

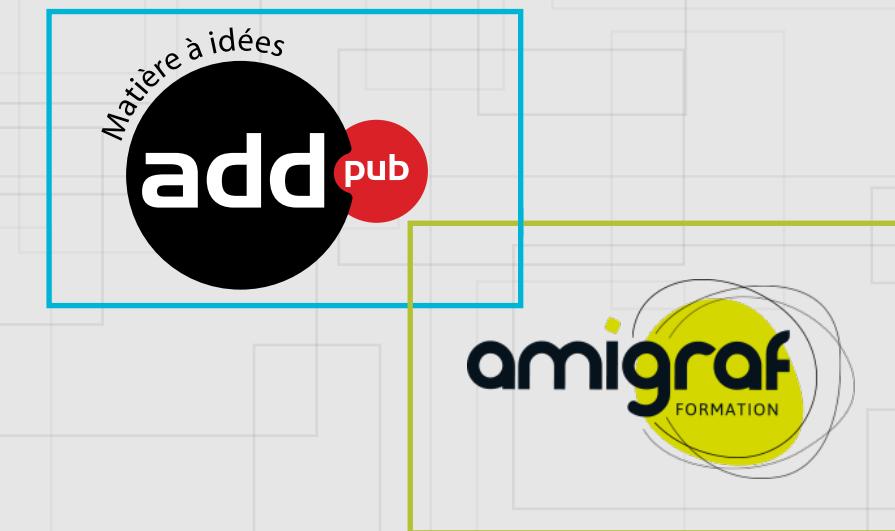
CARLIER LAURENT
RAPPORT DE STAGE
CARL INDUS DESIGN
AMIGRAF

1,6 18

Ce mémoire est le compte rendu d'un stage de 5 semaines effectué au sein de l'entreprise ADD pub, située à Hazebrouck ; entreprise spécialisée dans la conception et la réalisation d'enseignes, de signalétiques ou de marquage de toutes sortes.

Ce stage a été réalisé après un peu plus de 7 mois de formation de designer web au centre de formation d'Amigraf à Lille.

Je remercie ces deux structures pour leur accueil et leur attention.





AMIGRAF
92 Rue Abélard, 59000 Lille
03 20 57 09 82
www.amigraf.com



ADD pub
491 route de Merville, 59190 Hazebrouck
03 28 41 02 85
www.addpub.fr



Carlindus Design
155 rue de Wazemmes, 59000 Lille
06 88 77 71 56
www.carlindusdesign.fr



QUI SUIS-JE ?

Curriculum vitae

Ma formation	8
Mon expérience	9
Mes compétences	9

Mon histoire

Mon parcours	10
Mes motivations	11
Mes envies	11

OÙ ÉTAIS-JE ?

Présentation de l'entreprise

Ses activités	15
Ses clients	16
Ses produits	17
La concurrence	17

8	8
9	9
9	9
10	10
11	11
11	11
14	14
15	15
16	16
17	17

OÙ ÉTAIS-JE ?

Présentation des installations	18
L'impression	19
La découpe	19
Et aussi...	19
Présentation de l'équipe	20
Leurs fonctions	20
Ma fonction	21

QUOI FAISAIS-JE ?

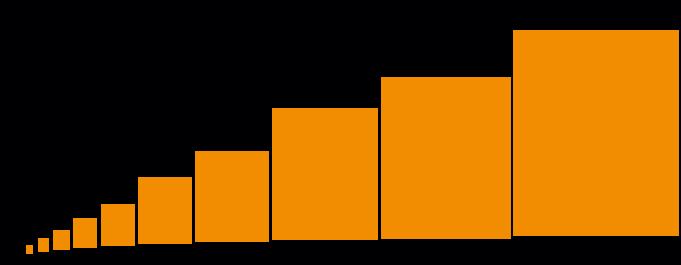
Étude de cas n°1	24
La demande	24
L'analyse	24
Les solutions	25
La méthode	25
La mise en œuvre	26
Le résultat	31

QUOI FAISAIS-JE ?

Étude de cas n°2	32
La demande	32
L'analyse	32
Les solutions	33
La méthode	33
La mise en œuvre	34
Le résultat	39
Étude de cas n°3	40
La demande	40
L'analyse	40
Les solutions	41
La méthode	41
La mise en œuvre	42
Le résultat	42

COMMENT FINIRAISS-JE ?

Quel bilan tirer après "9 mois de gestation" ?	46
Quelles perspectives pour l'avenir?	47
Mes sincères salutations	48



QUI
suis-je ?

CURRICULUM VITAE

Laurent CARLIER

39 ans Cinéphile
Concubin
Rôliste Curieux
1m91
Méthodique Capricorne
Permis B

Ma formation

FORMATION WEB DESIGNER

2018 Formation professionnelle continue (9 mois) à AMIGRAF, Lille

FORMATION DE CROUPIER

2007 Formation de croupier en interne au casino Barrière de Lille

MASTER ECOLOGIE, BIODIVERSITÉ, ENVIRONNEMENT

2003/04 Master EBE à l'Université Pierre et Marie Curie de Paris 6
2002 Licence à l'Université des Sciences et Technologies de Lille 1
2000/01 DEUG à l'Université Picardie Jules Verne d'Amiens
1999 Première année de médecine à l'UPJV d'Amiens

Mon expérience

DOMAINE CASINO

Sous-chef de table au casino Barrière Lille (59) depuis 2010
surveille et forme les croupiers aux tables de jeux.

Croupier aux jeux traditionnels au casino Barrière Lille de 2007 à 2010
gère et anime les tables de jeux (roulette, black-jack, poker etc..).

Mes acquis : la relation clientèle, le partage du savoir et flexibilité des horaires

DOMAINE ANIMALIER

Assistant scientifique en parc zoologique à St Croix (57) en 2005 et Lille en 2006
gère le cheptel, les relations inter-parcs et les conditions de captivité des animaux

Soigneur animalier au parc zoologique de Lille (59) en 2006
nourrit, nettoie et aide aux soins animaliers.

Mes acquis : Rigueur, gestion administrative et travail en équipe

DOMAINE MÉDICAL

Agent d'amphithéâtre en salle d'autopsie au CH de Compiègne (60) en 2002/03
prend en charge les corps et assiste le médecin légiste en autopsie.

