

Office de tourisme **Seignosse**

OLIVIER BOUCHEAU

VANESSA GRANSAGNE



L'équipe



Olivier Boucheau
CHEF DE PROJET

Responsable du projet.
Réalise le cahier des charges fonctionnel.



Vanessa Gransagne
DIRECTRICE ARTISTIQUE

Responsable
de l'aspect visuel & artistique
du projet.

Sommaire

1. Rappel du brief

2. Contexte & enjeux

- > Contexte
- > Cible
- > Benchmark
- > SWOT
- > Analyse du site internet existant
- > Enjeux

3. UX Design

- > Arborescence
- > Personas, parcours utilisateurs
- > Wireframes

4. Crédit & conception

- > Mood-board
- > Charte graphique
- > Templates

5. Technique

6. Acquisition

- > SEO
- > SMO

7. Planning & Budget

8. Annexes

1. Rappel du brief



- optimiser son site
- version dédiée mobile
- moderniser sa communication
- dépoussiérer son image
- rivaliser techniquement avec les villes mitoyennes

2. Contexte & enjeux

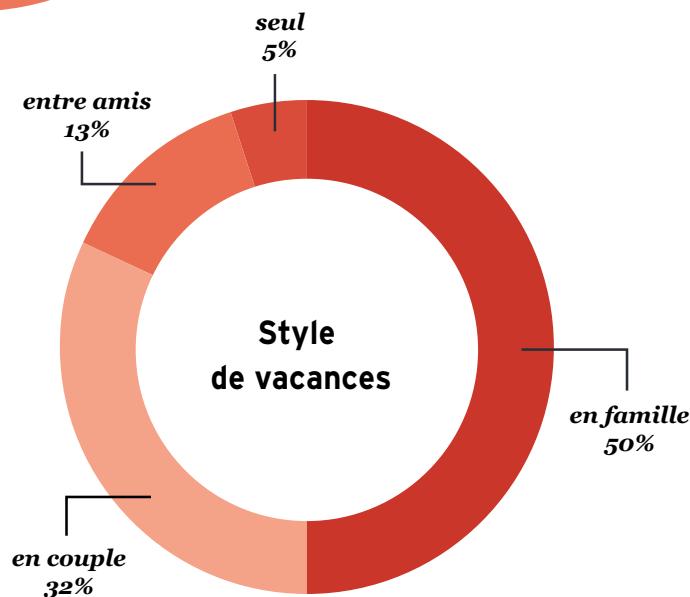
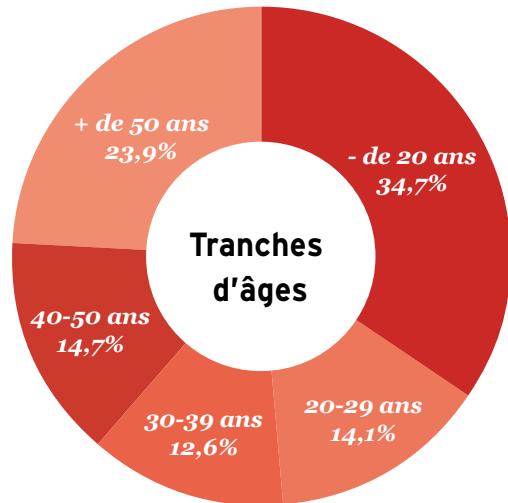
CONTEXTE

→ Présentation de la ville



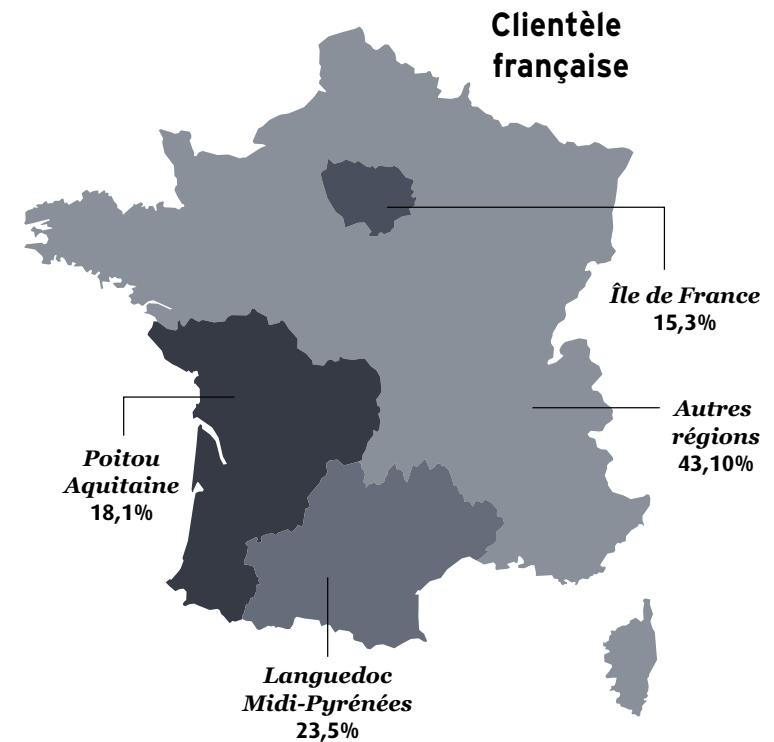
- **Population :**
 - 2 900 habitants en hiver,
 - 40 000 à 50 000 en été ;
- **Superficie :**
 - 3 619 ha dont 2 500 ha de forêt et 6 km de plage ;
- **Bonne couverture réseau 4G, 4G+ et 3G ;**
- **Ville verte :**
 - 2 sites naturels classés (étang noir & étang blanc) ;
 - Protection du littoral et des forêts ;
- **Activités :**
 - Ville prisée par les surfeurs du monde entier, labellisée « ville de surf » ;
 - 20 km de pistes cyclables et des itinéraires protégés de la circulation automobile.
 - Un golf de 70 hectares ;
 - Le plus grand parc aquatique des Landes ;
- **Patrimoine :**
 - Église du 13^e siècle ;
 - Traditions culinaires landaises fortes ;

CIBLE

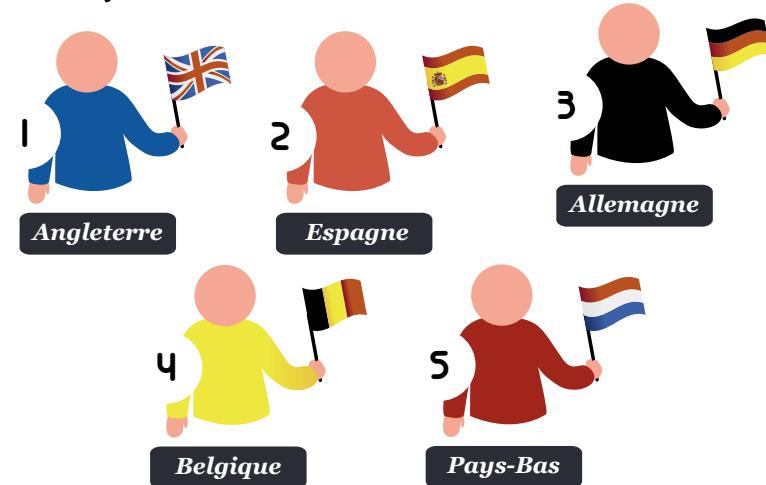


Motivations

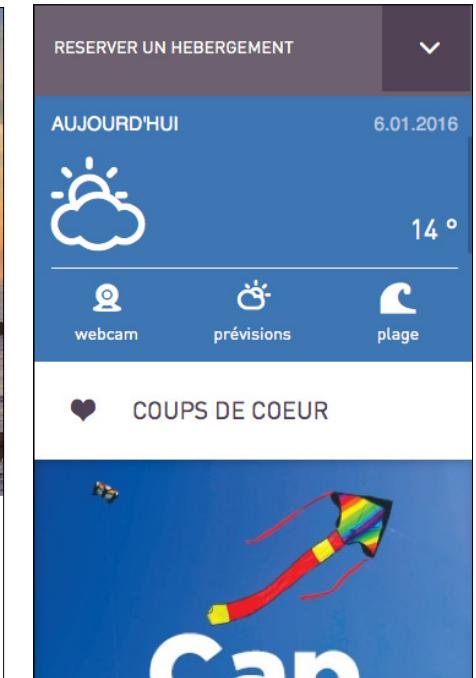
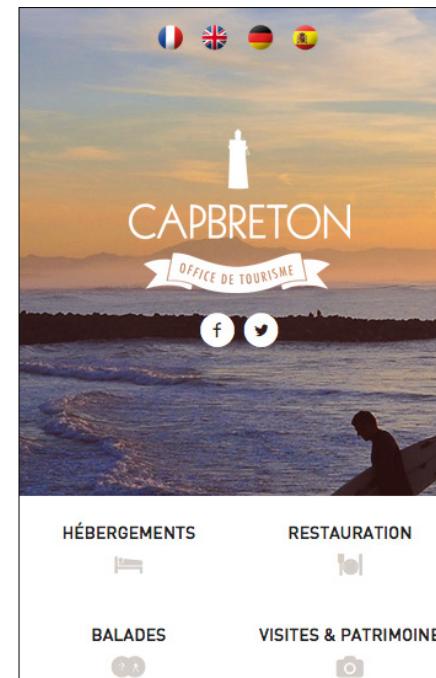
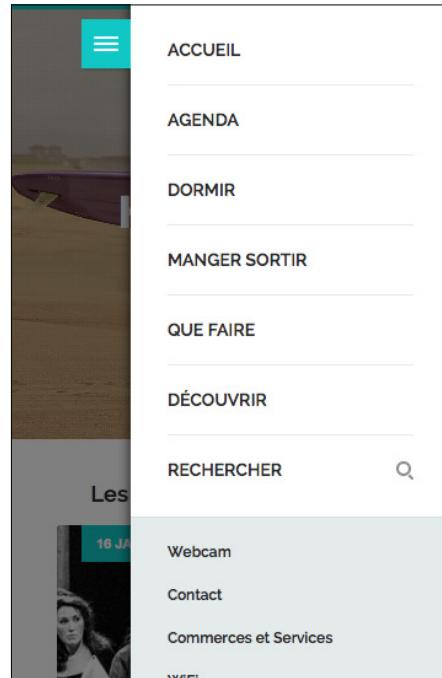
- +++++ Plages & vagues
- ++++ Climat
- +++ Calme
- ++ Activités sportives
- ++ Découverte de la région
- ++ Art de vivre & gastronomie



Clientèle étrangère



BENCHMARK (SITES FRANÇAIS)



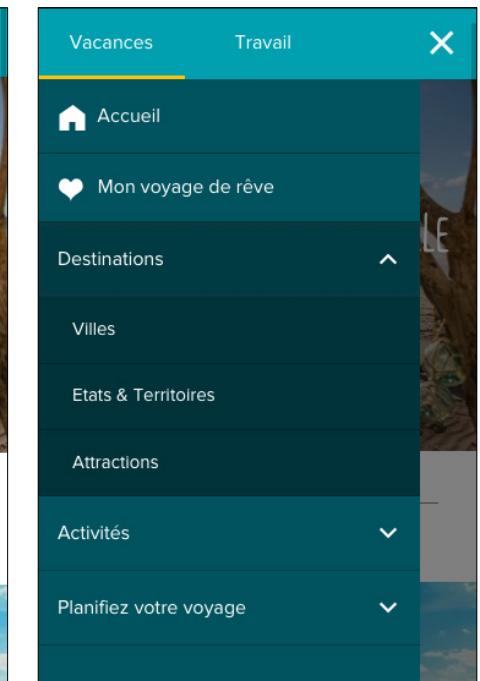
→ Hossegor [Site responsive]

- Accueil vidéo, logo au centre ;
- Hamburger (en haut à droite) ;
- Menu latéral déroulant : simple et précis ;
- Scroll vertical sur chaque page ;
- Pages dynamiques, claires ;
- Photos et vidéos qualitatives.

