

# **[OFFRE] CDI - Développeur Web PHP/DRUPAL - Videdressing.com**

## **Développeur Web PHP/DRUPAL**

Description: Dans le cadre de son développement, **Videdressing.com**, le 1er site communautaire d'achat-vente entre particuliers de vêtements et accessoires de mode, cherche à constituer une équipe technique interne en recrutant dans un premier temps un(e) développeur PHP/DRUPAL. Le poste pourra évoluer à un poste de Directeur Systèmes Informatique au sein de la société en pleine croissance.

### **Pré-requis:**

- Maîtrise de **Drupal 5.x et 6.x** ainsi que PHP5 et MYSQL5
- Connaissance des différents aspects de Drupal
  - Moteur de templating, themes
  - Développements des modules
  - Connaissance des API (schema, abstraction BDD, FAPI) et solide expertise des modules (Views, CCK...)
  - Webmatering
- Connaissance d'Apache Solr et de son intégration dans Drupal
- Maîtrise des technologies et problématiques du Web (Javascript, XHTML, XML, CSS2, Référencement)
- Connaissance des environnements projets (svn, git) sous Windows et/ou Unix
- Bonne connaissance des contraintes d'accessibilité
- Connaissance de l'environnement LAMP
- Compétences d'intégration (XHTML/CSS2, JQUERY) seraient un plus.

### **Votre mission:**

En relation avec les fondateurs du site et le directeur de l'agence qui a développé le site, vous prendrez en charge les travaux continuels de développement pour le site [www.videdressing.com](http://www.videdressing.com), réalisé sur Drupal.

Vous proposez les solutions techniques les plus pertinentes et vous les mettez en place.

## Votre profil:

Avec au moins 3 ans d'expérience au sein d'une agence Web, une SSII ou en tant que freelance, vous avez mis en œuvre et vous maîtrisez PHP et connaissez très bien Drupal.

Rigoureux et passionné, vous recherchez toujours à vous améliorer et à rester au courant des dernières évolutions.

Organisé, vous savez gérer les plannings et le workflow afin de respecter au mieux les contraintes de timing, tout en assurant une qualité maximale.

## Videdressing.com :

**Videdressing.com**, le 1er vide-dressing communautaire est un site d'e-commerce entre particuliers, spécialisé dans le secteur de la mode et la beauté. Site communautaire et convivial, il permet aux passionnés de mode de se retrouver dans un cadre sympathique et élégant pour acheter et vendre entre eux, en toute confiance et facilité. Videdressing.com propose des avantages qui répondent aux exigences spécifiques du secteur de la mode et de la beauté : un site qualitatif et esthétique, une navigation facile et intuitive, une sécurité de la transaction et une garantie des paiements.

Nous découvrir sur le site : [www.videdressing.com](http://www.videdressing.com)

Les points forts du site :

- Une navigation à facettes et moteur de recherche fondé sur Apache Solr
- Une système de parrainage multi-niveau, tracké 100% informatiquement + un API Parrainage crée pour Facebook
- Un back-office utilisateur évolué

On parle de nous :

- <http://www.20minutes.fr/article/396360/Paris-Une-pionniere-dans-le-dressing-des-Parisiennes.php>
- <http://www.aufeminin.com/portraits-de-femmes/incubateur-d-entreprise-paris-pionnieres-d12846c202783.html>

- Retrouvez toutes les parutions net de Videdressing.com sur notre page fan sur Facebook : <http://www.facebook.com/pages/Videdressingcom/197278036929#!/pages/Videdressingcom/197278036929>
- CB News - cf extrait ci-dessous :

# CB NEWS

4 BIS RUE DE LA PYRAMIDE  
92043 BOULOGNE CEDEX - 01 55 38 55 00

19 AVR 10  
Hebdomadaire Paris

Surface approx. (cm²) : 1867  
N° de page : 12-14

**Si Garance Doré s'est fait connaître par son blog, ce sont ses talents d'illustratrice (son onét) qui ont été sollicités par Gap**

La campagne Videdressing, réalisée par le photographe-blogueur James Bort. L'opérateur Alinda, de l'agence de création

**PÉNÉLOPE BAGIEU : LES MARQUES SE L'ARRACHENT**

Chaque jour, 40000 internautes se pressent sur son blog pour découvrir les aventures de son double virtuel, Pénélope Jolicoeur. Bien avant d'avoir conquis la blogosphère, Pénélope Bagieu était déjà très courtisée par les marques: BNP Paribas, Bourjois Bouygues, EDF, FDI, Nestlé... elles sont nombreuses à avoir succombé à son coup de crayon. Si la jeune illustratrice se défend d'utiliser son blog comme