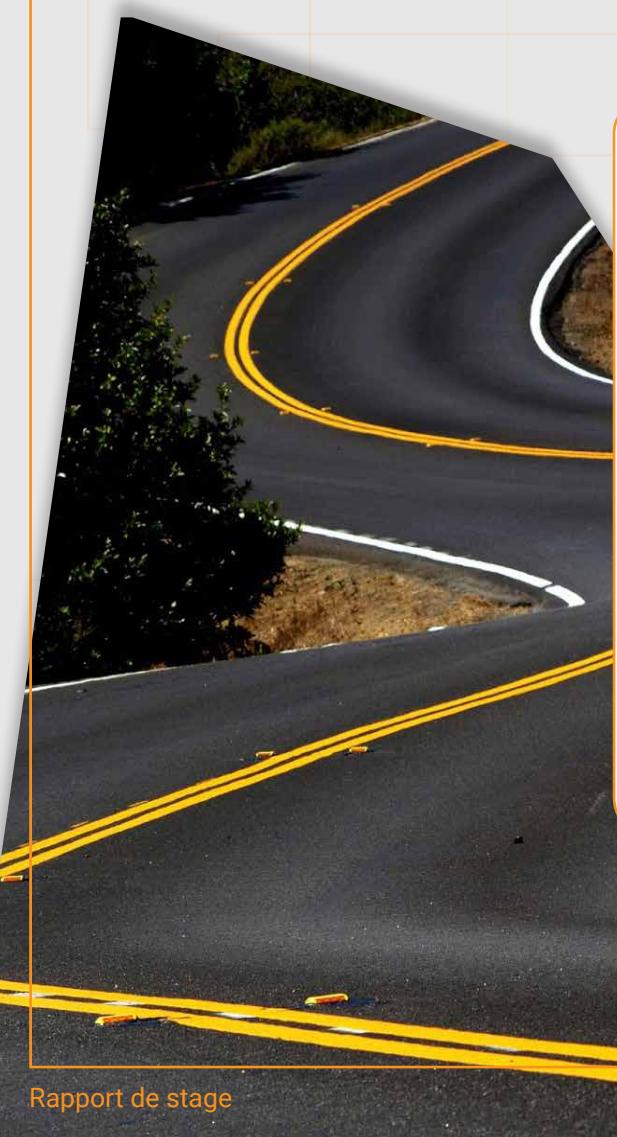
Brancardier en bloc opératoire au CH de Compiègne (60) en 1999/00/01
transporte les malades et prépare le matériel des blocs opératoires.

Mes acquis : Gestion du stress, sang-froid et travail sous pression

Mes compétences



MON HISTOIRE



Mon parcours

Après une certaine hésitation entre les mathématiques (informatiques) ou les sciences naturelles, j'ai choisi de suivre un cursus universitaire tourné vers la biologie. Je me suis spécialisé particulièrement en zoologie, dans le domaine de **la conservation animale ex-situ** (en parc zoologique). Les postes y sont malheureusement rares et le turnover faible, il m'a fallu changer une première fois de voie.

Des histoires de vie et le hasard des choses m'a paradoxalement amené dans **l'univers des casinos**. J'y ai découvert un monde nouveau et atypique dans lequel j'ai su évolué rapidement. Cependant, ma soif d'apprendre a trop vite été étanchée ; de plus, le rythme de vie la nuit ne me convenait plus.

J'ai décidé de me reconvertir, à nouveau, mais cette fois-ci vers un domaine qui, en plus de me passionner depuis longtemps, présente des possibilités d'emploi et un rythme de vie moins décalé : **le numérique**.

Mes motivations

J'ai passé un peu plus d'une année à monter mon dossier de financement Fongecif. Je cherchais à **me reconvertir professionnellement** dans le domaine de l'informatique ; secteur vaste et divers, si il en est.

Durant cette période, j'ai rencontré et partagé du temps de travail avec **3 professionnels du secteur** : un administrateur réseau, un intégrateur/développeur et un web designer free-lance (et je les en remercie par ailleurs). J'avais des bases de graphisme (en autodidacte) et l'approche holistique du travail de web designer m'ont finalement convaincu.

En effet, l'approche d'**un code plutôt «descriptif» (HTML/CSS)** semblait à ma portée et l'idée d'avoir **un travail où la créativité serait mon quotidien** m'attirait particulièrement. De plus, la possibilité d'un apprentissage autodidacte a fini de me convaincre.

Mes envies

J'intégrais cette formation avec une connaissance encore très extérieure du métier, avec ce que cela contient d'a priori.

A l'époque, je me voyais bien développer **une activité d'auto-entrepreneur** au sortir de la formation afin d'exploiter mes nouveaux acquis graphiques et techniques. Je me projetais avec l'idée de concevoir des sites pour des petites structures auto-entrepreneuriales qui cherchaient à communiquer sur la toile à l'instar de la personne qui m'avait donné envie de faire ce métier.



oi

étais-je ?

PRÉSENTATION DE L'ENTREPRISE



«ADD pub» est une agence de communication visuelle située à Hazebrouck. Elle est fondée en 1991 et dirigée par Bénédicte et Emmanuel Fontaine.

Devenue depuis 2001 une SARL, elle est **spécialisée dans la fabrication d'enseignes et d'impressions grand format** sur tout support (panneaux, vitres, véhicules, bâches ...).

Son acronyme ADD signifie « Atelier Dessin Décor »

En effet, ADD pub valorise l'image de ses clients en proposant ses services de conception graphique, de réalisation technique et de pose. A chaque une de ses étapes, elle s'attachent à mettre à disposition de sa clientèle :

- ses conseils et suivis personnalisés pour des réalisations sur mesure
 - une maîtrise des techniques de conception et de pose avec une innovation constante
 - une réactivité avec des délais optimisés
 - une diversité de produits pour répondre au mieux aux besoins

Ses activités

Depuis 5 ans, Bénédicte et Emmanuel Fontaine ont diversifié leur activité en ouvrant une section communication spécialisée dans le domaine équestre :

BoxProtec (www.boxprotec.fr).



BoxProtec est une marque de tenture et de signalétique d'écurie. Elle propose les mêmes services de conception graphique et de personnalisation des enseignes. De plus, elle fait preuve d'une technologie innovante quant à la composition des tentures tout en respectant les labels écologiques (imprim'vert et bilan carbone).



The logo consists of three concentric circles: a small yellow circle in the center, a larger orange circle around it, and a largest red circle surrounding the orange one.

Déso
client

Désormais, ADD pub voudrait étendre son activité vers le numérique et fournir à ses clients une nouvelle offre : développer leur identité visuelle au niveau du print mais aussi du web. **ADD-com** est en train de voir le jour.

C'est d'ailleurs autour de cette mission que la seconde partie de mon stage sera axée.

Les collectivités locales

Intéressées par : les plaques de rue, les bâches, la décoration de vitres et de véhicules, la conception de bi-mât et tri-mât.