→ Capbreton [Site responsive]

- Accueil diaporama (photos qualitatives) ;
- Logo et réseaux sociaux au centre ;
- Langues mises en avant par des pictos ;
- Navigation via un menu en bas du diaporama ;
- Scroll vertical sur chaque page ;
- Ouvertures dynamiques.

BENCHMARK (SITES ÉTRANGERS)



Finland [Site responsive]

- Navigation en scroll vertical ;
- Slides sur la Home Page ;
- Images qualitatives sur tout le site ;
- Hamburger (en haut à gauche) ;
- Menu simple avec sous-menus apparents.

Australia [Site responsive]

- Accueil vidéo ;
- Navigation en scroll vertical ;
- Hamburger (en haut à gauche) ;
- Menu latéral épuré.

SWOT

Forces

- > Affluence saison estivale
- > Gastronomie
- > Météo clémante
- > Sports, loisirs & sorties
- > Grand choix hébergement
- > Clientèle internationale
- > Ville verte
- > Compétition internationale de surf
- > Situation géographique privilégiée
- > Pistes cyclables

Faiblesses

- > Saison hivernale calme
- > Offre transport urbain limitée
- > Véhicule indispensable
- > Prix élevés en haute saison
- > Pollution/embouteillages

Opportunités

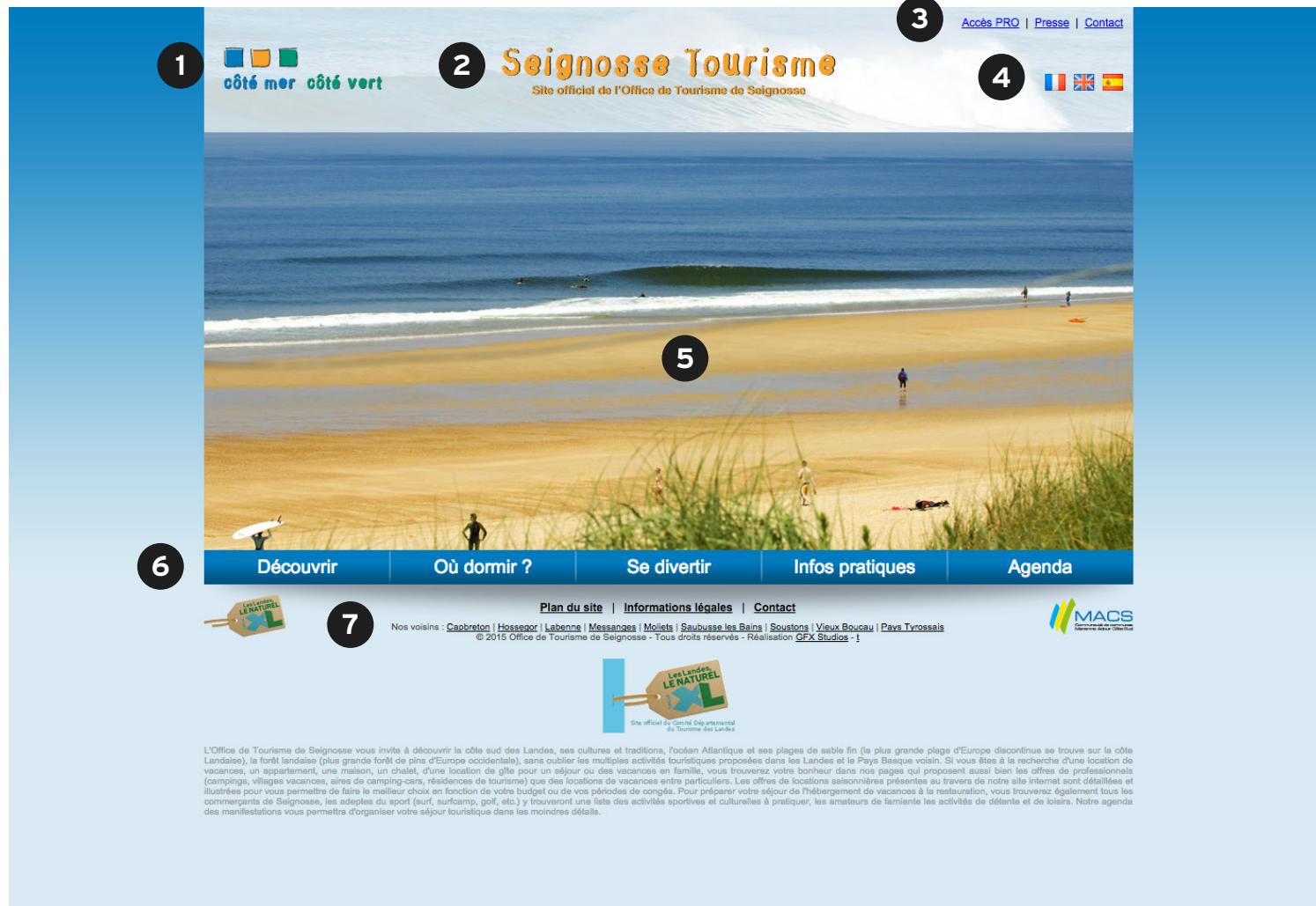
- > Développement des activités culturelles
- > Communauté de communes, partenariat avec les villes voisines

Menaces

- > Les villes concurrentes
- > Ratio écologie/densité de population l'été

ANALYSE DU SITE INTERNET EXISTANT

→ Contenu



- 1 Logo Seignosse ;
- 2 Titre : lien accueil ;
- 3 Pages dédiées :
« presse »
& « accès Pro » ;
- 4 Langues :
anglais, espagnol ;
- 5 Diaporama photo
sur la home page
en Flash ;
- 6 Cinq items
dans la barre
de navigation :
 - « Découvrir »,
 - « Où Dormir ? »,
 - « Se divertir »,
 - « Infos pratiques »,
 - « Agenda »,
- 7 Liens partenaires ;

ANALYSE DU SITE INTERNET EXISTANT

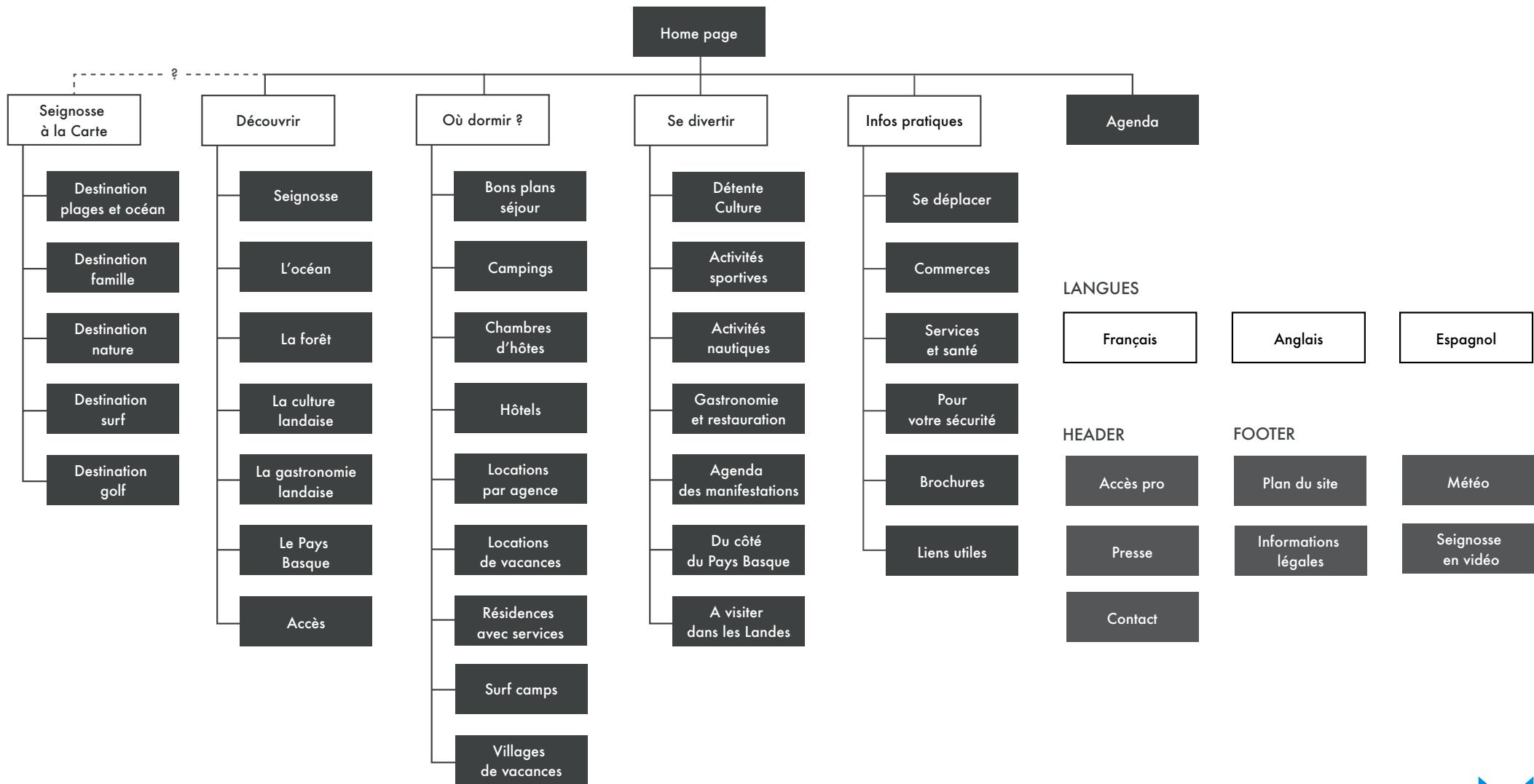
→ Contenu (suite)

The screenshot shows the homepage of the Seignosse Tourism website. At the top left is the logo 'côté mer côté vert'. The top center features the title 'Seignosse Tourisme' and 'Site officiel de l'Office de Tourisme de Seignosse'. Top right are links for 'Accès PRO | Presse | Contact' and language icons for French, English, and Spanish. Below the header is a horizontal menu with five items: 'Découvrir', 'Où dormir ?', 'Se divertir', 'Infos pratiques', and 'Agenda'. A large banner image of a beach is centered above a sidebar labeled 'Seignosse à la Carte' which includes a list of categories like 'Destination plages et océan', 'Destination famille', etc. The main content area has a heading 'A la carte' and a section titled 'Destination plages et océan' with text about the beauty of the beaches and a photo of a beach landscape. To the right is a sidebar with links for 'Météo', 'Agenda', 'Brochures', 'Contact', and social media icons for Facebook, Instagram, YouTube, and others. At the bottom left is a newsletter sign-up form with fields for email and checkboxes for 'Inscription' and 'Déinscription'. Two small images of people playing in the water are shown at the bottom.

- 8 Menu secondaire latéral à gauche ;
- 9 Fil d'ariane ;
- 10 Contenu informatif ;
- 11 Onglets :
 - « météo »,
 - « agenda »
 - « contact »,
 - « brochures »,
 - réseaux sociaux ;
- 12 Champs d'inscription à la newsletter ;

ANALYSE DU SITE INTERNET EXISTANT

→ Arborescence



ANALYSE DU SITE INTERNET EXISTANT

→ Charte graphique

Couleurs

Symbolique des couleurs du site :

- Ocre = le sable,
- Vert = la nature,
- Bleu = la mer.

SEIGNOSSE



côté mer côté vert

Logo

- Toujours l'association des 3 couleurs symboliques.
- Le logo n'est pas cliquable, c'est le titre du site « Seignosse Tourisme » qui permet de revenir vers l'accueil.
- On trouve plusieurs versions du logo sur les différents sites de la ville.

