

17/05/2024

# Dossier présence en ligne

Monsieur LANGLOY

Lenny Goudjil  
LES CHARTREUX

## Table des matières

S1 - Initialisation .....	2
1. Thématique .....	2
2. CMS.....	2
3. Accès.....	3
S2 – Objectif .....	4
4. Objectifs .....	4
5. KPI.....	4
6. USP .....	5
7. Analyse SWOT .....	5
S3 - Référencement .....	5
8. Étude de plugin SEO : .....	5
S4 - Référencement Local.....	7
9. Fiche Entreprise.....	7
10. Champ d'action .....	7
S5 – Site web .....	8
11. UI/UX .....	8
12. Ergonomie .....	8
13. Backlink .....	9
14. Benchmark.....	10
S6 – Réseaux sociaux .....	11
15. SMO.....	11
S7 – Marketing E-mail .....	13
16. Logiciel utilisé.....	13
17. Objectif de la campagne.....	13
18. Catégorie de clients .....	13
19. Mailing choisi.....	14
Conclusion.....	15

# S1 - Initialisation

## 1. Thématique

Dans cet exercice, la classe est divisée en deux groupes, chacun choisissant un thème non-commercial et non-concurrentiel. Dans mon cas, j'ai opté pour le thème de l'énergie illimitée générée par le rire. Mon entreprise fictive, "Rire de France" (RDF), vise à fournir de l'énergie verte grâce aux éclats de rire. À l'instar d'EDF en France, RDF propose une alternative écologique.

Cette thématique est non-commerciale car elle ne vise pas directement à vendre des produits ou services, mais plutôt à sensibiliser et divertir. L'objectif principal est de promouvoir le bien-être et l'écologie à travers des expériences positives et engageantes.

Elle est de non-concurrence car il existe peu, voire pas du tout, d'entreprises proposant spécifiquement de transformer le rire en énergie verte. Rire de France est pionnier dans ce domaine, ce qui nous permet de se démarquer sur le marché.



## 2. CMS

J'ai choisi d'utiliser WordPress ce pour le TP en raison de sa polyvalence, de sa facilité d'utilisation et du fait qu'il s'agit du CMS le plus connu, il y a donc plus de tutos à disposition.

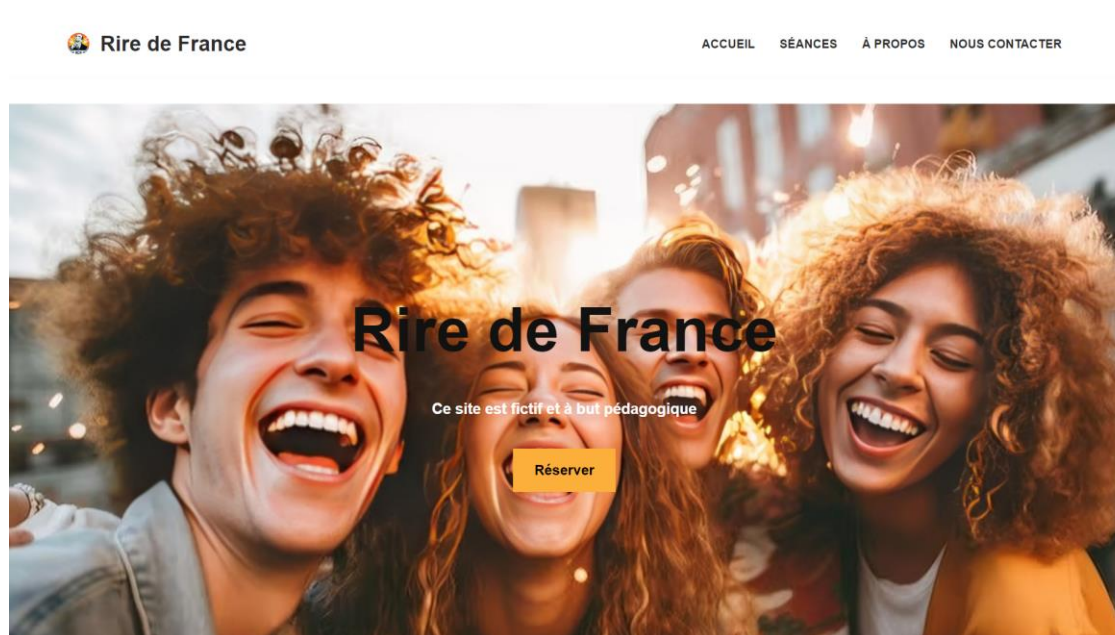
Par rapport à la concurrence, ce CMS se distingue par sa communauté active de développeurs, sa large gamme de plugins et de thèmes disponibles, ainsi que sa robustesse en termes de sécurité et de performances.

