



Créez un site dans le secteur du paramédical avec Jimdo

Table des matières

- I. Introduction
- II. Bien débuter la création de votre site paramédical
 - A. Choisissez le design de votre site paramédical
 - B. Choisir un nom de domaine pour votre site paramédical
- III. Quelles pages prévoir pour un site en paramédical ?
- IV. Optimisez la structure de votre site en amont
- V. Trouvez le bon équilibre Image/Texte
- VI. Optimisez le référencement de votre site paramédical
- VII. Site paramédical : les faux-pas à éviter
- VIII. Checklist pour un site dans le domaine du paramédical
- IX. Exemples de sites

Introduction

Opticien, pharmacien ou praticien, créer un site web est aujourd'hui indispensable pour vous faire connaître. La nature même de votre activité posera certes quelques freins au commerce direct de produits ou services en ligne, mais exposer une vitrine en ligne attrayante et efficace vous attirera des flux de prospects intéressés, en plus de vous faire gagner du temps et de rassurer vos clients.

Jimdo vous permettra de monter un tel site facilement, sans connaissance particulière en programmation : le principal travail sera de choisir des images pertinentes et de bien rédiger vos textes, et de les placer sur votre site avec de manière esthétique et pertinente ! Vous pourrez ainsi directement prendre vos rendez-vous et exposer vos offres sur le site.

Une fois en place, votre site Jimdo sera alors très rapide à maintenir et à mettre à jour.

Bien débiter la création de votre site paramédical

Que vous soyez donc opticien(ne), kiné, infirmier(-ère) libéral(e) ou autre, vous pouvez débiter dès aujourd'hui la construction de votre site. Vous pourrez ainsi démarrer l'édition de votre site sous notre formule JimdoFree, et passer à un pack [JimdoPro](#) ou [JimdoBusiness](#) lorsque vous souhaiterez votre propre domaine avec un compte mail professionnel, et plus généralement développer votre site.

Définir la structure de départ de votre site est très simple : rendez vous sur fr.jimdo.com/designs/ et choisissez un design global. Si jamais vous en avez envie, vous pourrez toujours changer cette mise en page par la suite sans perdre les contenus précédents.

Choisissez le design de votre site paramédical

La création de votre site en ligne débiter avec le choix d'un design, c'est à dire une mise en page globale qui fixera les dispositions et dimensions des différentes zones de votre site telles que le contenu, l'en-tête ou la sidebar, entre autres. Sous Jimdo, il n'y aura pas de designs spécifiques pour les professionnels médicaux : tous les designs pourront être adaptés, selon vos goûts, vos besoins et les types de contenus que vous souhaiterez mettre en valeur (textes, images, formulaires pour prises de contact...). Vous retrouverez notre guide pour bien choisir votre design dans notre [article de blog dédié](#).

Cependant, si votre activité n'est pas qu'en ligne et que vous avez donc une entité physique définie (boutique physique, cabinet, etc.), il sera pertinent de le rappeler : l'ancrage physique

reste important pour la confiance de l'internaute. Pour cela, une sidebar latérale sera idéale, comme sur les designs **Dublin** et **Lima**. Si vous souhaitez plus miser sur une large présentations de visuels, des designs comme **Rio de Janeiro**, **Zurich** ou **Tokyo** proposeront un large espace pour cela.

Enfin, si vous vous avez de nombreuses offres ou une grande variété de contenu à afficher sur votre site, cela risquerait d'alourdir votre menu. Pour permettre à vos visiteurs de s'y retrouver, vous pourrez envisager un design avec un fil d'ariane, rappelant sa position sur le site ; vous retrouverez cela dans des designs comme **Rome** ou **Melbourne**, entre autres.

Pour préciser votre souhait et faire correspondre au mieux votre site et votre activité libérale ou en boutique d'optique, n'hésitez pas à filtrer [l'index de nos designs](#), en gardant à l'esprit que vous pourrez toujours en modifier les couleurs et les contenus.

Choisir un nom de domaine pour votre site paramédical

Lorsque vous serez prêt à lancer votre site pour de bon, vous pourrez alors passer en [JimdoPro](#) ou [JimdoBusiness](#) afin d'enregistrer ou de connecter votre propre nom de domaine professionnel - sans la mention de Jimdo dans l'URL.

Le choix du nom de domaine est une décision importante au moment de la publication du site : c'est la première information que verront vos visiteurs, avant même d'arriver votre page ! Tout d'abord, notez que le choix de l'extension (.fr, .com, etc.) n'aura aucune influence technique majeure : ce choix déterminera avant tout la stratégie de communication du site. Une extension en .com sera neutre et vous offrira une visibilité égale sur l'ensemble des plateformes de référencement, en première ligne Google. Une extension .fr vous ancrera plus sur le territoire français, en ligne comme dans l'esprit de vos visiteurs. Notez également que le web reste un monde anglophone, et les caractères spéciaux (lettres accentuées, C-cédille, e dans l'o "œ", esperluette "à", etc.) ne seront pas acceptés dans un domaine ; les chiffres et le tiret seront toutefois compatibles - utile si vous souhaitez vous focaliser sur un département ou une ville, par exemple.