Choix typographiques

- La hiérarchisation des infos mérite d'être améliorée (taille des typos, texte en italique...).
- Le non-respect de certaines conventions en typographie (les textes soulignés = liens) peut être fâcheuse pour l'ergonomie du site.

ENJEUX

Améliorer l'expérience utilisateur

- Simplifier l'arborescence pour proposer plus de confort à l'utilisateur et faciliter sa navigation.
- Supprimer les redondances de pages, de liens, d'items et de contenus.
- Réduire la quantité de contenu, aller vers du qualitatif. Parfois une photo vaut mieux que mille mots.
- Classer les éléments selon leur importance d'après les analyses de données et les études de marché existantes.

Revaloriser l'image de la ville

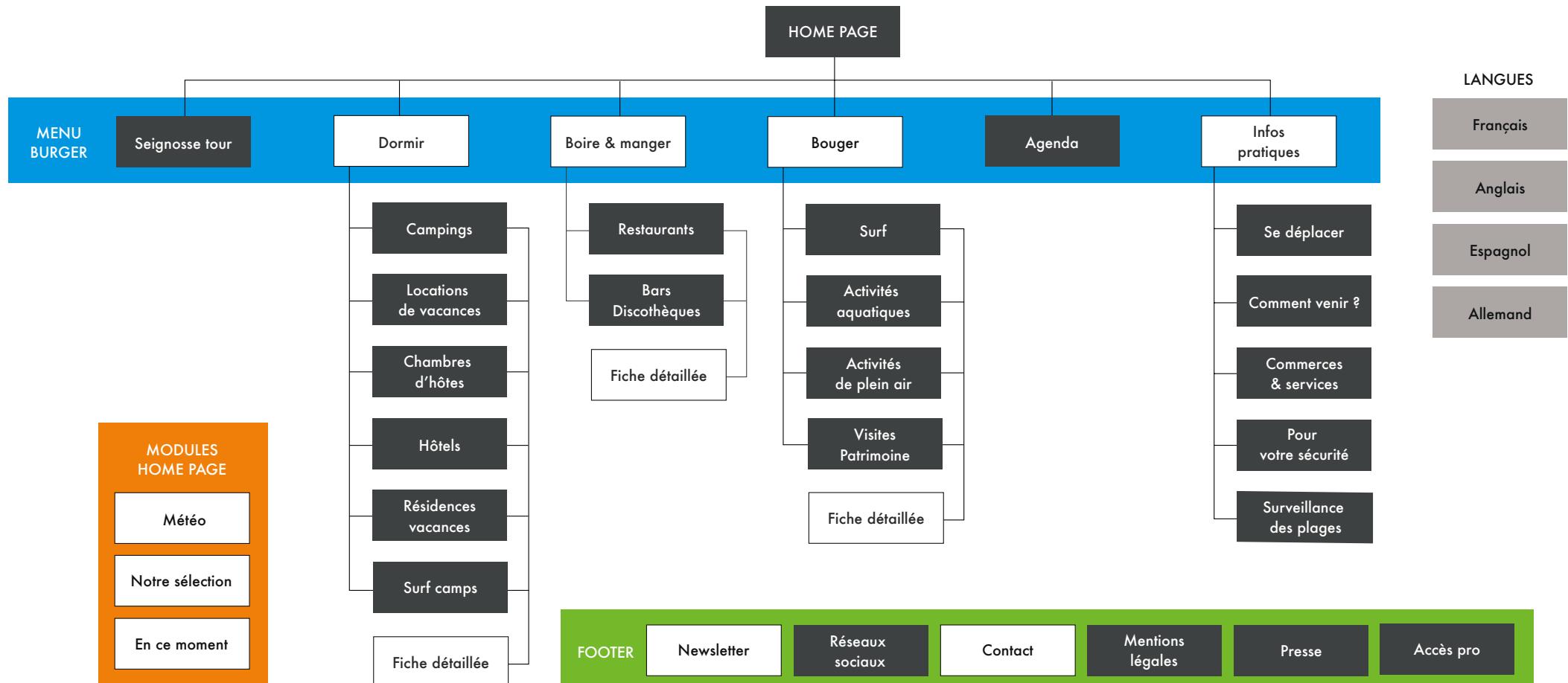
- Immerger l'utilisateur grâce à des photos de qualité.
- La charte graphique sera revue, adaptée et modernisée.

Optimiser la technique et la maintenance

- Création via un CMS : solution plus adaptée à ce budget. Pour les mises à jour, la prise en main par le client lui-même sera plus aisée.
- Dynamiser le contenu.

3. UX Design

ARBORESCENCE

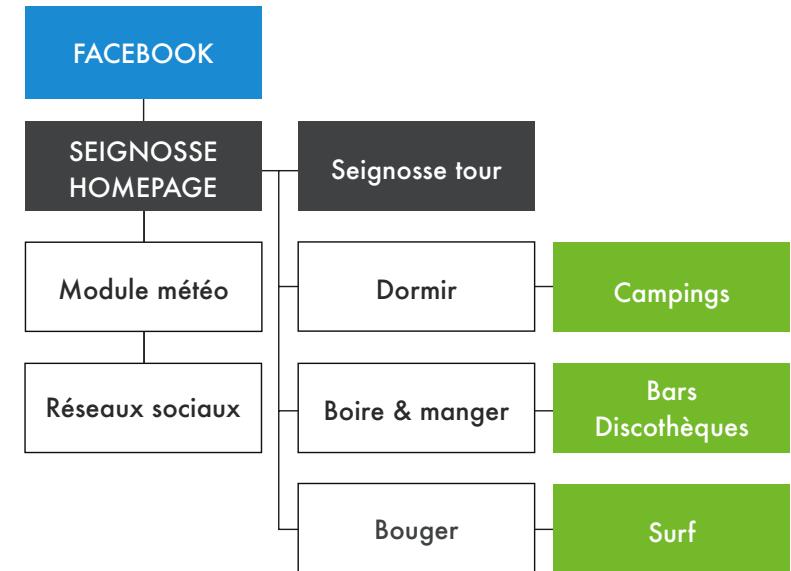


PERSONAS, PARCOURS UTILISATEURS



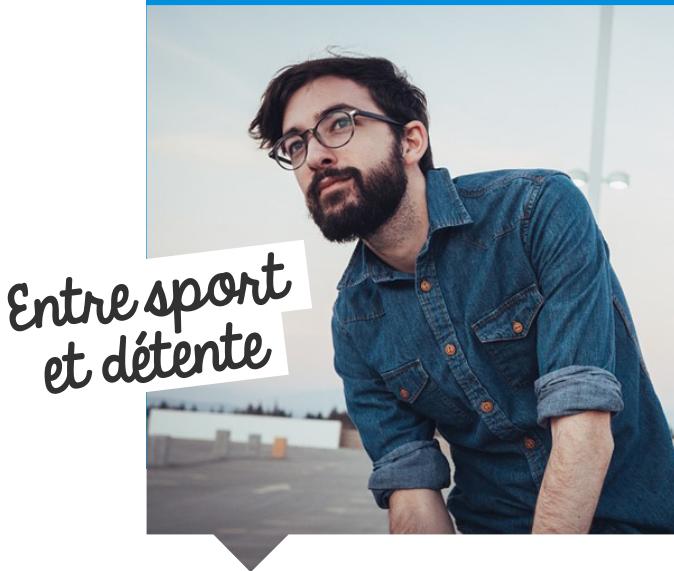
Sarah Hernandez

*20 ans, Toulouse.
Étudiante
en arts plastiques.
Célibataire.
Énergique, sociable,
créative et fétarde*



- **Hébergement privilégié :** camping (tente)
- **Mode de transport :** co-voiturage
- **Style de vacances :** entre amis
- **Que recherche-t-elle :** surf, plage, shopping, sorties (boites, bars...)
- **Habitudes de navigation sur mobile ?** réseaux sociaux, e-mails, recherche de lieux, achats en ligne...
- **Besoins sur le site mobile Seignosse ?** recherches campings, location matériel de surf, adresses pour les sorties, bons plans, partage de contenus sur les réseaux sociaux

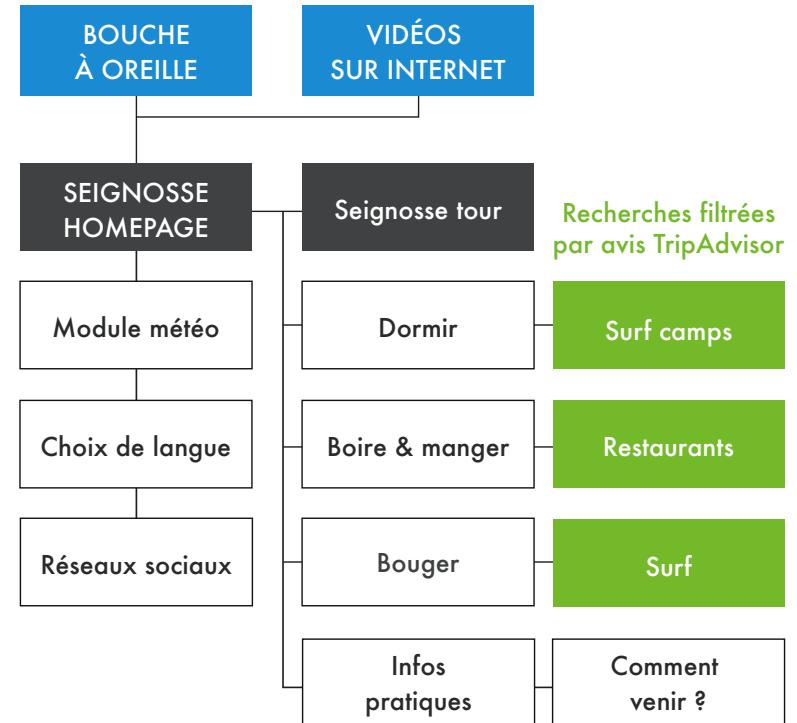
PERSONAS, PARCOURS UTILISATEURS



Alex Green

*35 ans, Londres.
Informaticien.
Divorcé, sans enfants.
Globetrotter, sportif,
touche-à-tout.*

- > Hébergement privilégié : Surf Camp
- > Mode de transport : avion et location de voiture sur place
- > Style de vacances : entre amis
- > Que recherche-t-il : climat, surf, plage, gastronomie, sorties
- > Habitudes de navigation sur mobile ? réservations, achats, réseaux sociaux, emails, compte bancaire...
- > Besoins sur le site mobile ? informations surf, météo (dédiée au surf : vent, marées), surfcamp, restaurants, itinéraire pour rejoindre Seignosse...



