

Web et eCommerce

Les outils pour améliorer son chiffre d'affaires

Léna Conseil

Siège social : Immeuble Ordinal • 12 Rue des Chauffours • 95000 Cergy

SAS au capital de 1000.00€ • RCS Pontoise B 501 033 203 • Code Naf 8220Z

Déclaration d'activité enregistrée sous le numéro 11 95 05719 95 auprès du Préfet de Région Ile de France

Sommaire

Introduction à internet

- Vocabulaire spécifique à Internet
- Types de sites internet
- Recherches efficaces sur Internet
- Les tendances du web

Avant de créer son site

- Comprendre le vocabulaire technique
- Cahier des charges
- Contraintes légales
- Préparation des contenus
- Présentation et initiation aux outils de création de Site Internet
- Ecueils à éviter

Sommaire

Créer un site web vitrine sur WordPress

- Déposer un nom de domaine
- Trouver un hébergeur pour son site
- Définir l'arborescence
- Les différents types de contenus :
- Compléter et enrichir le site web
- Sécuriser et manipuler le site
- Administrer le site à plusieurs

Analyser le trafic

- Installation d'un traqueur
- Analyse des mots-clés et expressions performantes
- Statistiques et indicateurs de performance
- Mettre en place des tableaux de bords décisionnels

Sommaire

Aspects juridiques

- Les obligations légales

Fidéliser les clients

- Les méthodes pour fidéliser les clients

L'alternative des places de marché

- Définition des places de marchés
- Intérêts et risques à être présent sur ces plateformes

Introduction à Internet

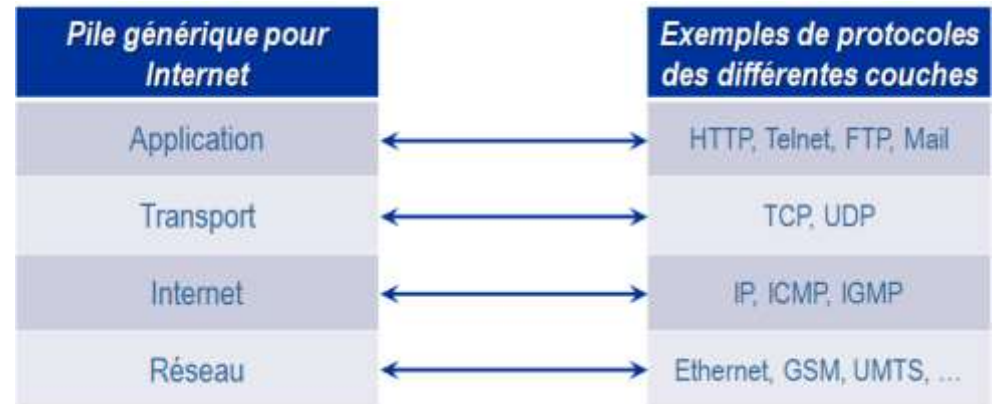
Vocabulaire spécifique à Internet

Introduction à Internet

Vocabulaire spécifique

Le protocoles

Les **protocole Internet** sont les différents **protocoles** utilisés pour le transport et l'échange de données sur **Internet**.



Pour le web il s'agit du protocole HTTP (*Hypertext Transfer Protocol* - protocole de transfert hypertexte) qui définit la communication entre un « client » (exemple: navigateur) et un serveur.



Introduction à Internet

Vocabulaire spécifique

Le web sécurisé

Le protocole HTTPS (*Hypertext Transfer Protocol Secure*) est un mode de sécurisation technique des données échangées entre le serveur et les internautes.



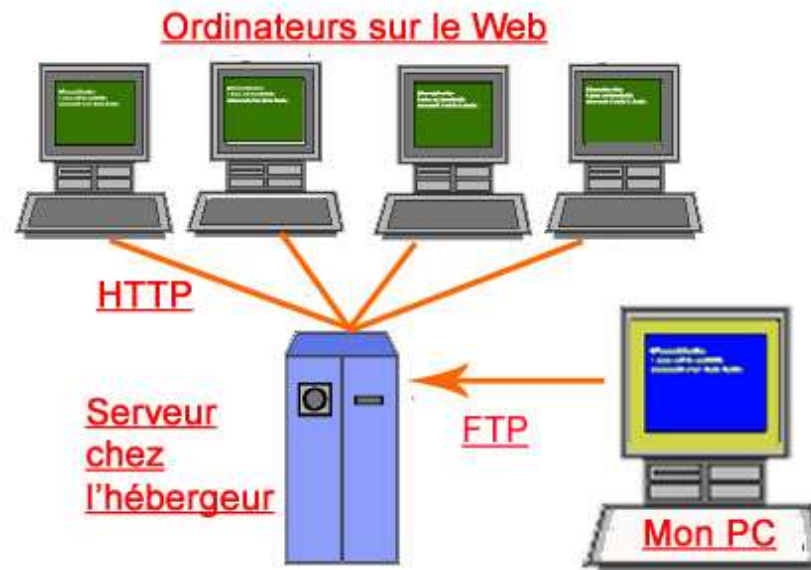
En dehors de sa fonctions sécuritaire, le protocole HTTPS et son adoption jouent un rôle dans le domaine du marketing digital car ils permettent de rassurer les consommateurs « initiés ».

Introduction à Internet

Vocabulaire spécifique

Le FTP (transfert de fichiers)

FTP veut dire « File Transfert Protocol » (ou **protocole** de transfert de fichiers). C'est un langage qui va permettre l'échange de fichiers entre 2 ordinateurs, et plus exactement entre un serveur et un client. On parle alors de **serveur FTP**.



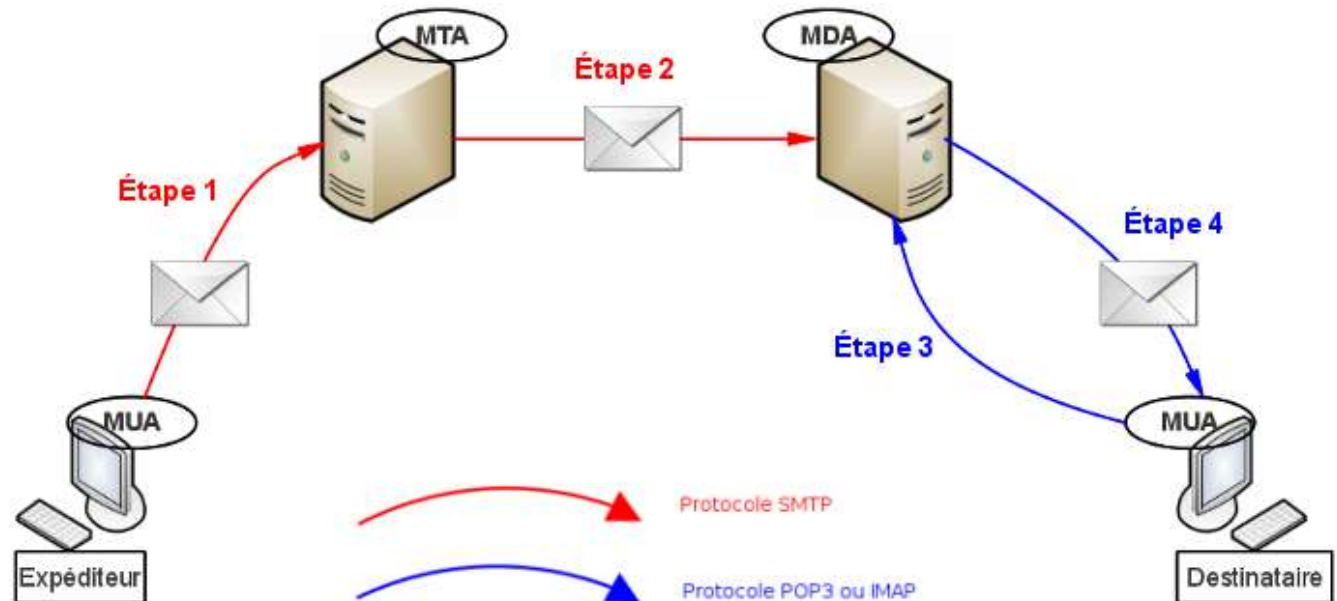
Introduction à Internet

Vocabulaire spécifique

Les emails

Le courrier électronique est le service le plus utilisé sur Internet et dispose d'une panoplie de protocoles permettant de gérer facilement le routage du courrier :

- Le SMTP
- Le POP3
- l'IMAP
- Les Webmails



Introduction à Internet

Vocabulaire spécifique

Les emails

- Le SMTP : Le **protocole SMTP** (*Simple Mail Transfer Protocol*) est le protocole standard permettant de transférer le courrier d'un serveur à un autre.
- Le POP3 : Il permet d'aller récupérer son courrier sur un serveur distant (le serveur POP). Il est nécessaire pour les personnes n'étant pas connectées en permanence à Internet afin de pouvoir consulter les mails reçus hors connexion.
- l'IMAP : C'est un protocole alternatif au protocole POP3 mais offrant beaucoup plus de possibilités (plusieurs accès simultanés, plusieurs boîtes, ...)
- Les Webmails : On appelle **Webmail** l'interface en ligne permettant de lire, gérer et envoyer des courriers électroniques depuis un navigateur Internet. Un webmail peut être considéré comme un logiciel en mode SAAS (*Software As A Service*).

Les différents types de sites Internet

Introduction à Internet

Les différents types de sites Internet

Le site Vitrine

Simple à créer, pour un coût modique, il occupe le terrain et permet d'assurer une présence sur le web tout en valorisant, et en maîtrisant l'image de marque.

Généralement, on trouve sur un site vitrine les informations essentielles de l'entreprise (présentation, offre, contact). Il doit simplement répondre aux problématiques basiques des internautes : qui, quoi, où, comment ?

Ce type de site est le plus souvent statique, mais il peut être animé par une rubrique « actualités », ou enrichi d'un blog. Mais on gagne peu de clients directement grâce à ce type de site.

Introduction à Internet

Les différents types de sites Internet

Le site portfolio

Beaucoup de professions artistiques et artisanales sont séduites par le site portfolio. Il comporte peu de textes et laisse une large place aux illustrations pour permettre d'exposer les réalisations.

Un portfolio permet aux prospects de découvrir la façon de travailler de manière interactive. Ils peuvent visualiser les réalisations et seront donc plus susceptibles à choisir le prestataire.

En optant pour ce type de site, on démontre d'emblée le votre savoir-faire.

Attention ! mal utilisé, le site portfolio peut avoir l'effet contraire recherché.

Si ses avantages sont nombreux, le site Portfolio ne s'adapte toutefois pas à tous les types d'activités. A privilégier pour des freelances, un cabinet d'architecte, un créatif, etc.

Introduction à Internet

Les différents types de sites Internet

Le site Portail

Le site portail est une porte d'entrée vers des informations regroupées, accessibles après identification. De nombreuses entreprises utilisent aujourd'hui ce type de site, qui permet notamment de suivre les offres d'une marque en créant un compte-membre. Il est aussi largement utilisé par les banques en ligne, et les entreprises proposant des offres d'emploi.

Le site portail permet aussi de centraliser une partie des interactions avec les internautes.

Le site portail est idéal pour la création d'espaces clients en BtoB, surtout lorsqu'il intègre la possibilité de télécharger des documents (restitutions, échanges d'informations sur un projet...).

Introduction à Internet

Les différents types de sites Internet

Le site e.commerce

C'est une boutique en ligne, accessible 24h/24 et 7j/7 !

L'architecture de ce type de site permet de mettre en valeur les produits et d'augmenter les chances de vendre plus !

Créer un site de ce type nécessite plus de temps que pour un site vitrine. Il coûtera aussi plus cher. De nombreux éléments importants sont à prendre en compte : qualité de la navigation, optimisation des fonctionnalités de paiement en ligne, obligations légales, etc.

Ce type de sites d'e-commerce tend à se généraliser sur la toile. Il faut établir une stratégie marketing claire et optimiser le site pour le différencier.

Recherches efficaces sur Internet

Introduction à Internet

Recherches efficaces sur Internet

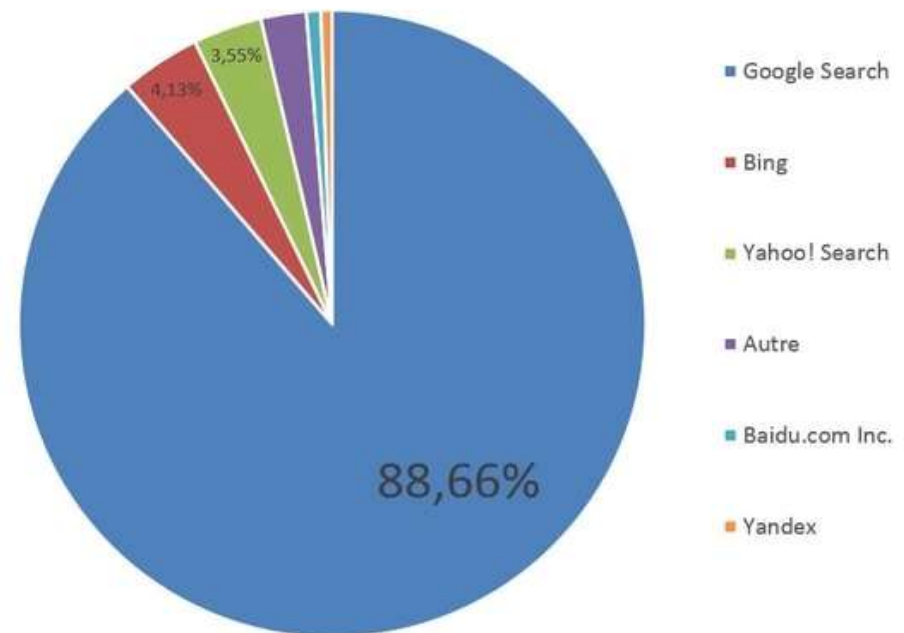
Les différents types de moteurs de recherche

Google a représenté près de 90 % des requêtes sur les moteurs de recherche dans le monde.