Les petits commerces et artisans

Intéressés par : la création de caissons et d'enseignes, la décoration de véhicules et la réalisation de décors de vitrine.



La santé

Intéressée par : la création de croix de pharmacie ou d'enseignes lumineuses, de plaques, de totems et de décors intérieur.



Ses clients

Les grandes enseignes

Intéressées par : la pose d'enseignes, la décoration intérieure (porte, tête de gondole ...), la décoration des stands de PLV ou des affiches.

Les industries et entreprises

Intéressées par : les plaques aimantées ou rigides, les autocollants durables ou occasionnels et la fabrication d'enseignes.

L'enseignement

Intéressé par : les panneaux et petites plaques, les lettres découpées, les décors de vitre et tout l'affichage pour l'accessibilité.

Ses produits

Les enseignes

- les caissons
- les éclairages
- les pré-enseignes
- les lettres découpées
- les panneaux coquilles
- les panneaux plats

La signalétique

- les 4 x 3
- les bi-mâts et tri-mâts
- la gravure
- la petite signalétique
- les plaques
- les kakemonos
- les bâches
- les totems

Le marquage

- les affiches
- les impressions
- les autocollants
- les véhicules
- les vitres
- les stands
- les projets déco

La concurrence

Le concurrent direct d'ADDpub est «**SOMIS**». Il est d'autant plus direct qu'il **exerce aussi son activité à Hazebrouck**.

Cependant, ADDpub prévaut d'une bonne notoriété de par son ancienneté et son expérience dans le domaine ainsi que par la qualité de ses réalisations.



PRÉSENTATION DES INSTALLATIONS

La société est installée dans la campagne environnante d'Hazebrouck, à 10 min du centre, au 491 route de Merville. **A cette adresse, se trouvent les locaux administratifs ainsi que les ateliers.**

Les locaux administratifs sont divisés en deux pôles :

- ◎ l'accueil avec les bureaux des 4 commerciaux
- ◎ l'étage avec les bureaux de la direction et des concepteurs graphiques

L'atelier est juste sur le côté. Il est vaste et propose un grand nombre de machines spécialisées



Accueil

Bureau des graphistes

Espace couture

L'impression

ADD pub possède des imprimantes : industrielle U.V à jet d'encre pour les grandes impressions sur support rigide et souple, HP Design Jet L25 500, LP 26500 et LX 610 permettant l'impression numérique et une imprimante thermique Near Edge, idéale pour les autocollants.



La découpe

Pour la découpe, il existe une fraiseuse pour la gravure, le perçage ou les découpes sur différents matériaux (aluminium, Plexiglas®, bois, laiton...) ; une table de découpe SUMMA pour découper les vinyles et les autocollants et une massicot semi-automatique Fotobat pour découper en série sur différents types de supports

Et aussi...

Une plastifieuse pour optimiser la protection des enseignes aux U.V ; des postes à souder MIG et TIG semi-automatiques pour la fabrication de totems, enseignes, lettres boîtier... ; des machines à coudre à l'étage pour les bâches et autres supports.

PRÉSENTATION DE L'ÉQUIPE

Leurs fonctions

L'équipe d'ADD pub se compose actuellement de **13 personnes** et se divise en **2 pôles** :

Commercial et PAO

- administré par Bénédicte F.
- ◎ **4 commerciaux** (2 internes qui reçoivent et traitent les appels et besoins de la clientèle au sein de l'entreprise et 2 externes qui démarchent la clientèle sur le terrain).
- ◎ **2 graphistes** qui créent les demandes client et la communication de l'entreprise. Ma tutrice, Lucie, fait aussi office de web-master.

Atelier

- administré par Emmanuel F.
- ◎ **3 techniciens** dont 1 apprenti qui s'occupent de la fabrication des produits (impression, soudure, montage électrique, etc ...) mais aussi de leur mise en place sur le terrain.
- ◎ **2 couturières** qui servent à la consolidation des bâches ou bien à la fixation si des coutures sont nécessaires.



Ma fonction

J'intègre l'entreprise ADD pub **le 16 juillet 2018** pour une période de **5 semaines**, sous la tutelle de Lucie GODEL, une des graphistes et la web-master de l'entreprise.

Lors de mon entretien, je lui stipule ma préférence pour le web et en particulier le code plus que le print et le graphisme. Elle oriente donc mon stage sur **les problématiques liées aux différents sites internet de l'entreprise** ainsi que sur leur communication numérique.

Durant mes 5 semaines de stage j'occuperai la fonction de «web-master».

Dans un premier temps, on me demande de faire une évaluation des différents sites et de proposer des axes d'améliorations. J'étudie donc :

- ◎ ADD pub (www.addpub.fr) créé par Lucie GODEL sous Wordpress avec le thème «underscore»
- ◎ ADD-collectivité (www.add-collectivites.fr) créée avec Muse d'Adobe
- ◎ BoxProtec (www.boxprotec.fr) créé sous Magento par une sous-traitance

Je n'ai accès qu'aux FTP d'ADD pub et ADD-collectivités situés sur le même hébergeur.

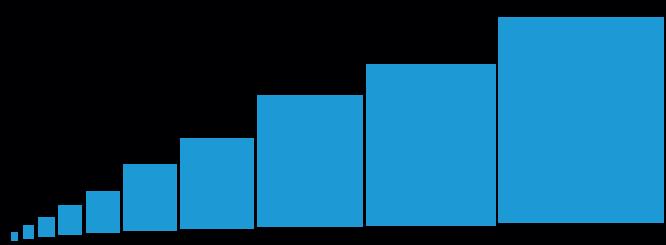
Pour finir, on me parle d'un nouveau projet :

- ◎ «ADD-com» pour la création d'identité visuelle

N'ayant que 5 semaines de stage, je décide de **prioriser mon travail sur les projets ADD (pub et com)**.

Je participe à quelques modifications du site de Boxprotec en parallèle avec Lucie qui axe son travail sur cette partie le temps de ma présence. Je réaliserai, par ailleurs, **un peu de communication numérique** (e-mailing) pour Boxprotec.





quoi
faisais-je ?

ÉTUDE DE CAS N°1

La demande

Faire une galerie d'images plus attrayantes pour les produits ADD pub.

Améliorer le référencement des images du site www.addpub.fr sur Google images.

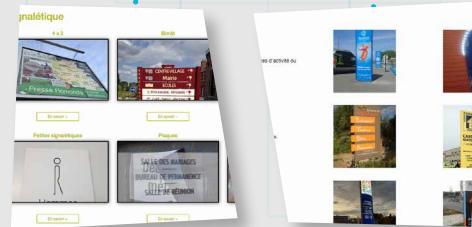


L'analyse

Le site présente 6 pages clients et 3 pages catégories de produits de même type (A1) puis des pages sous-catégories présentant le produit (A2).