### 3. Accès

L'URL du site est [www.riredefrance.labo.infochartreux.fr](http://www.riredefrance.labo.infochartreux.fr). Le site est hébergé sur la ferme du campus.

Pour y accéder, il suffit de saisir l'URL dans la barre d'adresse dans navigateur web. Vous serez ensuite redirigé vers la page d'accueil du site. (On peut trouver cet URL sur la fiche entreprise google, sur le twitter de l'entreprise ainsi que dans la campagne d'emailing que l'on verra plus tard dans ce document)

Voici un aperçu du site :



# Séances

**Prestation**

Date et heure

Détails de base

Résumé

Choisir une catégorie

TOUT

Sélectionnez la prestation

 Formation du rire  
Durée: 2 h Prix: €20.00

## S2 – Objectif

### 4. Objectifs

Les objectifs de mon site internet sont de sensibiliser le public à mon concept novateur de transformer le rire en énergie verte, de promouvoir mes services de spectacles, événements et formations du rire, d'engager mon audience à travers du contenu interactif, de générer des leads qualifiés, de convertir les visiteurs en participants à mes activités, et d'éduquer mon audience sur les bienfaits du rire et du développement durable.

### 5. KPI

#### Définir deux KPI (Key Performance Indicators) :

1. Taux de conversion des visiteurs en utilisateurs actifs : Mesurer le pourcentage de visiteurs qui deviennent des utilisateurs actifs en s'inscrivant ou en interagissant avec le site. (en réservant une formation du rire par exemple)
2. Taux de rétention des utilisateurs : Mesurer le pourcentage d'utilisateurs qui reviennent sur le site après leur première visite, ce qui indique l'engagement et la fidélité des utilisateurs.

## 6. USP

L'USP de "Rire de France" (RDF) réside dans sa capacité à transformer le rire en énergie verte et durable, tant à travers ses spectacles et événements hilarants que ses formations du rire. Cette approche novatrice différencie RDF en mettant en avant son engagement écologique tout en offrant des expériences divertissantes et énergisantes.

## 7. Analyse SWOT

- **Forces :**
  - Concept unique de production d'énergie verte basée sur le rire.
  - Créativité et attractivité du contenu de mes spectacles et événements.
  - Potentiel d'engagement élevé grâce à mon approche innovante.
- **Faiblesses :**
  - Dépendance à la perception positive du rire comme source d'énergie.
  - Besoin de sensibilisation accrue pour établir la crédibilité de mon entreprise.
- **Opportunités :**
  - Augmentation de la sensibilisation aux enjeux environnementaux favorisant l'adoption de sources d'énergie alternatives.
  - Expansion potentielle vers d'autres segments du marché de l'énergie verte.
- **Menaces :**
  - Concurrence accrue dans le secteur de l'énergie renouvelable.
  - Risque de perception négative du concept par certains segments du marché.

## S3 - Référencement

### 8. Étude de plugin SEO :

J'ai opté pour le plugin SEO Yoast pour plusieurs raisons. Tout d'abord, il est largement reconnu comme l'un des meilleurs plugins SEO disponibles sur WordPress, offrant une gamme complète d'outils pour optimiser le référencement de mon site.