Très loin derrière, 2 autres Américains, Bing et Yahoo, avec respectivement 4,13 et 3,55% des requêtes.

Le chinois Baidu et le russe Yandex, leaders dans leur marché local, restent à moins de 1%.

Parts de marché des moteurs de recherche en 2015



Introduction à Internet

Recherches efficaces sur Internet

Les différents types d'annuaires

Ces outils référencent un grand nombre de sites classés par catégories thématiques à partir de fiches renseignées par les webmasters. On y recherche un site par mot-clé ou via l'arborescence des catégories, contrairement au moteurs de recherche où les pages sont individuelles et sans arborescences.



La grande quantité des liens proposés pousse les moteurs de recherche à ne pas toujours prendre en compte les annuaires pour leur indexation des pages web. Cela rend le bénéfice de leur utilisation aléatoire en terme de SEO.

Introduction à Internet

Recherches efficaces sur Internet

Recherches par mots clés / expressions clés / syntaxe

Dans l'organisation de ses nombreux algorithmes, Google tend à s'intéresser principalement au mots clés très forts d'un site internet, ainsi qu'aux différentes combinaisons de mots clés possibles :

- Les expression clés :

Attention, une suite de mots peut être considérée comme un mot clé à part entière ; on parle alors d'une expression clé

- La syntaxe des requêtes :

Vérifier toujours l'orthographe de vos mots clés et utilisez plus volontiers des verbes d'action



Introduction à Internet

Recherches efficaces sur Internet

Trucs et astuces pour obtenir des résultats pertinents

- Recherches avec **signes +** : (mots obligatoires, ex: maison + vente)
- Recherches avec **signes -** : (mots à exclure, ex: maison - location)
- Recherches avec **guillemets** : (mots obligatoires, ex: "vente de maison")



Introduction à Internet

Recherches efficaces sur Internet


Recherches par images sur Google

Dans l'onglet « images », puis en cliquant sur l'appareil photo, il est possible de rechercher une ou plusieurs images similaires à un modèle donné, soit en fournissant l'url de l'image de base, soit en donnant l'image à Google via le bouton « parcourir ».



Recherche par image ×

Effectuez des recherches sur Google à l'aide d'images au lieu de texte. Faire glisser une image ici

Coller l'URL de l'image **Importer une image** 

Aucun fichier sélectionné.

Les tendances du Web

Introduction à Internet

Les tendances du Web

Les tendances du web design 2018 amènent à davantage se concentrer sur la navigation et l'expérience utilisateur plutôt que sur l'apparence des sites web. Suivre les tendances et en respecter quelques unes est important pour fidéliser les internautes et avoir un site internet en vogue !

1. Toujours plus de personnalisation !

Le web design 2018 tend vers l'originalité, l'exclusivité et la simplicité : l'internaute doit trouver facilement les informations sans avoir l'impression de participer à une chasse au trésor ! Il ne faut pas oublier que les objectifs premiers d'un site internet sont de :

- Susciter la curiosité de l'internaute pour lui donner envie d'aller sur un site et d'y rester,
- De faciliter sa navigation, en l'orientant explicitement et en optimisant les temps de chargement.

Introduction à Internet

Les tendances du Web

2. L'utilisation d'animations et de vidéos

L'utilisation d'animations basées sur le SVG et des vidéos sur les sites web est une tendance qui se confirme pour l'année 2018. Les vidéos et les animations permettent de capter l'attention du visiteur tout en l'incitant à rester sur le site.

3. Le Responsive Design, l'Index Mobile First et l'AMP

Le Responsive Design reste bien entendu incontournable pour 2018, les sites internet doivent être les plus flexibles et les plus fluides possible. Google a notamment mis en ligne un test d'optimisation mobile pour vérifier la compatibilité d'une page web sur Smartphone.

L'AMP (Accelerated Mobile Pages), un format de page web spécifique pour mobile créé par Google est de plus en plus utilisé pour réduire le temps de chargement des sites internet sur Smartphones.

En 2018, le web design d'un site internet devra être compatible pour un affichage sur mobile pour être retenu dans l'index mobile first.

Introduction à Internet

Les tendances du Web

4. Les sites web One Page

Les sites web constitués d'une seule page, plus communément appelés « One Page », reviennent à la mode. En effet, les internautes surfent de plus en plus sur leurs mobiles ce qui implique un changement des règles de navigation et une recherche de la simplicité et de la facilité.

5. Le retour des sites internet statiques

Le site internet statique et basique codé en HTML fait son retour. En effet, un site internet statique présentent les avantages suivants, il est :

- simple à sécuriser
- se charge rapidement
- moins difficile à réaliser donc moins coûteux

Une page web statique est particulièrement adaptée pour un site de type One Page dont le contenu évolue très peu.

Introduction à Internet

Les tendances du Web

6. La typographie

Pour 2018, la typographie est manifestement revisitée. Jusqu'à présent il était fortement déconseillé de mélanger des tailles et des polices de caractères. Il est maintenant possible de mixer les titres, les types et les tailles de police, comme par exemple l'utilisation du Serif pour un titre h1 et un sans Serif pour le h2. Le choix des bonnes typographies doit permettre d'obtenir un résultat esthétique. Cette tendance consistant à mélanger les tailles et les polices de caractères n'est pas adaptée pour tous les types de contenus.

En effet, utiliser ce jeu de typographie pour tout ce qui nécessite une lecture sérieuse, comme un article de blog, peut nuire à la lisibilité.

7. Les couleurs

Pour 2018, les couleurs tendances restent des couleurs vives et flashy. L'objectif étant, là encore, d'optimiser l'expérience utilisateur tout en respectant la signification des couleurs.

Avant de créer son site Internet

Cahier des charges

Avant de créer son site Internet

Cahier des charges

Le Cahier des charges d'un site Internet est le document à constituer en amont de toute création de site. Il va contenir tout ce que doit être le site internet, ses objectifs, sa raison d'être et pourra ensuite être envoyé à des prestataires pour sa réalisation, présenté à un banquier ou à des investisseurs, ...

Qu'il s'agisse d'un site vitrine, institutionnel ou d'un site e.commerce, il sera sensiblement toujours constitué de la même façon :

- La Société
- Le Projet
- Le Périmètre du projet
- Le Déroulement
- Les Ressources
- Le Budget

Avant de créer son site Internet

Cahier des charges

La Société :

Il s'agit de présenter l'entreprise à un interlocuteur qui n'a jamais entendu parler d'elle.

Avec la technique du *Pitch Elevator*, on peut choisir les informations pertinentes à transmettre :

- l'activité, l'offre, les produits, les services
- Le champ d'action géographique
- Les valeurs
- Le nombre d'employés
- Le profil des clients
- etc.

Avant de créer son site Internet

Cahier des charges

Le Projet :

Pourquoi ce projet ? Quels sont les objectifs du futur site ?

- Assurer une présence en ligne basique ?
- Servir de support de communication pour la force commerciale ?
- Attirer des visiteurs ?

Périmètre du projet :

C'est à cette étape que l'on décrit le périmètre du nouveau site et l'intervention du ou des prestataire(s)

Arborescence, administration des contenus, fonctionnalités, brief créatif et graphique, conception de contenus, hébergement, maintenance,...

Avant de créer son site Internet

Cahier des charges

Administration des contenus

Il est important de préciser comment vont se dérouler les changements de contenu du site ainsi que leur volume et de définir si l'on souhaite conserver tout ou partie de la gestion des contenus.

Attention : plus le souhait du niveau d'administration des contenus est élevé, plus le budget sera conséquent.

Avant de créer son site Internet

Cahier des charges

Fonctionnalités :

Le site Internet doit dépasser la simple consultation de contenu et proposer d'autres fonctionnalités (liées aux objectifs définis en amont).

- Contenu contre email (livres blancs, études de cas, etc.)
- Moteur de recherche classique ou sur mesure
- Catalogue de produits avec possibilité de demander un devis
- Générateur de devis en ligne
- Espace client
- Les contenus de vos réseaux sociaux apparaissent sur le site
- Les internautes peuvent partager vos pages sur les réseaux sociaux
- Livechat
- Clic to call back : le visiteur laisse son numéro de téléphone pour être rappelé
- Inscription à la newsletter

Avant de créer son site Internet

Cahier des charges

Hébergement

Quelles sont les attentes spécifiques quant à l'hébergement du nouveau site ?

Maintenance, suivi et évolutions

Quelles sont vos attentes en termes de maintenance du site (garantir les mises à jour de sécurité, etc.), de suivi (réparation des bugs révélés après la mise en ligne) et d'évolutions (nouvelles fonctionnalités, ajustements, etc.) pour les mois qui suivront la mise en ligne ?

Contraintes légales

Avant de créer son site Internet

Contraintes légales

Tous les sites internet édités à titre professionnel, qu'ils proposent des ventes en ligne ou non, doivent obligatoirement indiquer les mentions légales suivantes :

- pour un entrepreneur individuel : nom, prénom, domicile
- pour une société : raison sociale, forme juridique, adresse de l'établissement ou du siège social (et non pas une simple boîte postale), montant du capital social
- adresse de courrier électronique et numéro de téléphone
- numéro d'inscription au registre du commerce et des sociétés ou au répertoire des métiers
- en cas d'activité commerciale : numéro individuel d'identification fiscale
numéro de TVA intracommunautaire
- pour une profession réglementée : référence aux règles professionnelles applicables, nom et adresse de l'autorité ayant délivré l'autorisation d'exercer

Avant de créer son site Internet

Contraintes légales

- nom du responsable de la publication
- coordonnées de l'hébergeur : nom, ou raison sociale, adresse et téléphone
- pour un site marchand, conditions générales de vente (CGV) : prix (exprimé en euros et TTC), frais et date de livraison, modalité de paiement, service après-vente, droit de rétractation, durée de l'offre,
- numéro de déclaration simplifiée Cnil, dans le cas de collecte de données sur les clients (non obligatoire, mais recommandé).
- Avant de déposer ou lire un cookie, les éditeurs de sites ou d'applications doivent :
 - informer les internautes de la finalité des cookies,
 - obtenir leur consentement,
 - fournir aux internautes un moyen de les refuser.
 - La durée de validité de ce consentement est de 13 mois maximum.

Préparation des contenus

Avant de créer son site Internet

Préparation des contenus

Il est important de préparer les contenus avant de commencer la création du site. En effet, c'est la nature (images, portfolio, schémas, etc.) et la quantité du contenu qui va déterminer le style graphique et la mise en page. La première étape consiste à hiérarchiser l'information de la page d'accueil et à définir l'arborescence qui doit faire apparaître toutes les pages du site.

Les textes

On peut imaginer une trame qui servira pour toutes les pages ce qui donnera une certaine uniformité aux pages.

En utilisant un logiciel de traitement de texte classique (Word) on peut réaliser une mise en page très sobre, indiquer clairement les titres sous titres et mises en valeurs. Ces informations seront **capitales pour le référencement ultérieur.**

Toujours **faire relire les textes** par plusieurs personnes. Cela permet de repérer les éventuelles fautes de frappe et de vérifier la compréhension des informations.

Avant de créer son site Internet

Préparation des contenus

Les images

Sélectionner les images qui illustreront au mieux les propos.

Concernant les photos, on peut faire appel aux services d'un photographe professionnel, ou utiliser les images libres de droits de photothèques en lignes (123RF, Shutterstock, Fotolia, ...)

En aucun cas il ne faut utiliser des images trouvées sur Internet (Google Images par exemple) ; ces images appartenant à leurs propriétaires, le risque est fort de contrevenir aux règles de la Propriété intellectuelle.

Toujours choisir des photos de bonne qualité, (au moins 2000 pixel de coté pour les iamges plein écran de type Slider).

Préparation et initiation aux outils de création de sites Internet

Avant de créer son site Internet

Présentation des outils de créations

Il existe de nombreux éditeurs de sites internet, directement accessibles en ligne. Tous disposent de leurs propres fonctionnalités, de leurs points forts et de leurs points faibles, il est donc primordial de bien les connaître pour choisir celui qui répondra le mieux à vos besoins.

