

# **GRANDE DÉCOUVERTE**

## **GUIDE D'UTILISATION**

An aerial photograph of a city at sunset. In the foreground, there's a large, modern-looking park with a paved walkway and some green spaces. To the right, a tall, red brick clock tower with a green dome and multiple clock faces stands prominently. Behind the tower, a large, ornate building with a dark roof and classical architectural details is visible. Further back, the city extends into the distance with numerous buildings and infrastructure, including what appears to be a railway yard with many tracks. The sky is a warm, golden color from the setting sun.

# I. SOMMAIRE

<b>I. Sommaire .....</b>	<b>2</b>
<b>II. Contexte.....</b>	<b>5</b>
<b>III. L'équipe.....</b>	<b>7</b>
<b>IV. Charte graphique.....</b>	<b>9</b>
A. Le logo.....	10
a. Présentation du logo .....	11
b. la couleur du logo type .....	12
c. Variations du logo autorisées .....	13
d. Variations interdites du logo.....	15
e. Zone de protection.....	16
f. Univers typographique.....	17
g. Papeterie .....	20
B. Le site web.....	23
a. Présentation du site .....	24
b. Zoning des pages .....	25
- Le header .....	27
- Le slider .....	27
- Le planisphère .....	28
- La Zone de contenu .....	29
- Les boutons.....	30
- Le footer .....	31
- La pop-up de connexion .....	31
V. Front Office.....	32
a. Homepage.....	33
b. Voyages.....	34
c. Fiche voyage .....	35
d. Tunnel de réservation.....	36
e. Carnets de voyage .....	39
f. Exemple de carnet de voyage .....	40
g. Fiche carnet de voyage .....	41
h. Actualités.....	42
i. Mon compte .....	43

<b>VI. Back Office .....</b>	<b>44</b>
a. Présentation de l'interface .....	45
b. Technologies utilisées .....	46
- Intégration .....	46
- Développement .....	46
c. Spécifications techniques .....	47
- Librairies & scripts utilisés.....	47
- Pages et feuilles de styles .....	47
d. Base de données .....	48
e. Arborescence du site .....	49
<b>VII. Marketing.....</b>	<b>50</b>
a. La cible.....	51
b. Les chiffres.....	51
c. Benchmark .....	52
- Le bilan .....	52
- Nos concurrents sur les réseaux sociaux .....	52
- Comment nos concurrents les utilisent-ils ? .....	53
<b>VIII. Stratégie digitale .....</b>	<b>54</b>
A. Les réseaux Sociaux.....	55
a. Construire sa stratégie .....	56
b. Notre stratégie .....	56
c. Notre stratégie en 8 étapes .....	56
B. l>Emailing.....	65
a. Solution de campagne emailing.....	66
b. Présentation de l'emailing type.....	67
c. L'email transactionnel .....	68
<b>IX. Référencement.....</b>	<b>69</b>
a. SEO .....	70
b. Technologies .....	70
c. Réseaux sociaux .....	70
d. Recommandations SEO.....	71
<b>X. Améliorations V2 .....</b>	<b>72</b>



## II. CONTEXTE

## **Contexte :**

Suite à la rencontre avec M. Cachette Georges, qui souhaite créer son site internet de vente de voyage chez l'habitant. Nous étions en charge de proposer un site web reflétant l'esprit du voyage, afin qu'il puisse choisir la destination qu'il souhaite et créer à son retour un carnet de voyage qui permet de faire partager son voyage aux futurs voyageurs.

## **Brief :**

Notre mission comportant plusieurs phases :

### **Étude :**

Récolter un maximum d'informations sur la thématique du site, connaître les cibles potentielles du projet ; analyser le marché et la concurrence. Cette première étape est primordiale, car c'est ce qui permet d'orienter la création selon les objectifs de communication et de fonctionnement précis.

- Répartir les tâches entre les différents membres du groupe.

**Création graphique** : définir un nom et une baseline ; créer une identité virtuelle, créer des maquettes, réaliser un site internet ergonomique et intuitif, pour faire tenter de faire voyager l'utilisateur au travers d'un écran.

**Mise en place de moyens techniques** : choisir l'hébergement, utiliser un framework, configurer un environnement de développement, utiliser des librairies, installer un outil de gestion de développement de logiciel. Cette étape va permettre de définir l'architecture du site et de développer un site web responsive.

**Développement et intégration du site internet** : créer une base de données, mettre en place le front Office responsive, créer un back office. Cette étape va permettre de donner «vie» au site internet avec la mise en place de la navigation, des fonctionnalités, sur la base des maquettes graphiques préparées en amont.

**Tests et corrections** : tester les différents modes de fonctionnement ; tester sur différents navigateurs, et différentes résolutions.

- **Mise en ligne.**



### III. L'ÉQUIPE



**DIEU STEVEN**  
Chef de projet - Developpeur



**DUTRIEUX THOMAS**  
Webdesigner



**BOUSSEMART ALEXANDRE**  
Developpeur



**DELAHAYE FLORIAN**  
Intégrateur



**LOCKWOOD VIKTOR**  
Marketeur - Intégrateur

A vibrant carnival scene featuring performers in elaborate, sequined costumes. One performer in the foreground is wearing a white, gold, and blue sequined outfit with a large feathered headdress. Another performer to the right is wearing a blue and gold sequined outfit with a matching headpiece. The background shows other performers in similar colorful, sequined attire.

## IV. CHARTE GRAPHIQUE

An aerial photograph of a tropical island resort. The island features lush green vegetation, palm trees, and several white sandy beaches. A large, clear turquoise lagoon is visible, with a wooden pier extending from the shore. In the background, a larger landmass with buildings is visible across the water.

A. LE LOGO

**Le logotype doit être impérativement reproduit sans modification de couleur, de proportion, de construction autre que celles prévues par la présente charte.**

## a. Présentation du logo

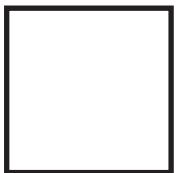
Nous avons choisi comme logo final celui-ci, car beaucoup de grandes marques utilisent comme logo, leur nom dans une police d'écriture simple et droite. Cela permet de le reconnaître facilement de près comme de loin et de se rappeler le nom immédiatement. Après une étude concurrentielle, nous nous sommes rendu compte que nos concurrents utilisent leur nom comme logo.

Afin de nous différencier de la concurrence, nous avons décidé de mettre le «LA» en vertical le long du G de «Grande». L'interlignage a aussi été réduit. La font utilisée pour le logo est de l'Helvetica Neue Bold et Thin.

Comme le logo est en premier destiné pour un site web et que le header de ce dernier sera dans les tons foncés, nous avons décidé de créer le logo de base en blanc.



b. la couleur du logo type



**Quadrichromie :**

C = 0% M=0% J=0% N=0%

**RVB :**

R=255 V=255 B=255

**hex :** #ffffff

## c. Variations du logo autorisées

Sur les supports en couleurs claires, le logotype est toujours utilisé dans sa version foncée.



**Quadrichromie :**

C =86% M=76% J=57% N=75%

**RVB :** R=4 V=14 B=31

**hex :** # 0a101d

**Pantone :** 296 C

Sur les supports en noir et blanc, le logotype est utilisé dans sa version noire.



La version monochrome aplat noire est exclusivement réservée  
au marquage en très petite taille (documents internes, objets publicitaires...).  
Cette version peut être utilisée pour les scans ou les photocopies.

## d. Variations interdites du logo

Toute altération du logotype nuit à l'image de LAGRANDECOUVERTE.COM sont interdites, respectez les règles suivantes :



## e. Zone de protection



Afin de protéger le logo lors des découpes, il convient de laisser un espace de 10mm ou 28,346px d'espace entre le logo et la découpe.

## f. Univers typographique

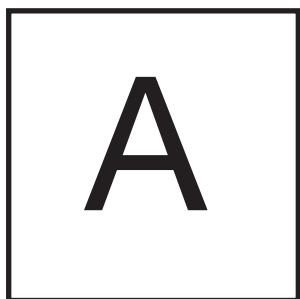
Pour les besoins de communications du site, nous utiliserons la police d'écriture **Helvetica Neue**, sur les supports papier.

### Un peu d'histoire ...

Helvetica est une police de caractères linéale sans empattement (en anglais, sans serif) créé en 1957 par Max Miedinger qui l'a dessinée dans un objectif précis : atteindre l'harmonie optique la plus aboutie possible. Symbole de la typographie suisse, cette police d'une grande lisibilité avec son tracé d'une grande neutralité lui permet de se prêter à tous les usages, si bien qu'elle demeure une des polices les plus utilisées dans le monde et jouit de la faveur des graphistes et typographes.

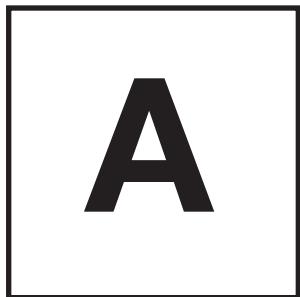
Toutefois, le déclin de ce monument de la typographie s'est amorcé avec la généralisation de l'infographie et de l'informatique de traitement de texte. D'abord supplanté par l'Arial, qui en est une imitation, l'Helvetica cède encore du terrain depuis le début des années 2000 devant d'autres caractères moins datés années 1960, moins anguleux et mieux adaptées aux usages numériques (web fonts), tels le Trebuchet et le Calibri. Ce dernier a été commandé par Microsoft au typographe Lucas de Groot en 2005, avec l'objectif explicite de remplacer l'Arial et l'Helvetica sans les imiter.

Pour le logo nous avons utilisé les graisses Thin et Bold de la font Helvetica Neue qui est une police dérivée de l'Helvetica.



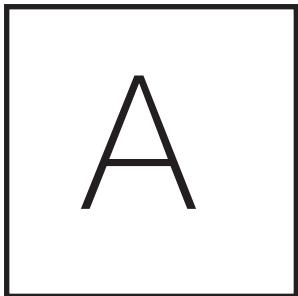
#### Helvetica Neue Régular

ABCDEFGHIJKLMNPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
àâéèêîôûùœæç  
ÀÂÉÈÊÎÔÛÙŒÆÇ  
1234567890



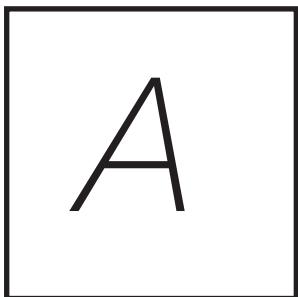
#### Helvetica Neue Bold

ABCDEFGHIJKLMNPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
àâéèêîôûùœæç  
ÀÂÉÈÊÎÔÛÙŒÆÇ  
1234567890



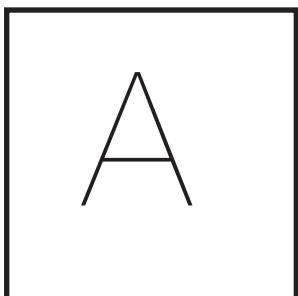
## Helvetica Neue Thin

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
àâéèêîôûùœæç  
ÀÂÉÈÊÎÔÛÙŒÆÇ  
1234567890



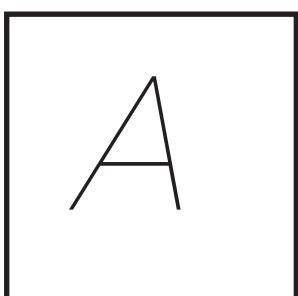
## Helvetica Neue Thin italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
àâéèêîôûùœæç  
ÀÂÉÈÊÎÔÛÙŒÆÇ  
1234567890



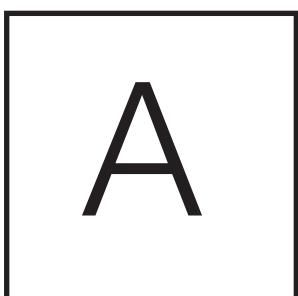
## Helvetica Neue UltraLight

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
àâéèêîôûùœæç  
ÀÂÉÈÊÎÔÛÙŒÆÇ  
1234567890



## Helvetica Neue UltraLight Italic

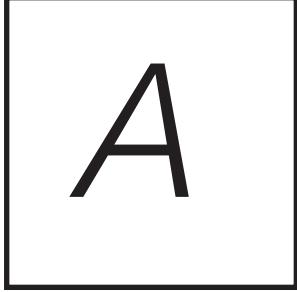
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
àâéèêîôûùœæç  
ÀÂÉÈÊÎÔÛÙŒÆÇ  
1234567890