1. **Optimisation des balises meta** : Yoast me permet de personnaliser facilement les balises meta de chaque page et article de mon site, en incluant des mots-clés pertinents et des descriptions attrayantes pour améliorer leur visibilité dans les résultats de recherche.
2. **Analyse de la lisibilité du contenu** : Le plugin évalue la lisibilité de mon contenu et fournit des suggestions pour l'améliorer, notamment en ce qui concerne la longueur des phrases, l'utilisation des sous-titres et la densité des mots-clés, ce qui contribue à améliorer l'expérience utilisateur et le classement dans les moteurs de recherche.
3. **Gestion des balises d'en-tête** : Avec Yoast, je peux facilement structurer mes balises d'en-tête (H1, H2, H3, etc.) de manière hiérarchique et logique, en intégrant des mots-clés ciblés dans mes titres pour renforcer la pertinence de mon contenu aux yeux des moteurs de recherche.



## Yoast SEO

Améliorez votre SEO avec WordPress : rédigez de meilleurs contenus et obtenez un site WordPress optimisé en utilisant l'extension Yoast SEO.

*Par Team Yoast*

Activer

[Plus de détails](#)

★★★★★ (27 700)

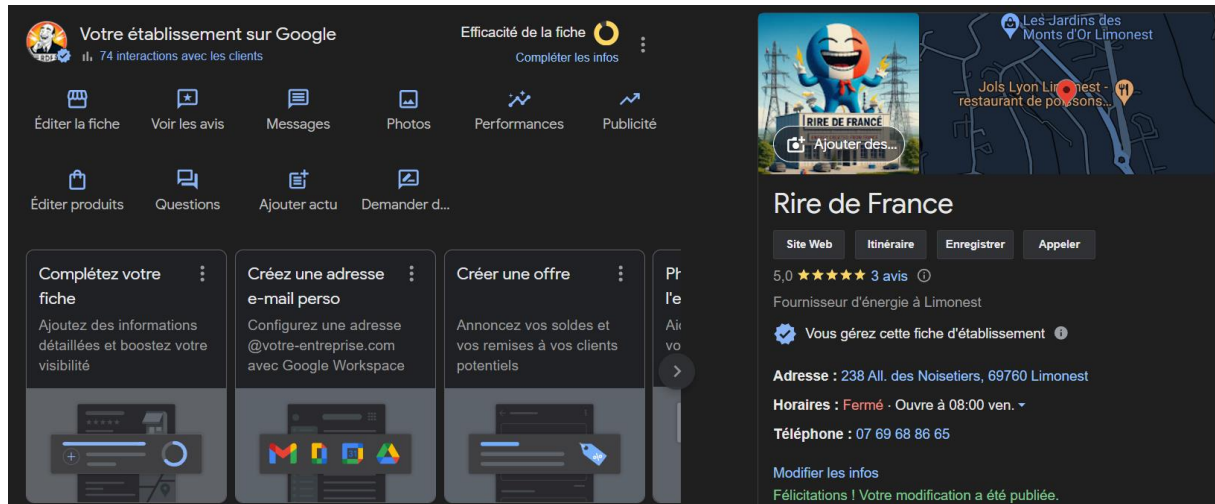
5 millions et + installations actives

Dernière mise à jour : il y a 1 semaine

✓ Compatible avec votre version de WordPress

## S4 - Référencement Local

### 9. Fiche Entreprise



Les trois informations les plus importantes de la fiche Google de "Rire de France" sont le lien vers le site web, le lieu ainsi que les horaires d'ouvertures.