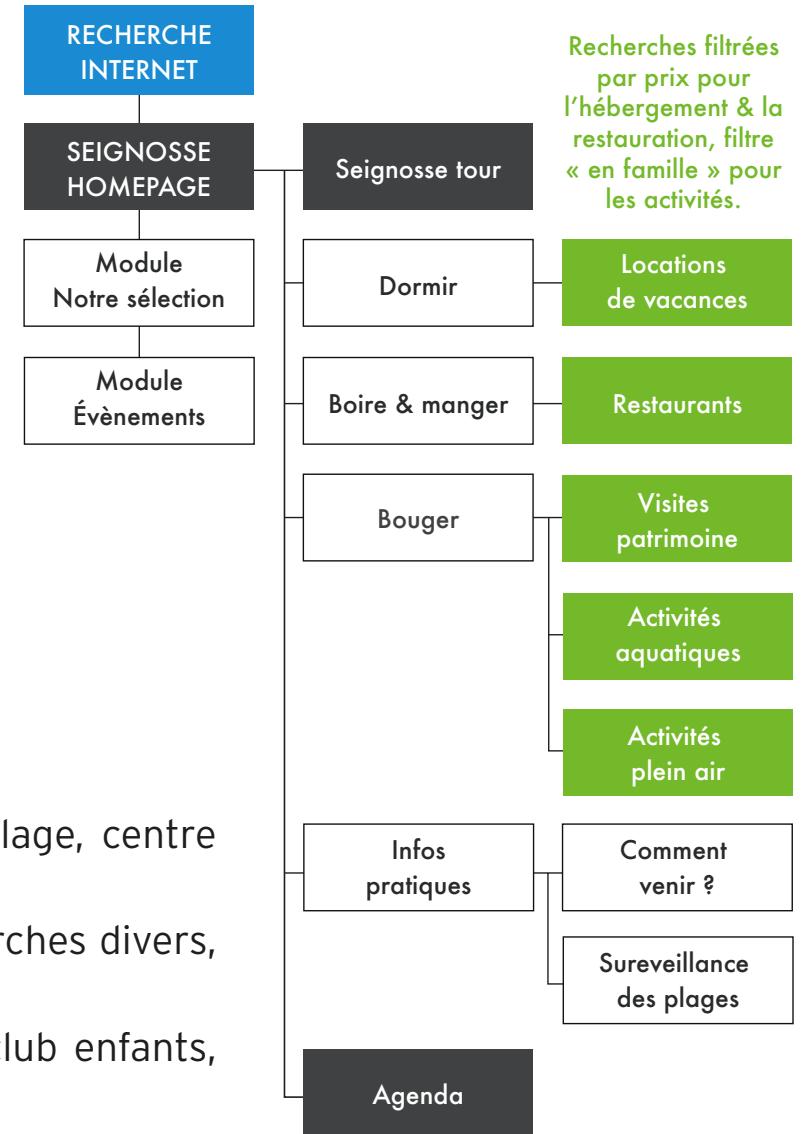
PERSONAS, PARCOURS UTILISATEURS



Thierry Bouloux

*40 ans, Paris.
Chef de projet.
Marié, 2 enfants.
Patient, jovial
et prévoyant.*

- > Hébergement privilégié : Location meublée
- > Mode de transport : voiture personnelle
- > Style de vacances : en famille
- > Que recherche-t-il ? activités en famille, balades à vélo, plage, centre aquatique, visite de la région, gastronomie...
- > Habitudes de navigation sur mobile ? réservations, recherches divers, achats en ligne, emails, compte bancaire...
- > Besoins sur le site mobile ? hébergement, restaurants, club enfants, informations tarifaires parc aquatique, locations vélo...



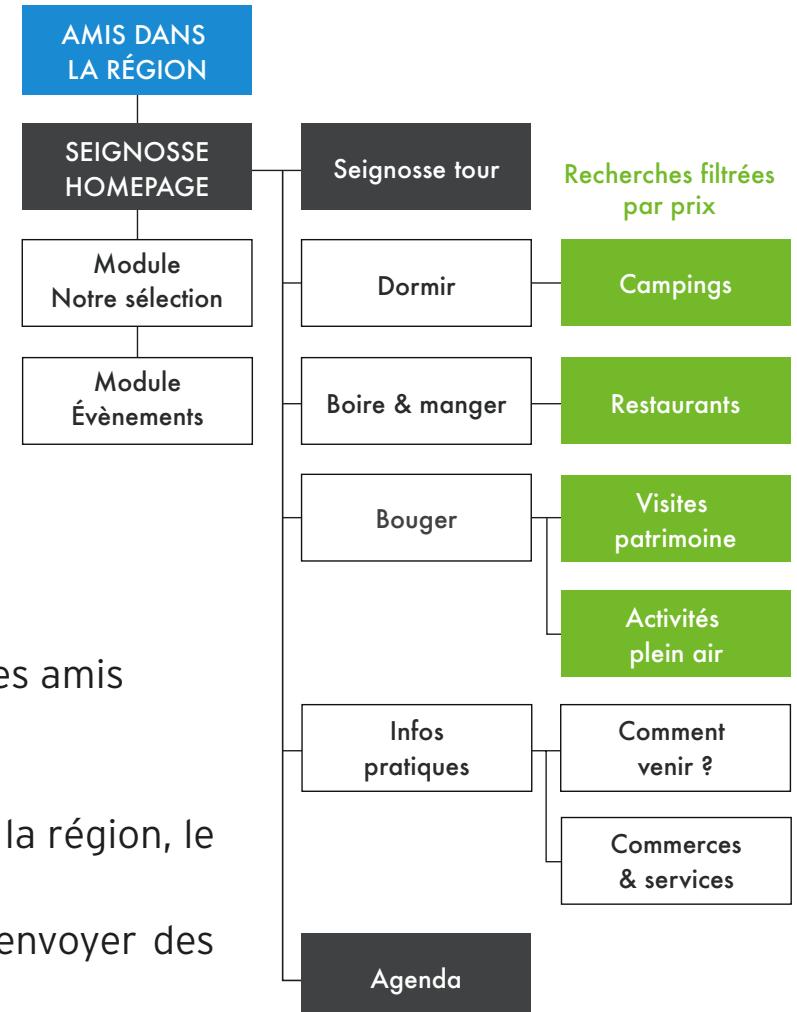
PERSONAS, PARCOURS UTILISATEURS



Véronique Castet

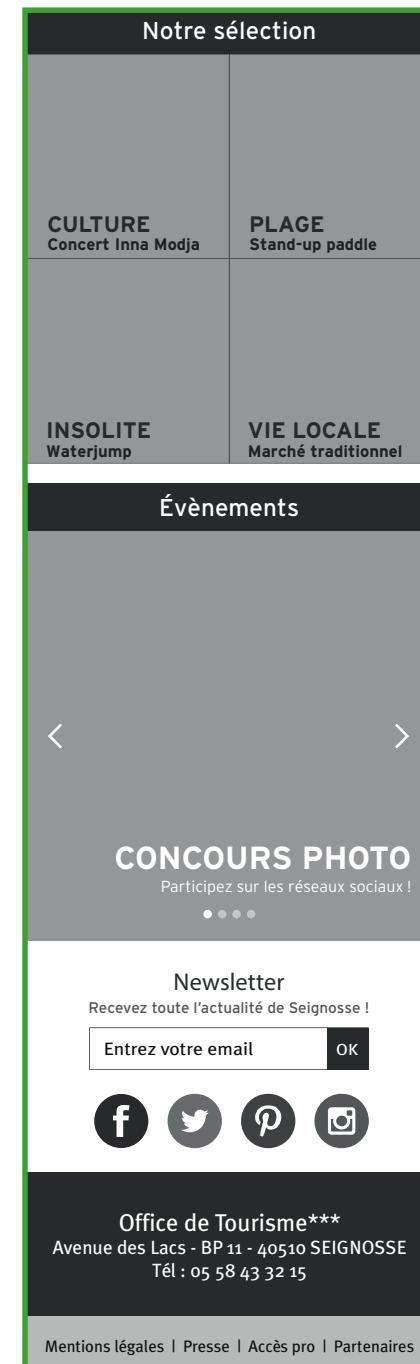
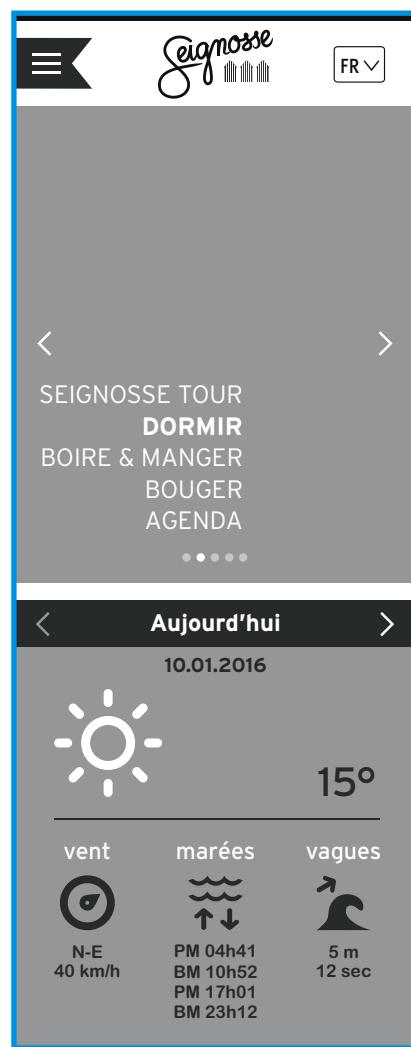
*60 ans, Libourne.
Institutrice
à la retraite.
En couple.
Organisée
et bonne vivante.*

- > Hébergement privilégié : camping (camping-car) ou chez des amis
- > Mode de transport : camping-car
- > Style de vacances : en couple
- > Que recherche-t-il : climat, golf, gastronomie, découverte de la région, le calme, rendre visite à des amis dans la région
- > Habitudes de navigation sur mobile ? elle navigue pour envoyer des emails et faire des recherches diverses
- > Besoins sur le site mobile ? Restaurants, d'infos sur le golf et les visites possibles dans la région.



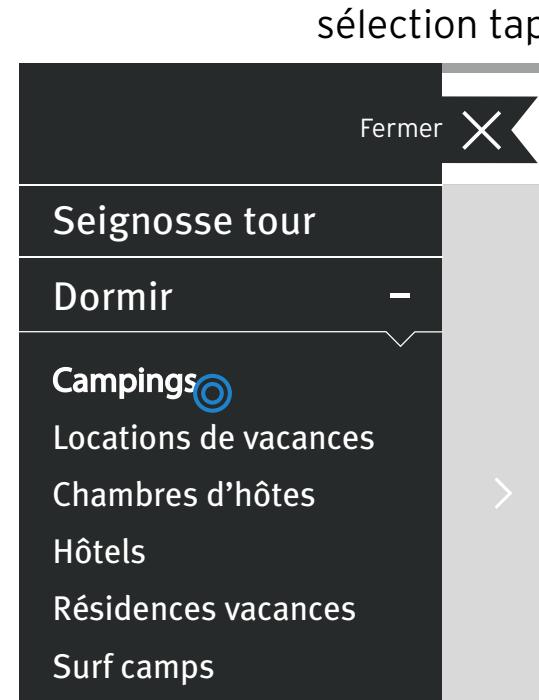
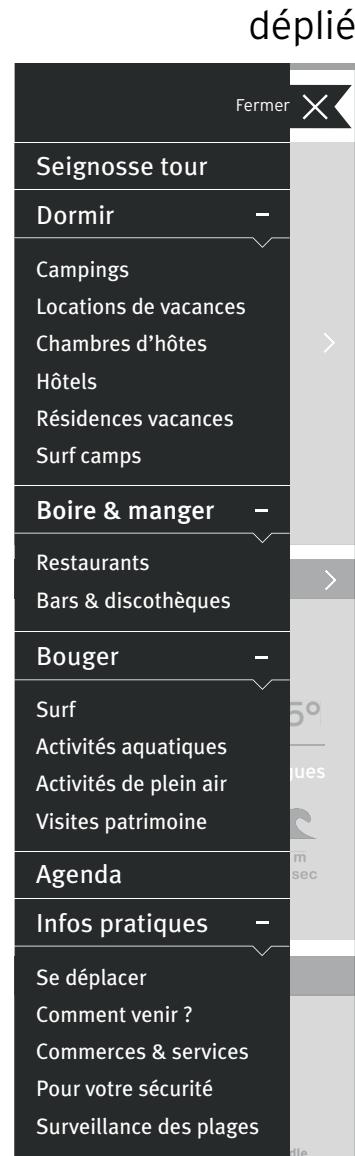
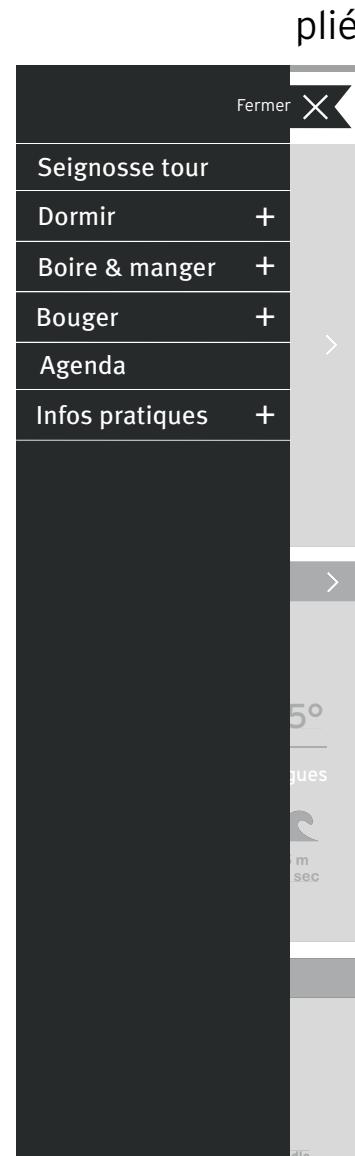
WIREFRAMES

