

le facteur humain sur un site web

● Très intéressant point de vue de Pascal PODVIN ([COMPARIO](#)) sur la question de savoir si un site web peut rivaliser avec un conseiller commercial. (à lire [ici](#) sur le site du journal du net)

● Replacé dans le contexte associatif, la question est bien de savoir si l'information délivrée par un site est suffisante, et si elle permet le cas échéant à elle seule de déclencher une action associée (où si une intervention humaine reste nécessaire car seule capable d'apporter l'aspect sensoriel et relationnel nécessaire) :

- don,
- inscription à une newsletter,
- demande d'information sur un événement,
- offre de bénévolat
- etc. selon les objectifs poursuivis

● L'auteur de cet article revient en particulier sur un certain nombre de points tels que :

- la possibilité de contacter un interlocuteur réel (cf. [ici ce billet sur l'intégration web/téléphone](#) sur le site batir la fraternité des petits frères des Pauvres) ;
- l'apparition des avatars et autres agents conversationnels ([cf. ce billet sur les agents virtuels](#))

● Voir également sur le thème de la conversion des visiteurs en visiteurs actifs, quelques extraits du livre « Web Conversion » aux éditions Dunod (auteurs : Thomas Faivre-Duboz

et Raphael Fetique, de la société [CONVERTEO](#))



à lire [ici](#)