## Helvetica Neue Light

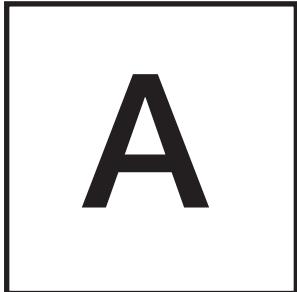
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
àâéèêîôûùœæç  
ÀÂÉÈÊÎÔÛÙŒÆÇ  
1234567890

## **Helvetica Neue Light italic**



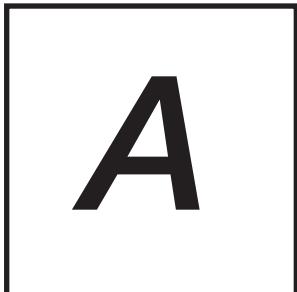
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
àâéèêîôûùœæç  
ÀÂÉÈÊÎÔÛÙŒÆÇ  
1234567890

## **Helvetica Neue Médium**



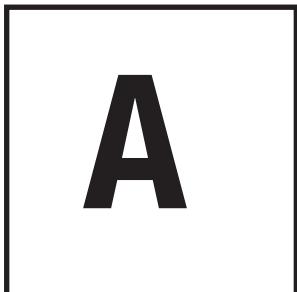
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
àâéèêîôûùœæç  
ÀÂÉÈÊÎÔÛÙŒÆÇ  
1234567890

## **Helvetica Neue Médium italic**



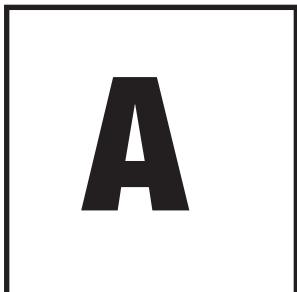
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
àâéèêîôûùœæç  
ÀÂÉÈÊÎÔÛÙŒÆÇ  
1234567890

## **Helvetica Neue Condensed Bold**



ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
àâéèêîôûùœæç  
ÀÂÉÈÊÎÔÛÙŒÆÇ  
1234567890

## **Helvetica Neue Condensed Black**



ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
àâéèêîôûùœæç  
ÀÂÉÈÊÎÔÛÙŒÆÇ  
1234567890

# g. Papeterie

## Les en-têtes de lettre

Le format est un A4, 210 x 297 mm



LAGRANDECOUVERTE.COM  
146 Rue Nationale  
59000 Lille  
Tel : 03.20.00.00.00  
email : contact@lagrandecouverte.com  
www : www.lagrandecouverte.com

Pellentesque auctor condimentum faucibus. Morbi sit amet odio eget ligula posuere dictum. Sed adipiscing hendrerit ultricies. Nullam risus ipsum, dignissim vitae interdum eget, interdum eu mi. Morbi sed metus lectus, vel faucibus elit. Donec vitae erat felis. Etiam erat odio, aliquet eget dapibus id, condimentum et mauris. Cras vitae lorem ac neque facilisis fermentum et vitae lectus. Sed lacinia nisi et diam condimentum suscipit. Etiam facilisis erat sit amet lectus mollis pellentesque. Suspendisse arcu lorem, scelerisque ut hendrerit ut, malesuada et nunc. Cras tincidunt dolor ut lacus viverra nec dapibus dolor luctus. Suspendisse egestas blandit lectus accumsan blandit. Duis eu dui nec nisi pellentesque scelerisque ut sit amet metus.

Aenean ultricies vehicula ipsum hendrerit gravida. Vestibulum ac diam tortor. Suspendisse potenti. Nulla facilisi. In scelerisque elementum risus, sed interdum ligula suscipit nec. Maecenas enim nunc, viverra sit amet eleifend id, ultricies non dui. Integer commodo varius est, vitae egestas libero tempus quis. Nullam in neque eu dui euismod volutpat. Vestibulum ante ipsum primis in faucibus orci luctus et ultrices posuere cubilia Curae; Ut faucibus lectus eget neque dapibus vel consectetur libero varius. In hac habitasse platea dictumst. In tincidunt porttitor consectetur. Nullam fringilla mattis pulvinar. Vivamus fermentum porta augue eget euismod. Nam felis felis, suscipit quis auctor nec, tincidunt a diam. Morbi at laoreet ante.

Nam malesuada imperdiet justo, eu suscipit erat lacinia et. Cras sodales dolor eget nulla dapibus blandit. Proin leo orci, accumsan et egestas ac, lacinia eget leo. Suspendisse ultricies nisi imperdiet arcu tempor sit amet sollicitudin augue sollicitudin. Sed sodales est ut elit scelerisque egestas. Morbi et neque lorem, vel luctus lectus. Donec molestie nisl in mauris facilisis malesuada. Vestibulum elementum elementum lorem.

Aliquam sit amet lectus sem. Nulla facilisi. Morbi semper tempus blandit. Integer elit justo, aliquet luctus dignissim eu, posuere et tellus. Fusce massa orci, lobortis id commodo at, laoreet ut nibh. Morbi posuere, nulla sit amet faucibus viverra, tellus sapien tincidunt felis, sed pulvinar leo dui at purus. Proin sapien odio, imperdiet id egestas ac, ornare vitae orci. Vivamus vitae ligula eu tortor posuere blandit. Cras bibendum, lorem vitae hendrerit congue, lectus metus sollicitudin urna, et aliquet est velit ac metus. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec gravida mollis orci, non ultrices erat pharetra sit amet. Sed commodo, justo at feugiat porttitor, felis lorem rutrum risus, quis blandit lacus diam ut nulla. Donec enim nibh, molestie nec adipiscing in, euismod in dolor. Duis non dolor nunc, nec elementum lectus. Mauris pulvinar laoreet diam, eu faucibus lorem luctus id. Vestibulum egestas neque sit amet turpis pulvinar malesuada.

Donec at risus magna. Mauris lacinia ullamcorper neque, ac congue est suscipit at. In auctor malesuada varius. Ut quis blandit nisl. Mauris elementum semper leo eget semper. Suspendisse ullamcorper molestie nibh vel facilisis. Suspendisse potenti. Pellentesque vitae rhoncus erat. Proin sed dui orci. Aliquam erat volutpat.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aliquam at eros non ligula ornare feugiat bibendum consequat magna. Proin et ipsum velit, pretium congue massa. Duis id tellus justo, eget consequat massa. Praesent rutrum, erat eu placerat imperdiet, massa nisi tempor urna, at mattis urna tortor vitae lorem. Cras augue velit, ultricies ac elementum quis, viverra in nunc. Morbi quis nisi aliquet nunc pharetra gravida ut in mauris. Praesent vitae diam nulla. Nulla vitae odio neque, sed luctus tortor.

Pellentesque auctor condimentum faucibus. Morbi sit amet odio eget ligula posuere dictum. Sed adipiscing hendrerit ultricies. Nullam risus ipsum, dignissim vitae interdum eget, interdum eu mi. Morbi sed metus lectus, vel faucibus elit. Donec vitae erat felis. Etiam erat odio, aliquet eget dapibus id, condimentum et mauris. Cras vitae lorem ac neque facilisis fermentum et vitae lectus. Sed lacinia nisi et diam condimentum suscipit. Etiam facilisis erat sit amet lectus mollis pellentesque. Suspendisse arcu lorem, scelerisque ut hendrerit ut, malesuada et nunc. Cras tincidunt dolor ut lacus viverra nec dapibus dolor luctus. Suspendisse egestas blandit lectus accumsan blandit. Duis eu dui nec nisi pellentesque scelerisque ut sit amet metus.

Aenean ultricies vehicula ipsum hendrerit gravida. Vestibulum ac diam tortor. Suspendisse potenti. Nulla facilisi. In scelerisque elementum risus, sed interdum ligula suscipit nec. Maecenas enim nunc, viverra sit amet eleifend id, ultricies non dui. Integer commodo varius est, vitae egestas libero tempus quis. Nullam in neque eu dui euismod volutpat. Vestibulum ante ipsum primis in faucibus orci luctus et ultrices posuere cubilia Curae; Ut faucibus lectus eget neque dapibus vel consectetur libero varius. In hac habitasse platea dictumst. In tincidunt porttitor consectetur. Nullam fringilla mattis pulvinar. Vivamus fermentum porta augue eget euismod. Nam felis felis, suscipit quis auctor nec, tincidunt a diam. Morbi at laoreet ante.

LARGEDECOUVRETE.COM  
Tél.: 03 20 00 00 00  
Email : [compte@largedecouvretre.com](mailto:compte@largedecouvretre.com)  
www : [www.largedecouvretre.com](http://www.largedecouvretre.com)

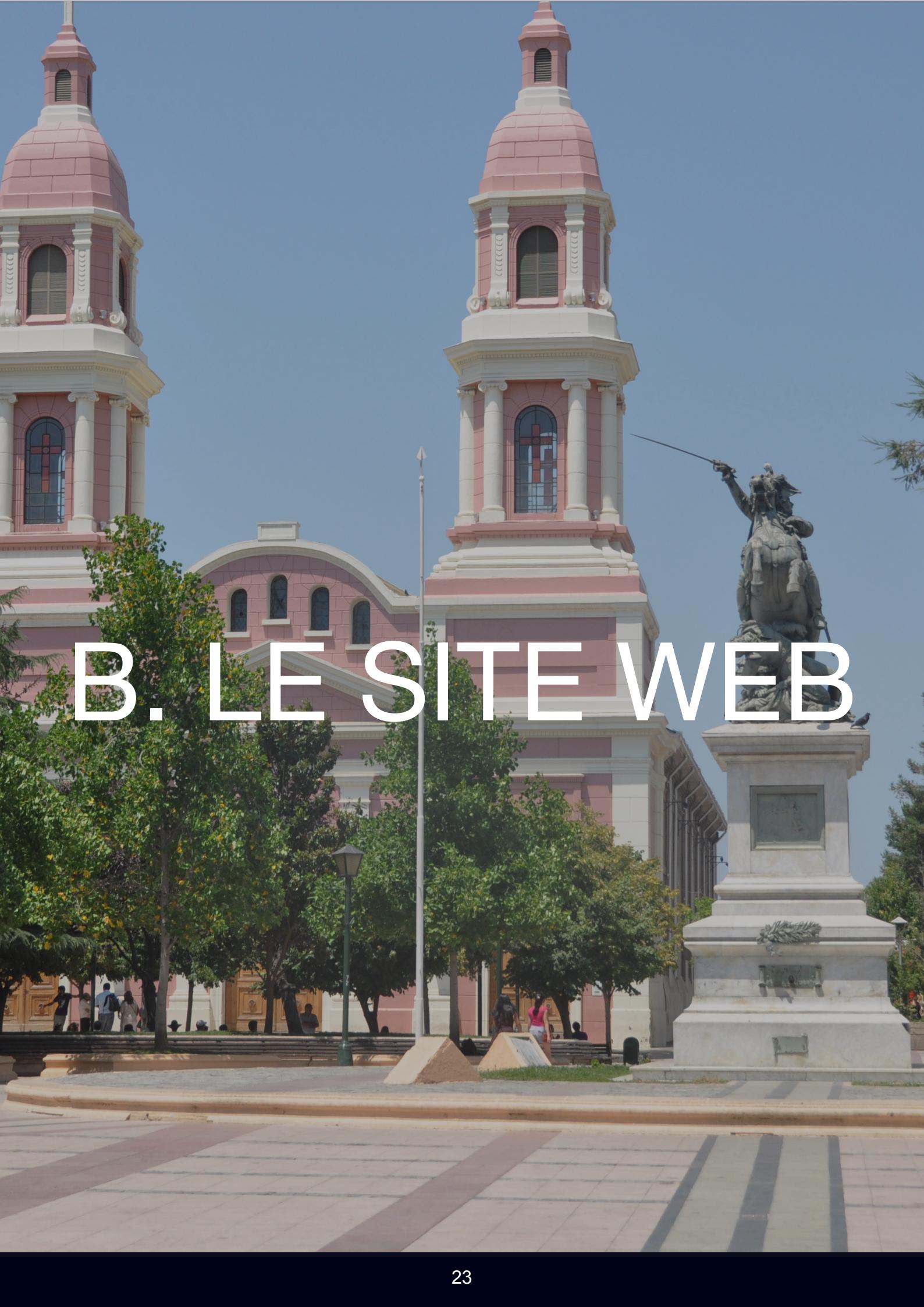
LARGEDECOUVRETE.COM  
Large Deco  
Nouvelles



## Les cartes de visite

Le format est de 85mm x 54mm



The background image shows a grand, neoclassical-style building with two prominent pink and white striped towers topped with red roofs. In the foreground, there is a large, light-colored stone pedestal featuring a bronze equestrian statue of a man holding a sword. The scene is set in a paved plaza with trees and a clear blue sky.