Les problèmes :

- chaque page présente **autant de slideshows que de produits** concernés. Ceux-ci ne se lancent pas tous en même temps ce qui crée un décalage des temps de balayage.
- le clic sur les slideshows permet l'accès à une lightbox pour agrandir l'image mais **n'amène pas à la page du produit** concerné.
- Les pages produits proposent 6 petites **images fixes et non cliquables** par produits.
- Les images n'offrent **aucune information pour l'utilisateur** si ce n'est un visuel (pas de titre ou d'informations accessibles).



Les solutions

La variation de contenu ainsi qu'un bon référencement de l'image (exposées par la suite) améliore grandement le SEO.

Je propose donc de **créer un slideshow dynamique qui sélectionnera les produits à afficher selon les différentes catégories** qui définissent le produit (type de client, ensemble de produits et type de produits).

Ainsi, il n'y aura qu'un slideshow par page et un menu (dynamique lui aussi) sur le côté pour pouvoir sélectionner le produit ou l'ensemble de produits que l'on veut voir.

La méthode

1. Créer l'interface permettant de rentrer les données définissant chaque produit.

ADD pub compte potentiellement tenir une section blog à l'avenir. J'ai donc créé une section produit indépendante (comme pour le woocommerce) où l'on peut définir les caractéristiques du produit.

2. Créer le slider qui appelle les produits selon les critères choisis.

Il existe des plugins pour Wordpress qui permettent via des shortcodes de réaliser ce genre de requêtes. Cependant, ici les requêtes sont doubles pour certains slideshows (type de clients et type de produits) et je dois, de plus, **y adjoindre un menu**. J'ai donc préféré coder mes propres shortcodes et partir d'un slider simple et stable (Slick Slider), plutôt que de devoir créer autant de sliders que de pages les appelant.

La mise en œuvre

L'ensemble des modifications de code, dont je vais parler dans cette partie, ont été exécutées dans le fichier "functions.php" (du thème-enfant que j'avais créé préalablement).

Le slider "Slick" utilise du jQuery mais je ne l'ai quasi pas modifié.

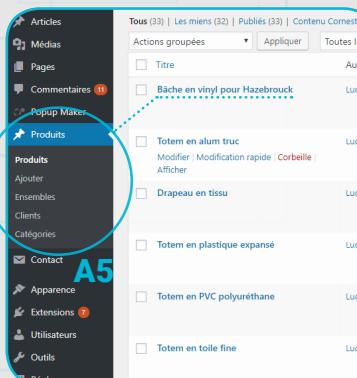
Je ne m'attacherai pas à expliquer le code mais davantage la méthode utilisée. **Le code est accessible à l'adresse :**

www.carlindusdesign.fr/functions.txt

1. AJOUT DE LA SECTION PRODUIT

```
'hierarchical' => true,
'labels' => $labels,
'show_ui' => true,
'show_admin_column' => true,
'query_var' => true,
'rewrite' => array( 'slug' => 'product_c' );
);
register_taxonomy('product_category', array( 'produ
));
// ADD PRODUCTS
add_action('init', 'create_product_posttype' );
function create_product_posttype() {
register_post_type( 'product',
array(
'labels' => array(
'name' => __('Produits'),
'singular_name' => __('Produit')
),
'public' => true,
'has_archive' => true,
'supports' => array( 'title', 'editor', 'author'
));
}
```

On ajoute d'abord l'onglet générique "Produits" (A3) puis ensuite on ajoute les différents champs de sélection ; ici le "Produit" (A4) mais aussi les ensembles, les catégories et les types de client visibles dans l'interface Wordpress (A5).



Outils



La création de cette nouvelle section sous-entend de **devoir créer la nouvelle base de données** avec tous les produits afin d'alimenter les slideshows et les pages qui sinon seront vides.

Il est important et nous le reverrons ensuite de **bien référencer les textes ainsi que les photos** qui seront ajoutés pour chaque produit afin d'améliorer grandement le SEO.

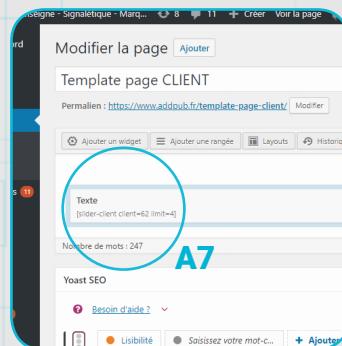
2. CONSTRUCTION DU SHORTCODE POUR LE SLIDER

```
A6
add_shortcode('slider-client', 'slider_client');
// ----- Définition du shortcode -----
function slider_client($attributes){
$args = array(
'posts_per_page' => 'product',
'posts_per_page' => '-1',
'taxonomy' => array(
array(
'taxonomy' => 'client',
'field' => 'id',
'terms' => $attributes['client']
);
);
$limit = (array_key_exists('limit', $attributes)) ? $attributes['limit'] : 9999;
$query = new WP_Query($args);
$products = $query->posts();
$menu_categories = array();
}
<div> class='client-type'>
<ul> foreach($products as $key => $product) :
$post_categories = wp_get_object_terms($product->ID, "product_category");
foreach ($post_categories as $post_category) {
if(in_array($post_category, $menu_categories)){
array_push($menu_categories, $post_category);
}
}
endforeach;
</ul> ----- CODE du SLIDER -----

```

J'ai créé un shortcode (A6) pour chaque type de page :

- clients (A7)
- ensembles de produits
- produits.



Le shortcode se veut simple d'utilisation. Il s'écrit de la sorte ('texte à remplacer' sans guillemets) :
[slider-'nomCategorie' 'nomCategorie'='IDWordPressCategorie' limit='NombreDeSlide']

Les catégories sont celles citées avant (6 types de clients peuvent choisir dans 3 ensembles de produits chacun contenant de 6 à 8 catégories de produits).

Lors de l'intégration, il suffit juste de copier le shortcode dans la page et le reste se fait automatiquement.

Les textes et les images sont ceux et celles inscrits lorsque l'on rentre un nouveau type de client, un nouvel ensemble de produits ou un nouveau produit.

