Portfolio

Des mots, oui.

Mais surtout une stratégie derrière chaque mot.

Découvrez quelques projets qui illustrent ma façon de travailler : comprendre les besoins, structurer la stratégie, clarifier les messages et créer une présence numérique cohérente, visible et utile.

Chaque mandat est pensé pour répondre à un objectif d'affaires, pas seulement pour produire du contenu.

Pour les entreprises québécoises et francophones dont l'expérience client, numérique ou non, est essentielle.

Parlons de votre projet!

Nathalie LeBlanc

Rédaction Web Stratégique | SEO-GEO |Expérience client numérique

« Parce que chaque mot crée une expérience. »

Des projets qui vont au-delà de la rédaction

Chaque projet présenté ici répond à une problématique différente. Ce qui les relie : une réflexion stratégique avant la production du contenu.

Étude de cas principale **Projet en cours**

Les Consultants de l’Est D+L inc.

Présence numérique complète : site Web, SEO-GEO, médias sociaux et gestion des publications.

Le défi

Structurer la présence numérique d’une entreprise spécialisée dans l’inspection de bâtiments et positionner clairement ses services, avec une priorité donnée à l’inspection par drone.

Ma réflexion

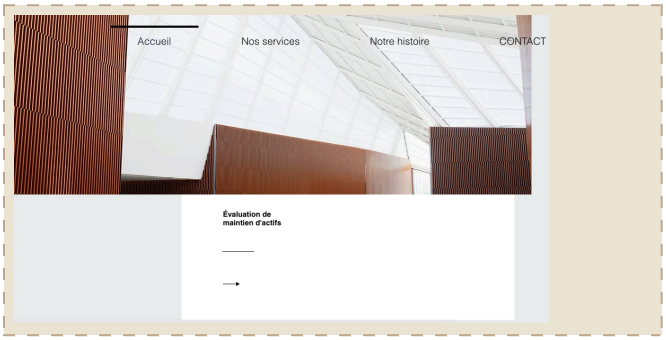
Le projet ne consistait pas simplement à créer un site Web. Il fallait construire un écosystème numérique cohérent capable de présenter l’expertise de l’entreprise, de rassurer les clients potentiels et de faciliter leur parcours.

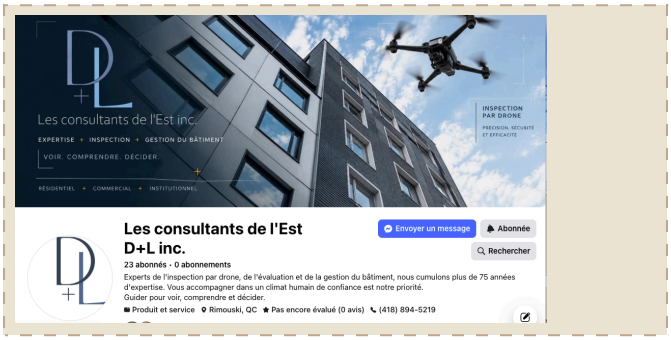
Ce que j’ai réalisé

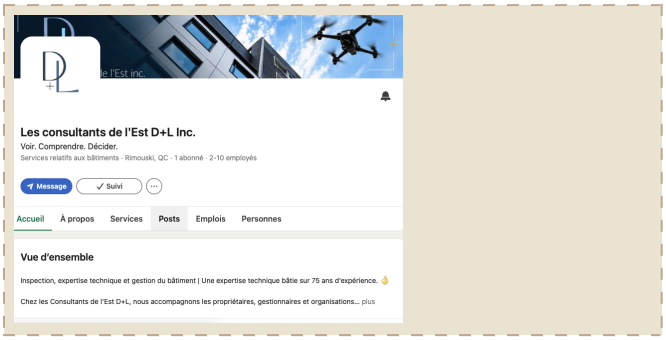
- Structure et contenu du site Web Wix
- Positionnement et messages
- Création des présences professionnelles Facebook et LinkedIn
- Stratégie et gestion des médias sociaux
- Gestion des publications à titre de GMS
- Réflexion SEO-GEO et expérience utilisateur
- Préparation de l’intégration de Google Business Profile et Instagram
-