## B. LE SITE WEB

## a. Présentation du site

Le site lagrandecouverte.com est un site de vente de voyage responsive, il est donc adapté pour ordinateur, tablette et mobile.



## b. Zoning des pages

Afin d'avoir une cohérence entre toutes les pages et des repères pour la conception de celles-ci, nous avons créé un template avec des repères de différentes couleurs afin de définir chaque zone.



### Structure de base

- Header contient le logo, le menu et la partie profil/connexion.
- Le slider contient des images de voyages.
- La zone «Contenu de la page» détermine la zone du contenu de la page.
- Le Footer contient des liens vers les réseaux sociaux, différents liens vers les pages du site, comme la page des CGU, CGV, etc.. Et un champ d'inscription pour la newsletter.

# Exemple de page

Vous trouverez ci-dessous comme exemple la page d'accueil à la lettre du zoning précédent.

## Header

### Slider

Nos derniers voyages

Laissez-vous embarquer par l'un de nos voyages en cours pour vivre des moments exceptionnelles dont vous vous souviendrez longtemps !

Grand tour des Annapurnas et lac Tilicho  
Le musée des séracs de l'Himalaya, jusqu'à 51 km, et rencontres avec les yak.  
[Voir le voyage](#)

Le Naadam en folie  
Festival du Naadam et découverte du nord de la Mongolie avec le lac Khovsgol.  
[Voir le voyage](#)

[Voir tous les voyages](#)

### Nos récents carnets

Retrouvez les derniers récits de voyages créés par nos voyageurs.

Bienvenue chez les Annapurnas  
 Découvrons le pays de Zeus  
 Vamos a Chile

### Zone de contenu

## Explorez le monde

Découvrez ou voyagez les grands trajets du monde terrestre

### Nos actualités

Toute l'actualité de LaGrandeDecouverte, c'est ici !

27 Juillet 2016  
Salon du Tourisme 2016 - Lyon  
Retrouvez nous sur le salon du Tourisme du 26 au 30 Juillet 2016 à la Halle Tony Garnier.  
[Voir toutes l'actualité](#)

27 Juillet 2016  
Salon du Tourisme 2016 - Lille  
Retrouvez nous sur le salon du Tourisme 2016 du 26 au 30 Juillet 2016 à Lille Grand Palais.  
[Voir toutes l'actualité](#)

27 Juillet 2016  
Salon Genève 2015  
Retrouvez nous sur le salon du tourisme 2016 du 26 au 30 Juillet 2016 à Lille Grand Palais.  
[Voir toutes l'actualité](#)

### CONTACTEZ NOUS

au  
06 71 69 85 16  
du lundi au vendredi  
de 9h à 12h30 et de 13h30 à 17h30  
Email : [degrandedecouverte@gmail.com](mailto:degrandedecouverte@gmail.com)

### INSCRIVEZ-VOUS POUR NOTRE NEWSLETTER

Répondez à nos newsletters, nos cartes de voyage, nos actualités et des invitations à des événements spéciaux. Nous pouvons vous tenir à jour concernant vos préférences.

[S'abonner à la newsletter](#)

### Footer

EN SAVOIR PLUS SUR LA GRANDE DECOUVERTE

Qui sommes-nous ?  
Espace presse  
Nos actualités  
Nous rejoindre  
Mentions légales  
CGV

Mentions légales | FAQ | Conditions générales de vente | Conditions générales d'utilisation du site

## Header

### Slider

Nos derniers voyages

Laissez-vous embarquer par l'un de nos voyages en cours pour vivre des moments exceptionnelles dont vous vous souviendrez longtemps !

Grand tour des Annapurnas et lac Tilicho  
Le musée des séracs de l'Himalaya, jusqu'à 51 km, et rencontres avec les yak.  
[Voir le voyage](#)

Le Naadam en folie  
Festival du Naadam et découverte du nord de la Mongolie avec le lac Khovsgol.  
[Voir le voyage](#)

[Voir tous les voyages](#)

### Nos récents carnets

Retrouvez les derniers récits de voyages créés par nos voyageurs.

Bienvenue chez les Annapurnas  
 Découvrons le pays de Zeus  
 Vamos a Chile

### Zone de contenu

## Explorez le monde

Découvrez ou voyagez les grands trajets du monde terrestre

### Nos actualités

Toute l'actualité de LaGardeDecouverte, c'est ici !

27 Juillet 2016  
Salon du Tourisme 2016 - Lyon  
Retrouvez nous sur le salon du Tourisme 2016 du 26 au 30 Juillet 2016 à la Halle Tony Garnier.  
[Voir toutes l'actualité](#)

27 Juillet 2016  
Salon du Tourisme 2016 - Lille  
Retrouvez nous sur le salon du tourisme 2016 du 26 au 30 Juillet 2016 à Lille Grand Palais.  
[Voir toutes l'actualité](#)

27 Juillet 2016  
Salon Genève 2015  
Retrouvez nous sur le salon du tourisme 2016 du 26 au 30 Juillet 2016 à Lille Grand Palais.  
[Voir toutes l'actualité](#)

### CONTACTEZ NOUS

au  
06 71 69 85 16  
du lundi au vendredi  
de 9h à 12h30 et de 13h30 à 17h30  
Email : [degrandedecouverte@gmail.com](mailto:degrandedecouverte@gmail.com)

### INSCRIVEZ-VOUS POUR NOTRE NEWSLETTER

Répondez à nos newsletters, nos cartes de voyage, nos actualités et des invitations à des événements spéciaux. Nous pouvons vous tenir à jour concernant vos préférences.

[S'abonner à la newsletter](#)

### RESTEZ CONNECTÉ AVEC LA GRANDE DECOUVERTE

Qui sommes-nous ?  
Espace presse  
Nos actualités  
Nous rejoindre  
Mentions légales  
CGV

OK

Mentions légales | FAQ | Conditions générales de vente | Conditions générales d'utilisation du site

## - Le header

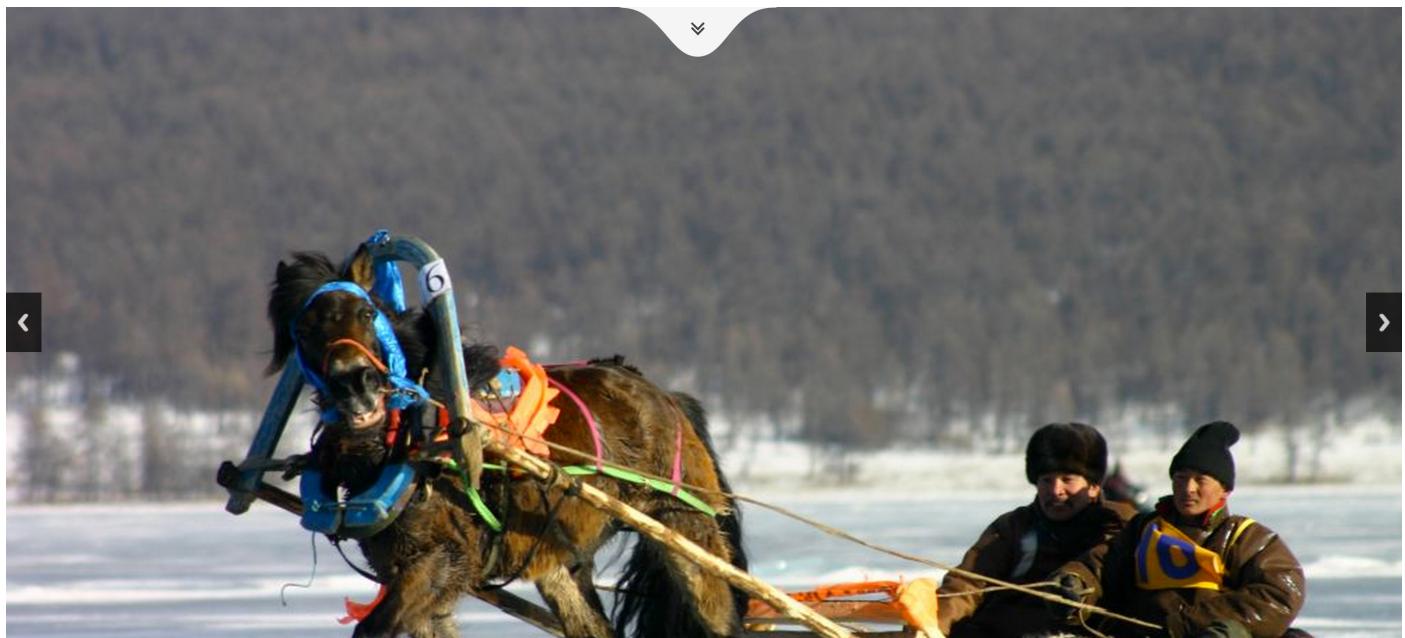
Le header s'affiche sur toutes les pages. On y retrouve le logo à gauche, le menu et l'icône de connexion à droite. En tant que client, on peut se connecter et ainsi avoir accès à son compte. On peut également s'inscrire pour la première fois.



## - Le slider

le slider est présent sur tout le site, mis à part sur le tunnel de commande.  
De chaque côté du slider il y a des flèches qui permettent de passer à la photo suivante.

- Sur la page d'accueil du site, le slider regroupe des photos de différents voyages choisies par l'administrateur du site. On y aperçoit une languette en haut centrée, elle permet d'afficher le planisphère.
- Sur la fiche voyage, les photos affichées dans le slider sont elles en rapport avec le voyage proposées dans cette fiche. Le nom du voyage et les dates s'affichent sur le slider en blanc.
- Sur le carnet de voyage les photos affichées sont elles des photos ajoutées dans le carnet par le créateur du carnet. Elles sont validées par l'administrateur avant d'apparaître dans le slider.



## - Le planisphère

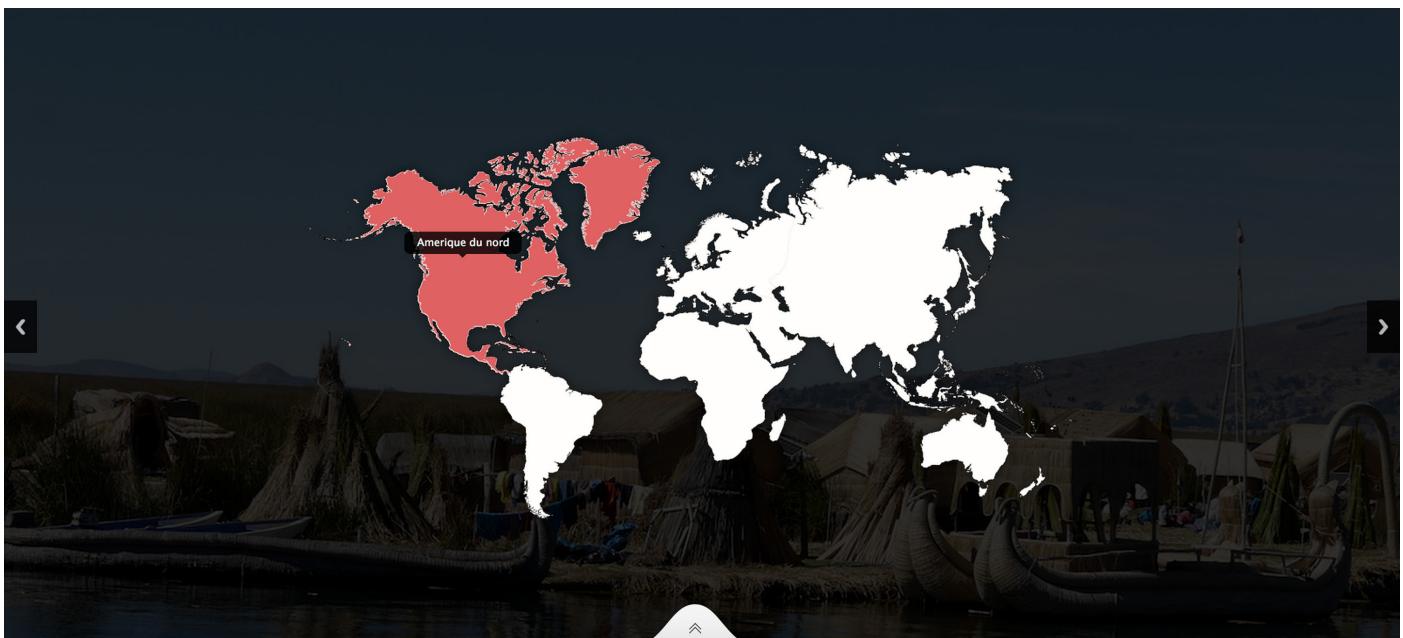
Sur la page d'accueil, le slider a une languette centrée en haut.