**Bientôt des égréries ?**

Bref, les initiatives se multiplient, à tel point que l'on peut se demander si les blogueurs sont amenés à devenir de futures égréries pour les marques. Pour Eric Beïsses, directeur du planning stratégique chez Publicis EtNous, connu sur la Toile sous le nom de Darkplanneur, « c'est l'évolution normale du blogueur dans la communication, et ça va dans le bon sens. On a beaucoup utilisé les blogueurs comme du 4x4, avec le respect que l'on accorde au 4x4... Le blogueur égrérie est un phénomène qui va monter en puissance, mais je ne suis pas certain qu'il perdure », prédit-il. Selon lui, une seule catégorie peut devenir égrérie, celle des blogueurs créateurs. À l'image de Garance Doré, ce du photographe James Bort qui, selon la rumeur, deviendrait bel et bien la nouvelle égrérie du créateur Jilcoeur sur Internet. « Le blogueur égrérie n'est ni plus ni moins que la dimension mainstream d'une égrérie classique », explique E. Beïsses. De fait, ils présentent des personnalités rassurantes pour les marques: quidam pour la plupart amateurs, « cantonnés » au Web, ils y ont développé une proximité cocoon avec leurs fans. Une proximité que les marques doivent savoir manier: « Le danger, ce serait la perte de confiance, qui ne

peut être sauvegardée que par le talent », analyse Darkplanneur. A eux d'être conscients de leur image et de ne pas accepter n'importe quoi. Par ailleurs, leur dimension « amateur », qui les rend moins « multilatéraux » qu'un professionnel, pourrait justement faire tiquer certaines marques soucieuses des mécaniques parfaitement huilées.

**Partants, mais sous conditions**

Les risques pour les blogueurs de voir leur lectorat migrer sont réels. Qu'est-ce qui pourrait alors les pousser à collaborer? « Ce qui force les blogueurs créatifs à devenir blogueurs égréries, c'est de trouver des moyens de création. En corollaire, la marque leur permettra d'accéder au mass market, à la visibilité. C'est un système pervers où, pour accéder à un public plus large, on doit passer par les marques », résume

E. Beïsses. De fait, l'idée de devenir égrérie ne paraît pas effrayer lesdits blogueurs. Tous ceux qui ont été interrogés « dans le cadre de cette enquête, s'ils s'imaginent mal dans la posture d'une égrérie, se sont pourtant déclarés partants. Mais sous conditions. La première est que la marque soit en adéquation avec leur positionnement, leur personnalité et leurs affinités. La deuxième porte sur l'univers de la marque. Si le luxe et la mode attirent une majorité d'entre eux, les secteurs voyages, food & wine, sports, télécommunications et social business sont également cités, en corrélation avec leurs univers de blogs. Un mouvement qui devrait monter en puissance assez vite. L'univers de la téléphonie mobile (Orange, Bouygues Télécom, notamment, avec sa campagne Jamais sans mon répertoire), a déjà mis en scène plusieurs blogueurs. En début d'année, c'est le dernier-né des pure players, Videdressing.com, qui a lancé sa campagne, créée et réalisée par le photographe et blogueur James Bort. Ses égréries? Cinq blogueuses... Une marque de parfum devrait également dévoiler sous peu une campagne avec des blogueurs comme égréries. In le Festival du Film de Cannes pourrait bien représenter le point d'acclimation du mouvement.

**Anne-Valérie Hah**

**Blogueuses internationales**

→ Emily Delight meryblog.com → Delighty Post  
grapevineblog.com → Anouk Petit  
museumini.fr → Barbara Goussier meryblog.com  
M @ meryblog.com @ meryblog.com @ meryblog.com  
→ France @ meryblog.com → France @ meryblog.com  
Blogueuse pénélope-jolicoeur.com → Pénélope Jolicoeur  
@ meryblog.com @ meryblog.com @ meryblog.com

## Informations sur le poste :

- Type de contrat: CDI
- Rémunération: selon profil et expérience
- Statut : Cadre
- Disponibilité : immédiate
- Lieu de travail: Paris dans le 11ème arrondissement
- Contact : Meryl Job / [meryl.job@videdressing.com](mailto:meryl.job@videdressing.com)