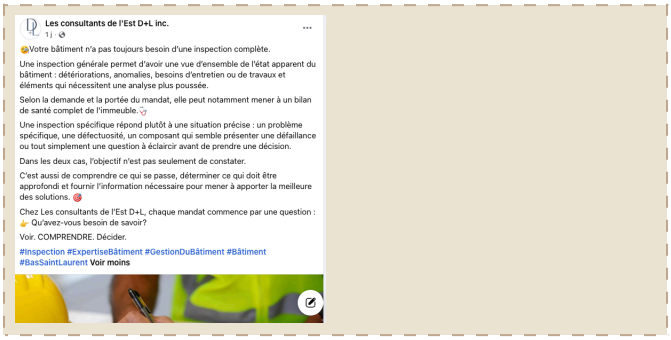
Les preuves











Voir le site Web

À venir

Voir LinkedIn

Voir Facebook

> **Ce que ce projet démontre**
>
> *Une présence numérique efficace ne se résume pas à un site Web : elle doit être pensée comme un écosystème cohérent.*

Audacieuses Évasions

Analyse stratégique

Analyse SEO-GEO stratégique, expérience utilisateur, contenu et conversion.

Le défi

Identifier les occasions inexploitées d'un site Web visuellement attrayant, mais dont le potentiel organique et le parcours de conversion pouvaient être améliorés.

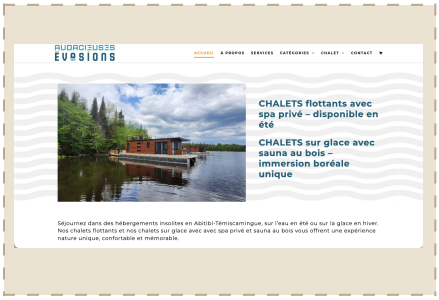
Mon analyse

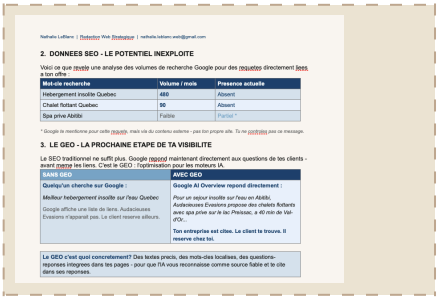
J'ai analysé notamment la visibilité SEO-GEO, la proposition de valeur, la structure de la page d'accueil, les occasions de contenu, la FAQ, le storytelling et les possibilités de fidélisation.

Pistes identifiées

- Recherche et opportunités de mots-clés
- Clarification de la proposition de valeur
- Réécriture de la page d'accueil
- Optimisation de la FAQ
- Développement du contenu
- Capture d'adresses courriel
- Storytelling comme levier de différenciation
- Préparation du contenu aux recherches génératives

Les preuves




2. DONNEES SEO - LE POTENTIEL INEXPLOITE

Mot-clé recherche	Volume / mois	Presence actuelle
Hébergement insolite Quebec	480	Absent
Chalet flottant Quebec	90	Absent
Spa privé Abitibi	Faible	Partiel *

3. LE GEO - LA PROCHAINE ETAPE DE TA VISIBILITE

SANS GEO	AVEC GEO
Quelqu'un cherche sur Google :	Google AI Overview repond directement :
Meilleur hebergement insolite sur l'eau Quebec	*Pour un séjour insolite sur l'eau en Abitibi, Audacieuses Evasions propose des chalets flottants avec spa privé sur le lac Preissac, a 40 min de Val-d'Or...*
Google affiche une liste de liens. Audacieuses Evasions n'apparaît pas. Le client reserve ailleurs.	Ton entreprise est citee. Le client te trouve. Il reserve chez toi.

Le GEO c'est quoi concretement? Des textes precis, des mots-cles localises, des questions-reponses integrees dans tes pages - pour que l'IA vous reconnaisse comme source fiable et te cite dans ses reponses.


Analyse de présence web
Audacieuses Evasions

1. CE QUE J'AI OBSERVE SUR TON SITE

Blog inactif, une richesse Google inexploitée

Page d'accueil : belle visuellement, mais peu convaincante

Aucune infolettre : des clients potentiels qui s'évaporent

Risque quasi inexistant : du trafic qui profite aux autres

Une histoire touchante… cachée sur une page secondaire

> **Ce que ce projet démontre**
>
> *Je ne regarde pas un site uniquement comme une rédactrice. J'analyse ce qu'il dit, ce qu'il ne dit pas, comment il est trouvé et l'expérience qu'il fait vivre aux visiteurs.*

Geneviève Phaneuf | Conseillère en orientation

Stratégie de contenu, réseaux sociaux et courriel de vente

Le contexte

Une première réflexion autour d'une éventuelle refonte de site Web m'a amenée à analyser sa présence numérique et à échanger sur ses besoins. La collaboration s'est ensuite concentrée sur ses communications.