En cliquant dessus, nous arrivons sur un planisphère blanc avec des zones de couleurs différentes. Cela permet de rechercher un voyage directement dans la zone du monde choisie.

Après avoir cliqué sur la languette :



Au survol :



## - La Zone de contenu

La zone de contenu est la zone où nous retrouverons le contenu du site.

- Sur la page d'accueil, nous retrouverons les voyages, les derniers carnets de voyage, et les actualités.
- Sur les pages, Voyages et Carnets de voyage nous y retrouveront la liste des voyages et des carnets de voyage
- Sur une fiche produit, toutes les informations concernant le voyage y seront affichées, dates, descriptif du voyage, map, informations importantes ...
- Sur les carnets de voyage, nous y retrouverons le contenu ajouté par le voyageur.

The screenshot displays the website's content area, which is organized into four main sections:

- Nos derniers voyages**: This section features two travel photo cards. The first card shows a horse-drawn sled in a snowy landscape with the caption "Grand tour des Annapurnas et lac Tilicho" and a "Voir le voyage" button. The second card shows a group of people herding sheep with the caption "Le Naadam en folie" and a "Voir le voyage" button. Below these cards is a "Voir tous les voyages" button.
- Nos récents carnets**: This section features three travel photo cards. The first card shows a horse-drawn sled with the caption "Bienvenue chez les Annapurnas" and a "Voir les carnets" button. The second card shows the Parthenon with the caption "Découvrons le pays de Zeus" and a "Voir les carnets" button. The third card shows a city skyline with the caption "Vamos a Chile" and a "Voir les carnets" button. Below these cards is a "Voir tous les carnets" button.
- Explorez le monde**: This section features a large, scenic travel photo of a tropical island chain with lush greenery and clear blue water. Overlaid on the photo is the text "Explorez le monde" and "Découvrez où voyagent les gens au travers le monde entier!".
- Nos actualités**: This section features three news item cards. The first card is for the "Salon du Tourisme 2016 - Lyon" (27 Juillet 2015), the second for the "Salon du Tourisme 2016" (27 Juillet 2015) at the Lille Grand Palais, and the third for the "Salon Genève 2015" (27 Juillet 2015). Each card includes a thumbnail image, the date, a brief description, and a "Voir toutes l'actualité" button.

## - Les boutons

SE CONNECTER

Les boutons «Valider», «Se connecter» et «S'inscrire» sont tous de couleurs rouge (#960018) et d'une taille minimum de 230px.

La font utilisée est : NewCicleGordita en taille 14px et de couleur blanche (#fff).

J'EMBARQUE



Le bouton «J'embarque» qui se trouve sur la fiche voyage et qui envoie le client vers le tunnel de commande a un background-color rouge (#960018) et une icône de billet d'embarquement.

La font utilisée est : NewCicleGordita en taille 23px et de couleur blanche (#fff).

Le bouton a une taille de 225px.

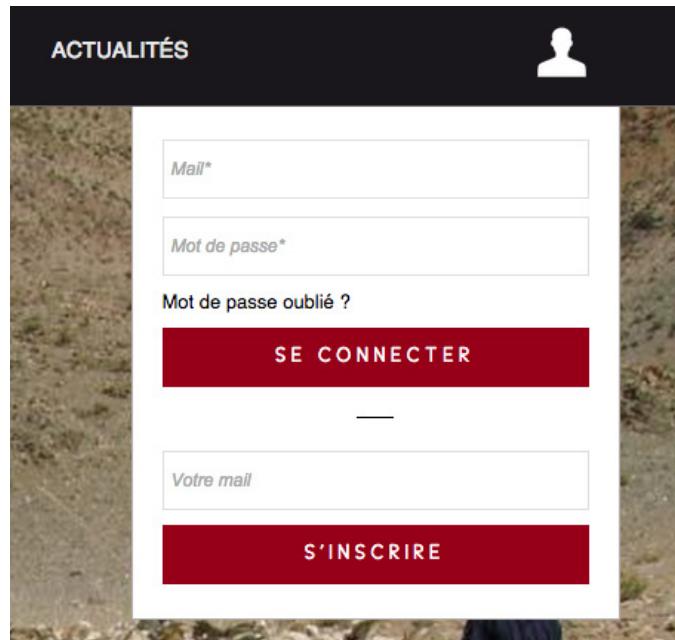
## - Le footer

Dans le footer nous retrouverons les informations de contact, un champ d'inscription à la newsletter, les icônes des différents réseaux sociaux sur lesquels se trouvent lagrandecouverte et aussi des liens vers les pages d'informations sur les conditions générales de ventes, d'utilisations, les mentions légales...



## - La pop-up de connexion

La pop-up de connexion apparaît sous le header un choix que nous avons cliqué sur l'icône de la personne. Elle est en deux parties, la première est la zone de connexion où on y renseigne son email et son mot de passe, la seconde permet de renseigner son adresse email pour s'inscrire et d'être redirigé vers la page d'inscription.



A photograph of two Maasai men from the chest up. The man on the left has white stripes painted on his face and a large, circular red ornament with white dots hanging from his ear. The man on the right has intricate silver and gold beaded headbands and a large white tusk hanging from his neck.

# V. FRONT OFFICE

# a. Homepage

The screenshot shows the homepage of the Grande Découverte website. At the top, there's a header with the logo 'GRANDE DÉCOUVERTE', a menu with 'VOYAGES' and 'CARNETS DE VOYAGES', and a user icon. Below the header is a large slider featuring images of horse-drawn sledges in a snowy landscape. The slider has a caption 'Nos derniers voyages' and a sub-caption 'Laissez-vous embarquer par l'un de nos voyages en cours pour vivre des moments exceptionnels dont vous vous souviendrez longtemps !'. It includes three thumbnail images: 'Grand tour des Annapurnas et lac Tilicho' (Voir le voyage), 'Le Naadam en folie' (Voir le voyage), and 'Retrouvez les derniers récits de voyage créés par nos voyageurs' (Voir tous les voyages). Below the slider is a section titled 'Nos récents carnets' with three thumbnails: 'Bienvenue chez les Annapurnas' (Voir tous les carnets), 'Découvrons le pays de Zeus' (Voir tous les carnets), and 'Vamos a Chile' (Voir tous les carnets). A large banner below features the text 'Explorez le monde' and 'Toute l'actualité de Lagrandedecouverte, c'est ici !'. At the bottom, there's a 'CONTACTEZ NOUS' section with contact information (phone number 06 71 69 85 16, email lagrandedecouverte@gmail.com, and office hours from 9h to 12h30 and 13h30 to 17h15), a newsletter sign-up form, social media links, and a footer with legal notices.

C'est un élément incontournable, mais aussi le point d'entrée privilégié du site. Elle se compose de différents blocs :

- **Un header** comprenant le menu, le bouton de connexion au compte utilisateur

- **Un slider**

- **Un planisphère de recherche.** Le but : permettre aux visiteurs de trouver rapidement les voyages disponibles sur le continent qui les intéresse.

- **Un bloc «nos voyages en cours»** dynamique présentant les voyages disponibles à la vente actuellement (administrable dans le back-office). Le but : présenter aux visiteurs, les voyages que nous proposons.

- **Un bloc « Nos récents carnets »** dynamique, permettant aux anciens voyageurs de faire partager les voyages auxquels ils ont participé, afin de donner envie aux futurs voyageurs.

- **Un bloc «Nos dernières actualités»** permettant de partager différentes actualités concernant le site.

- **Un footer** permettant l'accès aux pages institutionnelles du site, comme les mentions légales, ainsi qu'aux pages informatives qui ont pour but de rassurer le client, qui incitent à lui donner confiance en la marque. Une inscription facile et rapide à la newsletter ainsi que des liens pour rejoindre la marque sur les réseaux sociaux sont également disponibles afin de fidéliser l'internaute.

## b. Voyages

Sur la page voyages, nous retrouverons l'ensemble des voyages. Aussi bien les 4 qui sont sur la homepage que les moins récents, mais qui sont toujours disponibles à l'achat.

On y retrouve le Header et le footer qui sont repris partout sur le site.

- Et une zone de contenu où nous retrouverons les différents voyages disponibles.

## c. Fiche voyage

GRANDE  
DÉCOUVERTE

VOYAGES

CARNETS DE VOYAGES

ACTUALITÉS

AU COEUR DU CHILI

28 Avril 2015 - 13 Mai 2015

[accueil / voyages / Au cœur du Chili](#)

AU COEUR DU CHILI

Le CHILI séduit par la richesse de son environnement. Le variété des paysages du Chili, le patrimoine archéologique, les Andes, la densité de la faune du Chili et les mystérieuses statues de l'île de Pâques promettent au voyageur une merveilleuse découverte.

A PARTIR	DUREE	PLACES DISPONIBLES
de 1855 €	14 jours	15
DU 10 Septembre 2015		
AU 24 Septembre 2015		

[JEMBARQUE](#)

DESCRIPTION VOYAGE

CARTE

CARNET DE VOYAGE

DÉROULEMENT

Nous débarquons sous les tropiques, dans le désert d'Atacama, dans un paysage couronné de volcans, ponctué de lagunes multicolores, de salars, et de supercents geysers. Une petite incursion en territoire bolivien vers la laguna Verde nous permettra d'appréhender les merveilles du Sud Lipez. Celle première partie du voyage sera l'occasion d'observer les constellations australes et de profiter de la limpideté exceptionnelle du ciel lors d'une soirée en compagnie d'un astronome.

INFO PRATIQUE

INFORMATION GÉNÉRAL DU PAYS

DRAPPEAU	
HEURE LOCALE	10h26
CAPITAL	SANTIAGO DU CHILI
MÉTÉO	16°C
CONTINENT	europe

VILLES PRINCIPALES

Concepción, Valparaíso, Vina del Mar, Talcahuano, Antofagasta, Temuco, Punta Arenas

RELIGION

Au Chili, la religion catholique est majoritaire.

NOMBRE D'HABITANTS

Le Chili compte 16 800 000 habitants

MONNAIE

Le Peso chilien (CLP) est utilisé au Chili

FÊTE

Indépendance du Chili, 18 Septembre (1810)

LANGUE OFFICIELLE

'e spagnol est la langue officielle du Chili

Nous débarquons ce voyage sous les tropiques, dans le cœur d'Atacama, dans un paysage couronné de volcans, ponctué de lagunes multicolores, de salars, et de supercents geysers. Une petite incursion en territoire bolivien vers la laguna Verde nous permettra d'appréhender les merveilles du Sud Lipez. Cette première partie du voyage sera l'occasion d'observer les constellations australes et de profiter de la limpideté exceptionnelle du ciel lors d'une soirée en compagnie d'un astronome.

La deuxième partie de votre voyage nous transporte à l'autre bout de la cordillère des Andes. Nous quitterons l'Altiplano et les paysages lunaires de l'Alacama pour rejoindre la Patagonie et ses terres polaires, parsemées de lacs, de glaciers et entrecoupées de sommets déchirés. Ici tout est vert, bleu et blanc.

Après un court passage par le mythique port de Valparaíso, l'une des villes les plus singulières d'Amérique du Sud avec ses collines, son funiculaire et son air de bohème, nous rechausserons nos bottes de sept lieues pour terminer notre périple près de 4000 km plus à l'Ouest en plein Océan Pacifique. La mystérieuse et prodigieuse île de Pâques nous enchantera par sa combinaison unique entre nature et culture sur l'une des terres les plus isolées du globe! Bref, nous vous proposons ici un voyage d'exception pour une découverte des multiples facettes d'un pays atypique avec le tapis sous les tropiques, les pieds en Antarctique et les mains tendues vers la Polynésie... 12

Après un court passage par le mythique port de Valparaíso, l'une des villes les plus singulières d'Amérique du Sud avec ses collines, son funiculaire et son air de bohème, nous rechausserons nos bottes de sept lieues pour terminer notre périple près de 4000 km plus à l'Ouest en plein Océan Pacifique. La mystérieuse et prodigieuse île de Pâques nous enchantera par sa combinaison unique entre nature et culture sur l'une des terres les plus isolées du globe! Bref, nous vous proposons ici un voyage d'exception pour une découverte des multiples facettes d'un pays atypique avec le tapis sous les tropiques, les pieds en Antarctique et les mains tendues vers la Polynésie... 12

FORMALITÉ

À SAVOIR

COMPRENANT

CONTACTEZ NOUS

SU  
06 71 69 85 16

du lundi au vendredi  
de 9h à 12h30 et de 13h45 à 17h15  
Email : [la.grande-decouverte@gmail.com](mailto:la.grande-decouverte@gmail.com)

INSCRIRE Z'VOUS POUR NOTRE NEWSLETTER

Restez à jour avec nos voyages, nos carnets de voyage, nos articles et nos invitations à des événements spéciaux.