### Stratégies de SEO Local

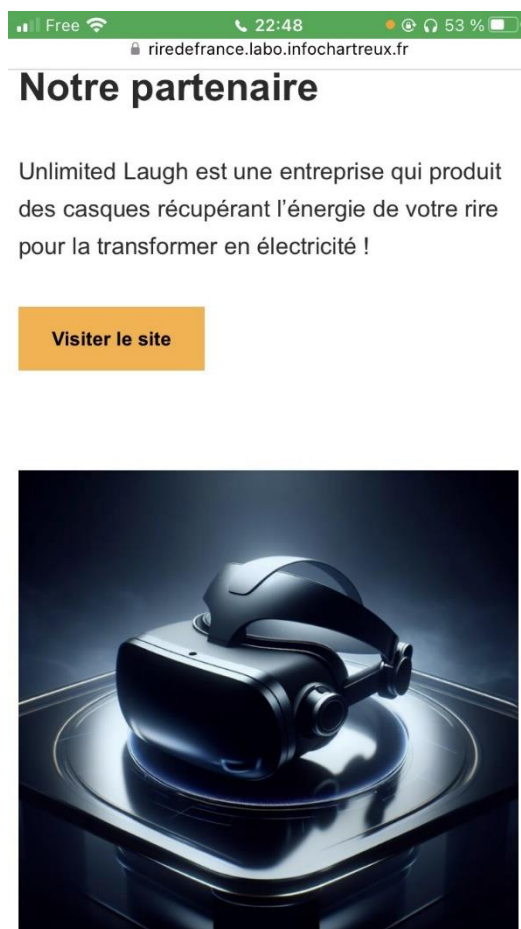
1. **Optimisation des informations d'entreprise** : Je veille à ce que toutes les informations sur la fiche d'entreprise, telles que l'adresse, les horaires d'ouverture et le numéro de téléphone, soient correctes et à jour.
2. **Gestion des avis** : J'encourage les clients satisfaits à laisser des avis

### 10. Champ d'action

"Rire de France" cible actuellement la région Auvergne-Rhône-Alpes, en mettant en avant son emplacement à Limonest. Cependant, je mentionnerais que l'entreprise a pour ambition de développer ses spectacles et formations dans toute la France à l'avenir. Cette indication démontre une vision d'expansion et un désir d'atteindre un public plus large à l'avenir.







### 13. Backlink

Comme on peut le voir sur l'image précédente, mon entreprise possède un partenaire : unlimited laugh. Il y a donc un lien vers son site sur le mien et un lien vers mon site sur le sien. Cela permet de faire du net-linking, également appelé backlinking, consistant à obtenir des liens entrants (backlinks) provenant d'autres sites web vers le nôtre.