WordPress, PrestaShop, Joomla, 1&1, Wix, Simple Site, Weebly, Jimdo,...

7 critères à évaluer pour faire son choix :

1. Prise en main
2. Design
3. Richesse fonctionnelle
4. SEO intégré
5. Aide et support
6. Envoi de newsletters
7. E-commerce

Ecueil à éviter

Avant de créer son site Internet

Ecueils à éviter

Mal définir vos objectifs : Il faudra savoir se démarquer, pour ne pas être noyé dans la multitude de sites concurrents.

Mal définir vos clients : Il faut communiquer et adapter le discours aux clients et prospects, au risque de ne pas toucher la cible.

Ne pas faire de planning : Il est primordial de penser en amont au planning prévisionnel de la communication digitale et de définir à quel moment communiquer, sur quel support, et sous quelle forme.

Ne pas soigner son site : Un site clair à la navigation simple est un atout indéniable. Les visiteurs doivent être en mesure de trouver l'information recherchée en quelques secondes.

Ne pas opter pour un site mobile : L'avenir est aux smartphone et tablettes. Il est donc impératif de réaliser un site *responsive*

Créer un Site Web vitrine sur WordPress

Nom de domaine Hébergement

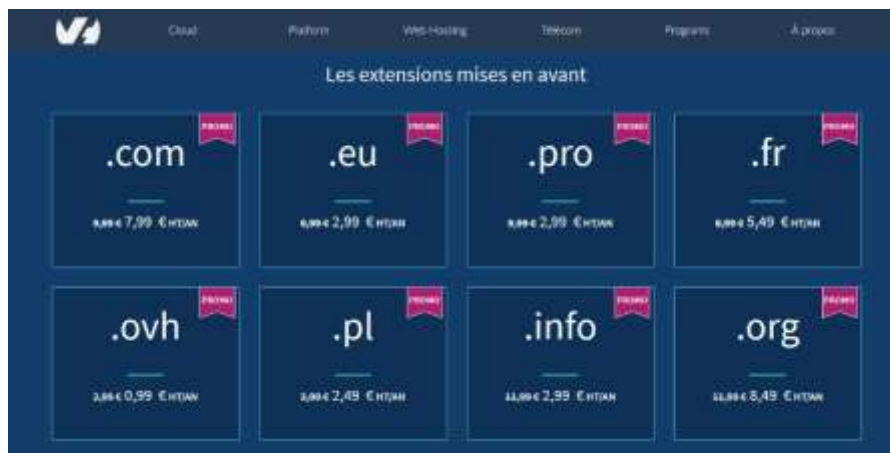
Créer un site vitrine sur WordPress

Déposer un nom de domaine

La première étape est de vérifier si le nom de domaine choisi est disponible ou pas, et sous quelles extensions.

Il est également possible de vérifier à qui appartient un nom de domaine lorsqu'il est déjà pris, mais non utilisé (le rachat est envisageable...)

OVH propose un outil gratuit de vérification des noms de domaine :
<https://www.ovh.com/fr/domaines/>



Créer un site vitrine sur WordPress

Trouver un hébergeur pour son site

Un mauvais hébergeur peut être synonyme de site fréquemment inaccessible, ce qui serait dommageable à l'image de l'entreprise.

Quelques critères à vérifier :

- Disponibilité et assistance technique : un site Internet souvent indisponible peut avoir des conséquences négatives : mauvaise image, baisse d'activité ou des ventes, mauvais référencement, messagerie indisponible, etc. Il faut une assistance technique efficace et rapide.
- Sécurité : Sauvegardes régulières et complètes du site Internet, pour prévenir toute perte de contenu, cryptage de donnée, sites répliqués, ...
- Capacités d'hébergement : la taille de l'espace disque, en fonction des éléments du site, vidéos, musiques ou images haute définition, il faudra plus ou moins d'espace disque. Le trafic sur le site est également à prendre en compte. Inutile de choisir une bande passante trop importante, mais il ne faut pas sous-estimer le nombre de visiteurs, au risque de voir s'allonger le temps de chargement.

Définir l'arborescence

Créer un site vitrine sur WordPress

Définir l'arborescence

Avant même de commencer à réaliser le site internet, les questions d'organisation des contenus et de la navigation sont à poser et à anticiper :

- Quelle sera la structure des contenus sur le nouveau site ?
- Comment les pages seront-elles organisées ?
- Tout le site ou si seulement certaines pages seront-elles construites sur le même modèle.
- Combien de pages à envisager ?
- Est-il nécessaire d'avoir recours aux sous-menus ?

Pour mettre en forme l'arborescence, on peut utiliser un service gratuit comme <https://writemaps.com/>.

Les différents types de contenus

Créer un site vitrine sur WordPress

Les différents types de contenus

Organiser les contenus

En termes d'organisation de contenus, il existe une règle d'or :

Une page = une idée = une action

Tous les visiteurs ont un besoin, une problématique ou une question qui leur est propre. La première chose est donc de les faire atterrir sur la page qui correspond à leur besoin. Pour cela, il faut choisir quelles pages créer.

Créer un site vitrine sur WordPress

Les différents types de contenus

Structurer la navigation

L'arborescence d'un site web recense tous les contenus et les organise sous la forme de pages et de sous-pages regroupées par thème. On parle aussi de plan de site, de menu, voire d'architecture de l'information.

Une arborescence réussie est une arborescence intuitive, avec des intitulés compréhensibles par tous, qui permet aux internautes de naviguer facilement sur le site web pour atteindre leurs objectifs. C'est aussi une arborescence complète, qui n'oublie rien et permet d'organiser tous les contenus de façon évolutive.

Elle doit être orientée utilisateur.

Créer un site vitrine sur WordPress

Les différents types de contenus

Structurer la navigation

Trop souvent, le plan du site web n'est pas du tout orienté utilisateur mais plutôt organisation. Il reflète par exemple l'organigramme de l'entreprise, la plaquette print ou le catalogue de produits.

On voit aussi des arborescences « fourre tout » qui ont mal évolué dans le temps, car on y a empilé des contenus supplémentaires au fur et à mesure sans suivre toujours la même logique.

Pour rappel :

Une page = une idée = une action

Créer un site vitrine sur WordPress

Les différents types de contenus

Concevoir les pages

Il existe deux types de contenus à l'intérieur du site internet :

- Les **articles**
- Les **pages**

Une page est un contenu statique, intemporelle. Elle sera utilisée par exemple pour des pages de contact, des mentions légales, une page d'à-propos ou de présentation, etc.

Une page n'a pas de date prédéfinie, mais peut en revanche être mise à jour. Une hiérarchie est possible entre les pages.

Un article n'est pas statique, est lié à une date, dépend d'un auteur visible. Aucune hiérarchie n'est possible sur des articles, qui peuvent recevoir des commentaires.

Des articles sont dépendant des **taxinomies**, que l'on gèrera en amont.

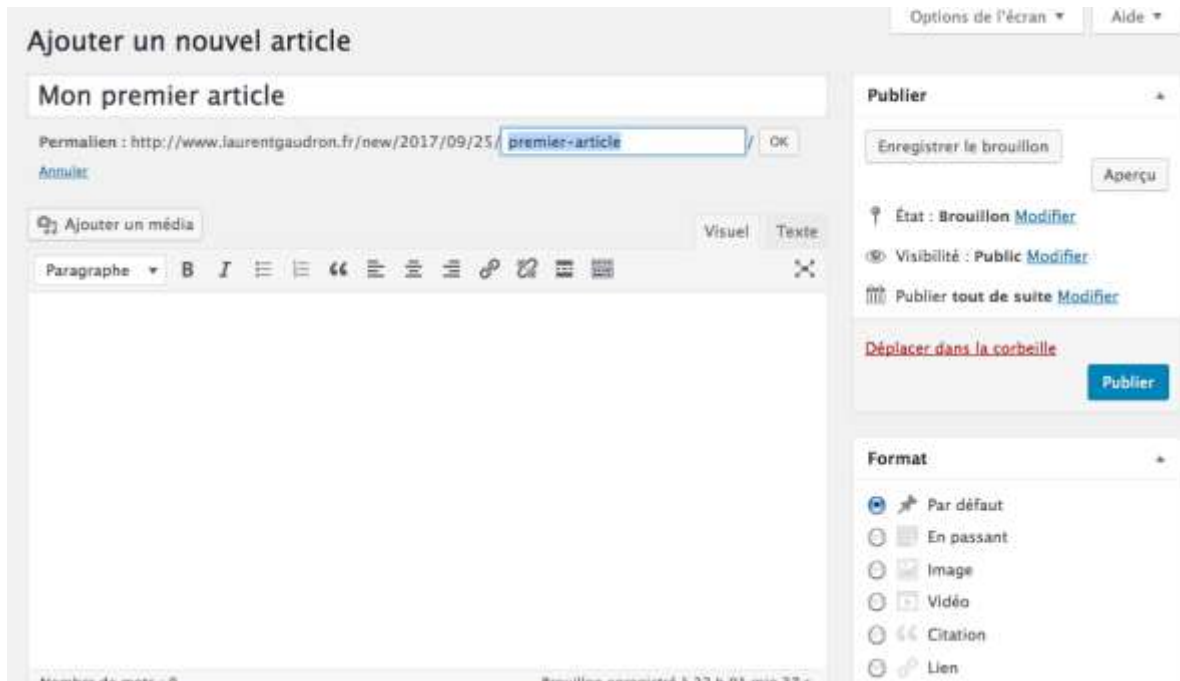
Créer un site vitrine sur WordPress

Les différents types de contenus

Concevoir les pages

Aller dans le menu Article > ajouter.

Créer le titre, le permalien se crée automatiquement.



Ajouter un nouvel article

Options de l'écran Aide










































Mon premier article

Permalien : <http://www.laurentgaudron.fr/new/2017/09/25/premier-article> OK

Annuler

Ajouter un média

Visuel Texte

Paragraphe B I                                             

Publier

Enregistrer le brouillon Aperçu

État : Brouillon Modifier

Visibilité : Public Modifier

Publier tout de suite Modifier

Déplacer dans la corbeille

Publier

Format

Par défaut

En passant

Image

Vidéo

Citation

Lien

Nombre de mots : 0

Brouillon enregistré à 09 h 01 min 37 s

Créer un site vitrine sur WordPress

Les différents types de contenus

Préparer les images

Indispensables pour mettre en valeur les pages d'un site, les images sont les éléments qui alourdissent le plus un site. Pour améliorer la performance et la vitesse de chargement du site web, la priorité est donc de réduire leur poids et le nombre de requêtes HTTP qui leur sont associées.

Choisir le bon format pour vos images : JPEG, GIF, PNG, SVG

JPEG :

Ce format est idéal pour les photographies. La compression d'un JPEG entraîne une déperdition d'informations mais le JPEG reste le format phare du web parce qu'il permet un rendu très satisfaisant et des images riches visuellement et très qualitatives pour un poids optimisés..

Créer un site vitrine sur WordPress

Les différents types de contenus

Préparer les images

GIF :

Le format GIF permet de réunir plusieurs images dans un seul fichier.

Il supporte la transparence mais ne gère que 256 couleurs, ce qui limite considérablement la qualité des images.

Contrairement aux format JPEG, le GIF ne perd pas d'informations lors de la compression.

Le format GIF n'est clairement pas pertinent sur certains types d'images, comme les photos de produits par exemple, mais il convient tout à fait pour les logos.

Créer un site vitrine sur WordPress

Les différents types de contenus

Préparer les images

PNG :

Le format PNG a pour objectif de remédier aux défauts du format GIF et d'allier les avantages du GIF et du JPEG.

Le format PNG, contrairement au JPEG, permet de compresser une image sans aucune perte de qualité.

SVG :

L'un des principaux avantages de ce format est que l'on peut redimensionner une image sans aucune perte de qualité contrairement à une image jpeg ou png par exemple.

Ceci est dû au fait que ces images sont vectorielles.