Home page



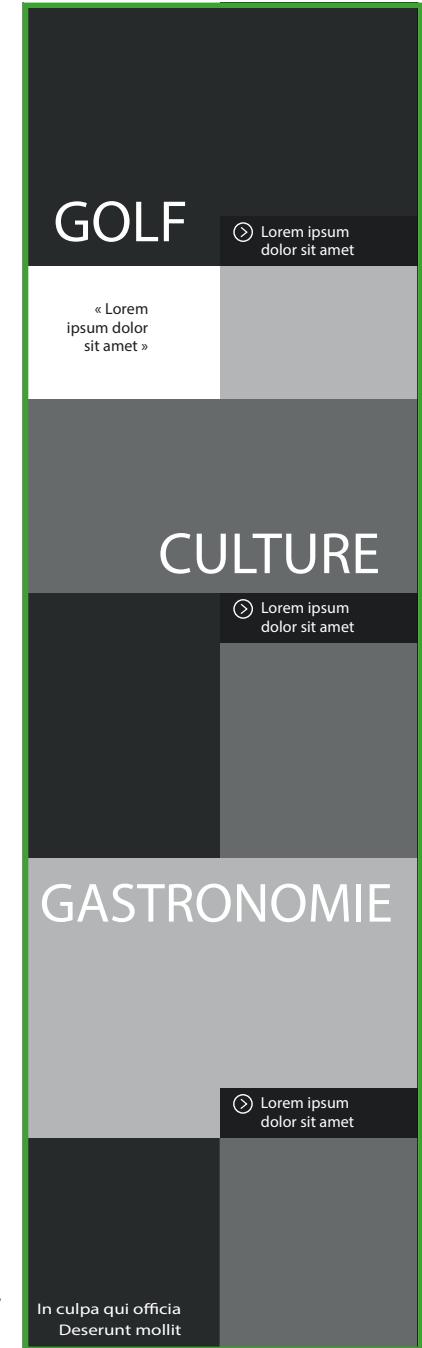
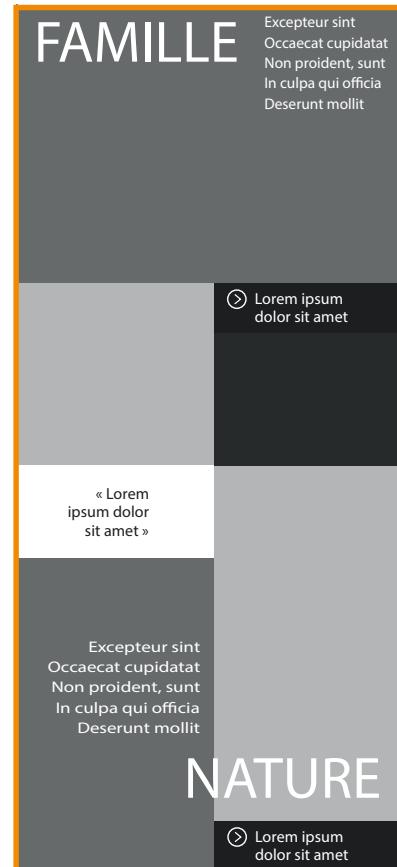
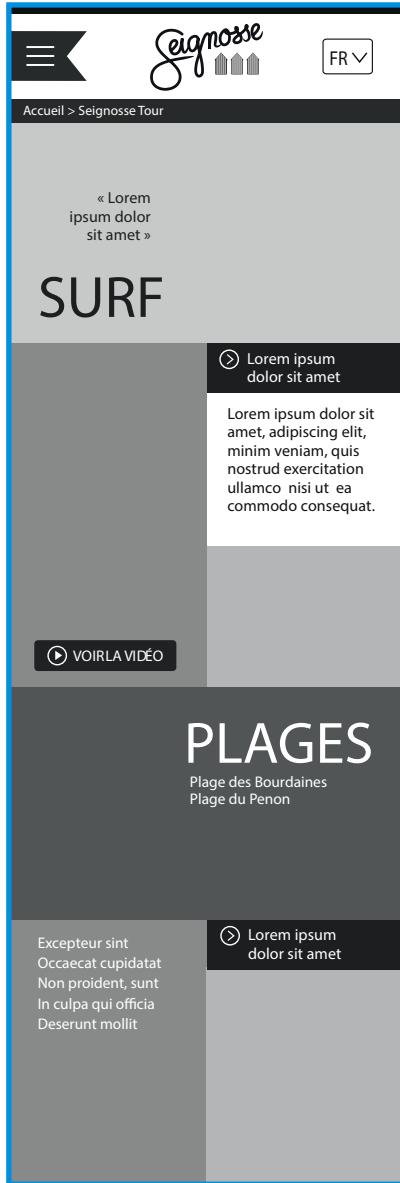
WIREFRAMES

Menu



WIREFRAMES

Seignosse Tour



WIREFRAMES

Page liste

The wireframes illustrate the design evolution of a listing page for campsites. The left wireframe shows a complex layout with multiple cards for different campsite options, each with detailed information, ratings, and a 'Fiche détaillée' button. The right wireframe shows a simplified version where the cards are reduced to a single large placeholder, and the detailed information is moved to a separate 'Fiche détaillée' section below the main list.

Campings

Trouvez un camping ou une aire pour camping-car aux alentours de Seignosse

CAMPING LES CHEVREUILS ****
À partir de 20 €
 Fiche détaillée

CAMPING LES OYATS****
À partir de 20 €/jour
 Fiche détaillée

CAMPING VILLAGE VACANCES LES 2 ETANGS ****
À partir de 44 €/jour
 Fiche détaillée

CAMPING VILLAGE LOISIRS OCÉLIANCES ****
À partir de 500 €/semaine
 Fiche détaillée

CAMPING LA POMME DE PIN ***
À partir de 20 €/jour
 Fiche détaillée

DOMAINE DE LAGRÉOU VACANCES BLEUES
À partir de 20 €/jour
 Fiche détaillée

OCEAN SHELTER
À partir de 350 €/semaine
 Fiche détaillée

CAMPING-CAR PARK
À partir de 8 €/jour
 Fiche détaillée

Newsletter
Recevez toute l'actualité de Seignosse !
Entrez votre email OK

Office de Tourisme***
Avenue des Lacs - BP 11 - 40510 SEIGNOSSE
Tél : 05 58 43 32 15

Mentions légales | Presse | Accès pro | Partenaires

Accueil > Dormir > Campings

Campings

Trouvez un camping ou une aire pour camping-car aux alentours de Seignosse

CAMPING LES CHEVREUILS ****
À partir de 20 €
 Fiche détaillée

CAMPING LES OYATS****
À partir de 20 €/jour
 Fiche détaillée

CAMPING VILLAGE VACANCES LES 2 ETANGS ****
À partir de 44 €/jour
 Fiche détaillée

Situé au coeur de la forêt des Landes, à seulement 1500 m de la plage, nous vous accueillons dans un cadre convivial et familial.

CAMPING VILLAGE LOISIRS OCÉLIANCES ****
À partir de 500 €/semaine
 Fiche détaillée

CAMPING LA POMME DE PIN ***
À partir de 20 €/jour
 Fiche détaillée

DOMAINE DE LAGRÉOU VACANCES BLEUES
À partir de 20 €/jour
 Fiche détaillée

OCEAN SHELTER
À partir de 350 €/semaine
 Fiche détaillée

CAMPING-CAR PARK
À partir de 8 €/jour
 Fiche détaillée

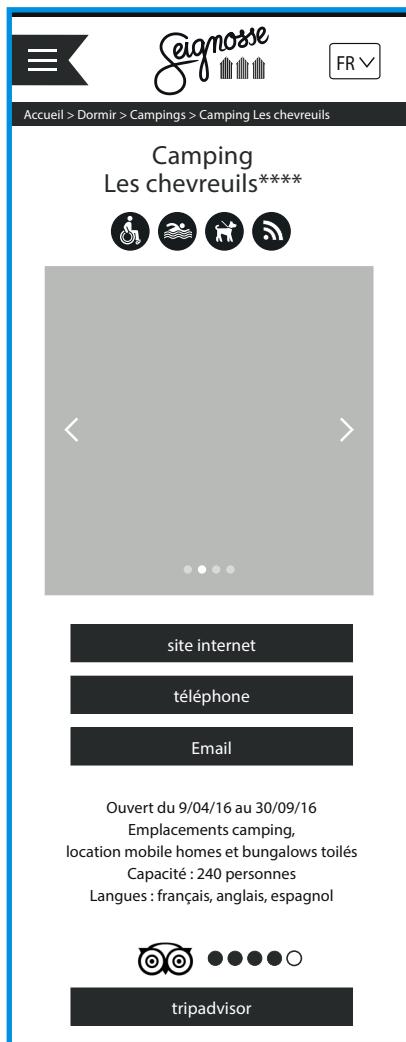
Newsletter
Recevez toute l'actualité de Seignosse !
Entrez votre email OK

Office de Tourisme***
Avenue des Lacs - BP 11 - 40510 SEIGNOSSE
Tél : 05 58 43 32 15

Dans un environnement clos et protégé de 3 ha, vous découvrirez un lieu exceptionnel baigné de lumière.

WIREFRAMES

Fiche détaillée



Camping Les chevreuils****

site internet
téléphone
Email

Ouvert du 09/04/16 au 30/09/16
Emplacements camping,
location mobile homes et bungalows toilés
Capacité : 240 personnes
Langues : français, anglais, espagnol

tripadvisor

Tarifs indicatifs (mini/maxi)
Forfait journalier : 18€/35€
Location mobile home/semaine : 273€/1225€
Location bungalows/semaine : 231€/686€

Services
Bar/restaurant, épicerie, location vélos,
surveillance de nuit, terrain fermé la nuit.

Activités
Animations saisonnières, club enfants,
équitation, golf, pêche, piscine, plage,
randonnée, surf, tennis, remise en forme, vélo.

Équipements
Bar/restaurant, boulodrome, espace
aqua-ludique, jeux pour enfants, piscine, tennis,
terrain de sports, salle de jeux,
branchements d'eau, branchements
électriques, parking privé, emplacement camping car, station service camping car.

Localization

Camping Les Chevreuils
2338 route de Vieux Boucau - D 79
40510 SEIGNOSSE

Newsletter
Recevez toute l'actualité de Seignosse !
Entrez votre email Ok

f t p i

Office de Tourisme**
Avenue des Lacs - BP 11 - 40510 SEIGNOSSE
Tél : 05 58 43 32 15

Mentions légales | Presse | Accès pro | Partenaires

Situé au cœur de la forêt des Landes, à seulement 1500 m de la plage, le Camping Les Chevreuils vous accueille dans un cadre convivial et familial. Venez profiter de nos bassins chauffés avec piscine couverte dans un univers aquatique qui saura ravir petits et grands avec son coin balnéo ou ses pataugeoires et jeux d'eau pour les enfants.