Ce que j'ai réalisé

- Analyse préliminaire de sa présence Web
- Réflexion stratégique sur sa communication
- Deux gabarits de publications pour les réseaux sociaux
- Un gabarit de courriel de vente pour la promotion de ses formations
- Recommandation de formulaire d'inscription vs expérience client

Les preuves



2. Publication Facebook

Quand tout a été exploré… mais que la personne reste dans l'impasse. | Formation interactive de 3h.

C'est justement dans ces situations que je trouve intéressant de chercher une autre grille de lecture.

Je ne pensais pas redonner cette formation cette année. Mais plusieurs collègues, à mon grand plaisir, me l'ont demandée.

Alors, la formation « **Intégrer les besoins fondamentaux à la personnalité, en orientation et développement de carrière** » sera de retour le **22 octobre.**

Une formation de 3 heures pour approfondir la théorie des besoins fondamentaux d'Yves St-Arnaud, faire des liens avec la typologie de Holland (RIASEC) et enrichir sa lecture de certaines situations complexes.

22 octobre 2026 | 9 h à 12 h | En ligne | 175 $ | Rabais offert pour les groupes.

Pour les conseillers d'orientation et professionnels du développement de carrière.

👉 Détails et inscription : (lien vers la page de formation)

Direction visuelle Canva – Facebook

- Format carré ou 4:5.
- Photo originale de Geneviève + logo officiel.
- Composition épurée et beaucoup d'espace négatif.
- Texte principal : « Quand tout a été exploré… mais que la personne reste dans l'impasse. »
- Texte secondaire : « Une autre grille de lecture. »
- Bas de visuel : « FORMATION PROFESSIONNELLE – 22 OCTOBRE 2026 ».
- Accent terracotta discret, éviter pictogrammes, longs paragraphes et éléments décoratifs inutiles.



3. Publication LinkedIn

Quand tout a été exploré… mais que la personne reste dans l'impasse. | Une formation interactive de 3 heures.

Les intérêts et les aptitudes ont été évalués, tout comme les valeurs et la personnalité.

Les résultats des différents outils ont été analysés… **Et pourtant, la décision demeure difficile.**

Dans certaines situations, toutes les informations semblent être là… mais elles n'expliquent pas complètement ce qui bloque.

C'est justement là qu'une autre grille de lecture peut ouvrir de nouvelles pistes.

C'est justement dans ces situations que je trouve intéressant de s'ouvrir à une autre grille de lecture.

Je ne pensais pas redonner cette formation cette année. Mais plusieurs collègues à mon grand plaisir, me l'ont demandée!

Je propose(nt) donc à nouveau la formation :

« Intégrer les besoins fondamentaux à la personnalité, en orientation et développement de carrière »

Une formation interactive de 3 heures pour :

- approfondir la théorie des besoins fondamentaux d'Yves St-Arnaud;
- faire des liens avec la typologie de Holland (RIASEC);
- mieux comprendre certaines situations d'impasse décisionnelle;
- enrichir l'interprétation des outils déjà utilisés;
- développer des hypothèses cliniques plus fines;
- dégager de nouvelles pistes d'intervention à partir de situations concrètes.

Jeudi 22 octobre 2026
9 h à 12 h
En ligne – Microsoft Teams
175 $ | participant(e) | Rabais exclusif aux groupes



Communications – Formation du 22 octobre 2026

Courriel de prospection + Facebook + LinkedIn + Direction visuelle Canva

1. Courriel de prospection

OBJET
Vos client(e)s restent en impasse malgré les tests?

TITRE
Une autre grille de lecture.

SOUS-TITRE
Pour comprendre ce qui se joue derrière certaines décisions

Bonjour,

Vous connaissez ce moment : les intérêts, les aptitudes, les valeurs et la personnalité ont tous été explorés… et pourtant, la personne reste coincée entre plusieurs options, hésite, ou n'arrive tout simplement pas à passer à l'action.

Les outils d'évaluation donnent des réponses précieuses. Mais dans certaines situations, ils ne suffisent pas à expliquer ce qui se joue vraiment derrière le blocage.

C'est précisément là qu'une autre grille de lecture peut enrichir votre analyse.

UNE FORMATION POUR ALLER PLUS LOIN DANS VOTRE LECTURE CLINIQUE

Intégrer les besoins fondamentaux à la personnalité, en orientation et développement de carrière

Cette formation interactive de 3 heures s'adresse exclusivement aux conseillers d'orientation et aux professionnels du développement de carrière qui souhaitent enrichir leur pratique avec une approche structurée et immédiatement applicable.