Compléter et enrichir le site Web

Créer un site vitrine sur WordPress

Compléter et enrichir le site Web

Utilité et fonctionnement des plugins

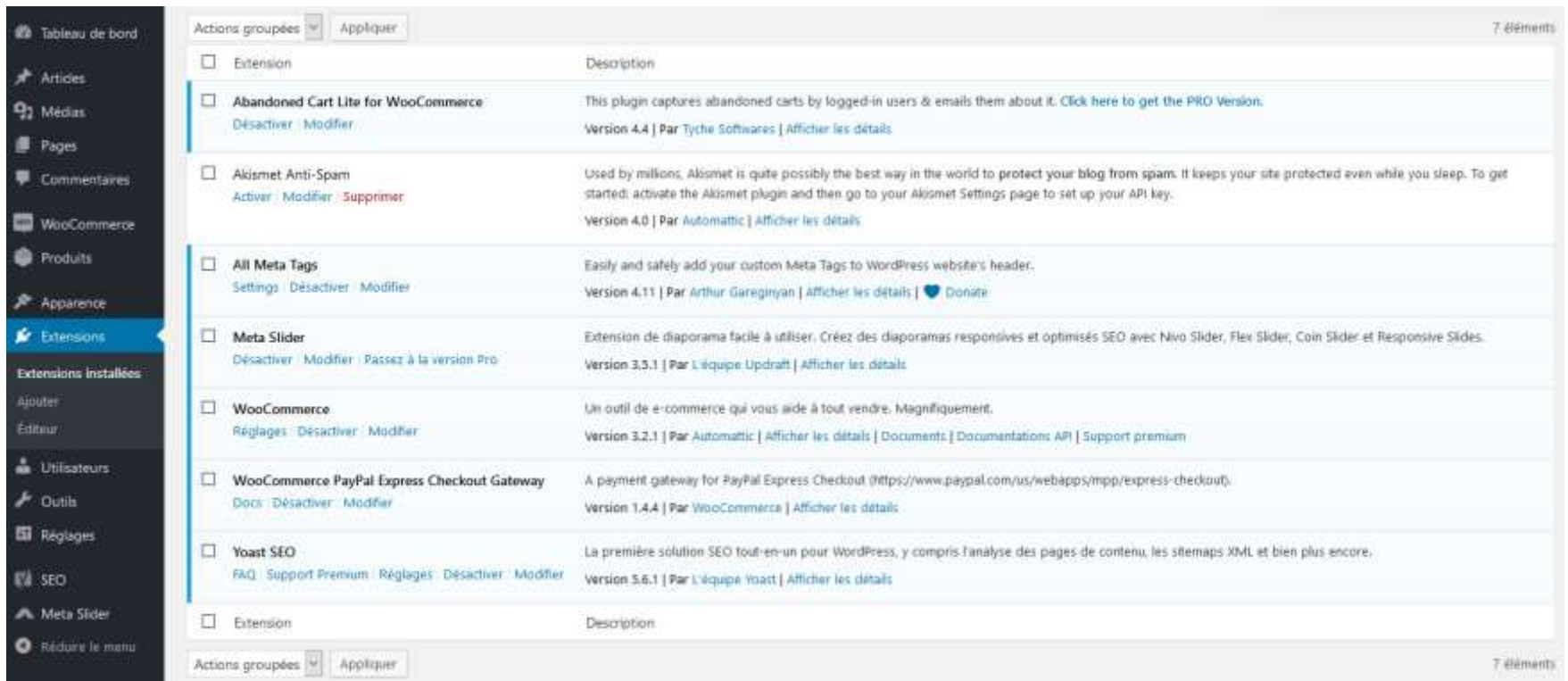
Un plugin est un petit programme ajouté à la base WordPress afin de lui ajouter des fonctionnalités, ainsi que d'étendre ou corriger ses fonctionnalités natives. Le champ d'intervention d'un plugin est donc vaste : newsletter, SEO, analytics, édition, affichage, commentaire, social, ...

Il existe 3 types d'extensions :

- Gratuites : accessibles directement dans le menu „Extensions“
- Freemium : version de base gratuite + options payantes
- Premium : techniques avec valeur ajoutée, paiement + redevance annuelle

Créer un site vitrine sur WordPress Compléter et enrichir le site Web

Utilité et fonctionnement des plugins



The screenshot shows the WordPress 'Extensions' (Plugins) page. The left sidebar contains navigation links: Tableau de bord, Articles, Médias, Pages, Commentaires, WooCommerce, Produits, Apparence, Extensions (highlighted), Extensions installées, Ajouter, Éditeur, Utilisateurs, Outils, Réglages, SEO, Meta Slider, and Réduire le menu. The main content area displays a table of plugins with columns for 'Extension' and 'Description'. The table includes the following entries:

Extension	Description
<input type="checkbox"/> Abandoned Cart Lite for WooCommerce Désactiver · Modifier	This plugin captures abandoned carts by logged-in users & emails them about it. Click here to get the PRO Version. Version 4.4 Par Tyche Softwares Afficher les détails
<input type="checkbox"/> Akismet Anti-Spam Activer · Modifier · Supprimer	Used by millions, Akismet is quite possibly the best way in the world to protect your blog from spam. It keeps your site protected even while you sleep. To get started, activate the Akismet plugin and then go to your Akismet Settings page to set up your API key. Version 4.0 Par Automatic Afficher les détails
<input type="checkbox"/> All Meta Tags Settings · Désactiver · Modifier	Easily and safely add your custom Meta Tags to WordPress website's header. Version 4.11 Par Arthur Gareginyan Afficher les détails ❤️ Donate
<input type="checkbox"/> Meta Slider Désactiver · Modifier · Passez à la version Pro	Extension de diaporama facile à utiliser. Créez des diaporamas responsives et optimisés SEO avec Nivo Slider, Flex Slider, Coin Slider et Responsive Slides. Version 3.5.1 Par L'équipe Updraft Afficher les détails
<input type="checkbox"/> WooCommerce Réglages · Désactiver · Modifier	Un outil de e-commerce qui vous aide à tout vendre. Magnifiquement. Version 3.2.1 Par Automatic Afficher les détails Documents Documentations API Support premium
<input type="checkbox"/> WooCommerce PayPal Express Checkout Gateway Docs · Désactiver · Modifier	A payment gateway for PayPal Express Checkout (https://www.paypal.com/us/webapps/mpp/express-checkout). Version 1.4.4 Par WooCommerce Afficher les détails
<input type="checkbox"/> Yoast SEO FAQ · Support Premium · Réglages · Désactiver · Modifier	La première solution SEO tout-en-un pour WordPress, y compris l'analyse des pages de contenu, les sitemaps XML et bien plus encore. Version 5.6.1 Par L'équipe Yoast Afficher les détails
<input type="checkbox"/> Extension	Description

At the top of the table, there is a dropdown menu for 'Actions groupées' and an 'Appliquer' button. At the bottom, there is another 'Actions groupées' dropdown and 'Appliquer' button. The text '7 éléments' is visible in the top right and bottom right corners of the table area.

Créer un site vitrine sur WordPress

Compléter et enrichir le site Web

Ajouter des extensions gratuites

En haut du menu „Extensions“, cliquer sur le bouton „Ajouter“, ou directement dans la barre latérale „Extensions > Ajouter“.

Attention au choix des extensions...

Rechercher l'extension voulue.

- „Plus de détails“ -> donne des infos complètes sur l'extension

- „Installer“ -> installe l'extension. Il faudra ensuite l'activer.

Lors de l'installation de Wordpress, 2 extensions sont installées par défaut :

- HelloDolly : installation par „tradition“, cette extension n'est pas vraiment utile

- Akismet : filtre à commentaires indésirables. Pour l'activer il est nécessaire d'obtenir une clé API via le site (voir sur *Get Started*)

Créer un site vitrine sur WordPress

Compléter et enrichir le site Web

Ajouter des extensions Premium

Menu „*Extensions > Ajouter > Mettre une extension en ligne*“
Sélectionner l'archive ZIP puis cliquer sur „*Installer maintenant*“
Clique ensuite sur „*Activer l'extension*“

Ajouter des extensions Premium via FTP

Dans le dossier „*wp-content > plugins*“, faire glisser le dossier de l'extension préalablement décompressé.
Ensuite, dans la rubrique extension, la nouvelle extension apparaît, cliquer sur „*Activer*“.

Créer un site vitrine sur WordPress

Compléter et enrichir le site Web

Améliorer les fonctions des réseaux sociaux

Les réseaux sociaux sont indispensables et peuvent devenir un atout majeur pour acquérir de nouveaux visiteurs et/ou followers.

Plus la communauté sera importante sur les réseaux sociaux, plus il y aura d'interactions vers le site et vice-versa !

Inciter les lecteurs à partager les articles :

C'est LA fonctionnalité à mettre en place lorsqu'on crée un blog ou un site sur WordPress. Les "icônes de partage" permettent au visiteur (ou lecteur) de partager l'article d'un simple clic et ceux-ci sont généralement situés à la fin du post. La plupart du temps vous aurez besoin d'installer un plugin ... et il en existe un bon nombre !



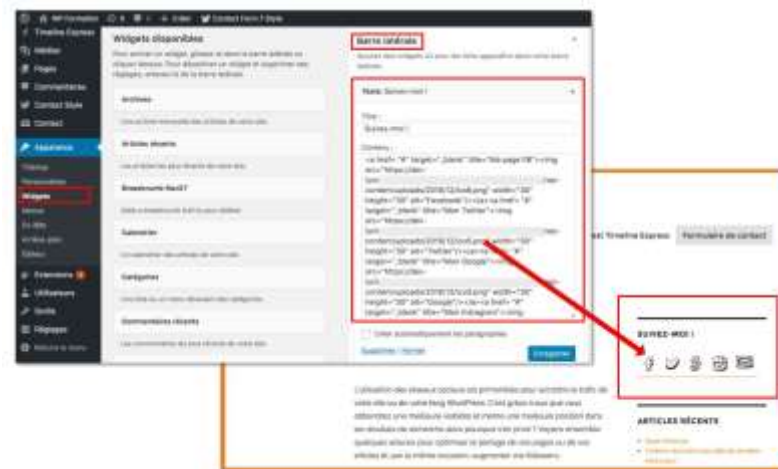
Créer un site vitrine sur WordPress Compléter et enrichir le site Web

Améliorer les fonctions des réseaux sociaux

Augmentez la communauté

Il s'agit d'inciter vos lecteurs à "suivre" sur les divers réseaux sociaux grâce à des "icônes de suivi" qui seront situés dans la barre latérale (sidebar), dans le pied de page (footer) ou dans une barre située au-dessus du header (top bar).

Généralement, ces icônes sont fournis par le template WordPress et il n'y a qu'à indiquer les liens vers les réseaux sociaux depuis les options du thème.



Créer un site vitrine sur WordPress

Compléter et enrichir le site Web

Gérer la traduction du site

La solution la plus simple pour traduire votre site internet WordPress consiste à installer une extension.

Il existe de nombreux plugins pour cette fonction, certains sont payants, mais d'autres restent gratuits.



Créer un site vitrine sur WordPress Compléter et enrichir le site Web

Gérer la traduction du site

qTranslateX

C'est probablement le plugin gratuit le plus connu. Il est réputé pour sa simplicité d'utilisation avec un choix parmi 17 langues. Contrairement à d'autres plugins de traduction, qTranslate X permet de traduire les articles et les pages depuis l'éditeur de pages/posts, sans avoir à créer une page/post distinct par langue.



qTranslate X
By qTranslate Team

Download

Créer un site vitrine sur WordPress

Compléter et enrichir le site Web

Gérer la traduction du site

Transposh

Transposh permet de combiner traduction automatique et traduction manuelle. Le plugin gère 82 langues. Transposh est un plugin simple à installer, à paramétrer et à utiliser : on choisit une langue par défaut (le français par exemple), puis des langues de traduction. Il faut ensuite intégrer un widget sur le site internet avec de petits drapeaux qui permettent à l'internaute de basculer en un clic d'une langue à l'autre. Transposh dispose de quelques fonctionnalités intéressantes :

- Le mode « auto-détection » qui permet à l'internaute d'atterrir automatiquement sur la version du site qui correspond à sa langue.
- La possibilité d'indiquer des textes à ne jamais traduire.
- La possibilité de faire varier l'affichage du contenu en fonction des versions du site.