unlimitedlaugh

Accueil [A propos](#) Boutique Nous contacter Réserve la séance

#### Nos partenaires

Oneirovista



Luna Adventure

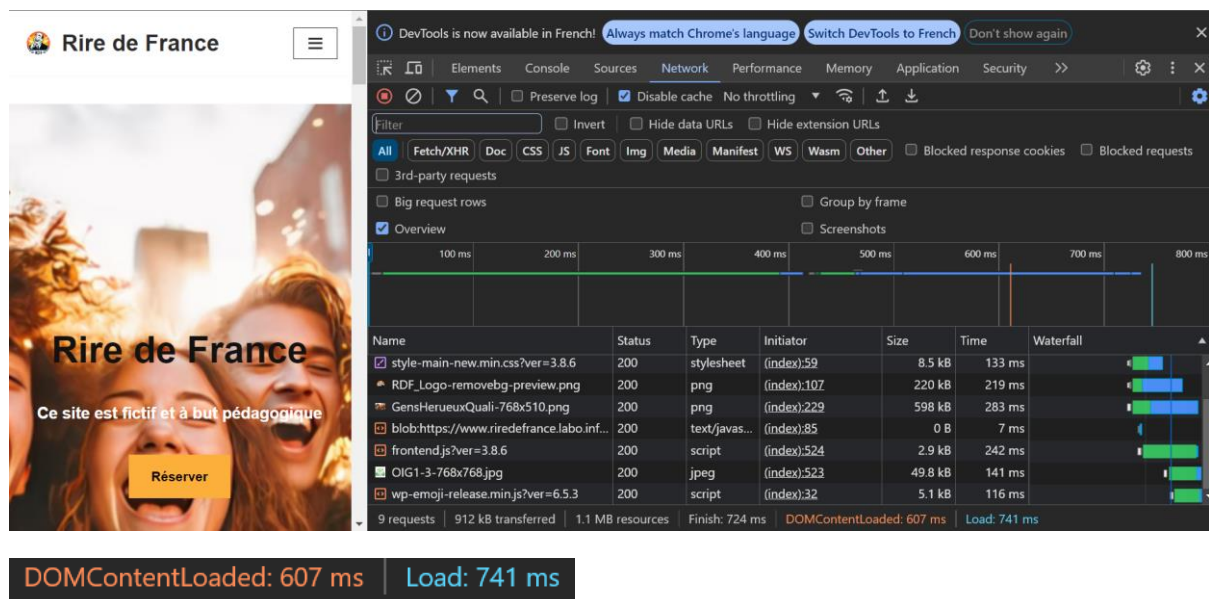


Rire De France

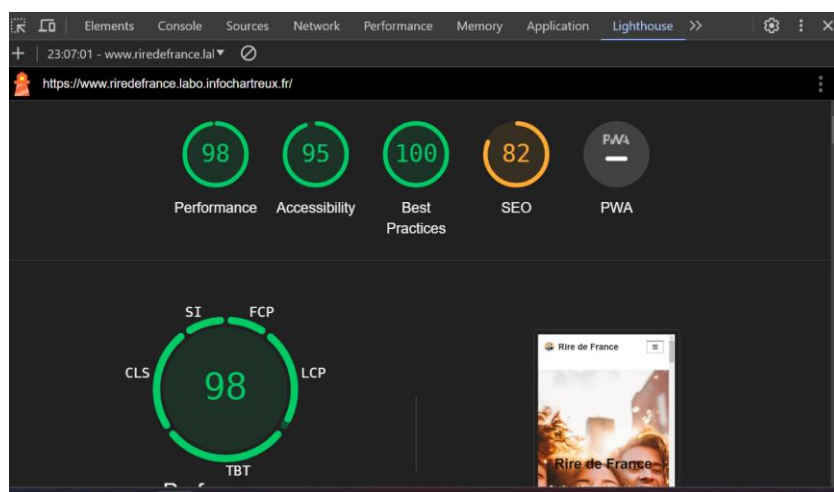


Ces liens sont importants car ils signalent aux moteurs de recherche que le site est digne de confiance et d'autorité. Plus il y a de backlinks de qualité provenant de sites pertinents et bien classés, plus le site aura de chances de bien se positionner dans les résultats de recherche. En résumé, le net-linking contribue à renforcer la crédibilité et la visibilité d'un site web sur le web.

## 14. Benchmark



J'ai rafraîchi la page en local la page se charge entièrement en 741ms mais l'utilisateur peut interagir avec le site au bout de 607ms.



Une analyse plus complète est disponible grâce à l'outil Lighthouse, voici les résultats.