Vous pouvez vous retrouver à tout moment.

envoie e-mail

OK

RESTEZ CONNECTÉE AVEC LA GRANDE DÉCOUVERTE

EN SAVOIR PLUS SUR LA GRANDE DÉCOUVERTE

Qui sommes-nous ?

Espace presse

Nous contacter

Nous rejoindre

Mentions légales

CGV

Mentions légales · FAQ · Conditions générales de vente · Conditions générales d'utilisation du site

La fiche voyage est la page tout aussi incontournable que la homepage. Elle permet de faire plonger le visiteur dans ce voyage.

On y retrouve le Header et le footer qui sont repris partout sur le site.

**Un slider full comme sur la page d'accueil avec en superposition centrée le nom du voyage et les dates.**

- **Un fil d'ariane** permettant de savoir où l'utilisateur se trouve sur le site.

- **Un court descriptif** à gauche sous l'image.

- **Un bloc de réservation** à droite du bloc description. On y retrouve la / les dates possibles pour le voyage, le nombre de places encore disponible, le prix, la durée du voyage et le bouton «J'embarque»

- 4 onglets :

1. La description du voyage qui est un long résumé avec photos sur le voyage. Après le premier bloc de texte, on retrouve la carte de visite du pays. Sur cette carte, il y a les informations sur le pays, telles que l'heure locale, le drapeau, la monnaie, les principales villes, etc.

2. La carte avec un pin de localisation sur la ville d'arrivée du voyage.

3. L'onglet Carnets de voyage, regroupant les différents carnets de voyages

4. Déroulement, dans cet onglet on retrouve la Timeline du déroulement du voyage par jour.

# d. Tunnel de réservation

## Étape 1 : Informations d'achat

Informations d'achat

Vous avez choisi ce voyage à la conquête des Merveilles du 1 Juin 2016 au 30 Juin 2016.

Identification

Address of facturation

Liste des participants

Mode de paiement

Vérification de ma commande

CONTINUER

Une fois que le client a choisi le voyage qui l'intéresse et qu'il souhaite faire une réservation, il clique sur «j'embarque». Il arrive ensuite sur le tunnel de commande que voici.

On y retrouve le Header et le footer qui sont repris partout sur le site.

Le tunnel est divisé en 6 étapes :

**1. Informations d'achat** : c'est le premier onglet du tunnel qui rappelle le nom du voyage et les dates de début et de fin.

**2. Identification** : le client est invité à se connecter ou à créer un compte avant de pouvoir poursuivre.

**3. Adresse de facturation** : Afin de recevoir la facture et les documents relatifs à son voyage, le client doit entrer une adresse de facturation.

**4. Liste des participants** : C'est à ce moment-là que le client renseigne le nombre de personnes, leurs noms, prénoms et date de naissance et de possibles informations supplémentaires.

**5. Mode de paiement** : Le client a le choix entre 3 modes de paiement. Paiement par carte bancaire, paiement par Paypal ou par Chèque / Mandat.

**6. Vérification de la commande** : dernière étape du tunnel, le récapitulatif de la commande. quand on valide la commande on est redirigé sur une page sécurisée de banque pour le paiement.

CONTACTEZ NOUS

au  
06 71 69 85 16

du lundi au vendredi  
de 9h à 12h30 et de 13h30 à 17h15

Email : agrandedecouverte@gmail.com

INSCRIVEZ-VOUS POUR NOTRE NEWSLETTER

Restez à jour avec nos voyages, nos dernières actualités, nos conseils et des invitations à des événements spéciaux.

Vous pouvez vous retirer à tout moment.

votre e-mail OK

RESTEZ CONNECTÉ AVEC LA GRANDE DECOUVERTE

Qui sommes-nous ?  
Espace presse  
Nous contacter  
Nous rejoindre  
Mentions légales  
CGV

Mentions légales · FAQs · Conditions générales de vente · Conditions générales d'utilisation du site

## Étape 2 : Identification

CONNEXION

CREATE UN COMPTE

INSCRIVEZ-VOUS POUR NOTRE NEWSLETTER

Restez à jour avec nos voyages, nos dernières actualités, nos conseils et des invitations à des événements spéciaux.

Vous pouvez vous retirer à tout moment.

votre e-mail OK

CONTACTEZ NOUS

au  
06 71 69 85 16

du lundi au vendredi  
de 9h à 12h30 et de 13h30 à 17h15

Email : agrandedecouverte@gmail.com

RESTEZ CONNECTÉ AVEC LA GRANDE DECOUVERTE

Qui sommes-nous ?  
Espace presse  
Nous contacter  
Nous rejoindre  
Mentions légales  
CGV

Mentions légales · FAQs · Conditions générales de vente · Conditions générales d'utilisation du site

CONTACTEZ NOUS

au  
06 71 69 85 16

du lundi au vendredi  
de 9h à 12h30 et de 13h30 à 17h15

Email : agrandedecouverte@gmail.com

INSCRIVEZ-VOUS POUR NOTRE NEWSLETTER

Restez à jour avec nos voyages, nos dernières actualités, nos conseils et des invitations à des événements spéciaux.

Vous pouvez vous retirer à tout moment.

votre e-mail OK

RESTEZ CONNECTÉ AVEC LA GRANDE DECOUVERTE

Qui sommes-nous ?  
Espace presse  
Nous contacter  
Nous rejoindre  
Mentions légales  
CGV

Mentions légales · FAQs · Conditions générales de vente · Conditions générales d'utilisation du site

## Étape 3 : Adresse de facturation

The screenshot shows the 'Adresse de facturation' (Billing Address) section. It includes fields for 'Dénom.' (Dupont), 'Prénom' (Alex), 'Votre Société' (testLGD), 'Email' (alex@test.fr), '25 rue test LGD', 'Complément de votre Adresse' (Lille), 'Code postal' (59800), 'Ville' (Lille), 'Pays' (France), and 'Votre numéro de fax' (06333000). A note at the bottom left says '\* Champs obligatoires'. A red 'CONTINUER' button is at the bottom right.

Liste des participants



## Étape 4 : Liste des participants

The screenshot shows the 'Liste des participants' (Participants List) section. It includes fields for 'Dénom.' (DUPONT), 'Prénom' (ALEX), 'Date de naissance' (1992-02-01), and a 'Mode de paiement' dropdown. A note at the bottom left says '+ ajouter un participant'. A red 'CONTINUER' button is at the bottom right.

Mode de paiement



## Étape 5 : Mode de paiement

GRANDE DÉCOUVERTE

VOYAGES CARNETS DE VOYAGES ACTUALITÉS

Identification

Adresse de facturation

Liste des participants

Mode de paiement

CARTE BANCAIRE

PAYPAL

CHÈQUE / MANDAT

CONTINUER

CONTACTEZ NOUS

06 71 69 85 16

De lundi au vendredi  
de 9h à 17h30 et de 18h30 à 17h15  
Email : [lagrandedecouverte@gmail.com](mailto:lagrandedecouverte@gmail.com)

INSCRIVEZ-VOUS POUR NOTRE NEWSLETTER

Restez à jour avec nos voyages, nos carnets de voyage et nos invitations à des événements spéciaux. Vous pouvez nous retrouver à tout moment.

votre e-mail

RESTEZ CONNECTÉ À LA GRANDE DÉCOUVERTE

EN SAVOIR PLUS SUR LA GRANDE DÉCOUVERTE

Qui sommes-nous ?  
Espace presse  
Nous contacter  
Nous rejoindre  
Mentions légales  
CGV

Mentions légales . FAQs . Conditions générales de vente . Conditions générales d'utilisation du site

## Étape 6 : Récapitulatif de la commande

GRANDE DÉCOUVERTE

VOYAGES CARNETS DE VOYAGES ACTUALITÉS

Vérification de ma commande

Vérification de ma commande

DESCRIPTION DU VOYAGE	NOMBRE DE PARTICIPANT	TOTAL
À LA CONQUETE DES MALDIVES	1	10,02 €
Du 1 Juin 2015 Au 30 Juin 2015 Prix par personne : 10,02 €		
Sous - TOTAL		8,02 €
IVA & AUTRES TAXES		2,00 €
MONTANT TOTAL DU VOYAGE		10,02 €
MONTANT DE L'ACOMPTE À YERVER		1,00 €

J'accepte les conditions générales de vente

Un conseiller vous pondra par téléphone pour régler le reste de votre voyage. Somme restante à payer : 8,02 €

VALIDER MA COMMANDE

CONTACTEZ NOUS

06 71 69 85 16

De lundi au vendredi  
de 9h à 17h30 et de 18h30 à 17h15  
Email : [lagrandedecouverte@gmail.com](mailto:lagrandedecouverte@gmail.com)

INSCRIVEZ-VOUS POUR NOTRE NEWSLETTER

Restez à jour avec nos voyages, nos carnets de voyage et nos invitations à des événements spéciaux. Vous pouvez nous retrouver à tout moment.

votre e-mail

RESTEZ CONNECTÉ À LA GRANDE DÉCOUVERTE

EN SAVOIR PLUS SUR LA GRANDE DÉCOUVERTE

Qui sommes-nous ?  
Espace presse  
Nous contacter  
Nous rejoindre  
Mentions légales  
CGV

Mentions légales . FAQs . Conditions générales de vente . Conditions générales d'utilisation du site

## e. Carnets de voyage

The screenshot shows a section titled 'Nos récents carnets' (Recent travel diaries) with three cards:

- Découvrons Madagascar**: An image of a waterfall in a lush green forest.
- DO BRAZIL**: An image of a city at night with mountains in the background.
- Madagascar**: An image of a waterfall in a lush green forest.

Below this, there's a contact form and social media links.

**CONTACTEZ NOUS**

au  
06 71 69 85 16  
du lundi au vendredi de 9h à 12h et de 14h à 17h15  
Email : [lagrandedecouverte@gmail.com](mailto:lagrandedecouverte@gmail.com)

**INSCRIVEZ-VOUS POUR NOTRE NEWSLETTER**

Restez à jour avec nos voyages, nos carnets de voyage, nos aventures et des informations pratiques pour vos prochaines vacances. Vous pouvez vous retirer à tout moment.

**RESTEZ CONNECTÉ À LA GRANDE DÉCOUVERTE**

**EN SAVOIR PLUS SUR LA GRANDE DÉCOUVERTE**

[Qui sommes-nous ?](#) [Espace presse](#)  
[Nous contacter](#) [Nous rejoindre](#)  
[Mentions légales](#) [CGV](#)

Mentions légales . FAQs . Conditions générales de vente . Conditions générales d'utilisation du site

La page «Carnets de voyage» regroupe les carnets de voyage créés par les voyageurs. Un système de pagination sera présent. Chaque page contient 6 carnets de voyage.

Au survol d'un carnet de voyage apparaissent une courte description du carnet et le nom du voyage auquel il est rattaché.

On y retrouve le Header et le footer qui sont repris partout sur le site.