Créer un site vitrine sur WordPress Compléter et enrichir le site Web

Gérer la traduction du site

Transposh



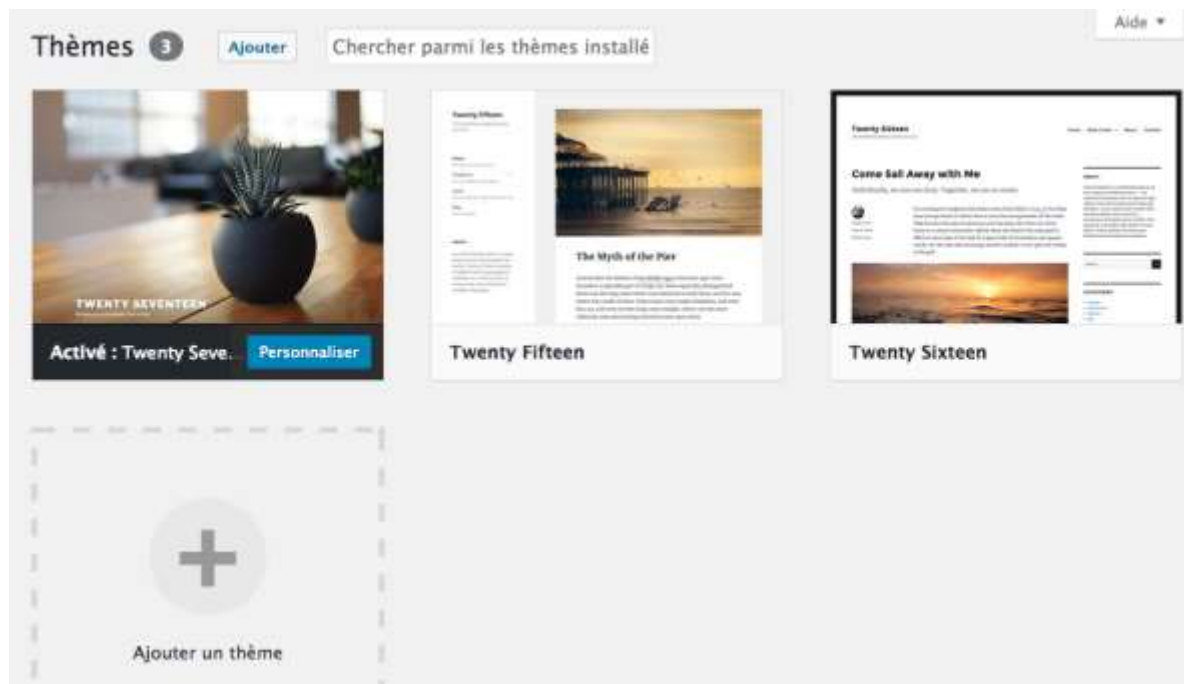
The screenshot shows the website for the Transposh WordPress plugin. The header features the Transposh logo, which consists of the word "transposh" in a colorful, multi-colored font, with a small icon of a globe made of colored squares above the 'o'. Below the logo, it says "Le plugin WordPress transposh.org, site vitrine et support". The navigation menu includes links for "Accueil", "Contactez Nous", "Télécharger", "FAQ", "Tutoriel pour les nuls", and "À Propos". The main content area is divided into two columns. The left column has a heading "La version 0.9.9.0 – Les travailleurs du monde – ensemble!" and a sub-heading "10 Mai 1, 2016 par ofer — 8 Commentario". Below this, there is a paragraph of text: "Pour le premier mai, la journée internationale des travailleurs, nous avons finalement publié la version très attendue depuis longtemps et prévu de 0.9.9.0." followed by "Qu'est-ce que cette version fait de beau pour vous ??" and "Premièrement – soutien Baidu. la recherche géant chinois qui ont également un moteur". The right column has a heading "Traduction" and a grid of various national flags. Below the flags, it says "Defini comme langue par défaut" and "Modifier la traduction".

Créer un site vitrine sur WordPress

Compléter et enrichir le site Web

Modification du thème

Il existe deux types de thèmes . Les gratuits (sur wordpress.org/themes par exemple) et les thèmes premium (*Elegant Theme, Theme Forest, ...*)

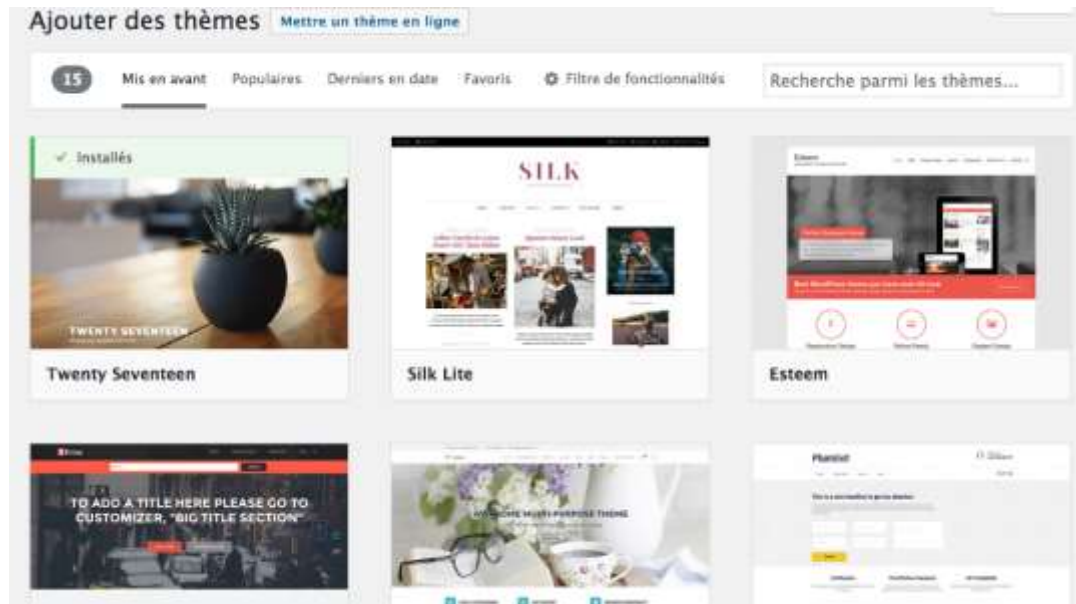


Créer un site vitrine sur WordPress Compléter et enrichir le site Web

Installation du thème via l'administration

Menu Apparence > Thème

Cliquez sur „Ajouter un thème“. Rechercher un thème puis cliquer sur „Installer“.
Valider en cliquant sur „Activer“



Créer un site vitrine sur WordPress

Compléter et enrichir le site Web

Installation du thème à partir d'une archive ZIP

Menu Apparence > Thème

Cliquez sur „Ajouter“. Rechercher un thème puis cliquer sur „Mettre un thème en ligne“. Choisir un fichier ZIP, cliquer sur „Installer maintenant“

Valider en cliquant sur „Activer“ ou „Prévisualiser“.



Créer un site vitrine sur WordPress

Compléter et enrichir le site Web

Installation du thème via FTP

Très utile si l'archive est trop volumineuse.

Sur le FTP, aller dans le dossier *wp-content* puis dans *Themes*. Chaque dossier correspond à un thème.

Ici pas de fichier ZIP, mais le dossier complet décompressé à transférer

Dans *Menu > Apparence > Theme*, le nouveau thème apparaît, le sélectionner puis l'activer

Si l'erreur „*L'archive n'a pas pu être installée, il manque le fichier ,style.css' à ce thème*“ apparaît, il faut décompresser la première archive, l'ouvrir, trouver la véritable archive, également la décompresser puis la envoyer via ftp

Sécuriser et manipuler le site

Outils pour améliorer son chiffre d'affaires

Sécuriser et manipuler le site

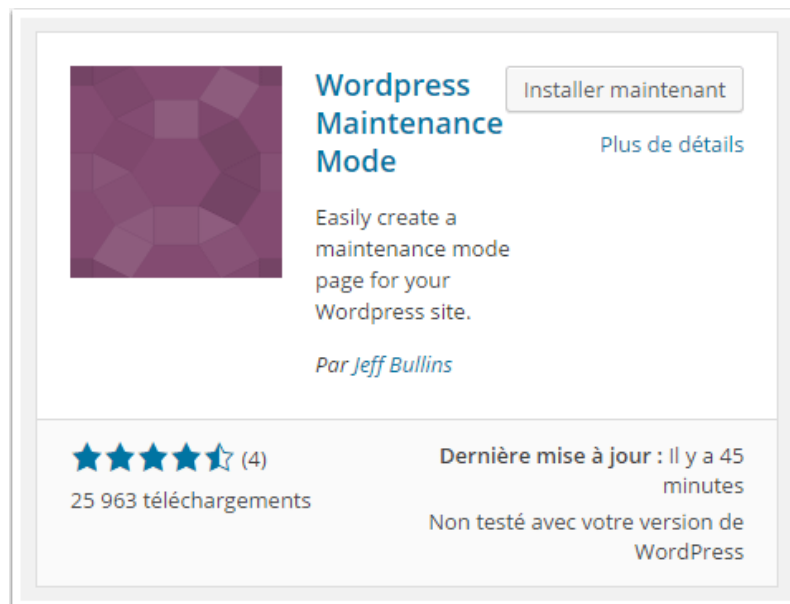
Limiter l'accès au site pendant les travaux

Lorsqu'un site doit passer en mode maintenance, pour correction ou amélioration, ou lorsqu'il est en restructuration, il peut être plus intéressant de limiter temporairement l'accès au site afin d'éviter de nombreuses erreurs de liens, de bugs ainsi que certaines pages 404...

Il est alors préférable de ne le rendre visible que lorsque tout est prêt.

Pour se faire, un plugin simple et gratuit existe :

WordPress Maintenance Mode



WordPress Maintenance Mode [Installer maintenant](#)
[Plus de détails](#)

Easily create a maintenance mode page for your Wordpress site.

Par Jeff Bullins

★★★★☆ (4)
25 963 téléchargements

Dernière mise à jour : Il y a 45 minutes
Non testé avec votre version de WordPress

Outils pour améliorer son chiffre d'affaires

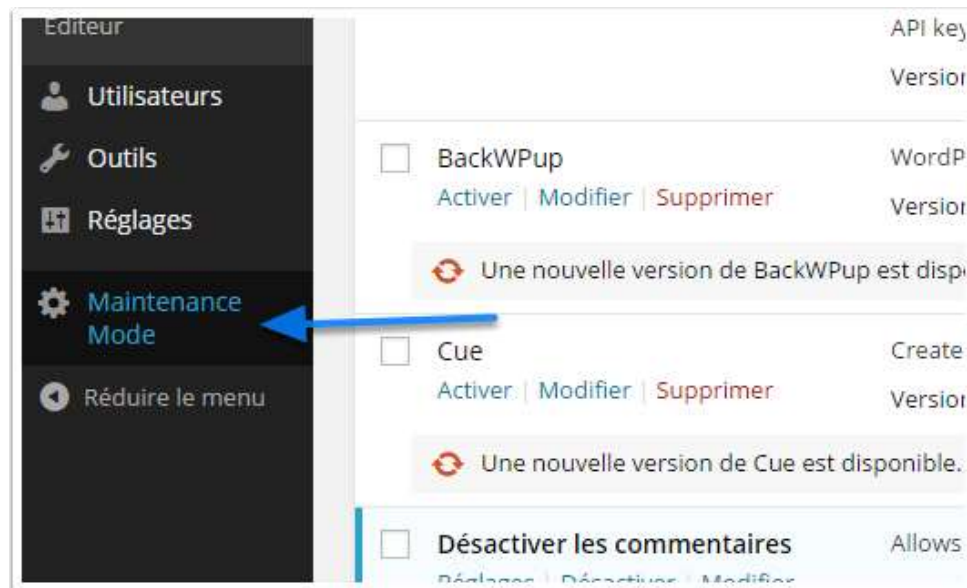
Sécuriser et manipuler le site

Limiter l'accès au site pendant les travaux

Après l'avoir installé, un nouveau menu « Maintenance Mode » s'ajoutera au tableau de bord.

Cliquez sur ce menu pour accéder à la page des réglages du plugin. Sur cette dernière, pour passer en mode maintenance, il faut cocher la case « Maintenance Mode ».

Une fois le mode maintenance actif, On peut ajouter un lien vers le logo du site, le message et la couleur du Texte.



Outils pour améliorer son chiffre d'affaires Sécuriser et manipuler le site

Limiter l'accès au site pendant les travaux

Une fois déconnecté, on voit le message de maintenance affiché aux visiteurs (personnes non connectées) lorsqu'ils essayent d'accéder au blog.

Ce plugin aura beaucoup plus d'intérêt en passant à la version premium (à partir de 69\$) qui apportera des thèmes, des chronomètres, des boutons de partage, et bien plus.



Outils pour améliorer son chiffre d'affaires

Sécuriser et manipuler le site

Déplacer son site d'un serveur à un autre

Le plus gros risque encouru lors de la migration d'un site WordPress vers un nouvel hébergeur est la perte de données. Pour optimiser cette procédure, le mieux est d'utiliser un plugin totalement gratuit : **Duplicator**




DUPLICATOR

Duplicator

Dupliquez, clonez, sauvegardez, déplacez et migrez vos sites d'un emplacement à un autre.

Par Snap Creek

[Activer](#)

[Plus de détails](#)

★★★★★ (1 199)

900 000+ installations actives

Dernière mise à jour : Il y a 1 semaine

✓ Compatible avec votre WordPress

Outils pour améliorer son chiffre d'affaires

Sécuriser et manipuler le site

Déplacer son site d'un serveur à un autre

Une fois Duplicator installé et activé, dans la barre latérale de gauche de WordPress, cliquer sur « Duplicator -> Paquets (ou Packages) », puis, cliquer sur « Créer un paquet (Create New) » dans le coin supérieur droit. Cliquez sur le bouton « Suivant (Next) » et suivre les instructions.



Outils pour améliorer son chiffre d'affaires Sécuriser et manipuler le site

Déplacer son site d'un serveur à un autre

Cliquez sur le bouton « Suivant (Next) » et suivre les instructions.