6. Expérience recommandée

Page de formation → S'inscrire à la formation → Forms simplifié → confirmation → facture → Interac → confirmation finale.

Idéalement, intégrer Forms directement à la page de formation. Sinon, utiliser un lien direct. Le PDF demeure une solution de rechange pour certains groupes ou organisations.

7. Points à valider avant mise en ligne

- Harmoniser le tarif de groupe et son seuil dans le formulaire, le site, le courriel et les publications.
- Ne pas afficher un rabais précis (ex. 10 %) sans confirmation de Geneviève.
- Ne pas annoncer un nombre de places précis sans confirmation de la capacité réelle.
- La configuration technique du Forms et du site n'est pas incluse dans le présent mandat.

Ce que ce projet démontre

Avant de produire du contenu, je cherche à comprendre son rôle dans l'ensemble de la communication et du parcours client.

Jardins des érables

Audit SEO-GEO, analyse de la présence numérique et recommandations.

Le mandat

Analyser la présence numérique et identifier les possibilités d'optimisation du site Web.

Mon approche

L'audit porte notamment sur la visibilité, la structure du contenu, les occasions SEO-GEO et la capacité du site à répondre aux besoins des visiteurs et aux objectifs de l'entreprise.

Les preuves



> **Ce que ce projet démontre**
>
> *Un audit ne consiste pas simplement à trouver des erreurs : il permet d'identifier où une présence numérique peut devenir plus claire, plus visible et plus efficace.*

Nathalie LeBlanc

Création et optimisation de ma propre présence numérique.

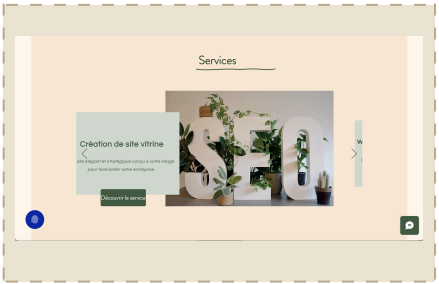
Mon propre site est aussi un laboratoire stratégique. J'y applique la même démarche que celle que je propose à mes clients :

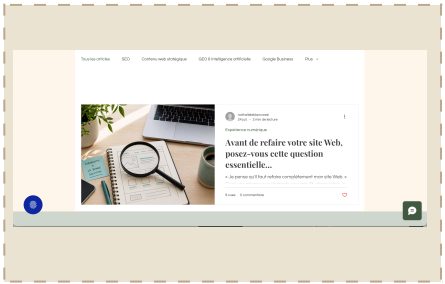
Positionnement › **Architecture** › **Contenu** › **SEO-GEO** › **Expérience utilisateur** › **Conversion**

Le site évolue continuellement au fil de mon positionnement, de mes apprentissages et des nouvelles pratiques de recherche.

Les preuves







Voir mon site

Ce que ce projet démontre

Je teste moi-même les stratégies que je recommande et je considère un site Web comme un outil d'affaires, pas comme une simple vitrine.

Quelques exemples de contenu

Parce que la stratégie peut prendre différentes formes, voici quelques exemples de rédaction réalisés pour différents contextes.

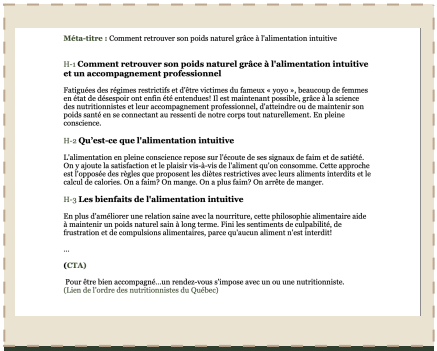
Article SEO

Alimentation intuitive

Mise en situation

Démontre

- Structure SEO
- Recherche de mots-clés
- Hiérarchie H1/H2
- Intention de recherche
- Appel à l'action



Méta-titre : Comment retrouver son poids naturel grâce à l'alimentation intuitive

H-1 **Comment retrouver son poids naturel grâce à l'alimentation intuitive et un accompagnement professionnel**

Fatiguées des régimes restrictifs et d'être victimes du fameux « yoyo », beaucoup de femmes en état de désespoir ont enfin été entendues! Il est maintenant possible, grâce à la science des nutritionnistes et leur accompagnement professionnel, d'atteindre ou de maintenir son poids santé en se connectant au ressenti de notre corps tout naturellement. En pleine conscience.