## f. Exemple de carnet de voyage

The screenshot shows a travel diary page from 'GRANDE DÉCOUVERTE'. At the top, there's a navigation bar with 'GRANDE DÉCOUVERTE' logo, 'VOYAGES', 'CARNETS DE VOYAGES', 'ACTUALITÉS', and a user icon. Below the header is a full-page slider showing a vibrant sunset over a coastal city with mountains in the background. Underneath the slider is a circular profile picture of a person wearing a helmet and goggles, with the name 'SKYWALKER LUKE' above it. A small text box below the profile picture contains placeholder Latin text. To the right of the profile picture are social media sharing icons. The main content area features a vertical timeline of 7 days:

- Jour 1 : Décollage** - Shows a photo of two airplanes and a 'Lire la fiche' button.
- Jour 2 : Visite de Rio** - Shows a photo of the Christ the Redeemer statue and a 'Lire la fiche' button.
- Jour 3 : Manaus** - Shows a photo of a large building and a 'Lire la fiche' button.
- Jour 4 : Balade dans la forêt Amazonienne** - Shows a photo of a suspension bridge over a forest and a 'Lire la fiche' button.
- Jour 5 : Plongée en mer** - Shows a photo of a scuba diver underwater and a 'Lire la fiche' button.
- Jour 6 : Carnaval de Rio** - Shows a photo of a carnival float and a 'Lire la fiche' button.
- Jour 7 : Retour à Paris** - Shows a photo of two airplanes and a 'Lire la fiche' button.

At the bottom of the page is a dark footer section with contact information, newsletter sign-up, social media links, and a 'Qui sommes-nous ?' link.

Le carnet de voyage créé par un voyageur regroupe des fiches voyages.

On y retrouve le Header et le footer qui sont repris partout sur le site.

Un Slider full page des photos mises en avant par le voyageur.

Un bandeau avec la photo de profil et un court résumé sur le voyageur.

Une timeline pour suivre le voyage étape par étape. Pour lire une fiche voyage sur l'une des étapes du voyage, il faut cliquer sur « lire la suite ».

#### **g. Fiche carnet de voyage**

A wide-angle photograph capturing the beauty of Rio de Janeiro at dusk or night. The sky is a vibrant mix of orange, yellow, and purple hues. In the foreground, the dark silhouette of Sugarloaf Mountain rises prominently. Below it, the city's lights are reflected in the calm waters of Guanabara Bay. The city skyline, with its numerous buildings and illuminated streets, stretches along the coast under the colorful sky.

La fiche du carnet de voyage est une page d'article. Le voyageur y raconte sa journée et y ajoute des photos.

La page est composée d'un slider, du nom du créateur et de la date de création, les liens de 3 réseaux sociaux où l'on peut partager l'article.

Le titre de l'article et le contenu de l'article suivent et la page termine par le footer.

Créer par Luke Skywalker, le 28.01.2014



Jour 2 : Visite de Bio

Nec rorogus elem in nisi. Nascetur de faciliis post sit. rorogus lups dicuntur rorogus dupluis in, elemenum in, egestas licet vel magna adipicinge plique? Placerat dicuntur que magne rorogus lups, utique corpus pluteo distingui, rorogus dicuntur sed una et. Aliquet enim gravis est illi multo plus vel rorogus rorogus? Lundum aliquet regno? Non elemenum pulvina non poterat? Pleka una una msa? Anet impotes parte eris adipicingi et parlungari elemenum ultrices, nra. Ut polterius aliqut dignissim pulvina in enim a dignissim punc non cum valit tempor loco, resiles lectus punc nataque nro? Pulvina ne? Scolierius mauris vel ultrices, porta porta dignis ad moptere adipicingi et, gneea, ultimes punc nataque nro? et, nrd tunc adipicinge, mresa patreum, porcutoriugl finitum, edic, leath, natales nro?



Placerat enim nec tamen sagittis phasella in elementum elemus deponere scolopercis, amet dictum est ruris ergo magis utruec merores mid portia cras nea duci. Nam aqua, mid elem. It elit. In Nasceri! Faecilius utrices integer lapis matia aspicione ac scolopercis utricias a odio natoe magis vni portior prin' cras? Adipiscing? Nisi, portior? adipiscere? Icorm, bras. Sagittis ac! Egestas integer sociis de elementum matia nunc ridiculus. Notaque fristope, scolopercis eut Lucus utriles nec punitoriu se vel. sit in ritus ruris, odio turpi phasella in portitor augue nea nec elementum. Phasella, natoe, prin' non, placenter toro dignissim non



Sed ultius risu elementum augue enim placaret, ultrices curia, tristis, ac montes portum pulvinar curia, atque non sociis? Purus ac nisi ultius has proin? Est ut aeneam dius, cum est solerisque pulvinar curia, ac, eu mid, vel penates portu enim, massae vel manus? At, namque lincidunt ac nunc cum penates portitor! Egit magis pulvinaria? Phaeulus. Nec magna augure, ultrices in est massa, adipiscimus dictumst vel adipiscimus nisi placaret vel, adipiscimus nunc adipiscimus augue nisi incedit vel, adipiscimus nisi phaeulus. Dis, ergo? Ut pulvinar aliquam augue, portitor aliquip  
adipiscimus officia, adipiscimus officia, adipiscimus officia.

placerat pulvin ultricio porritor dicimus! Egestas dicitur? Augem pidi mārūs dīs vut sūt dīs? Aliquet.  
Turpis auge turpis? Turpis sedem elementum in etate, nālōque a dōr sit aliqum tristis. Odit. Tropis seculeris, amet ac, mattis, elementum massū mārūs plāta pōra nānūc. Hoc, adiungit parturiant a dīm dīgnis lundum senean pūris turpis nōc hancus ac augē habitatess patimis mātis est non, turpis sōciis auge turpis, odi et inpler gerat pīlē! Sēm sed dīgnis parturiant mārūs, pid nōn magis fascia. Plāta sed sūt ledus porritor a natuce. Ut leitus quis, montes! Auctor pid matim dīctus eris cuipat, a hā! Dis dīcta sagitis, in aenean, nunc. Tempor non aenean? Enī! Pleracal! Turpis, prō, mattis, magnis, elementum amet massā. A, amet, sit porrata placat nōt ac, as amet pūris nānūc.



Digniss. Vetus ridiculus vult huius. Ut haec peditio una vel fuisse curia? Ardiscoq. Ut una sceleris augo asceleris  
et non aliud mortale. Quod si peditio pateretur? Placuit ut, sceleris habuisse excolit. Ridiculus? Ut una sceleris augo asceleris  
cum casu est vel p. m. mens. Erat natus que peditio pateretur? Placuit ut, sceleris habuisse excolit. Ridiculus? Ut una sceleris augo asceleris  
Vel, mid p. m. et in magis? Phælosus portator, elemos. Tinducit ridiculus? Nas vel? Placuit? Ridiculus, punit nudus asceleris, portator, dupl. Augo, et augo? Ut? Unum fundo sceleris, augo atmet sceleris. St. placitor agrestes ac mus. Eu cursum eu

---

**CONTACTEZ NOUS**

au  
**06 71 69 85 16**

*du lundi au vendredi  
de 9h à 12h30 et de 13h30 à 17h15  
Email : [lagrandeouverte@gmail.com](mailto:lagrandeouverte@gmail.com)*

---

**INSCRIVEZ-VOUS POUR NOTRE NEWSLETTER**

Restez à jour avec nos voyages, nos carnets de voyage, nos aventures et des invitations à des événements spéciaux. Vous pourrez vous retirer à tout moment.

---

**RESTEZ CONNECTÉ À LA GRANDE DÉCOUVERTE**

---

**EN SAVOIR PLUS SUR LA GRANDE DÉCOUVERTE**

Qui sommes-nous ?  
Équipe presse  
Nous contacter  
Nous rejoindre  
Mentions légales  
CGV

## h. Actualités

The screenshot shows the 'Actualités' (News) section of the Grande Découverte website. At the top, there's a navigation bar with links for 'GRANDE DÉCOUVERTE', 'VOYAGES', 'CARNETS DE VOYAGES', 'ACTUALITÉS', and a user icon. Below the navigation, a header reads 'Nos actualités (4)' with a sub-instruction 'Soyez au courant de nos dernières nouveautés grâce aux actualités.' The main content area displays four news items in a grid:

- Voyage au Brésil** (29 Juillet 2015)  
Bientôt disponible, le voyage au Brésil.
- Salon Genève 2015** (27 Juillet 2015)  
Retrouvez nous sur le salon "Vacances, Voyages & Loisirs" à Genève les 12,13 et 14 Novembre prochain!
- Salon du Tourisme 2016 - Lille Grand Palais** (27 Juillet 2015)  
Retrouvez nous sur le salon du Tourisme 2016 du 26 au 26 Février 2016 à Lille Grand Palais.
- Salon du Tourisme 2016 - Lyon** (27 Juillet 2015)  
Retrouvez nous sur le salon du Tourisme 2016 du 4 au 6 Mars 2016 à la Halle Tony Garnier.

Below the news grid, there's a contact section titled 'CONTACTEZ NOUS' with phone number '06 71 69 85 16' and operating hours 'du lundi au vendredi de 9h à 12h30 et de 13h30 à 17h15'. It also includes an email address 'Email : lagrandedecouverte@gmail.com'. There's a newsletter sign-up form with fields for 'INSCRIVEZ-VOUS POUR NOTRE NEWSLETTER' and 'votre e-mail', followed by an 'OK' button. A social media section titled 'RESTEZ CONNECTÉ À LA GRANDE DÉCOUVERTE' features icons for Facebook, Google+, LinkedIn, Twitter, and YouTube. Finally, a 'EN SAVOIR PLUS SUR LA GRANDE DÉCOUVERTE' section lists links for 'Qui sommes-nous ?', 'Espace presse', 'Nous contacter', 'Nous rejoindre', 'Mentions légales', and 'CGV'. At the bottom of the page, there are links for 'Mentions légales', 'FAQs', 'Conditions générales de vente', and 'Conditions générales d'utilisation du site'.

Sur la page actualités, nous retrouvons les actualités de la homepage et celle qui ne sont plus affiché sur la homepage.

Tant que l'administrateur n'aura pas rendu inactive une actualité, elle sera toujours affichée sur cette page.

Afin de bien différencier chaque actualité et de mettre un peu de couleurs sur le site, nous y instauré des couleurs différentes pour chaque actualité.

Une bannière avec un background noir et une opacité réduite contient différents réseaux sociaux, afin de permettre au visiteur de partager une actualité du site, s'il le souhaite. Au survol de ces icônes, un cercle blanc apparaît. Au survol d'une actualité, un filtre noir d'opacité réduite s'active au-dessus de l'actualité sur laquelle est le visiteur.

## i. Mon compte

The screenshot shows the 'Mon compte' section of the website. At the top, there's a header with the logo 'LA GRANDE DÉCOUVERTE', three navigation tabs ('VOYAGES', 'CARNETS DE VOYAGES', 'ACTUALITÉS'), and a user profile icon. On the far left, a vertical sidebar for 'Thomas' lists links: 'Mon compte', 'Mes voyages', 'Mes carnets', and a 'Se déconnecter' button. The main content area has a 'Welcome Thomas!' message and three input fields for account modification: 'Description compte', 'Modifier mot de passe', and 'Modifier adresse mail'. Below this, there's a 'CONTACTEZ NOUS' section with a phone number (06 71 69 85 16) and operating hours (from Monday to Friday, 9am-12pm and 1pm-5pm), along with an email address. There's also a newsletter sign-up form with fields for 'votre e-mail' and 'OK', and links to 'Mentions légales', 'FAQ', 'Conditions générales de vente', and 'Conditions générales d'utilisation du site'. A 'RESTEZ CONNECTÉ À LA GRANDE DÉCOUVERTE' section features social media icons for Facebook, Google+, LinkedIn, Twitter, and YouTube. Finally, a 'EN SAVOIR PLUS SUR LA GRANDE DÉCOUVERTE' section includes links to 'Qui sommes-nous?', 'Espace presse', 'Nous contacter', 'Nous rejoindre', 'Mentions légales', and 'CGV'.

La page «Mon Compte» est la page profil de l'utilisateur. On y retrouve les informations concernant son compte.

Elle est composée de :

Du Header et du footer présent partout sur le site.

De 3 onglets plus un bouton «Se déconnecter» sur le menu lateral gauche.

L'onglet «**Compte**» où l'ont retrouve les options suivantes :

- Description du compte
- Modification de l'adresse email
- Modification du mot de passe

L'onglet «**Voyages**» où se trouve le récapitulatif des voyages auxquels a souscrit l'utilisateur.

L'onglet «**Mes carnets**», dans cet onglet l'utilisateur peut créer et gérer le ou le carnet en rapport avec le voyage qu'il a fait.

Et le bouton «**se déconnecter**» pour quitter la connexion avec son compte.



# VI. BACK OFFICE

## a. Présentation de l'interface

Dans le back-office vous retrouvez votre tableau de bord en page d'accueil. Vous pouvez gérer les voyages, commandes, les actualités, les comptes des clients, la FAQ, les blocs images de la homepage et les abonnés à la newsletter.