3. CRÉATION DU SLIDER ET DU MENU DE NAVIGATION

CODE SLIDER

```
<article class="category-products position-relative">
<?php
foreach ($menu_categories as $menu_category) :
$cat = get_term($menu_category);
?>
<h2 id="title-cat-<?php echo $cat->term_id; ?>" class="category-slider hide"><?php echo $cat->name; ?></h2>
<div id="slider-<?php echo $cat->term_id; ?>" class="products-slider hide-slider hide">
<?php $number = 0; ?>
<?php foreach ($products as $key => $product): ?>
<?php if(has_term($cat->term_id, "product_category",$product->ID) && $number < $limit):?>
<div>
<?php echo $product->post_title; ?></h3>
<img src=<?php echo get_the_post_thumbnail_url($product->ID, 'slideshow-image'); ?> alt=<?php echo $product->post_title; ?>>
</div>
<?php $number++; ?>
<?php endforeach; ?>
</div>
<div id="description-cat-<?php echo $cat->term_id; ?>" class="category-slider description-client hide"><?php echo $cat->description; ?></div>
<?php endforeach; ?>
</article>
```

A8

A9

A11

A12

Les sliders sont tous créés en même temps (les uns sur les autres) mais **seul celui cliqué par le menu est visible.**

Sont associés au slider :

- le titre de la catégorie de produit (A8)
- les images des produits (slideshow A9)
- le nom exact du produit (sur l'image A10)
- le descriptif de la catégorie (sous l'image A11)



CODE MENU

```
<nav class="category-nav">
<ul>
<?php
foreach ($menu_categories as $menu_category) :
$cat = get_term($menu_category);
?>
<li data-target="<?php echo $cat->term_id; ?>">
<?php echo $cat->name;?>
</li>
<?php endforeach; ?>
</ul>
</nav>
</section>
<?php
```

Le menu (A12) est créé en fonction des produits appelés par la catégorie (client ou ensemble de produits).

A chaque "li" est associée une "data" correspondant à l'ID de la catégorie. Cela permet de l'associer ensuite au clic via le jQuery.

4. CRÉATION DE LA BASE DE DONNÉE

La base de données et surtout son référencement dans les textes et pour les images doivent correspondre au plus proche des critères SEO de Google.

Textes

- **Mots-clés** : son utilisation doit être itérative et surtout sensée
- **Contenu** : il doit être riche, avec des phrases courtes et traitant d'un même sujet
- **Titres** : ils doivent reprendre les mots-clés principaux
- **Balises** : l'utilisation de balises via l'interface WYSIWYG ()
- **Informations contextuelles** : les textes et titres autour d'une photo aident au SEO de celle-ci
- **Doublons** : il faut éviter les contenus répétitifs voire doublés

Images

- **Nom du fichier** : il doit être descriptif avec des mots-clé par ordre d'importance
- **L'attribut Alt** : il est important pour l'accessibilité (description avec une phrase contenant les mots-clé)
- **Légende de l'image** : elle est disponible au survol et aide au SEO
- Engagement et **popularité de l'image** : l'image apparaît sur plusieurs pages -> cela augmente sa popularité (pas de problème de doublon).
- **Taille de l'image** : elle doit être optimisé pour le chargement (500x375 ajouter au format de base de WP).
- **Sitemaps** d'images : on peut ajouter un plugin "All in one SEO pack" qui permet de créer un site-maps-image sous WP.

La base de données sera ensuite rentrée par les commerciaux de l'entreprise une fois qu'elle aura été mise à jour totalement par le web-master. Je leur ai créé **un compte utilisateur limité** et il leur sera fourni une fiche d'exemple. Les informations misent pour les tests (suivants) sont fictives.

CATÉGORIE DE PRODUIT

Nom: Les totems

Slug: totem

Parent Catégorie: Nos signalétiques

Description: Le totem publicitaire, ou totem signalétique, est un excellent outil pour mettre en avant un produit, un point de vente, une marque, un service ou un événement.

Yoast SEO: Besoin d'aide ? Passer à la version Premium

Types de totem de pub: La description n'est pas très utilisée par défaut, dépendant de plus en plus de thèmes

Yoast SEO: Besoin d'aide ? Passer à la version Premium

Aperçu de l'extrait: Aperçu de l'extrait

Image mise en avant: Cliquer sur l'image pour la modifier ou la mettre à jour.

Je prendrai l'exemple ici de la **création d'une catégorie de produits "les totems"** et d'un **produit de cette catégorie "le totem en PVC polyuréthane"**. La démarche est la même pour les clients (santé, artisans ...) et les ensembles de produits (enseigne, signalétique et marquage).

PRODUIT

Totem en PVC polyuréthane

Publier: Ensembles, Clients, Catégories

Produit: Totem de l'office notarial d'Hazebrouck

Hauteur: 150 cm ;
Largeur: 55 cm ;
Composition: Composé de PVC Polyuréthane expansé.
Avantage: Forte résistance aux intempéries.

Yoast SEO: Besoin d'aide ? Passer à la version Premium

Image mise en avant: Cliquer sur l'image pour la modifier ou la mettre à jour.

Titre précis car visible

Catégories auxquelles le produit appartient

Descriptif du produit en WYSIWYG pour améliorer le référencement et donner de l'information aux clients

Possibilité de définir des mots-clés et un texte pour la recherche google via Yoast

Image du produit où l'on doit compléter l'ensemble des informations en répondant au mieux aux critères SEO

Le résultat

La base de données n'étant pas active à ce jour, **le résultat n'est visible que sur les pages template** que j'ai créées afin de n'avoir qu'à changer le shortcode et le titre de la page.

- www.addpub.fr/template-page-client/
- www.addpub.fr/template-page-ensemble/
- www.addpub.fr/template-page-produit/

CLIENT



ENSEMBLE



PRODUIT



Problèmes rencontrés :

- L'**existence d'un langage PHP propre à Wordpress** mais il existe une forte communauté WP, très active, qui sait répondre aux questions (et il y a les amis aussi).
- La **mise en forme responsive du slider** ainsi que quelques soucis de configuration (annulation du clic sur la photo) m'ont contraint à utiliser des alternatives (clique sur le titre par exemple).

ÉTUDE DE CAS N°2



La demande

Faire une page web promotionnelle de la future activité développée par ADD pub : ADD-com.

Ils veulent que cette nouvelle activité se démarque de la première et reste pour le moment un projet latéral en test (à voir avec les commerciaux). J'ai "**quartier libre**" pour la **création** car ils n'ont pas d'idées pré-conçues. Ma tutrice de stage, Lucie, me laisse le choix de mon axe de travail.

L'analyse

Comme point de départ, j'ai juste la **fiche de présentation** (B1) faite par Lucie dans laquelle je vois :

- un code couleur dans les **tons bleu**
- des icônes un peu "**flat design**"
- du texte derrière des **bandeaux colorés**
- 3 offres sous forme de packs représentés par des **couleurs différentes**.