Paquets » Tous

1-Configuration 2-Scan 3-Création Étape 1 : Configurer un paquet Tous les paquets Créer paquet

Exigences : Pass

Nom: Notes

Stockage

Archive

Installeur

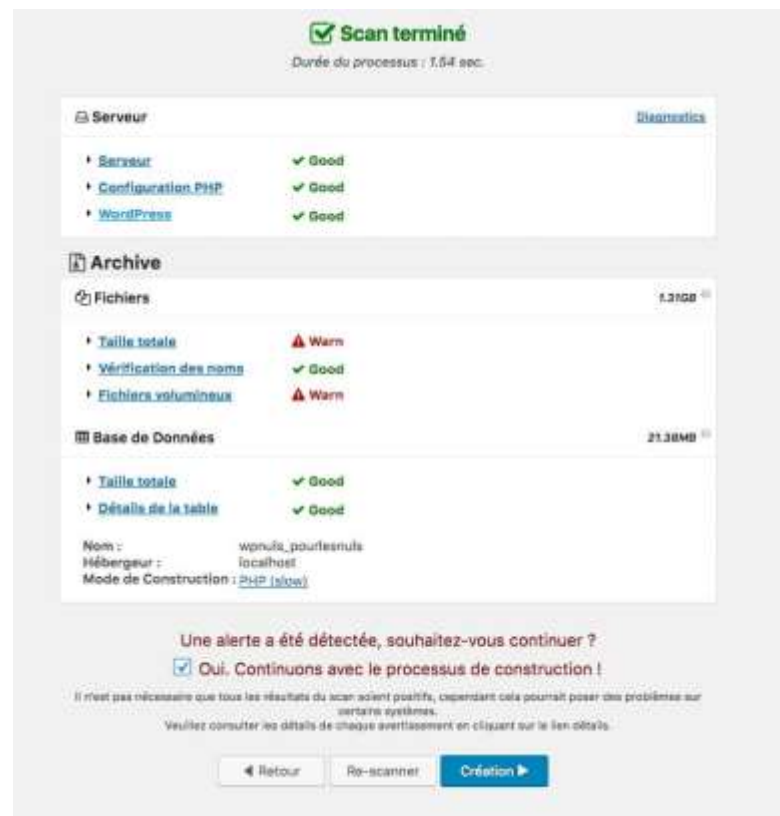
Remise à zéro Suivant

Outils pour améliorer son chiffre d'affaires Sécuriser et manipuler le site

Déplacer son site d'un serveur à un autre

Si toutes les coches sont vertes, cliquer sur le bouton bleu « Création (Build) » en bas à droite.

Une fois le processus terminé, cliquer sur le bouton « Installeur (Install) » et « Archive » pour télécharger le paquet : le fichier *.zip* d'archive est une copie du site, le fichier *installer.php* effectuera automatiquement l'installation du site.



Outils pour améliorer son chiffre d'affaires

Sécuriser et manipuler le site

Déplacer son site d'un serveur à un autre

L'étape suivante consiste à ajouter les données du site sur le nouveau serveur, en utilisant un logiciel FTP.

Une fois connecté au serveur FTP, il faut y déplacer le fichier `installer.php` et le fichier d'archive `.zip` à la racine du serveur. Ce répertoire racine ne doit contenir aucun fichier autre que les deux qui viennent d'y être ajoutés. S'il n'est pas vide, supprimer les fichiers présents.

Il faut ensuite se connecter à l'adresse de l'installer, par exemple :
www.mondomaine.com/installer.php puis lancer l'installation en suivant les étapes.

La dernière étape nécessaire sera de faire pointer le nom de domaine vers votre nouvel hébergement, en changeant les nameservers DNS dans le registraire.

Outils pour améliorer son chiffre d'affaires

Sécuriser et manipuler le site

Sauvegarde et restauration d'une base de données

Toutes les données du site (articles, pages, commentaires, configuration...) sont sauvegardées dans des tables d'une base de données.

WordPress fonctionne avec une base de données d'une dizaine de tables.

Très souvent, le site web fonctionne avec une base de données MySQL et l'accès se fait PhpMyAdmin.

Les plugins de sauvegarde de base de données sont très nombreux. Certains plugins permettent de faire uniquement de la sauvegarde, d'autres de sauvegarder et restaurer.

Outils pour améliorer son chiffre d'affaires Sécuriser et manipuler le site

Sauvegarde et restauration d'une base de données

WP Database Backup :

Une fois le plugin installé et activé, il est disponible dans les outils sous le nom de **WP-DB Backup**.

Sur le premier onglet, Database Backups il y a la possibilité de créer une nouvelle sauvegarde ainsi que l'accès aux anciennes sauvegardes.



The screenshot shows the WP Database Backup plugin interface. On the left is an icon of a database cylinder with a 'WP' logo. To the right, the title 'WP Database Backup' is displayed in blue, with an 'Actif' button to its right. Below the title is a description: 'Create & Restore Database Backup easily on single click. Manual or automated backups (backup to Dropbox, Google drive, Amazon s3, FTP, Email)'. A 'Plus de détails' link is also present. At the bottom left, there are five stars and '(35)' reviews, and '60 000+ installations actives'. At the bottom right, it says 'Dernière mise à jour : Il y a 3 mois' and 'Non testé avec votre version de WordPress'.

Outils pour améliorer son chiffre d'affaires

Sécuriser et manipuler le site

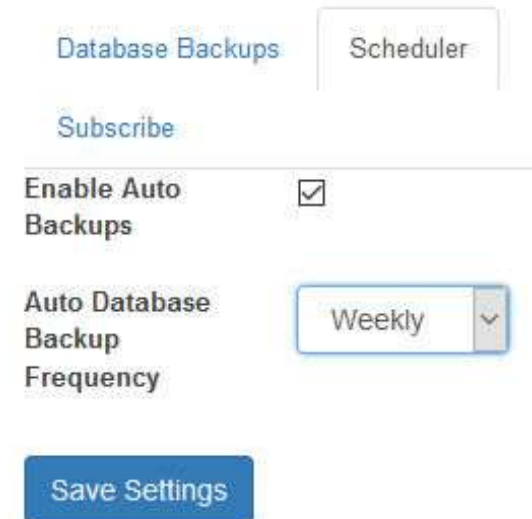
Sauvegarde et restauration d'une base de données

Planifier les sauvegardes :

Il est indispensable de planifier ses sauvegardes car, à long terme, on ne le fait jamais manuellement.

La fréquence dépend de l'utilisation du site :
chaque heure, deux fois par jour, quotidiennement,
de façon hebdomadaire, mensuelle...

La configuration est simple, en cochant la case,
on définit la fréquence.



The screenshot shows a configuration panel for 'Database Backups'. At the top right is a 'Scheduler' button. Below it is a 'Subscribe' link. The main configuration area includes a checkbox for 'Enable Auto Backups' which is checked. Below that is a dropdown menu for 'Auto Database Backup Frequency' currently set to 'Weekly'. At the bottom is a blue 'Save Settings' button.

Outils pour améliorer son chiffre d'affaires

Sécuriser et manipuler le site

Sauvegarde et restauration d'une base de données

Destination de la sauvegarde :

C'est ici que l'on choisit où récupérer les sauvegardes.

- FTP
- Email
- Google drive
- Amazon S3
- Dropbox

La configuration est simple : on enregistre les identifiants et codes d'accès. Le bouton Test Connection permet de s'assurer que les informations saisies sont correctes.

Outils pour améliorer son chiffre d'affaires

Sécuriser et manipuler le site

Création d'un intranet

Plusieurs entreprises et associations utilisent Wordpress pour créer des plateformes de communication interne simples. C'est en effet un outil facile d'utilisation pour créer un environnement à la fois sécurisé et social au sein d'une organisation.

1. Configurer un accès restreint

La première étape est de sécuriser l'accès au contenu, en demandant à l'utilisateur de s'identifier. C'est ce que permettent de faire des plugins comme *Force Login* ou *Restricted Site Access*.

Bien utile pour une solution plus légère à gérer en interne, *Restricted Site Access* permet également de préciser les adresses ou plages d'IP qui n'auront pas besoin de s'authentifier.

Outils pour améliorer son chiffre d'affaires

Sécuriser et manipuler le site

Création d'un intranet

2. Mettre en place un environnement communautaire

La plateforme Intranet est en place. Pour développer la communication en interne et favoriser les échanges d'information, la étape suivante consiste à transformer WordPress en plateforme communautaire.

Un plugin existe pour ça : BuddyPress. Entièrement gratuit, BuddyPress est une solution complète qui convient aux petites comme aux grandes structures.



Outils pour améliorer son chiffre d'affaires

Sécuriser et manipuler le site

Création d'un intranet

BuddyPress propose entre autres pour chacun des membres de l'Intranet :

- un mur d'activités pour partager des infos, des ressources utiles, des résultats de sa veille
- la création de groupes pour augmenter la rapidité et la réactivité des membres au sein de groupes ou de services;
- le partage de documents façon Google Drive.



Outils pour améliorer son chiffre d'affaires

Sécuriser et manipuler le site

Création d'un intranet

3. Choisir un thème optimisé Intranet

La dernière étape consiste à personnaliser l'intranet et à le rendre attractif. Plusieurs thèmes existent spécifiquement développés pour les besoins d'un Intranet, et construits notamment pour accueillir un environnement BuddyPress.

- ✓ **Thrive** est un thème basé sur le principe du glisser-déposer. Des pages construites en toute simplicité avec tous les modules Intranet disponibles (annuaire personnel, calendrier d'événements, sondages, Wiki...).
- ✓ **Woffice** est très similaire, avec une interface graphique ultra-moderne inspiré du material design. Construit comme une application Web, il est livré avec l'intégration de BuddyPress, un module complet de gestion de projet, une messagerie instantanée et même une option e-commerce.

Administrer le site à plusieurs

Outils pour améliorer son chiffre d'affaires

Administrer le site à plusieurs

Créer des utilisateurs

Lorsque Wordpress est installé, un compte administrateur est automatiquement créé. Mais un site WordPress peut accueillir plus d'un utilisateur, avec des rôles différents.

Pour gérer l'étendue des permissions des utilisateurs, il faut leur attribuer un rôle précis :

- L'administrateur
- L'éditeur
- L'auteur
- Le contributeur
- L'abonné

Chacun de ces rôles confèrent plus ou moins de permissions aux comptes auxquels ils sont attribués.

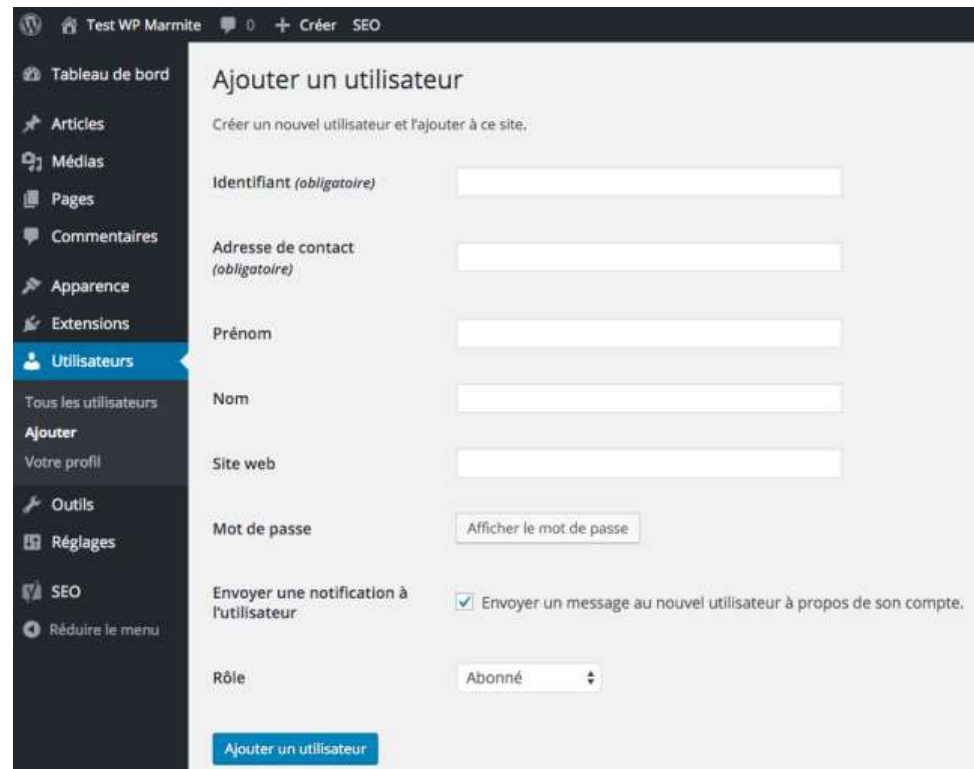
Outils pour améliorer son chiffre d'affaires

Administrer le site à plusieurs

Créer des utilisateurs

Comment ajouter des utilisateurs :

Pour ajouter un nouvel utilisateur, il suffit de se rendre dans *Utilisateurs > Ajouter*



The screenshot shows the WordPress administration interface for adding a new user. The left sidebar contains a menu with 'Utilisateurs' selected. The main content area is titled 'Ajouter un utilisateur' and includes the following fields and options:

- Identifiant (obligatoire): Text input field.
- Adresse de contact (obligatoire): Text input field.
- Prénom: Text input field.
- Nom: Text input field.
- Site web: Text input field.
- Mot de passe: Text input field with a toggle for 'Afficher le mot de passe'.
- Envoyer une notification à l'utilisateur: A checked checkbox with the label 'Envoyer un message au nouvel utilisateur à propos de son compte.'
- Rôle: A dropdown menu currently set to 'Abonné'.