Tarifs indicatifs (mini/maxi)

Forfait journalier : 18€/35€

Location mobile home/semaine : 273€/1225€

Location bungalows/semaine : 231€/686€

Services

Bar/restaurant, épicerie, location vélos,
surveillance de nuit, terrain fermé la nuit.

Activités

Animations saisonnières, club enfants,
équitation, golf, pêche, piscine, plage,
randonnée, surf, tennis, remise en forme, vélo.

Équipements

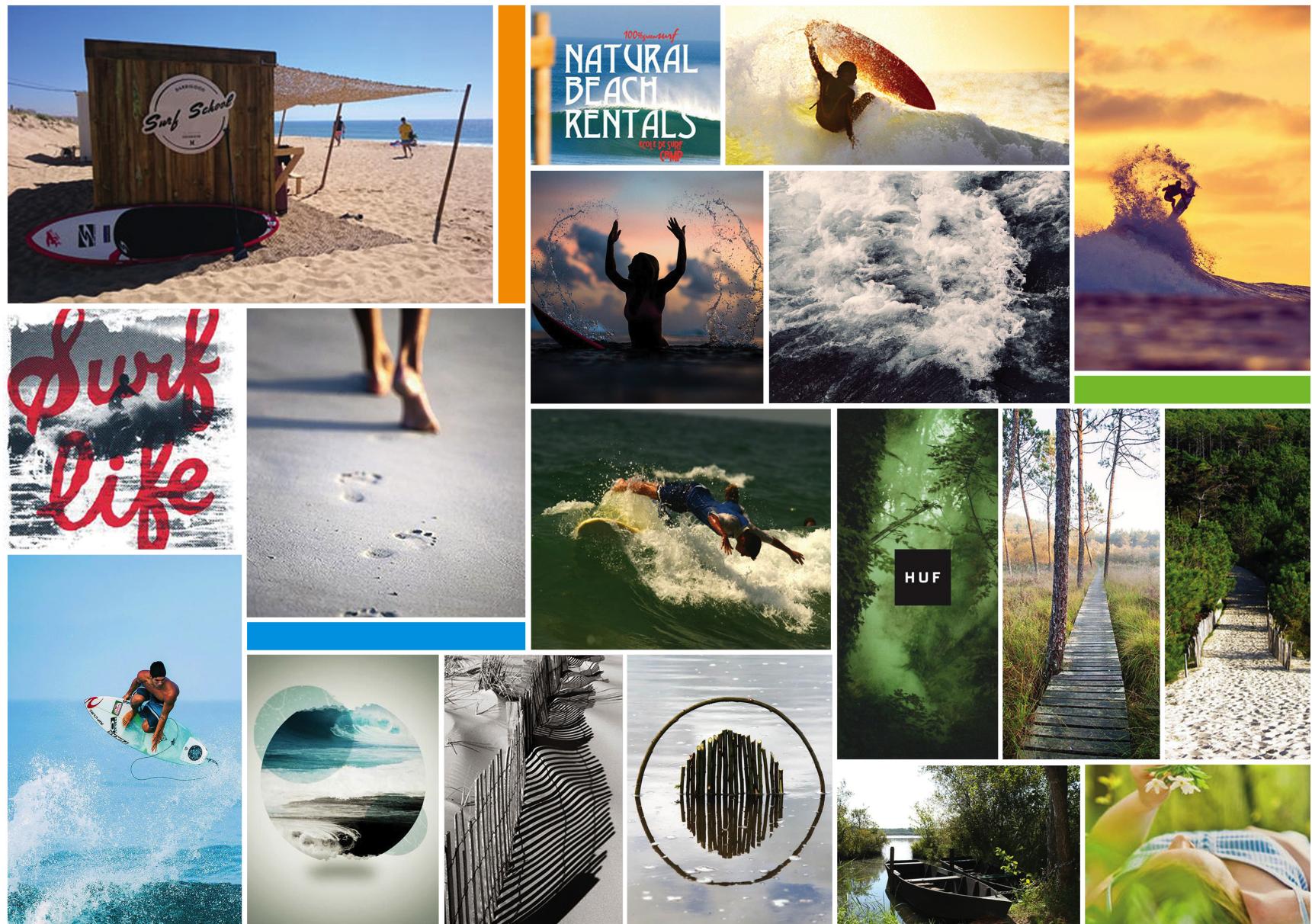
Bar/restaurant, boulodrome, espace
aqua-ludique, jeux pour enfants, piscine, tennis,
terrain de sports, salle de jeux,
branchements d'eau, branchements
électriques, parking privé, emplacement camping car, station service camping car.

Localization

Camping Les Chevreuils
2338 route de Vieux Boucau - D 79
40510 SEIGNOSSE

4. Crédit & conception

MOOD-BOARD



■ CHARTE GRAPHIQUE

Logo



CHARTE GRAPHIQUE

Choix typographiques & couleurs

Maxwell Regular

Maxwell Bold

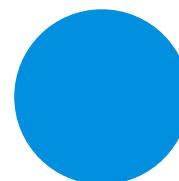
Interstate Light

Interstate Regular

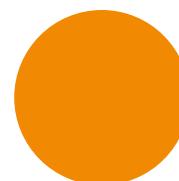
Interstate Bold

Interstate RegularCondensed

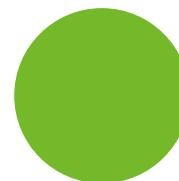
Interstate BoldCondensed



CMJN : 100 10 0 0
RVB : 0 162 225
WEB : #00a2e1



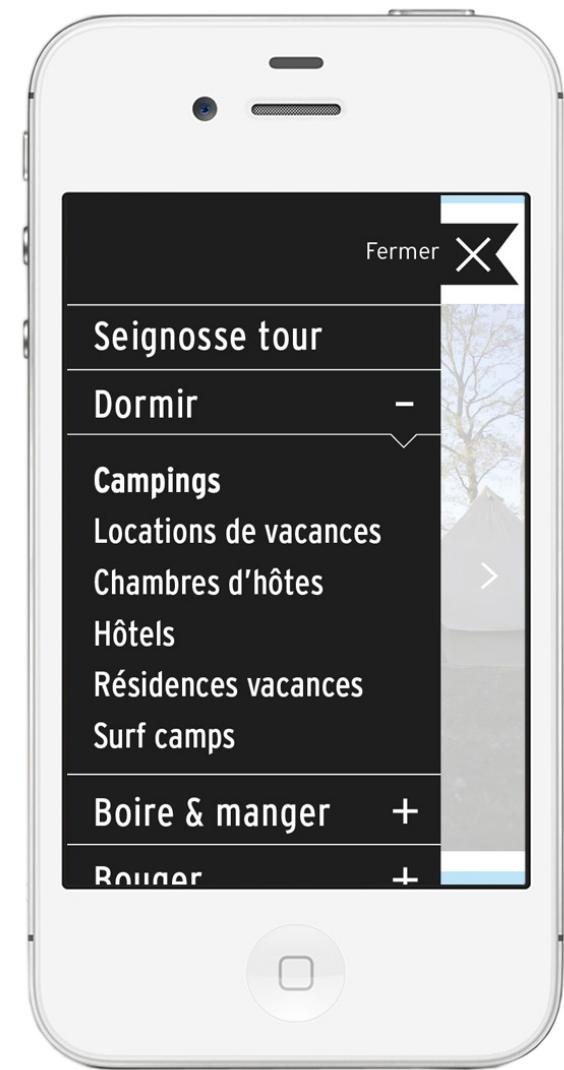
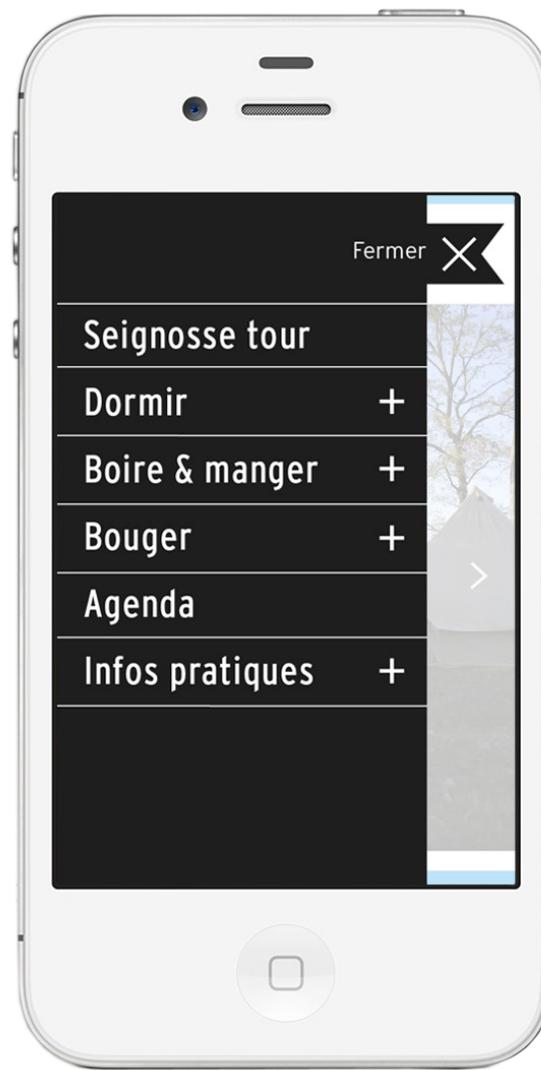
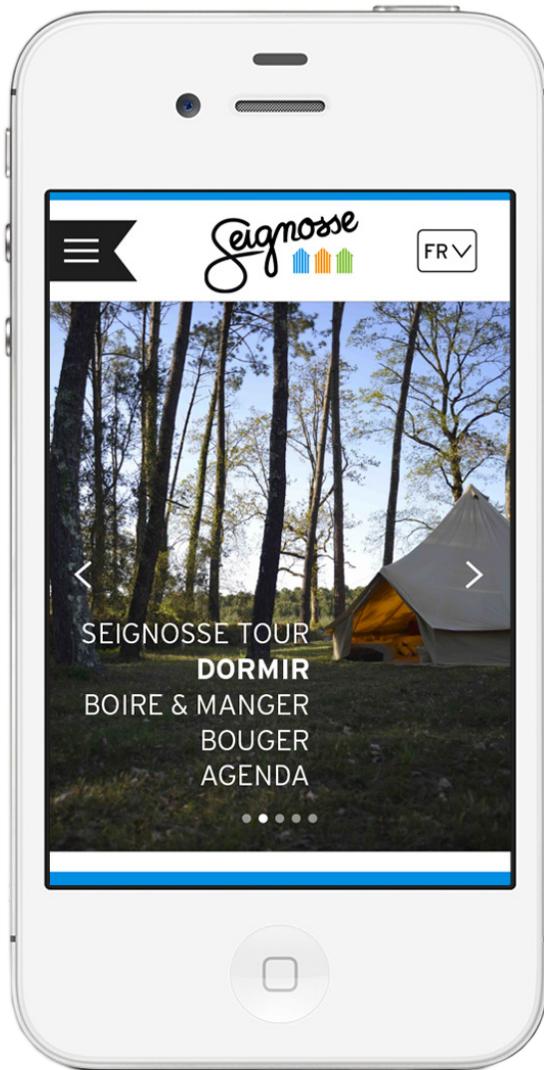
CMJN : 0 45 100 0
RVB : 247 156 49
WEB : #f79c31