2 packs sont 100% print (logo et logo+), le dernier est web. Je propose de changer de ce fait le nom initialement prévu "ADD web" en "**ADD com**" car accès plutôt vers la **communication visuelle** (il sera choisi ADD-com car le nom de domaine ADDcom était déjà pris).



Les solutions

Je vais partir sur un site "**One Page**" puisque c'est ce que l'on cherche à vendre. Ce site va traiter de l'importance de l'identité visuelle pour une société quelque soit la taille de celle-ci.

Comme c'est un "**One page**", je vais "scénariser" le discours en définissant d'abord l'identité visuelle puis en décrivant les méthodes utilisées par ADD-com pour valoriser l'identité visuelle du client pour finir par décrire les différents produits disponibles.

La méthode

1. Il va me falloir **définir quelle est la cible principale** (et en sortir le persona) intéressée par ces services.
2. Faire de la veille concurrentielle et **rédiger un contenu pertinent** entre l'activité proposée et la cible concernée.
3. Réfléchir à la structure de ma page (**zoning**) et confectionner la maquette graphique (**wireframe**).
4. **Coder la maquette** dans le langage approprié et animer celle-ci pour donner du dynamisme à la page.

Chacune de ces étapes demandera validation auprès de la graphiste, Lucie, en charge de ce projet à l'origine.



Outils



La mise en œuvre

Il faut dans un premier temps trouver la cible que cette activité pourrait intéresser.

Le marché des agences de communication qui proposent les mêmes services est très concurrentiel. Ces agences présentent un savoir-faire et une qualité de service (via une approche pluri-disciplinaire) qu'il est compliqué d'égalier. Il nous faut **trouver une cible différente** de la leur.

Je vais donc me concentrer sur le type de clientèle que possède déjà "ADD pub" ; c'est-à-dire des acteurs locaux qui cherchent à communiquer sur du support print et plus particulièrement sur **les nouveaux acteurs locaux**.

1. QUEL EST LE PERSONA ?



FOUCHIGNEUX Alexandre
34 ans, marié, 1 enfant.
Commis de cuisine.
CSP: classe moyenne.
aime: le sport, la bonne
nourriture et sa famille.

Alexandre F. est **nouveau commerçant** de la commune de Morbecque (à 10 min d'Hazebrouck). Ancien commis de cuisine, il va ouvrir son premier restaurant dans l'année. Il a une vie de famille bien remplie et trop peu de temps à leur consacrer.

Il commence à démarcher pour estimer le coût qu'occasionnerait sa communication. Il **visite le site "ADD pub"** puisqu'il aura besoin d'une devanture et peut-être d'une enseigne. Il connaît le nom de son restaurant mais **n'a pas de compétence pour dessiner un logo** et encore moins toute la communication qui en réfère.

L'identité visuelle, il ne sait pas ce que c'est, bien qu'il y soit assujetti au quotidien. Lors de sa visite sur addpub.fr, il voit que ce type de service est proposé. Il clique pour arriver sur le site "ADD-com", découvre ce qu'englobe l'identité visuelle et se dit qu'il sera **plus simple de ne dialoguer qu'avec un seul prestataire** plutôt que multiplier les services (il pourra peut-être même négocier un prix).

2. RÉDACTION DU CONTENU

Le message doit être **centré sur le client** (B2)

Quand je parle de l'identité visuelle, j'axe mon propos sur ce que cette communication **apporte à sa marque ou à sa société** (B3).

Quand je parle des méthodes utilisées par ADD-com, je le mets au centre de l'attention (B4) pour que **le client puisse se sentir investi dans la réalisation de son projet** (B5) et que ce dernier soit au plus près de ses attentes et de sa personnalité (ou de celle de sa marque).