A blue button labeled 'Ajouter un utilisateur' is located at the bottom of the form.

Outils pour améliorer son chiffre d'affaires

Administrer le site à plusieurs

Créer des utilisateurs

Comment ajouter des utilisateurs :

- Le champ identifiant sera utilisé pour se connecter au site.
- Une fois ajouté, il ne sera plus possible de le modifier.
Il faut donc bien le choisir.
- Pour le mot de passe, WordPress en générera un complexe automatiquement.
- La case à cocher « Envoyer une notification à l'utilisateur » permet d'envoyer un email lui communiquant son identifiant et l'invitant à spécifier un nouveau mot de passe. Un autre mot de passe complexe lui sera proposé mais la personne sera libre d'en indiquer un autre.

Cliquer sur *Ajouter un utilisateur* pour valider.

Outils pour améliorer son chiffre d'affaires

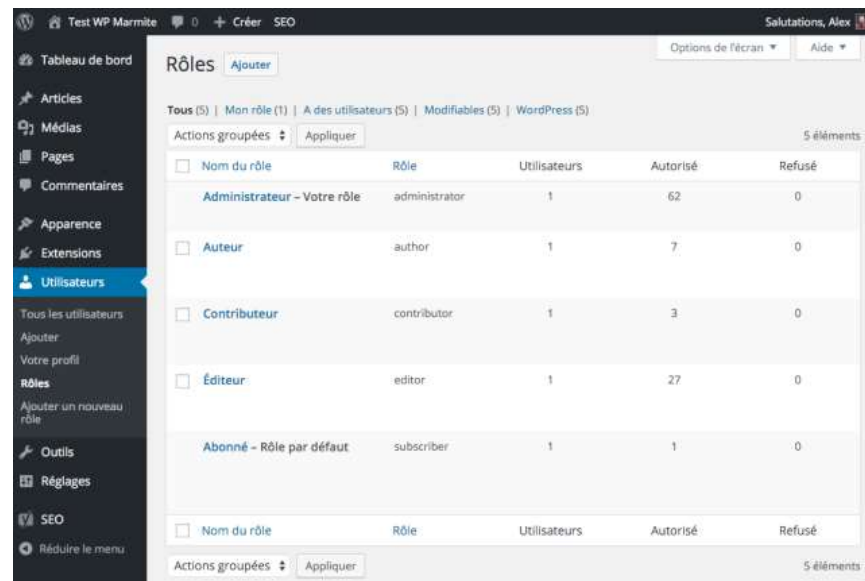
Administrer le site à plusieurs

Créer les droits d'accès

Après avoir ajouté un autre compte, Wordpress redirige vers la page listant tous les utilisateurs du site.

Pour chacun d'entre-eux, on peut consulter :

- L'identifiant
- Le nom
- L'email
- Le rôle
- Le nombre d'articles publiés



The screenshot shows the WordPress 'Rôles' (Roles) page. The table lists the following roles and their statistics:

<input type="checkbox"/>	Nom du rôle	Rôle	Utilisateurs	Autorisé	Refusé
<input type="checkbox"/>	Administrateur - Votre rôle	administrator	1	62	0
<input type="checkbox"/>	Auteur	author	1	7	0
<input type="checkbox"/>	Contributeur	contributor	1	3	0
<input type="checkbox"/>	Éditeur	editor	1	27	0
<input type="checkbox"/>	Abonné - Rôle par défaut	subscriber	1	1	0

Outils pour améliorer son chiffre d'affaires

Administrer le site à plusieurs

Créer les droits d'accès

Si le nombre d'utilisateurs est important, vous pourrez faire des tris, lancer des recherches et effectuer des actions groupées. Par défaut, ces actions concernent la suppression et le changement de rôle.

Pour effectuer des changements, survoler l'utilisateur à mettre à jour avec la souris.

Deux liens font leur apparition : modifier ou supprimer un utilisateur dans WordPress

En survolant le compte principal, le lien supprimer ne s'affichera pas.

En effet, le site nécessite obligatoirement un administrateur.

En cliquant sur modifier, une page similaire à l'édition de profil apparaît.

Analyser le trafic

Installation d'un traqueur

Analyser le trafic

Installation d'un traqueur

Google Analytics

Google Analytics est l'outil statistique de Google, qui permet à chaque administrateur de site web de pouvoir analyser son audience.

Totalement gratuit, il est utilisé par plus de 75% des utilisateurs.

En plus de fournir l'évolution graphique et chiffrée de l'audience d'un site, les rapports de Google Analytics indiquent également comment les visiteurs naviguent sur le site, ce qu'ils y font et comment ils y sont arrivés.



Google Analytics

Analyser le trafic Installation d'un traqueur

S'inscrire à Google Analytics

Il est nécessaire d'avoir un compte Google (Gmail) pour profiter de cet outil.

Une fois que vous vous êtes connecté au compte Google, on peut atteindre la page d'inscription à Google Analytics.

Choisir un site Internet, el'URL du site, attribuer un nom au compte, indiquer le pays et le fuseau horaire.

Une fois toutes ces informations entrées, cliquer sur Obtenir le code de suivi.

Le code de suivi de Google Analytics apparait.

Copier ce code de suivi pour l'insérer dans le site WordPress.

```
<script>
(function(i,s,o,g,r,a,m){i['GoogleAnalyticsObject']=r;i[r]=i[r]||function(){
(i[r].q=i[r].q||[]).push(arguments)},i[r].l=1*new Date();a=s.createElement(o),
m=s.getElementsByTagName(o)[0];a.async=1;a.src=g;m.parentNode.insertBefore(a,m)
})(window,document,'script','//www.google-analytics.com/analytics.js','ga');

ga('create', '██████████', 'auto');
ga('send', 'pageview');

</script>
```

Analyser le trafic

Installation d'un traqueur

Installer Google Analytics sur WordPress

Via le panneau de configuration d'un thème premium :

Avec un thème WordPress premium, il y a de fortes chances pour que le développeur de ce thème ait ajouté, dans le panneau de configuration du thème, un endroit pour coller le code de Google Analytics.

La méthode du copier-coller :

Copier le code donné par Google sur la page d'inscription.
Rechercher le fichier *header.php* du thème et coller le code avant la fin de la balise `</head>`, dans le fichier *header.php*.

Analyse des mots clés et expressions performantes

Analyser le trafic

Analyse des mots clés et expressions performantes

Google Search Console

Google Search Console est un service gratuit pour contrôler et maintenir la présence du site dans les résultats de recherche Google et mieux comprendre comment s'affiche le site pour optimiser son classement dans les résultats de recherche.

La console permet entre autres d'analyser :

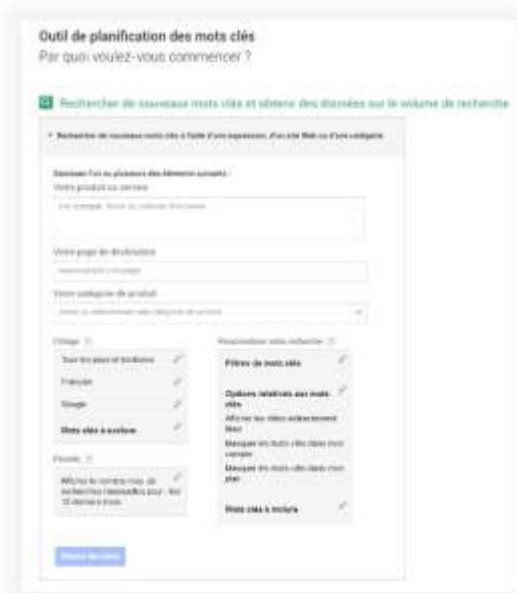
- Quelles requêtes ont fait s'afficher le site dans les résultats de recherche ?
- Certaines requêtes ont-elles amené plus de trafic sur le site que d'autres ?
- Les prix des produits et les coordonnées ou les événements de l'entreprise sont-ils mis en évidence dans les résultats de recherche enrichis ?
- Quels sites comportent des liens qui renvoient vers le site Web ?
- Le site pour mobile est-il bien classé dans les résultats de recherche des mobinautes ?

Analyser le trafic

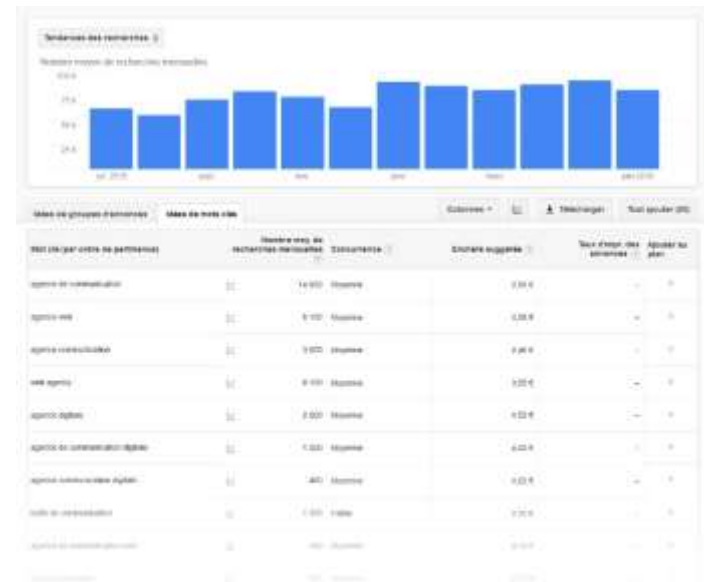
Analyse des mots clés et expressions performantes

KeywordPlanner

Il s'agit d'un générateur de mots clés, utilisant le champs lexical d'un mot donné, en fonction des requêtes déjà effectuées sur le moteur de recherche.



Cette solution permet de comprendre et d'étudier les mots-clés utilisés par les internautes



Statistiques et indicateurs de performance

Analyser le trafic

Statistiques et indicateurs de performance

Les indicateurs clés

Les indicateurs clés de performances (les KPI) permettent de mesurer concrètement l'efficacité d'un site internet.

Il s'agit d'une étape clé du webmarketing qui permet de mesurer l'audience d'un site web pour déterminer l'efficacité de la stratégie et mettre en place des actions correctrices.

Plusieurs éléments sont mesurables grâce à Google Analytics :

- Mesurer l'audience et les performances
- Mesurer les ventes ou les contacts
- Mesurer la pertinence des contenus

Analyser le trafic

Statistiques et indicateurs de performance

Les indicateurs clés

Mesurer l'audience et les performances

Les sessions : terme employé par Google pour définir les visites sur le site web. Chaque session commence lorsqu'un internaute arrive sur le site, et s'achève lorsqu'il en sort ou au bout de 30 min d'inactivité ou encore chaque jour à minuit. Au cours d'une même session, un visiteur peut donc visiter plusieurs pages. De même, un seul visiteur peut effectuer plusieurs sessions au cours d'une période donnée.

Le pourcentage de nouvelles sessions : permet d'obtenir le pourcentage de nouveaux visiteurs. Un élément pertinent à connaître lorsqu'on cherche à accroître la notoriété.

Analyser le trafic

Statistiques et indicateurs de performance

Les indicateurs clés

Mesurer les ventes ou les contacts

CAC (coût d'acquisition) : ce KPI permet de mesurer le coût d'un contact grâce à la formule :

$$\text{Budget} / \text{nombre de clients ou de ventes}$$

Nombre de conversions : une conversion, c'est le fait de transformer un contact. Il devient alors un client, un abonné ou encore un inscrit puisqu'il a acheté, s'est abonné ou inscrit à un produit ou service.

Taux de conversion : c'est un des principaux KPI du webmarketing. Il se calcule par la formule suivante :

$$\text{Nombre de conversions} / \text{Nombre total de visiteurs}$$

Analyser le trafic

Statistiques et indicateurs de performance

Les indicateurs clés

Mesurer les ventes ou les contacts

Panier Moyen : comme dans un commerce physique, calculer le panier moyen est nécessaire. Il s'agit de la somme moyenne dépensée par chaque client.

Il s'obtient grâce à la formule :

$$\text{Chiffre d'affaires} / \text{Nombre de commandes}$$

Taux d'abandon de panier : Il s'agit de mesurer la proportion de clients ayant placé des produits dans son panier virtuelle mais qui n'a pas finalisé sa commande.

Il se calcule avec la formule suivante :

$$\text{Nombre de paniers abandonnés} / \text{Nombre total de commandes} \times 100$$

Analyser le trafic

Statistiques et indicateurs de performance

Les indicateurs clés

Mesurer la pertinence des contenus

Taux de rebond : on parle de rebond lorsqu'un internaute quitte le site après avoir consulté une seule page. Le taux de rebond permet donc de savoir si les internautes consultent plusieurs pages du site ou non.