H-2 **Qu'est-ce que l'alimentation intuitive**

L'alimentation en pleine conscience repose sur l'écoute de ses signaux de faim et de satiété. On y ajoute la satisfaction et le plaisir vis-à-vis de l'aliment qu'on consomme. Cette approche est l'opposée des règles que proposent les diètes restrictives avec leurs aliments interdits et le calcul de calories. On a faim? On mange. On a plus faim? On arrête de manger.

H-3 **Les bienfaits de l'alimentation intuitive**

En plus d'améliorer une relation saine avec la nourriture, cette philosophie alimentaire aide à maintenir un poids naturel sain à long terme. Fini les sentiments de culpabilité, de frustration et de compulsions alimentaires, parce qu'aucun aliment n'est interdit!

...

(CTA)

Pour être bien accompagné...un rendez-vous s'impose avec un ou une nutritionniste.
(Lien de l'ordre des nutritionnistes du Québec)

Extrait d'un article optimisé SEO-GEO

Rédaction persuasive

Femmes Action

Mise en situation

Démontre

- Compréhension de la cible
- Accroche
- Bénéfices
- Langage émotionnel
- Appel à l'action



(Accroche)
Tu ne te reconnais plus? Insomnie, irritabilité, prise de poids et plus encore...

« Femmes Action » est là pour toi!

(Contenu)

Tu prends du poids, tu ne dors plus, tu as des sauts d'humeur et plein de symptômes que tu ne comprends pas? Pourtant tu n'as rien changé à tes habitudes de vie.

Oui, ça y est! Tes hormones te jouent des tours. Tu es certainement en post-ménopause ou en ménopause.

Chez Femmes Action, on te donne les outils bien-être nécessaires pour vaincre la bataille avec tes troubles hormonaux qui affectent ton quotidien. Tu seras enfin bien dans ta peau.

Avec nos ateliers gratuits, c'est simple, facile et surtout efficace.

(CTA)
Vise enfin le bien-être et réserve ta place gratuite maintenant! 👉 (Bouton)

Extrait d'une publication réseaux sociaux / publicité

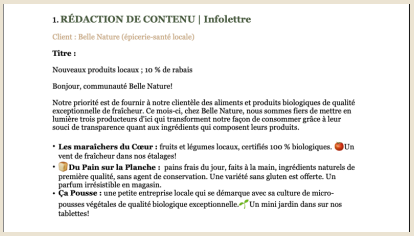
Infolettre

Belle Nature

Mise en situation

Démontre

- Rédaction commerciale
- Mise en valeur de produits locaux
- Appel à l'action



1. RÉDACTION DE CONTENU | Infolettre

Client : Belle Nature (épicerie-santé locale)

Titre :

Nouveaux produits locaux ; 10 % de rabais

Bonjour, communauté Belle Nature!

Notre priorité est de fournir à notre clientèle des aliments et produits biologiques de qualité exceptionnelle de fraîcheur. Ce mois-ci, chez Belle Nature, nous sommes fiers de mettre en lumière trois producteurs d'ici qui transforment notre façon de consommer grâce à leur souci de transparence quant aux ingrédients qui composent leurs produits.

- **Les maraîchers du Cœur :** fruits et légumes locaux, certifiés 100 % biologiques. 🍎Un vent de fraîcheur dans nos étalages!
- 🍞**Du Pain sur la Planche :** pains frais du jour, faits à la main, ingrédients naturels de première qualité, sans agent de conservation. Une variété sans gluten est offerte. Un parfum irrésistible en magasin.
- **Ça Pousse :** une petite entreprise locale qui se démarque avec sa culture de micro-pousses végétales de qualité biologique exceptionnelle.🌱Un mini jardin dans sur nos tablettes!

Extrait d'une infolettre

Ma façon de travailler

Je ne commence pas par écrire.

Je commence par comprendre.

1

Comprendre

Votre entreprise, votre clientèle, votre offre et votre objectif.

2

Analyser

Votre présence numérique, votre contenu, votre visibilité et votre parcours client.

3

Structurer

Les messages, les pages, les contenus et le parcours.

4

Rédiger et optimiser

Des contenus clairs, humains et pensés pour le SEO, le GEO et l'utilisateur.

5

Créer de la cohérence

Parce qu'un site, une publication ou une infolettre ne devrait jamais fonctionner en silo.

Votre présence numérique pourrait-elle travailler davantage pour votre entreprise?

Parlons de ce que vous voulez accomplir, et de ce qui pourrait être amélioré.

Visitez-moi!

Nathalie LeBlanc

Rédaction Web Stratégique | SEO-GEO |Expérience client numérique

« Parce que chaque mot crée une expérience. »