3. MAQUETTAGE GRAPHIQUE

ZONING

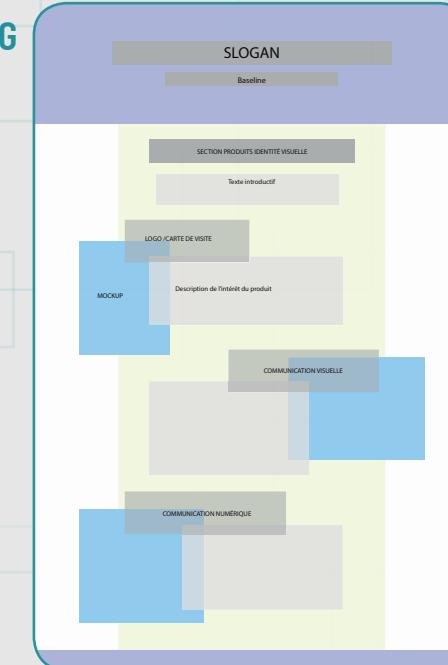


PLANCHE TENDANCE

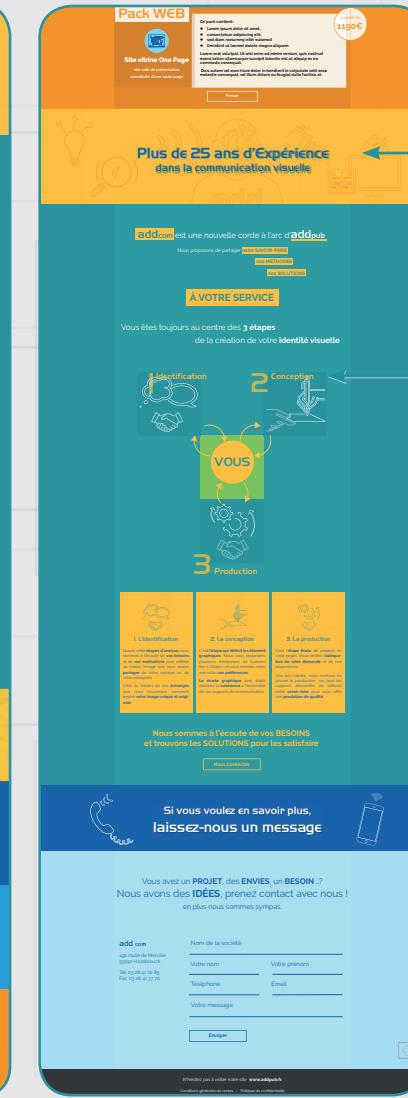


WIREFRAME

Travail des arrière-plans sur Photoshop



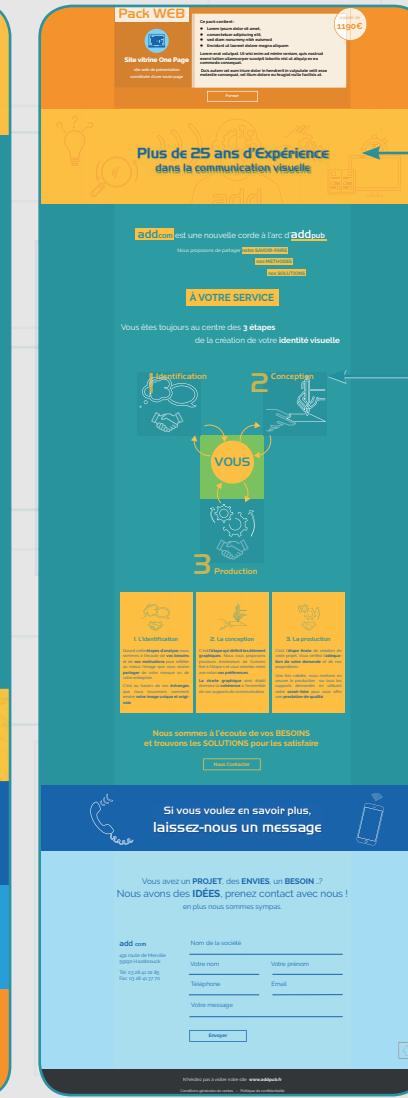
Création de logos fictifs et de mockups



Création de mockups sur Photoshop



Modification et création d'icônes à partir d'un exemple



Création des icônes

Création des icônes et animations.

4. INTÉGRATION DE LA MAQUETTE

Je vais vous épargner les :

- ◎ 780 lignes de codes **HTML**
- ◎ 1957 lignes de **CSS** dont 490 de **responsive**
- ◎ 146 lignes de **jQuery**

puisque vous pouvez les consulter en examinant l'élément sur la page du site à l'adresse :

www.addpub.fr/add-com

L'ANIMATION

Afin d'**animer le site** j'ai utilisé un **script jQuery** qui se nomme Wow ainsi que le fichier *animate.css* pour les animations au scroll de la page.

Pour les **animations du schéma**, je les ai codé directement en **CSS**.

Je fais se mouvoir les icônes que j'ai créées en les divisant en plusieurs fichiers SVG superposés.

Le **menu sticky** a été codé par mes soins en **jQuery** à partir d'infos récoltées sur les sites dédiés.

L'EXPÉRIENCE UTILISATEUR

Une fois le site codé, je l'ai fait tester à **deux utilisateurs lambda**.

Cela m'a conduit à deux modifications :

- ◎ j'ai **changé l'ordre narratif** (visible sur le wireframe) pour finir par les produits comme dit précédemment.
- ◎ j'ai **mis les logos d'ADD pub** plutôt que le nom car pour les utilisateurs cela est plus percutant du point de vue associatif.

Le résultat

Ce site "One page" a été très apprécié par Bénédicte et Emmanuel F. Il semble répondre à leurs attentes. Certaines parties comme le contenu détaillé des offres restent pour le moment en "Lorem ipsum" car ce dernier n'était pas totalement défini à la fin de mon stage. Je laisse le soin à Lucie de compléter cette partie ultérieurement.

Problèmes rencontrés :

- ◎ J'ai eu quelques difficultés à **coder le menu sticky**, particulièrement l'activation des onglets selon la position du scroll car j'avais activé mes IDs au niveau de la section et non du header de la section. Pour le menu, j'ai dû laisser une marge haute au header pour ne pas dissimuler une partie du titre.
- ◎ **Le temps a été "calculé" au plus juste**, je pensais que mes 5 derniers jours seraient suffisants. Cependant, ayant rajouté beaucoup d'animations (nécessaires à un One Page), il m'a fallu y passer quelques nuits et un week-end supplémentaire pour finir dans les temps.



ÉTUDE DE CAS N°3

La demande

Rédigez un e-mailing pour BoxProtec concernant la promotion d'un nouveau produit : "un obstacle culbutant personnalisable"

L'analyse

J'ai à ma disposition **deux photos** (C1/C2) qui montrent l'obstacle dans les deux positions qu'il peut prendre.

Je me renseigne des points forts de cet article auprès d'Emmanuel F. Il en ressort trois points forts :

- ◎ le côté modulable d'abord (et personnalisable de plus)
- ◎ le côté sécurité pour l'animal du fait de la bascule
- ◎ le côté éducatif par la possibilité d'associer des couleurs et/ou des formes dans le panneau

Lucie me fournit **le logo, la signature des anciens e-mailings et un exemple de ceux-ci** (C3).



Les solutions

Je vais utiliser Atom et le **langage MJML** pour coder le mail d'autant qu'il sera envoyé via **mailjet** (les créateurs de ce langage open source).

Auparavant, je vais **faire une maquette sur Illustrator** (ADD pub n'a que 2 licences pour photoshop et les graphistes avaient besoin de l'utiliser à ce moment-là) afin de pouvoir valider ma proposition avant l'encodage.

La méthode

1. Avoir une idée générale du **zoning** pour placer les éléments importants que sont les produits à mettre en avant.
2. Réfléchir sur **l'organisation et le contenu des textes** pour faire ressortir au mieux l'information déclencheuse de l'action d'achat ou de contact sur le site.
3. Se reporter **au plus près de la charte graphique** de BoxProtec concernant les couleurs, les polices de caractères et la disposition des éléments ou encore la voix.

Outils



La mise en œuvre

La plus longue période de la mise en œuvre aura sûrement été **l'écriture des textes**.

Une fois ceux-ci écrits, la **mise en place de la maquette (C4)** en échiquier (une image / un texte ; un texte / une image) reste classique et ne demande pas une grande habileté au niveau d'illustrator.

Le **code MJML (C5)** quant à lui est assez simple d'utilisation car très proche du HTML et du CSS à la différence que l'on doit tout rédiger dans le même document ce qui allonge légèrement le travail (en tout cas pour le CSS) mais ça reste toujours plus pratique que de coder avec des tableaux.

Le résultat

Vous pouvez voir ci-après la maquette Illustrator (C4), ainsi qu'une partie du code MJML (C5) et du résultat que cela donne sur un navigateur internet (C6).