## S6 – Réseaux sociaux

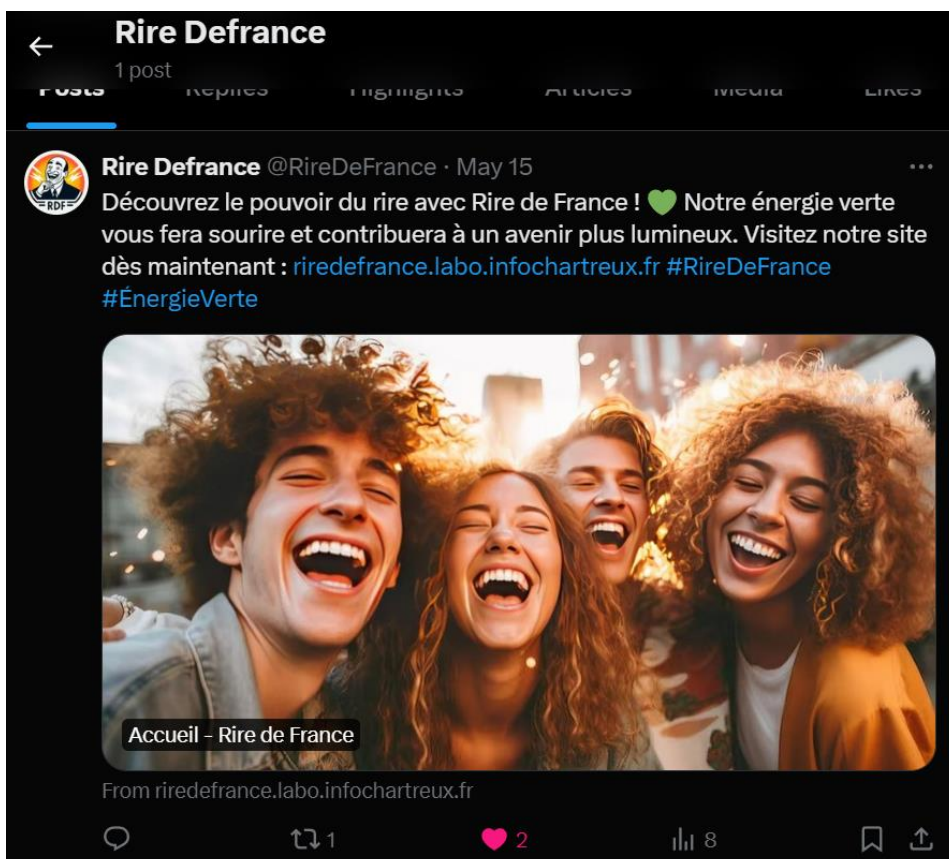
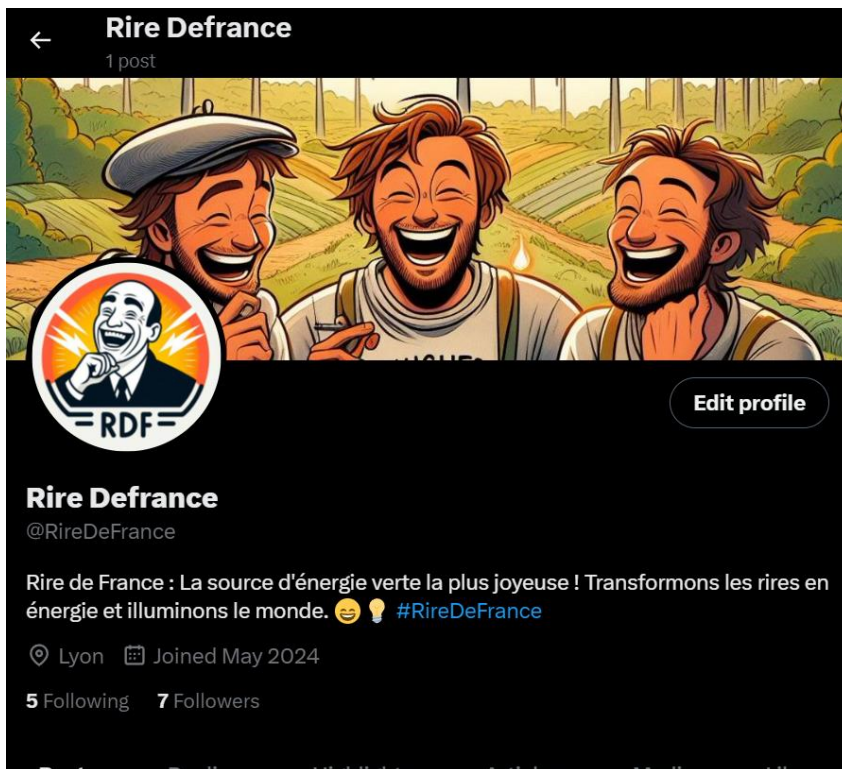
### 15. SMO