Pour une activité en cabinet/boutique ou en freelance sur une zone géographique définie, il pourra d'ailleurs être utile de mentionner la zone géographique locale, départementale ou régionale sur laquelle vous opérez, si cela est fixe. De même, si l'intitulé de votre "marque" n'est pas explicite, n'hésitez pas à y associer votre activité clairement (exemple [nomdevotreboutique-opticien.fr](#) ou [votrenom-infirmiere.com](#)). Enfin, veillez surtout à conserver le nom de domaine concis : il sera ainsi plus simple à retenir pour votre clientèle, mais aussi plus simple à communiquer à l'écrit comme à l'oral.

Quelles pages prévoir pour un site paramédical ?

Dans l'ensemble, vos visiteurs chercheront certaines informations spécifiques sur le site d'un opticien ou d'un kinésithérapeute, il sera donc important de fournir toutes ces informations sans en oublier. Vous aurez principalement deux types de visiteurs sur votre site : des prospects/clients, et des partenaires professionnels avec qui vous êtes probablement déjà en train de travailler (fournisseurs, intervenants partenaires...).

Retrouvez ci-dessous la liste des pages indispensables à tout site relatif aux secteurs de la santé :

Accueil :

Cette page, la plus importante naturellement, vous servira à vous présenter dans les grandes lignes (spécialités, caractéristiques de votre activité, etc.). Veillez à bien y présenter vos coordonnées et faciliter la mise en relation.

À propos :

La confiance est difficile à communiquer sur le web, et cela sera d'autant plus primordial dans votre secteur d'activité. Une page "À propos" permettra à vos visiteurs de se faire une idée sur vous (depuis combien de temps vous êtes dans le métier si indépendant, présentation de l'équipe si cabinet/boutique, vos outils/méthodes de travail...), le tout dans un souci de transparence.

Services/Entreprise :

Présentez ici vos en quoi vous excellez particulièrement dans votre secteur (praticien depuis des années, recherche des meilleurs produits possibles, etc.), et vos champs d'applications - si vous avez des compétences distinctives, mettez les en valeur. Vous pourrez également détailler la manière dont se passera globalement une séance, étape par étape, ou mettre en valeur la démarche de production de vos produits (éco-responsable, fabriqué sur le territoire...).

Offres/Produits :

Si la page "Services/Entreprise" a pour but de présenter vos démarches globales dans l'élaboration de vos produits et services, cette page aura pour but de présenter exactement ce que vous proposez en tant qu'articles et/ou séances, de manière individuelle et détaillée.

FAQ :

Quels que soient la manière dont vous travaillez et les services/produits que vous commercialisez, vos visiteurs auront toujours quelques questions récurrentes à leur sujet. Anticipez-les avec une FAQ, pour effacer les dernières hésitations qu'ils pourraient avoir !

Contact :

La page de contact sera également très importante, pour permettre à vos visiteurs de vous contacter. Vous pourrez y prendre des messages généralistes ou plus spécifiques, comme des devis ou des requêtes de la part de partenaires professionnels.

Un seul mot d'ordre : la confiance !

Travailler dans le secteur paramédical implique beaucoup d'éducation de votre part à destination de vos patients et clients, qui en vous appelant, vous accordent une confiance énorme. Transmettre ce sentiment sur le web sera plus complexe qu'en face à face, et c'est pourquoi vos pages devront être construites et organisées avec cette objectif en tête. Préférez un style sobre mais efficace, et des présentations illustrées complètes sans pour autant tomber dans la surenchère de termes trop techniques.

Délimitez clairement vos champs d'application

Travailler dans le secteur du paramédical peut se faire de manière très diverse : en institut ou à domicile, avec ou sans vente de produits en direct, toute la journée ou à certaines heures en particulier, à l'échelle d'une ville ou d'un département... Présentez clairement vos offres et vos compétences, mais également leur champ d'application, afin d'engager avec vos visiteurs un échange sain dès le départ et éviter les malentendus.

Optimisez le référencement de votre site paramédical

Lorsque vous aurez défini les thèmes et contenus de votre site, il sera temps de l'optimiser pour que votre site attire l'attention des internautes sur Google et consorts. La pratique consistant à faire apparaître un site sur Google et à y améliorer son positionnement en première page s'appelle le référencement naturel (ou SEO). Cela peut paraître accessoire à première vue, mais lorsque les gens chercheront des lunettes, des produits homéopathiques ou des séances sur Google, ils ne cliqueront bien souvent que sur l'un des 3 premiers sites

affichés. Cela prend du temps pour apparaître dans les premières places, mais les bénéfices seront très certainement à la hauteur.