Problèmes rencontrés :

- Aucun

MAQUETTE GRAPHIQUE (C4)



CODE MJML (C5)

```
<mj-head>
  <mj-attributes>
    <mj-text align="left" color="#555" line-height="150%" padding="0" />
    <mj-section background-color="#fff" />
  </mj-attributes>

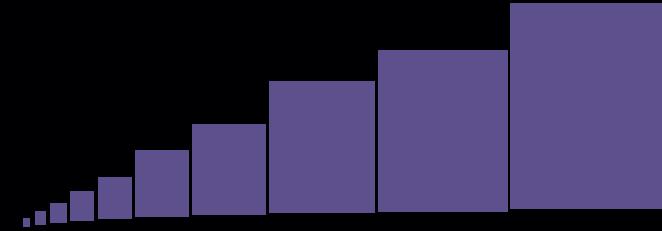
  <mj-style inline="inline">.link-nostyle { color: inherit}</mj-style>
</mj-head>

<mj-body background-color="#eee">
  <mj-section padding-bottom="0">
    <mj-column>
      <mj-image width="390px"
src="https://www.boxprotec.fr/pub/media/logo/websites/1/Logo-boxprotec-optime.png" href="https://www.boxprotec.fr"/></mj-image>
      <mj-text font-size="25px" color="#1c205c" align="center" padding-bottom="30px">
        Tenture et signalétique d'écurie
      </mj-text>
    </mj-column>
  </mj-section>
  <mj-section width="100%" height="190px" background-color="#1c205c">
    <mj-text font-size="30px" color="white" align="center">
      - NOUVEAUTÉ -
    </mj-text>
  </mj-section>
  <mj-section>
    <mj-column width="100%">
      <mj-text line-height="15px" align="left" padding="0 20px 0 20px">
        Bonjour,<br/><br/>
        L'équipe <strong>Boxprotec</strong> vous présente un nouvel
        obstacle pour chevaux :
      </mj-text>
      <mj-text font-size="20px" color="#1c205c" align="center" padding="20px">
        UN OBSTACLE CULBUTANT
        PERSONNALISABLE</strong>
      </mj-text>
      <mj-text align="left" padding="0 20px 0 20px">
        Ce soubassement est <strong>pratique</strong> et <strong>facile
        d'utilisation</strong>. Il bascule lorsque le cheval touche
        l'obstacle permettant ainsi d'<strong>éviter les chutes et les blessures</strong>
      </mj-text>
    </mj-column>
  </mj-section>
</mj-body>
```

RENDU HTML (C6)



COMMENT finirais-je ?



Quel bilan tirer après "9 mois de gestation" ?

J'arrive à la fin de ma formation chez Amigraf, à la fin de ce rapport de stage chez Add pub et au tournant d'une nouvelle vie qui commence.

J'ai découvert bon nombre de choses durant ces 9 derniers mois, sur moi et sur le métier.

MOI

◎ Je me suis découvert encore capable d'ingurgiter **une quantité phénoménale d'informations** et réussir à les assimiler et les restituer dans de bonnes proportions.

◎ Je me suis découvert **travailleur et très motivé**, à passer des soirées et des week-ends entiers à écrire des lignes de code que j'effaçais ensuite après avoir trouver, au cours de mes pérégrinations numériques, plus simple ou plus efficace pour le faire.

◎ Je me suis découvert **non-connecté**. Pas de twitter, d'instagram, de pinterest ou de compte linkedin ; pas d'utilisation d'internet sur mon Iphone 4 (proche de l'apoplexie à la première recherche google) ; pas de blogs, de chaîne youtube, de story ou autres sources de partage ; mais surtout pas les références et les codes de tout cela.

LE MÉTIER

◎ J'ai découvert un **métier pluridisciplinaire** qui ne fait pas appel qu'à une approche créative et une pincée de compétence informatique mais à bien plus de compétences. Du marketing à la psychologie, de la rédaction à la législation, de l'artistique à l'informatique, autant de domaines où l'on n'a jamais fini d'apprendre.

◎ J'ai découvert **les méandres du code et la subtilité de ses langages**. J'ai aimé à comprendre leur logique propre et le plaisir de voir l'exécution de sa rédaction (quand ça fonctionne bien évidemment parce que des fois ... il manque un point-virgule !).

◎ J'ai découvert **l'enfer du SEO** ! Essayer de convaincre Google que mon site est mieux que les autres car j'ai des beaux mots clés en `` et que j'ai mis plein de "alt" à mes images n'aura pas été la plus belle découverte de ces neuf mois.

Quelles perspectives pour l'avenir?

A défaut de certitudes, je parlerai d'envies car la pratique du métier m'apportera de nouvelles découvertes et l'idée du jour ne sera peut-être plus celle de demain.

Je compte **m'orienter plus vers le développement que vers le design** et le graphisme. Je me sens plus à l'aise et performant dans le développement et surtout, je m'amuse beaucoup plus.

Aussi, à ce jour, j'aimerais **intégrer une entreprise** où je pourrais parfaire mes connaissances en code et apprendre de nouveaux langages (j'ai pour objectif Reac et Python au cours de l'année prochaine). J'aurais potentiellement des pistes mais "*ne vendons pas la charue avant les bœufs*".

Sur le long terme, et selon mon expérience du moment, j'aimerais soit me tourner vers la formation soit devenir chef de projet car je pense que l'application des connaissances aura vite raison de ma soif d'apprendre mais pas de celle de **relever de nouveaux défis**.



Mes sincères salutations

Je tiens tout d'abord à remercier toutes les personnes qui ont lu ce rapport jusqu'ici et même celles qui n'auraient lu que ces remerciements d'ailleurs.

Je ne vais pas faire une liste exhaustive mais je tiens à remercier tout particulièrement et très chaleureusement **Audrey L., Fabien C. et Gaetan C.** pour leur disponibilité à toute épreuve ainsi que leur capacité à transmettre leur savoir avec aisance et bonne humeur.

Je remercie, **Lucie, Bénédicte et Emmanuel** de m'avoir accepter en stage pendant ces 5 semaines. J'ai été ravi de travailler avec eux et j'espère leur avoir rendu la pareille.

Je remercie tous **les intervenants d'Amigraf** (même ceux des réseaux sociaux et autre module de droit) pour leur partage de connaissances.

Je remercie **la commission paritaire du FONGECIF** qui a validé mon financement.

Je remercie **tous mes amis** qui ont entendu mon message et ont arrêté de me solliciter pour aller boire des bières en terrasse.

Je ne remercie pas la canicule qui fait chauffer les PC et les neurones, la connexion internet d'ADD pub qui apprend la patience quand on travaille sur Wordpress, le bouton "mettre à jour" de Wordpress, la machine à "café" d'Amigraf qui donne un "café" quand ça lui convient et pour finir, la personne qui a développé le finder d'Apple !

Pour conclure, je remercie très affectueusement celle qui partage ma vie, **Camille**, pour sa patience et sa sollicitude pendant "ma gestation", j'espère être capable d'autant pendant la sienne.