Il s'agit d'un indicateur de performance précieux qu'il faut analyser soigneusement. Pour un site de e-commerce, un taux de rebond élevé signifie que peu de commandes sont passées. Alors que le taux de rebond d'un site d'informations ou d'un blog sera plus élevé car les visiteurs ne liront qu'un seul article.

Nombre de pages vues par visite : C'est l'inverse du taux de rebond.

Il permet, comme son nom l'indique, de connaître le nombre moyen de pages consultées par chaque visiteur. :

Nombre de pages vues / nombre de visiteurs

Analyser le trafic

Statistiques et indicateurs de performance

Les indicateurs clés

Mesurer la pertinence des contenus

Temps passé par page : Google Analytics calcule le temps moyen que passe un visiteur sur le site.

Il s'agit d'un KPI intéressant pour savoir si les visiteurs se plaisent sur le site.

Durée moyenne / visite : il ne faut pas confondre la durée moyenne d'une visite et le temps passé par page.

La durée moyenne par visite correspond au temps moyen de chaque visite sur l'ensemble du site.

Il est en moyenne de 2 à 3 minutes par site.

Analyser le trafic

Statistiques et indicateurs de performance

Mettre en place des tableaux de bords

Google Analytics permet d'exporter les différentes données collectées, de façon ponctuelle, afin de récolter sous forme de tableau l'ensemble des chiffres clés.

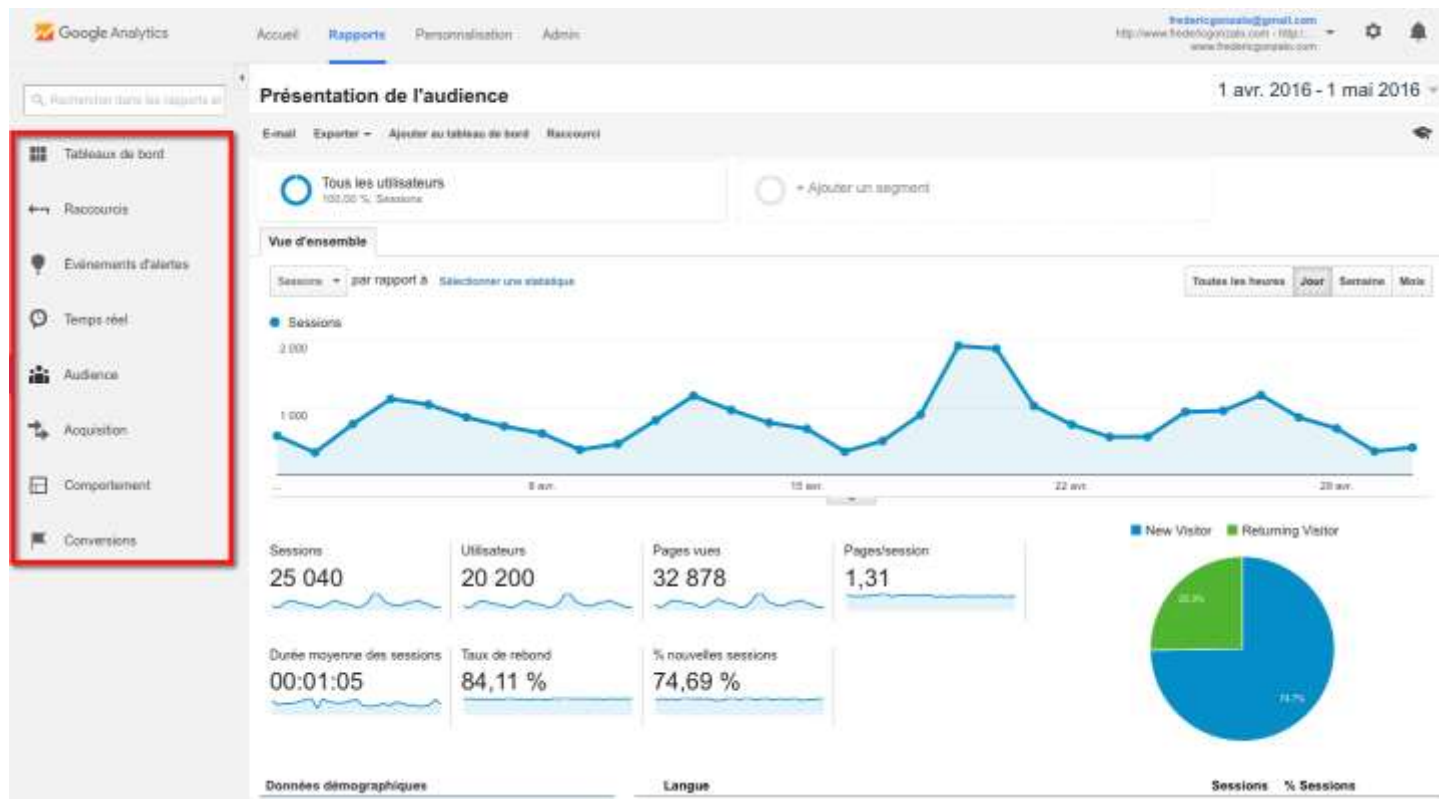
Par ailleurs en combinant les résultats de Google Analytics avec les calculs des différents KPI, cela permet d'obtenir un bilan structuré et efficace, nécessaire à toute prise de décision



Analyser le trafic

Statistiques et indicateurs de performance

Mettre en place des tableaux de bords



Aspects juridiques

Obligations légales à respecter

Aspects juridiques

Obligations légales à respecter

Protection des données : le RGPD

Le nouveau règlement européen sur la protection des données personnelles est paru au journal officiel de l'Union européenne et est en application le 25 mai 2018. L'adoption de ce texte permet à l'Europe de s'adapter aux nouvelles réalités du numérique.

3 objectifs, visés par ce règlement, et contrôlés par la CNIL :

- Renforcer les droits des personnes, notamment par la création d'un droit à la portabilité des données personnelles et de dispositions propres aux personnes mineures
- Responsabiliser les acteurs traitant des données
- Crédibiliser la régulation grâce à une coopération renforcée entre les autorités de protection des données, qui pourront notamment adopter des décisions communes lorsque les traitements de données seront transnationaux et des sanctions renforcées.

Aspects juridiques

Obligations légales à respecter

le RGPD : quelques mesures principales

Le consentement de l'internaute : toute entité qui procède à la collecte et au traitement de données personnelles doit obtenir au préalable un accord écrit, clair et explicite des individus.

Inscription d'un enfant : en dessous d'un certain âge, l'inscription d'un enfant à un réseau social requiert une autorisation des parents. Cette mesure ne porte pas que sur les réseaux sociaux, elle couvre toute « offre directe de services de la société de l'information aux enfants ».

Portabilité des données : le droit à la portabilité des données permet en effet d'emporter avec soi ses données collectées, traitées et produites via un service en ligne pour les importer vers une plateforme concurrente, sans avoir à perdre quoi que ce soit au cours de ce déménagement. En principe, l'internaute n'a même pas besoin de se charger de cette migration.

Aspects juridiques

Obligations légales à respecter

le RGPD : quelques mesures principales

Droit à l'effacement : le RGPD prévoit un « droit à l'oubli », qui permet à un particulier de demander la suppression des données qui lui sont liées, y compris chez les sous-traitants et les partenaires, à condition que leur conservation ne soit pas nécessaire pour un motif légitime (raisons historiques, scientifiques, statistiques, de santé publique, d'exécution d'un contrat, judiciaires...), y compris le droit à la liberté d'expression.

Actions de groupe : les particuliers pourront être défendus par les associations dans le cadre d'une action de groupe en vue de faire cesser la partie illicite d'un traitement de données.

Allégorie justice : le RGPD inclut un droit d'information en cas de piratage des données

Aspects juridiques

Obligations légales à respecter

le RGPD : quelques mesures principales

Guichet unique : lors d'un problème avec une entreprise qui traite des données personnelles, mais qui ne se trouve pas en France, il est possible de s'adresser à la CNIL, qui portera la réclamation auprès de l'autorité de protection des données du pays dans lequel l'entreprise a son établissement principal.

Grosses amendes : les plafonds des sanctions prévues par le texte sont particulièrement élevés. En cas d'infraction sur la protection des données, des amendes jusqu'à 20 millions d'euros ou 4 % du chiffre d'affaires annuel mondial total de l'exercice précédent sont prévues pour l'organisme fautif.

Fidéliser les clients

Méthodes pour fidéliser les clients

Fidéliser les clients

Méthodes pour fidéliser les clients

E.Mail de promotion en lien avec des achats déjà effectués

L'une des grandes forces du webmarketing digital, est la capacité à relier une plateforme commerciale d'achat (un ERP, une e.boutique, ...) avec un logiciel d'envoi d'emails transactionnels.

Ces emails transactionnels sont envoyés automatiquement, à partir du moment où une condition a été atteinte :

- Vente d'un produit
- Paiement effectué
- Livraison terminée
- Seuil de chiffre d'affaires réalisé
- ...

Ces campagnes de marketing Automation, totalement automatisée, génèrent ainsi une réelle relation de fidélisation avec le client.

Fidéliser les clients

Méthodes pour fidéliser les clients

Evaluation des achats

Dans le processus de prise de décision d'un achat, une grande valeur est donnée aux avis et témoignages de clients ayant déjà réalisé ce même achat.

L'idéal est donc, là aussi, d'automatiser ce processus afin de récolter le maximum d'avis de clients.

L'intérêt est double :

- Obtenir le plus possible d'avis afin de crédibiliser l'évaluation des achats
- Déceler un éventuel mécontentement afin de le résoudre rapidement et convertir un mécontent en ambassadeur

Fidéliser les clients

Méthodes pour fidéliser les clients

Réductions personnalisées

Une nouvelle autre technique de fidélisation via le digital et l'utilisation d'outils de marketing automation est la mise en place de réductions personnalisés, nominatives, et liées à des actions comportementales des internautes clients.

Quelques pistes qui portent leurs fruits dans une stratégie de fidélisation :

- La réduction pour une date anniversaire
- La réduction récompensant un chiffre d'affaire élevé ou un panier moyen supérieur à la moyenne des paniers moyens
- L'accès à des jours particuliers, promettant des promotions
- ...

Fidéliser les clients

Méthodes pour fidéliser les clients

Invitations VIP

La communication personnalisée est aujourd'hui l'une des techniques permettant le plus la conversion, l'augmentation du panier moyen, l'achat d'impulsion, etc.

En combinant l'expérience client, ses centres d'intérêts et ses informations personnelles, il est possible de l'amener dans une situation d'achat optimale en organisant « pour lui » des événements particuliers :

- Invitation VIP
- Inauguration
- Ventes privées
- ...

En combinant des techniques de marketing direct et des outils *crossmedia* multicanal, les résultats de ce type de campagne sont étonnant.

L'alternative des places de marché

L'alternative des places de marché

Définition

Il s'agit concrètement d'un site marchand qui propose, dans son espace de vente, la possibilité à différents vendeurs indépendants (professionnels ou particuliers) d'y vendre leurs produits.

Le site marchand propose cet espace en échange d'un commissionnement sur les ventes.

Le choix de sa place de marché est crucial pour doper sa visibilité et, in fine, augmenter son taux de transformation.

On distingue généralement deux grandes familles de places de marché:

- Les places de marché verticales (*horizontal marketplace*), traitant les échanges interentreprises pour un secteur d'activité particulier
- Les places de marché horizontales (*vertical marketplace*), s'adressant aux entreprises de tous secteurs d'activité confondus pour un segment de marché donné (fournitures de bureau, matériel informatique, etc.)

L'alternative des places de marché

Intérêts et risques d'être sur ces plateformes

Les avantages d'une Place de marché

- L'entreprise ou le vendeur qui bénéficie de cet espace de vente profite de la notoriété du site marchand (Amazon, Price Minister, eBay...). Il devient donc plus facile d'attirer l'attention des cibles et de pouvoir vendre les produits.
- Les sites marchands mettent à la disposition des vendeurs des API et d'autres outils de webmarketing qui leur permettent plus aisément de partager leur catalogue de produits aux internautes.
- Il existe des Marketplaces qui couvrent des marchés internationaux, ouvrant ainsi de perspectives de croissance aussi intéressantes qu'inattendues
- Investir un market place pour une marque peut être une stratégie. Plutôt que d'investir sur leur propre site, être représenté dans différents market places est une option pour certains annonceurs.

L'alternative des places de marché

Intérêts et risques d'être sur ces plateformes

Les limites d'une Place de marché

- La gestion du stock est souvent le problème le plus récurrent rencontré par les vendeurs. Une rupture de stock peut pénaliser le vendeur et diminuer sa visibilité sur une marketplace.
- En étant positionné sur ces places de marché, on profite de la notoriété du site, mais en contrepartie, on participe à l'optimisation du référencement de ce site, car la visite et l'achat s'effectuent pas sur son espace web.
- Sur les places de marché, la concurrence est rude.
L'idéal est de propose des offres tarifaires agressives qui permettront aux internautes de ne pas choisir la concurrence.
Mais attention de ne pas s'auto-concurrer par là même...

Merci

