats obtenus

- Objectif : Donner la preuve que votre solution a porté ses fruits.
- Contenu :

NOÏSE

- Mettre en avant les chiffres de performance (ROI, temps économisé, augmentation du chiffre d'affaires, etc.).
- Inclure un témoignage direct du client (citation, interview courte).
- Comparer la situation avant/après pour mieux valoriser l'impact.

<h2> Conclusion et perspectives

- Objectif : Conclure en résumant les enseignements tirés du cas client et en ouvrant sur l'avenir.
- Contenu :
 - Récapitulatif rapide du problème initial et de la solution.
 - Éventuels développements futurs : prolongement du projet, services complémentaires à venir.
 - Invitation à contacter votre entreprise ou à découvrir d'autres cas clients.

ÉLÉMENTS À AJOUTER

- Témoignages directs du client : renforcer l'authenticité et la confiance.
- Chiffres clés : taux de réussite, ROI, pourcentage d'amélioration.
- Visuels avant/après : graphiques, captures, photos, pour aider à visualiser la transformation.
- Citations de presse ou d'experts : si le client ou le sujet a fait l'objet d'une médiatisation.

CONSIGNES POUR LE RÉDACTEUR

➤ Mettre en avant la valeur ajoutée

- Insistez sur les bénéfices concrets apportés par votre produit ou service.
- Expliquez en quoi c'est une réponse pertinente pour d'autres clients potentiels.

NOÏSE

➤ **Rester factuel et précis**

- Mentionnez les données chiffrées et les résultats de manière transparente.
- Vérifiez que les informations confidentielles du client ne sont pas exposées sans accord.

➤ **Hiérarchiser l'information**

- Utilisez des titres et des sous-titres clairs pour distinguer le contexte, les défis, les solutions et les résultats.
- Aérez le texte avec des listes à puces, des encadrés pour les chiffres clés ou le témoignage du client.

➤ **Ton positif et engageant**

- Évitez de surcharger de détails techniques : privilégiez les faits marquants.
- Mettez en valeur les réussites en restant honnête sur les éventuelles difficultés rencontrées.

➤ **Mise en forme SEO-friendly**

- Répartissez le mot-clé principal (ex. "cas client") dans le Titre, la Meta-description et plusieurs sous-titres.
- Pensez à intégrer des synonymes (ex. "témoignage client", "success story", "retour d'expérience client").

➤ **Validation avec le client**

- Obtenez l'accord du client sur le contenu final.
- Demandez-lui un court témoignage ou une citation pour renforcer l'authenticité et la transparence.