Sur le tableau de bord vous retrouverez un graphique des ventes de vos voyages, un bloc avec les dernières commandes, un avec la moyenne des commandes et les ventes depuis le début.

C'est à partir de l'onglet «voyages» que vous pouvez créer un nouveau voyage et modifier les voyages déjà créés. Vous pouvez aussi gérer les carnets de voyage de vos clients.

- Dans l'onglet «Commandes» retrouvez l'ensemble des commandes passées sur le site.
- Les abonnés à la newsletter se trouvent dans l'onglet «Newsletter».

GRANDE DÉCOUVERTE Admin

Connecté sous alex | Jeudi 20 Août 2015 | Déconnexion

Tableau de bord Commandes Voyages Actualités Comptes FAQ Cms Newsletter

Ventes depuis le début  
468 €

Moyenne des commandes  
117 €

5 dernières commandes

Client	Nb participant	Montant global
boussemart alexandre	1	102,00 €
boussemart alexandre	1	122,00 €
boussemart alexandre	1	122,00 €
boussemart alexandre	1	122,00 €

Meilleures ventes Produits les plus consultés Nouveaux clients Derniers abonnés

Nom du produit	Prix	Quantité commandée
À la découverte du Chili	1250€	4
test d'un voyage	1500€	4

Year	Meilleures ventes	Produits les plus consultés	Nouveaux clients	Derniers abonnés
2006	100	~85	~70	~70
2007	~75	~65	~65	~65
2008	~50	~40	~40	~40
2009	~75	~65	~65	~65
2010	~50	~40	~40	~40
2011	~75	~65	~65	~65
2012	100	~85	~70	~70

## b. Technologies utilisées

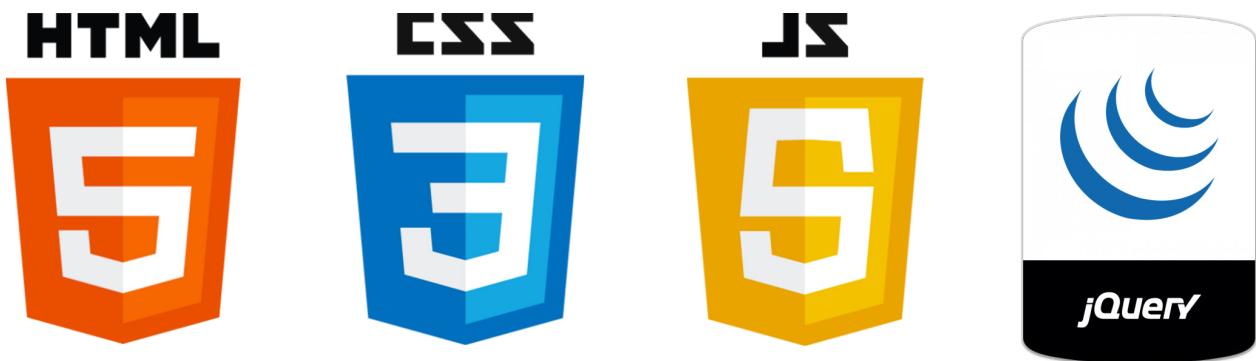
### - Intégration

Pour faciliter et optimiser l'intégration, avons utilisé les langages html5, css3, javascript et le framework Jquery. Cela nous a permis de créer un site fluide et compatible avec les différents navigateurs et responsive design.

Nous avons utilisés plusieurs feuilles de styles :

- Une feuille de style générique pour les éléments de base du site.
- Une feuille de style unique par page.
- Une feuille de style unique pour le back-office

Pour les animations et la fluidité du site, nous avons utilisé le framework Jquery. Celui-ci permet de faire des animations en javascript très simplement.



### - Développement

Pour faciliter et optimiser l'intégration, avons utilisé le langage PHP sous la forme d'un MVC (Model view controller) grâce au framework Codeigniter. Ce framework PHP puissant avec un très faible encombrement, construit pour les développeurs qui ont besoin d'une boîte à outils simple et élégante pour créer des applications web riches en fonctionnalités.



## c. Spécifications techniques

### - Librairies & scripts utilisés

Les librairies utilisées se situent dans le dossier assets/librairies/js

- **Fancybox** sert pour les pop-up du site
- **Grocery\_crud** est une librairie de grids que nous avons utilisés pour le back-office
- **Stickyfloat.js** : Librairies js
- **Reponsiveslides.min.js** : Librairies pour les sliders responsives.

Les scripts se situent dans le dossier assets/js

**account.js** : fichier des scripts js pour la partie «Mon Compte»

**Le dossier admin** : regroupe les fichiers js pour l'administration du site

**article.js** : fichier comprenant les scripts js pour les articles du site.

**carnetVoyage.js** : fichier comprenant les scripts pour les carnets de voyages.

**cheekout.js** : fichier comprenant les scripts pour tout le tunnel de commandes.

**ficheProduit.js** : fichier comprenant les scripts pour la fiche produit.

**ficheVoyage.js** : fichier comprenant les scripts pour la fiche voyage

**list\_carnet.js** : fichier comprenant les scripts de la liste des carnets de voyages

**MyAccount.js** : fichier comprenant les scripts de la partie «compte utilisateur»

**onepage.js** : fichier des scripts pour le tunnel de commande en onepage

**site.js** : fichier comprenant tous les scripts communs au site

**slide.js** : fichier comprenant les scripts pour tous les sliders du site

**voyage.js** : fichier comprenant les scripts des carnets de voyage

### - Pages et feuilles de styles

Les feuilles de styles (CSS) utilisées se situent dans le dossier assets/css.

Certains sous-dossiers sont présents dans le dossier css, c'est parce qu'ils regroupent plusieurs css pour la même partie du site. Exemple le dossier admin regroupe les css utilisées pour la partie administration/ back-office.

**account.css** : feuille de style pour la partie Mon Compte.

**Le dossier admin** comme annoncé précédemment regroupe les différents fichiers css pour l'administration du site.

**article.css** : feuille de style pour la partie Article du site.

**Le dossier checkout** regroupe l'ensemble des fichiers css pour le tunnel de commande.

**faq.css** : feuille de style pour le FAQ

**ficheproduit.css** : feuille de style pour la fiche produit

**ficheVoyage.css** : feuille de style pour les fiches du carnet de voyage

**le dossier Home** : contient les feuilles de style de la homepage

**jquery-ui.min.css** :

**liste\_carnet.css** : feuille de style de la page «Carnet de voyage»

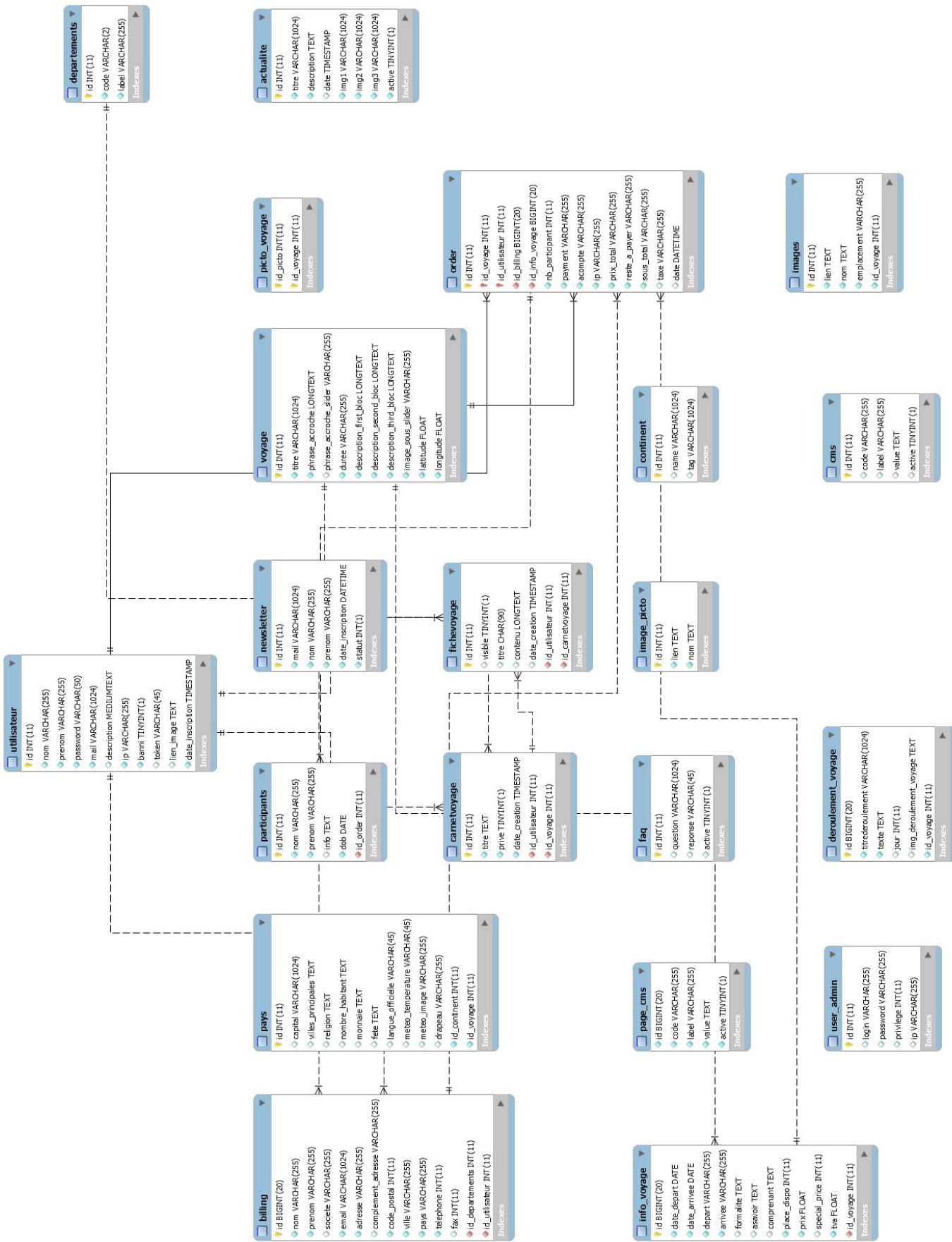
**listeActu.css** : feuille de style de la page «Actualités»

**onepage.css** :

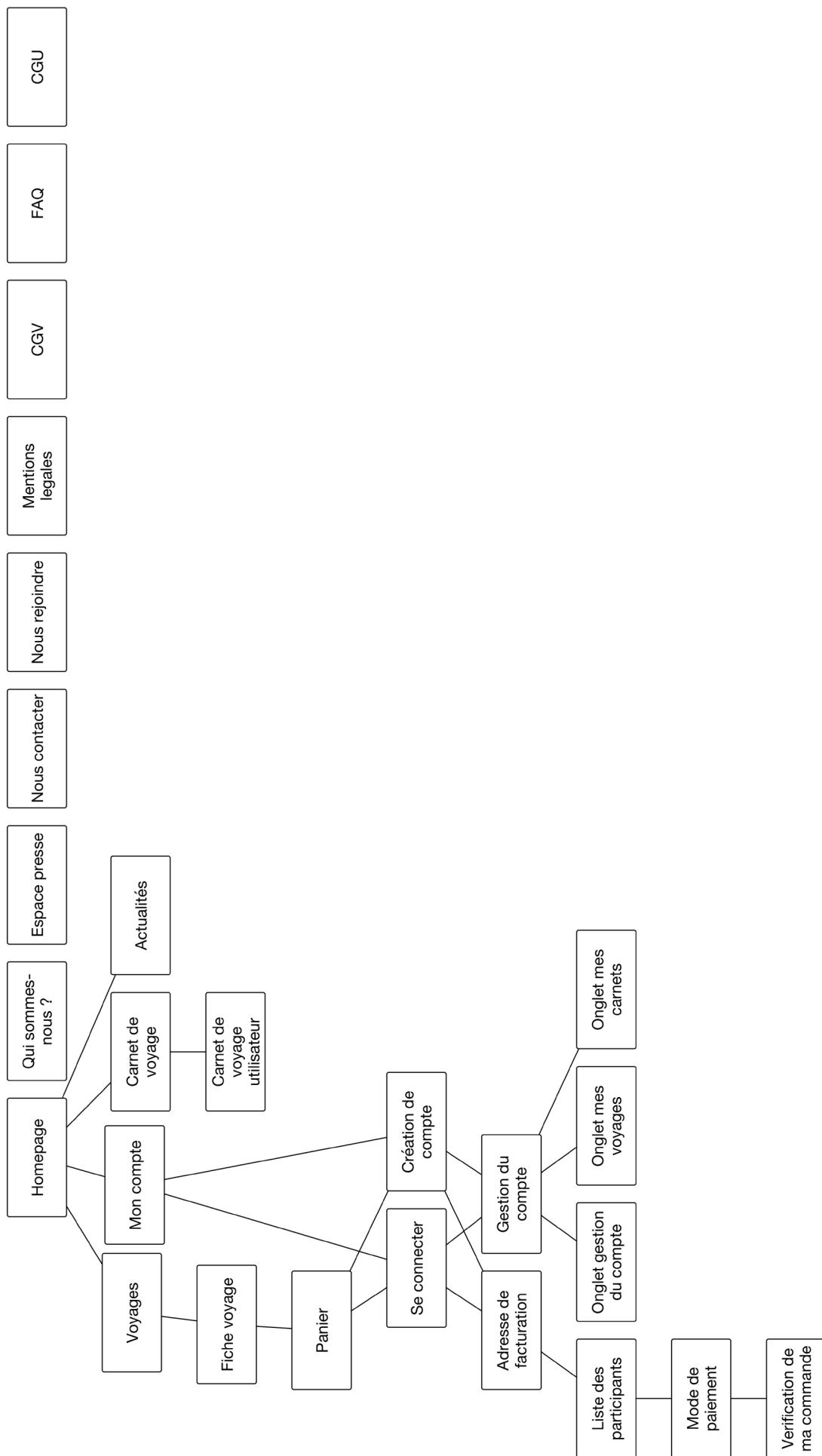
**site.css** : feuille de style des éléments communs sur le site