Commencez tout d'abord avec les outils fournis par Jimdo. Ouvrez le menu **SEO > SEO** ; l'onglet sous lequel vous vous trouvez alors est **Site**. Il vous permettra de définir le titre global du site - il n'apparaîtra pas sur la page, mais sera visible dans l'onglet supérieur du navigateur et dans les résultats de recherche Google.

Cliquez ensuite sur l'onglet Sous-pages. Vous pourrez ici définir le titre spécifique à chaque page ainsi qu'une courte **description** qui seront également affichés par Google. Décrivez votre page avec un vocabulaire pertinents, cette description sera très importante pour vos visiteurs ! Vous aurez alors une prévisualisation de l'encart tel qu'il sera publié sur Google.

De la même manière que pour les descriptions, veillez à rédiger les textes de votre site avec un vocabulaire pertinent : ce seront ces mots qui seront analysés par Google pour classer le site de votre cabinet ou activité freelance dans ses résultats de recherche. Utilisez également les titres ; ils sont analysés avec encore plus d'attention par Google.

Enfin, si vous avez des pages sur les réseaux sociaux, n'hésitez pas à les lier à votre site via nos éléments dédiés : ils seront également un plus pour votre visibilité.

Site dans le paramédical : les faux-pas à éviter

Vous devriez maintenant maîtriser les bases de la création d'un site internet pour lancer ou développer une activité dans le secteur du paramédical. Voilà nos derniers conseils avant que vous ne vous lanciez :

- **N'ajoutez pas de musiques/vidéos jouées automatiquement.** Il peut être tentant de mettre son travail en valeur par une vidéo ou d'insérer une ambiance musicale, mais veillez à ne pas la jouer par défaut : les visiteurs seraient désagréablement surpris.
- **Prévoyez tous les moyens de vous contacter.** Assurez vous de proposer tous les moyens possible de vous contacter - adresse postale, mail, téléphone. Intégrez également un formulaire de contact, ou vous pourrez orienter les informations données par vos visiteurs via des champs à remplir pertinents.
- **Ne faites pas de votre accueil une page fourre-tout.** Par fourre-tout, nous entendons les pages d'accueil où se mêlent toutes sortes d'informations non structurées, pouvant surcharger la page. Il sera préférable de la conserver compact, et d'y insérer des liens menant vers les bonnes pages où se trouveront l'information.
- **Présentez votre page d'accueil de manière structurée et explicite.** Cette structure permettra à vos visiteurs de s'y retrouver parmi la variété de services que vous avez à proposer, intuitivement.

- **Intégrez une carte Google Maps sur votre page de Contact**, illustrant visuellement votre localisation et les zones sur lesquelles vous opérez.
- **N'oubliez pas de citer vos partenaires** Si vous travaillez en collaboration avec d'autres praticiens/cabinets ou avez des fournisseurs particuliers, n'hésitez pas à les citer. Cela attirera l'attention sur votre expertise et votre expérience.
- **Ajoutez des illustrations à chaque service que vous évoquez.**

Checklist pour un site dans le domaine du paramédical

Créer un site web pour présenter votre activité n'est pas difficile en soi, mais il y a de nombreux petits détails auxquels il faut faire attention, pour faire la différence. Cette checklist vous aidera à ne rien laisser au hasard et réussir votre site web de bout en bout ! En cas de doute, n'hésitez pas à vous tourner vers [notre support en ligne](#).

- Vous avez enregistré et utilisé un nom de domaine personnalisé
- Vous disposez d'une adresse e-mail liée à votre nom de domaine
- Vous avez essayé quelques designs, et choisi celui qui convient le mieux à votre secteur d'activité
- Votre site internet compte 4 à 8 pages
- Votre menu de navigation tient en une ligne (si design avec navigation horizontale)
- La police de vos titres est originale, mais facile à lire
- La police de vos textes est classique et facile à lire
- Vous avez caché le bouton de connexion
- Vous avez caché tous les liens du footer qui n'étaient pas nécessaires
- Vos images de fond s'intègrent bien à l'esthétique de votre site et sont en haute qualité
- Vous utilisez des images pour aérer vos pages
- Vos paragraphes sont courts (2 à 4 phrases)
- Vous utilisez des colonnes pour placer différents contenus côte à côte
- Vous avez un Livre d'Or pour prendre les retours client
- Vous avez inséré un Favicon
- Vous avez actualisé le titre global de votre site
- Vous avez prévu un titre pour chaque page de votre site ainsi qu'une description

Exemples de sites



Design : Stockholm



IMMOPOINT
IMMOBILIEN MIETEN & KAUFEN

Design : Rome