CMJN : 55 0 100 0
RVB : 130 193 74
WEB : #82c14a

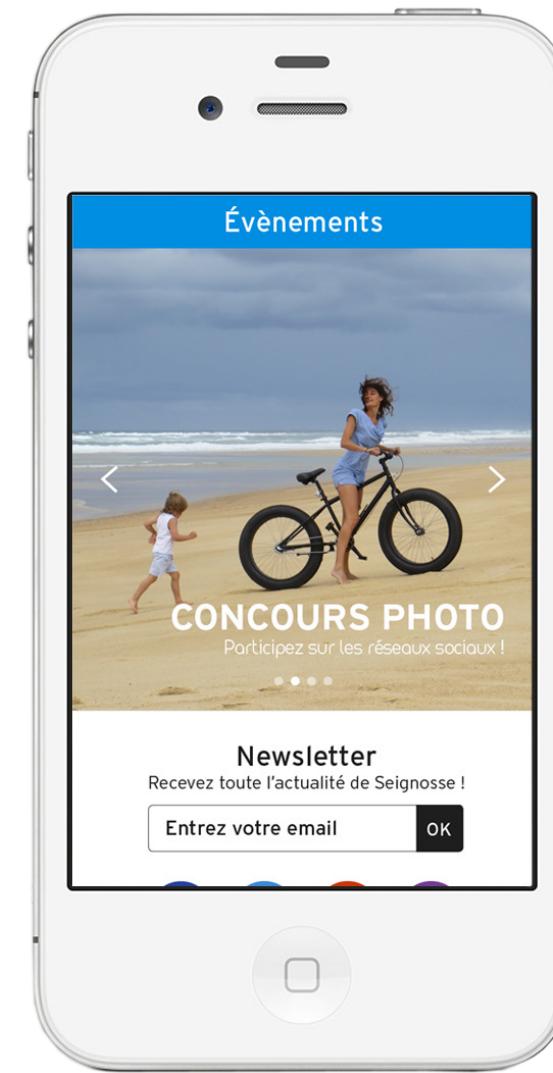
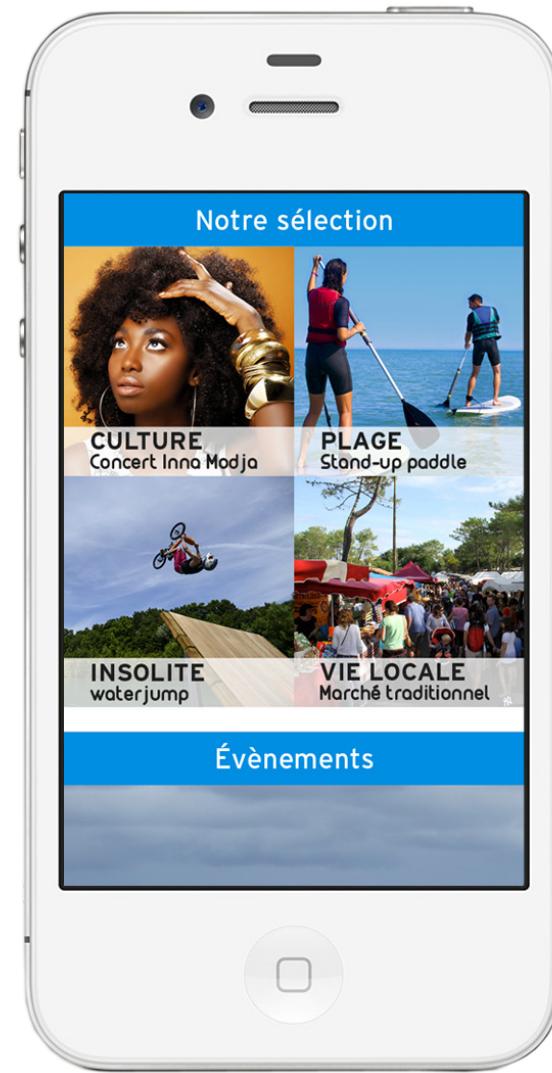
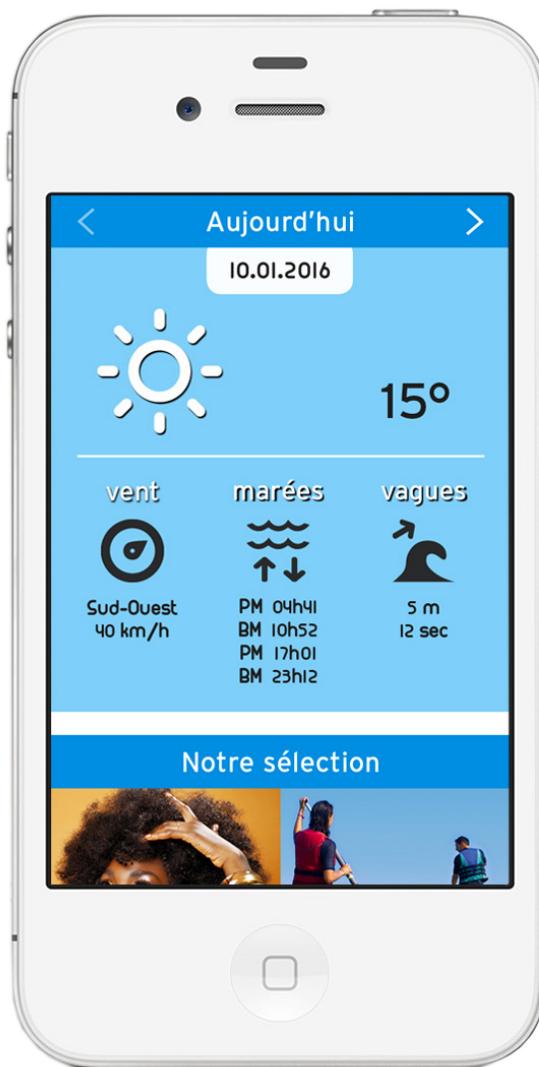
TEMPLATES

Home page [slide et menu]



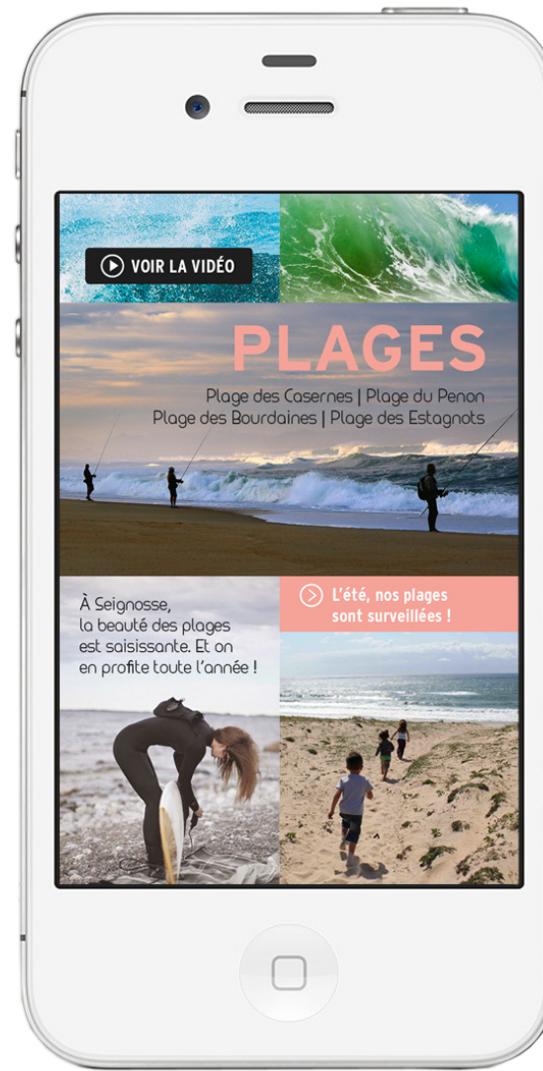
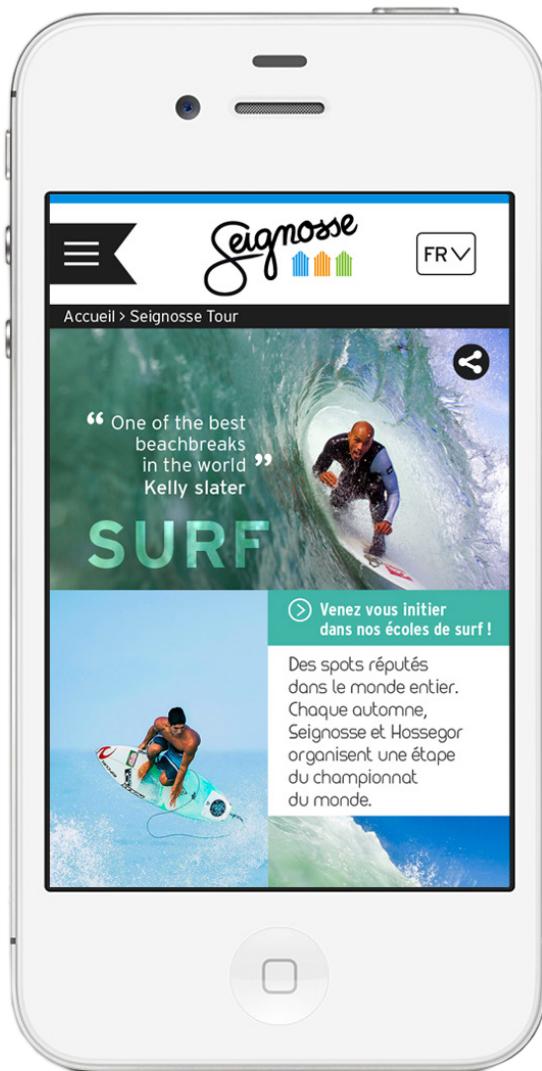
TEMPLATES

Home page [modules]