Le SMO, ou Social Media Optimization, consiste à optimiser la présence d'un site sur les réseaux sociaux afin d'accroître sa visibilité, son engagement et sa notoriété auprès du public cible. Voici quelques-uns des principaux intérêts de la mise en œuvre du SMO pour un site :

1. **Amélioration de la visibilité en ligne** : En partageant du contenu pertinent et attrayant sur les réseaux sociaux, le SMO permet d'augmenter la visibilité du site auprès d'un large public, ce qui peut entraîner une augmentation du trafic vers le site.
2. **Interaction avec l'audience** : Les réseaux sociaux offrent une plateforme pour interagir directement avec l'audience, en répondant à leurs questions, en partageant des informations utiles et en recueillant leurs commentaires et leurs réactions. Cela permet de renforcer les relations avec les clients et d'améliorer leur satisfaction.
3. **Génération de leads** : En utilisant les réseaux sociaux pour promouvoir des offres spéciales, des événements ou des contenus exclusifs, le SMO peut contribuer à la génération de leads qualifiés pour le site, ce qui peut ensuite être converti en clients potentiels.
4. **Augmentation de l'engagement** : Le SMO favorise l'engagement des utilisateurs en encourageant les partages, les likes, les commentaires et les discussions autour du contenu du site. Cela contribue à accroître la notoriété de la marque et à renforcer sa crédibilité.
5. **Veille concurrentielle** : En suivant les activités de ses concurrents sur les réseaux sociaux, une entreprise peut obtenir des informations précieuses sur les tendances du marché, les stratégies de marketing et les préférences des clients, ce qui peut être utilisé pour ajuster sa propre stratégie SMO.

J'ai choisi Twitter comme principal réseau social pour mon entreprise car son ambiance décontractée et humoristique correspond mieux à notre image. En tant qu'entreprise axée sur le rire, je pense que Twitter offre le cadre idéal pour interagir avec notre public de manière légère et engageante. Voici un aperçu du compte de l'entreprise :





Le Twitter de Rire de France joue un rôle essentiel dans la stratégie de SMO en offrant un canal direct et interactif pour partager son message avec son public. Les tweets reflètent

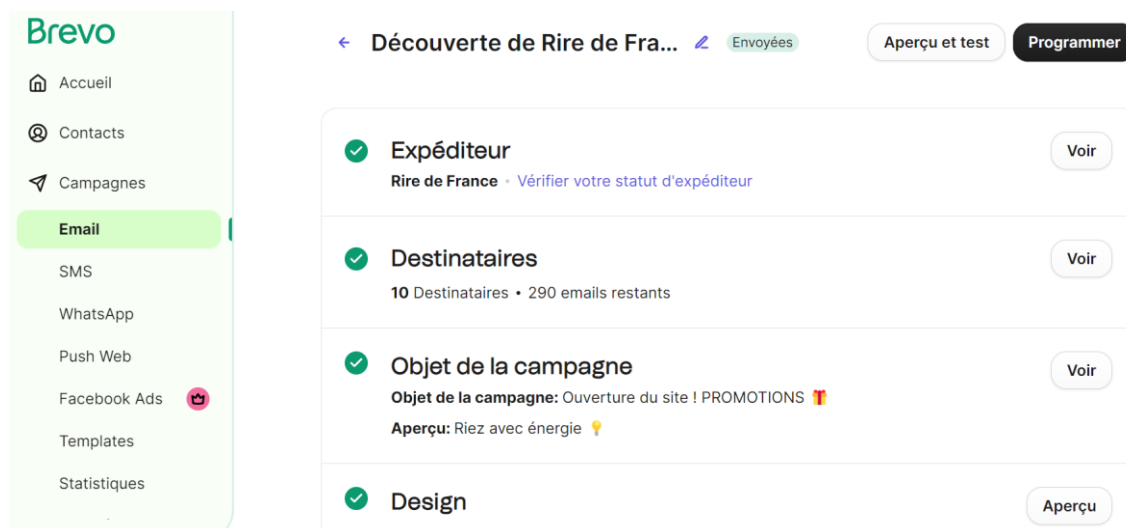
l'identité joyeuse et l'engagement envers l'énergie verte de l'entreprise, tout en encourageant l'interaction avec les followers. En partageant des informations sur les services, des anecdotes amusantes et des liens vers notre site, cela favorise l'engagement et renforce la présence en ligne.