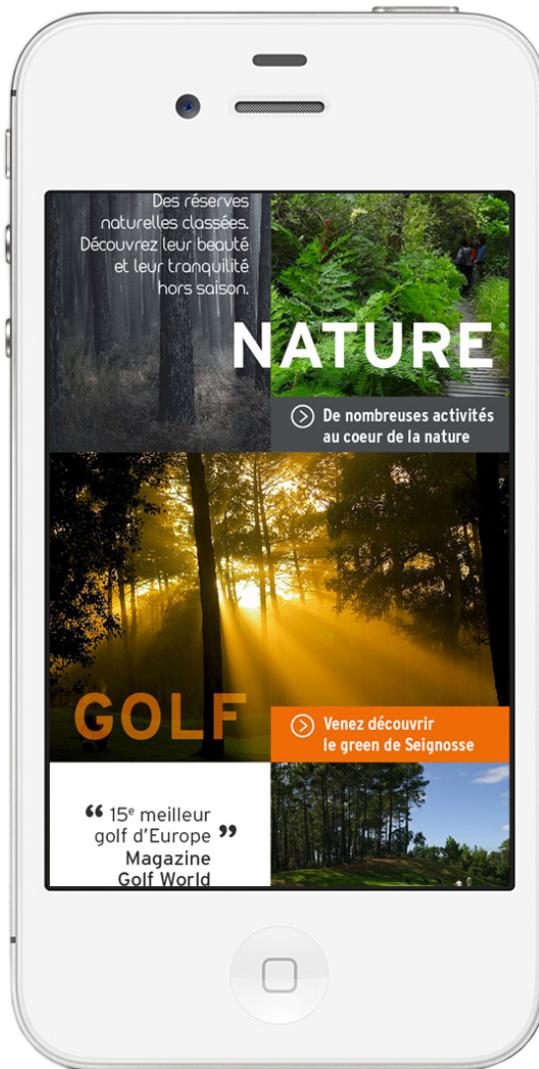
TEMPLATES

Seignosse Tour



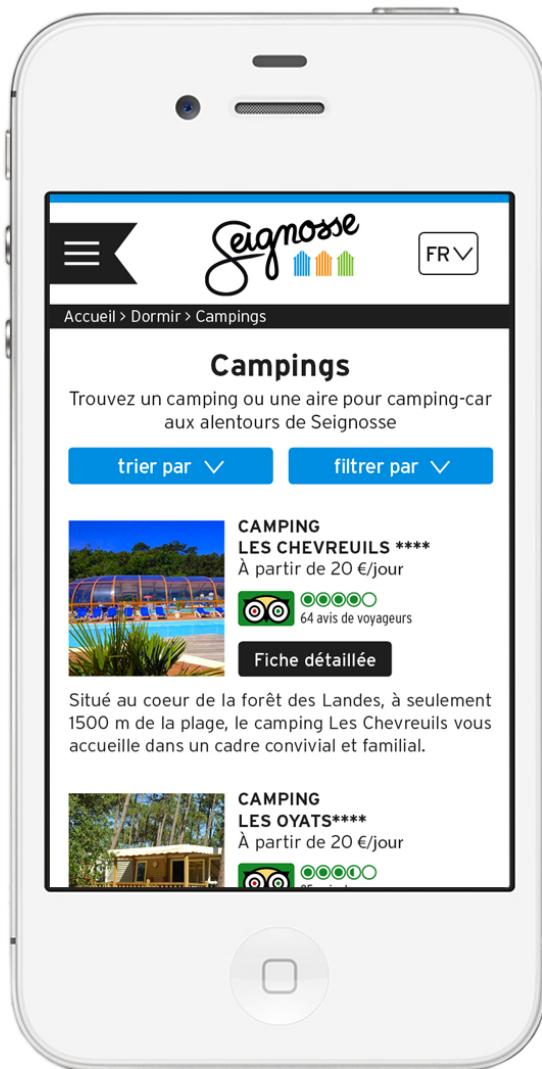
TEMPLATES

Seignosse Tour



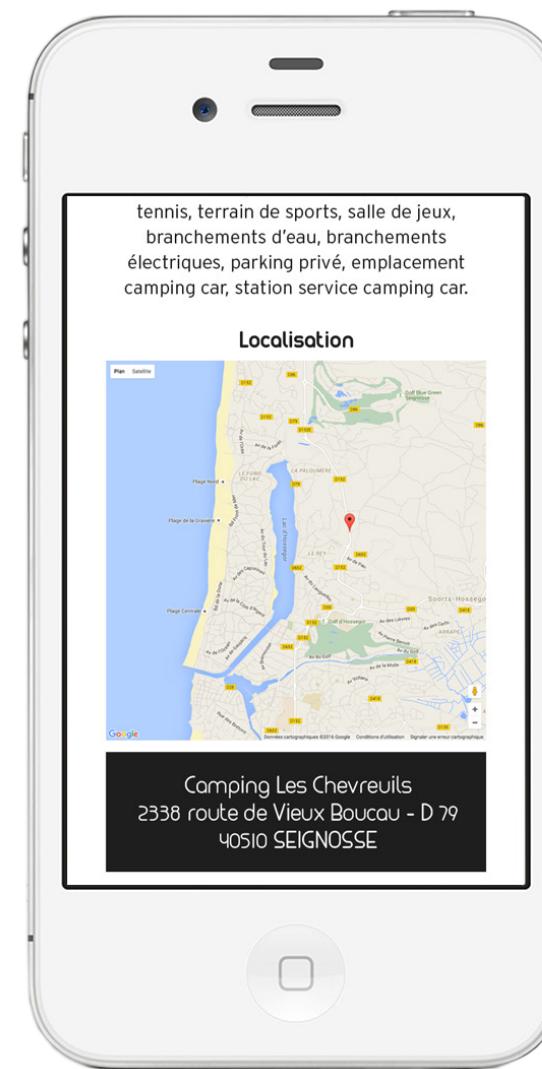
TEMPLATES

Page liste



TEMPLATES

Fiche détaillée



5. Technique

ÉLÉMENTS TECHNIQUES

Type de création : CMS (Wordpress)

- gage de qualité : 25% des sites sont des sites *Wordpress*
- coûts de développement réduit
- une très grande liberté de création
- grande bibliothèque de plugins
- une administration très facile

Ajout de plugins gratuits

- 2 slides
- 1 galerie
- 1 météo

Développements proposés

Home page :

- actualisation dynamique de la langue
- galerie « Notre sélection » dynamique
- plugin météo personnalisé
- slide « Évènements » facilement administrable.

ÉLÉMENTS TECHNIQUES

Page détails :

- API Google Maps
- slide pour les photos

Page Seignosse Tour :

- ajout d'un bouton partage

Site entier :

- design modernisé
- changement de langue
- barre de chargement
- menu dynamique

Pour vous :

- une journée de formation

6. Acquisition

Bonnes pratiques en terme de design et d'ergonomie

- Le template choisi est mobile friendly.
- Les images vont être optimisées pour le mobile.
- Le design est orienté flat design.
- Les boutons sont ergonomiques et clairs.
- Les menus sont rapidement accessibles et visibles.
- Des liens internes sont présents sur toutes les pages.
- Un site dynamique : slidable et totalement scrollable.

Recommandations

- Faire un pont entre site mobile et desktop pour récupérer le travail de référencement de ce dernier.
- Adapter son URL au format mobile.

SMO

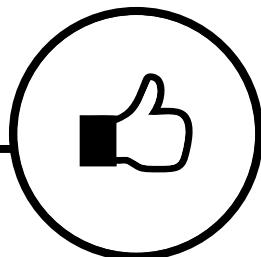
Concours photo

1



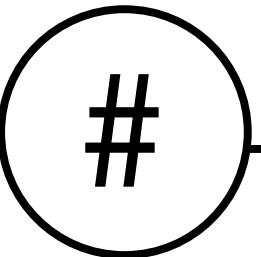
Lancement concours
photos sur les
réseaux sociaux

2



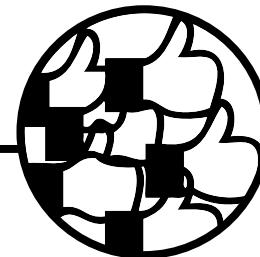
Liker la page
Seignosse-tourisme
pour participer

3



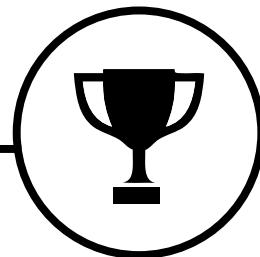
Marquer sa photo !
Lancer un Hashtag
Seignosse-Tourisme

4



La photo
la plus likée
gagne

5



Bien
récompenser
les gagnants

But :

- Montrer le dynamisme et la beauté de la ville
- Fidéliser les fans de Seignosse
- Attirer plus de monde

Récompenses :

- Pour les 5 premières photos publiées sur le site internet
- Un tirage grand format de chaque photo affichée
- Des places pour les backstages de la compétition de Surf

SMO

Vidéo

- Tourner et monter des vidéos promotionnelles de Seignosse.
- Partager sur les réseaux sociaux et sur le site.

Backlinks de qualité

- Établir un réseau pour devenir crédible aux yeux des moteurs de recherches.
- Solliciter des partenaires de qualité (presse, sites spécialisés, blogs..).
- Participer sur les forums de voyages, de vacances.
- Être actifs sur les réseaux sociaux : se montrer et faire rêver les mobinautes.
- Être patient.

7. Planning & budget

PLANNING

	jour 1	jour 2	jour 3	jour 4	jour 5	jour 6	jour 7	jour 8	jour 9	jour 10	jour 11
chef de projet	Brief	note d'intention			2e brief				plan marketing		
DA				Moodboard + identité graphique		maquettes					
validation intégrateur									validation maquettes		
dev											
Audiovisuel											
	jour 12	jour 13	jour 14	jour 15	jour 16	jour 17	jour 18	jour 19	jour 20	jour 21	jour 22
chef de projet											
DA											
validation						validation intégration					
intégrateur		intégration						retour intégration			
dev								développement			
Audiovisuel	tournage / montage										
	jour 23	jour 24	jour 25	jour 26	jour 27	jour 28					
chef de projet											
DA	test utilisateurs		recettage		formation Back-office						
validation											
intégrateur											
dev		retour tests			mise en ligne						

BUDGET

Chef de Projet	
1er Brief	125
Note d'intention	500
2e brief	125
plan marketing	500
test utilisateur	125
recettage	500
Formation Back-office	250
total	2125
DA	
Moodboard-idéntité graphique	600
Maquette	900
total	1500
Intégrateur	
Intégration wordpress	1000
modification	250
total	1250
Developpeur	
développement Wordpress	1500
Modifications	300
Mise en ligne	300
total	2100
Technicien Audiovisuel	
Tournage	500
Montage	500
total	1000
total	7975

8. Annexes

GRILLE DE CONTENUS

Page d'accueil

- barre de menu
- un menu dynamique
- le logo
- choix des langues

Bannière

- grand slide
=> photos représentant les menus
- titres des menus

Module « météo »

- slide => un par jour
- pictos « temps » et « température »
- pictos « météo marine »

Module « Notre sélection »

- titre
 - galerie photo => une par activité proposée
 - description de la photo
-
- module « Évènements »
 - titre
 - plugin slide photo

Footer

- newsletter
- pictos « réseaux sociaux »
- coordonnées
- liens : « mentions légales », « presse », « accès pro », « partenaires »
- menu burger (items en cascade, se déplie)

GRILLE DE CONTENUS

Pages sous-menus et agenda

- barre de menu
- fil d'ariane
- titre
- filtres et checkboxes pour chaque résultat
- photo miniature
- titre + étoiles
- logo et avis tripadvisor
- description
- prix
- pictos « services »
- footer

Fiche détaillée

- barre de menu
- fil d'ariane
- titre
- plugin Slide photo
- onglets contact
- avis trip advisor

- détails
- API Google map
- footer

Page « Seignosse tour »

- barre de menu
- picto « partage » de la page
- patchwork photo scrollable
- textes
- liens vers pages du site.

Pages textuelles

- barre de menu
- fil d'ariane
- titre de la page h1
- texte
- liens
- footer

■ SEO

0. Le plugin Yoast est réputé et spécialement conçu pour :

- WordPress ;
- être facile d'utilisation ;
- permettre de pratiquer de bonnes **bases au référencement** pour les articles.
mais cela ne fera pas tout !

1 - Il faut que la plateforme soit optimisée et qu'elle bénéficie des derniers standards en référencement.

- L'URL doit être simple, compréhensible, avoir un mot clé et surtout être en version mobile.
- **Meta description** : max 156 caractères, une différentes par page.
- Respecter les **balises titres H1 H2 H3...**
- Ne pas oublier les **balises alt** des images et bien les renseigner

2 - Stratégie des mots-clés, la base.

- Déterminer un **mot-clé par page**, réaliste du point de vue de l'utilisateur.
- Google adore les balises **title** et **H1** ! Mettez y vos mots clés.
- Entre **300 et 600 mots par page** de contenus.
- Titre des pages : **40 caractères minimum 70 maximum**.
- Plus la **densité du mot-clé** est élevé mieux c'est (regarder sur **SEOQUAKE**).
- Le mot-clé doit apparaître au **début des articles**.

■ SEO

3- Google aime les liens

- Savoir bien les placer.
- Savoir bien les nommer et bien nommer les pages vers lesquels ils amènent : cohérence.

4 - Optimiser les SERPS

(pages de résultats des moteurs de recherche)

- Créer un compte « Google My Business » pour renseigner son adresse et ses coordonnées.

5 - Le backlinking : établir un réseau pour devenir crédible par les moteurs de recherches

- Solliciter des partenaires, partager ses liens.
- Solliciter les sites de presse sur les évènements, hébergements, faire de la pub dans des magazines, etc..
- Veille sur les forums de voyages, de vacances. Attention à ne pas être trop insistant.
- Partager, communiquer sur la toile et ... Être patient.

6 - Développement

- Créer un Sitemap XML pour aider les robots.
- Rendre l'accès des fichiers CSS et Javascript possible au robot d'analyse de Google.
- Rediriger les utilisateurs vers le site mobile.
- Optimiser les chargements de pages avec Ajax.