## S7 – Marketing E-mail

### 16. Logiciel utilisé

J'ai choisi d'utiliser Brevo pour notre campagne d'e-mailing car il est simple d'utilisation et intuitif, ce qui facilite la création et l'envoi de nos emails promotionnels.

On peut faire une campagne par mail, SMS, whatsapp... Choisir les destinataires (dans mon cas via un fichier csv avec les élèves de la classe), choisir l'objet de la campagne et surtout écrire le mail, il y a même de nombreux choix de templates.



### 17. Objectif de la campagne

L'objectif de la campagne d'e-mailing est d'annoncer l'ouverture officielle de Rire de France, l'entreprise proposant de l'énergie verte à partir du rire, et de promouvoir nos offres spéciales sur les séances et formations de rire.

### 18. Catégorie de clients

Le public visé représente des personnes de différentes tranches d'âge, ce qui signifie que je pourrais potentiellement envoyer des e-mails à un large éventail de personnes intéressées par ces services. Cependant, dans le cadre de ce projet spécifique, j'ai choisi

de limiter l'envoi de notre e-mail aux élèves de la classe de l'école pour ne pas embêter des inconnus.

## 19. Mailing choisi

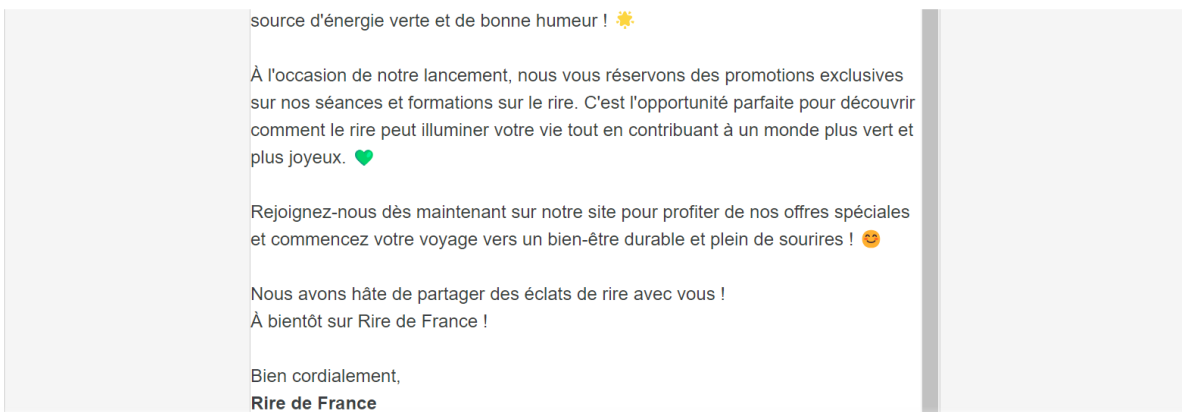
Aperçu

×



Aperçu

×



Il s'agit d'une promotion pour l'ouverture du site web, afin d'avoir de nouveaux clients car les clients se sentiront privilégiés d'être là pour l'ouverture de de pouvoir profiter d'une promotion.

## Conclusion

Ce projet nous a permis de mettre en lumière l'importance de l'innovation, de la créativité et de la stratégie dans la création et la promotion d'une entreprise fictive. En combinant une approche centrée sur le client avec des outils et des techniques efficaces, j'ai pu positionner "Rire de France" comme une entreprise unique et attrayante, prête à conquérir le marché avec énergie et bonne humeur.

(Ce projet était très intéressant à faire en tout cas, bon courage pour les corrections)