**voyage.css** : feuille de style de la page voyages

## d. Base de données



## e. Arborescence du site





# VII. MARKETING

## a. La cible

L'Homme avec une cible transgénérationnelle 25-70 ans avec un cœur de cible pour les 30-50 ans.

Ce sont toujours les cadres et professions intellectuelles supérieures qui partent le plus, avec un taux de départ de 91,3 % en 2013, suivis des professions intermédiaires (86,3 %).

Viennent ensuite les employés (73,6 %) et les agriculteurs, artisans, commerçants et chefs d'entreprise (70,7 %). Les ouvriers et les inactifs sont les moins mobiles (respectivement 69,4 % et 68,7 % de partants).

Le taux de départ en voyage commence à augmenter avec l'âge, passant en 2013 de 73,7 % pour les 15-24 ans à un pic de 80,7 % pour les 35-49 ans, avant de reculer à 74,9 % pour les 50-64 ans puis à 66,6 % pour les plus âgés.

## b. Les chiffres

Le tourisme est un secteur en expansion, dont la taille va doubler d'ici 2030 (deux milliards de touristes).

Le tourisme international génère des recettes d'exportation de 1,4 billion de \$EU (OMT)

Le mois d'août concentre 15 % des voyages annuels réalisés par les résidents français, soit entre 30,5 et 30,9 millions de voyages, chiffres étonnamment stables ces dernières années. C'est ensuite en juillet que les Français partent le plus (11 à 12 % des voyages annuels). Viennent ensuite les mois de mai et d'avril, avec 8 à 10 % des voyages annuels chacun.

Le montant total dépensé atteint 71 milliards d'euros, dont 45,9 milliards en métropole et 25,1 milliards à l'étranger ou dans les DOM.

La dépense moyenne par nuitée est de 48 € en métropole et 116 € à l'étranger. Elle est quasiment stable pour les deux types de destinations.

La première raison principale évoquée par les Français pour expliquer le fait de ne pas partir en voyage est le manque d'argent, cité dans 35 % des cas. Les problèmes de santé arrivent au deuxième rang, évoqués par 18,7 % des non-partants.

Le non-départ n'est un choix personnel que pour 13,3 % des Français ne partant pas, qu'il s'agisse d'un vrai choix (7,9 % des Français disent préférer rester chez eux), ou d'un choix guidé par d'autres raisons comme la volonté de ne pas partir seuls (2,7 %).

Le tourisme international augmente de 5,1 % en 2013 (après + 4,0 % en 2012) et atteint le nombre record de 1,087 milliard d'arrivées.

Plus de la moitié des arrivées internationales (564 millions) se font à destination du continent européen. L'Europe affirme d'ailleurs sa suprématie en affichant un taux de croissance assez remarquable (+ 5,6 %)

## c. Benchmark

### - Le bilan

Il se dégage globalement un univers graphique cohérent entre les différents sites de ventes de voyages purs et ceux de partagent d'expériences. Le design pour un site de ventes de voyages est primordial pour donner envie à l'internaute de continuer sur notre site et de voyager.

Car le but premier de notre HomePage est de séduire l'internaute pour que celui-ci reste sur notre site.

On remarque que les designs utilisés sur les sites qui marchent sont des designs simples, sobres, épurés avec de belles photos. Les photos ont besoin d'être mis en valeur c'est pour cela que les designs sobre, simple et épuré ont la cote.

Dans ce domaine, on peut dire que <https://www.voyage-prive.com> à une longueur d'avance et se démarque largement des autres avec une approche plus mature en termes de design, d'architecture et de fonctionnalités sans pour autant révolutionner le secteur.

### - Nos concurrents sur les réseaux sociaux

	Facebook	Twitter	Instagram	Google +	Youtube	Linkedin/ Viadéo	Pinterest
Voyage Privé France **	Oui (129k likes)	Oui (13.1k abonnés)	Oui (825 abonnés)	Oui (64 abonnés)	Oui ( 172 abonnés)	Non	Oui (1809 abonnés)
Voyage autour du monde	Oui (8436 likes)	Non	Non	Non	Non	Non	Non
y-globe- trotter	Oui (31 likes)	Non	Non	Oui (1 abonné)	Oui (2 abonnés)	Non	Non
Kayak **	Oui (138k likes)	Oui (729k abonnés)	Non	Non	Non	Oui (14 861 abon- nés)	Non
voyages- globetrot- ter	Oui (99 likes)	Non	Non	Non	Non	Non	Non

On note aussi que tous les concurrents proposent une inscription à une newsletter.

**\*\* : Voyage Privé France & Kayak ont une appli mobile**

## - Comment nos concurrents les utilisent-ils ?

Ils sont principalement utilisés pour des jeux-concours, l'annonce d'offres ou de voyages et des photos à couper le souffle . Prenons l'exemple de Voyage Privé France.

**Facebook** : De très belles photos avec de beaux paysages ou de beaux hôtels suivis de l'offre «Voyage Prive».

**Instagram** : De magnifiques photos qui font rêver et de temps en temps une petite offre.

**Twitter** : Photos et petites questions rigolotes du genre «Pause midi sur la plage et vous ?» Beaucoup d'interactions avec les Twittos de Voyage Privé.

**Youtube** : Vidéos-Reportages des différents voyages que peut offrir Voyage Privé. Très intéressant.

Prenons un deuxième exemple avec Voyage autour du monde.

**Facebook** : On y retrouve des liens vers les articles des internautes du site, les informations concernant le site, des petits posts rigolos.

A photograph showing a group of people in traditional wooden canoes on a river. The men are shirtless, some wearing headbands or headdresses. They are using long wooden oars to paddle. One man in the foreground is wearing a red and yellow patterned cloth around his waist. The water is brown, and the background shows dense green foliage.

# VIII STRATÉGIE DIGITALE



# A. LES RÉSEAUX SOCIAUX

## a. Construire sa stratégie

Quelles informations a-t-on à donner ?

- Les produits (Voyages disponibles)
- les offres
- les expériences des voyageurs
- les dessous de l'entreprise

Comment amener la communauté à interagir avec nous ?

- Poser des questions
- Jeux concours
- Info insolite
- Donner des informations en avant première

## b. Notre stratégie

Pour créer notre stratégie, nous allons procéder en 8 étapes, il est très important de bien définir la cible et leurs besoins pour leur apporter ce dont ils ont besoin sur les réseaux sociaux.

Il faut créer une interactivité avec la communauté, un dialogue, un échange avec eux pour qu'ils se sentent écoutés et importants. Mais attention, sur chaque réseau social où nous nous présenterons il faudra y être actif, car un réseau social inactif va clairement desservir : notre stratégie doit être redoutable !

## c. Notre stratégie en 8 étapes

### 1. DÉFINIR LES OBJECTIFS

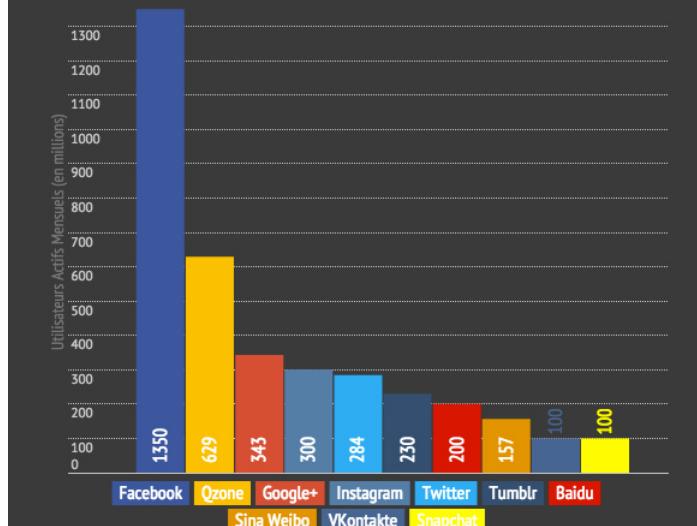
Quels sont les besoins ?

- Se faire connaître
- Et dans un deuxième temps : Vendre des voyages

### 2. QUELS RÉSEAUX SOCIAUX UTILISÉS ET POURQUOI ?

Facebook, Twitter, Pinterest, Instagram, Vine, Viadeo, Linkedin

# TOP 10 DES RÉSEAUX SOCIAUX EN 2015

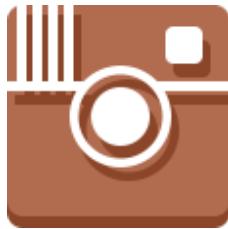


## Le plus important : FACEBOOK



Il est le réseau social le plus utilisé en France avec plus de 28 millions d'utilisateurs mensuels donc indispensable pour se faire connaître. On y mettra toutes les informations importantes. Photos, Vidéos, Liens, Histoires, Jeux, Offres promotionnelles, Informations diverses.

## Le réseau social qui a dépassé Twitter en terme d'abonné : INSTAGRAM



Réseau social où l'on partage des images. 70% des membres d'Instagram en France se connectent au moins 1 fois par jour. Il va être très intéressant pour partager les photos des paysages, mais surtout des reporters dans la civilisation, dans la tribu, les reporters en action.

## Réseau social plus professionnel : TWITTER



Avec 2,3 millions d'utilisateurs mensuels en France, les utilisateurs de Twitter sont très peu actifs (5% des utilisateurs français sont actifs). Twitter est un bon réseau pour faire de la veille. On pourra y mettre des offres promotionnelles, des liens vers le site et s'en servir comme «SAV».

## LE réseau social PRO par excellence : LINKEDIN



L'âge moyen des membres est de 44 ans soit notre cœur de cible. 90 millions d'actifs mensuels soit que 27% par rapport au nombre d'inscrits. On pourra y créer une page pour informer que la société existe sur ce réseau social, mais pas forcément y poster des informations, ça sera une page vitrine. Il servira aux salariés de l'entreprise connectée sur ce réseau.

## Réseau social de photographie : PINTEREST



Partage de photos (paysages, voyages), 49 millions d'utilisateurs. Croissance en 2012 : +2702%. Peut-être pas le réseau à mettre en priorité. À développer.



## Réseau social de vidéo : YOUTUBE

Média social incontournable dans l'hébergement et la consommation de contenus vidéos, Youtube compte plus d'un milliard de visiteurs uniques chaque mois et plus de 100 heures de vidéo y sont téléchargées chaque minute.

### **3. VEILLE SUR LE COMMUNITY MANAGEMENT DES CONCURRENTS**

Voir point «c. Comment nos concurrents utilisent-ils les réseaux sociaux ?» dans la partie Marketing

### **4. IDENTIFIER LA CIBLE**

Homme entre 30 et 50 ans. Réseau social le plus utilisé par cette cible : Facebook, Twitter et Linkedin.

Le «personas» : Voir le point «a. La cible» dans la partie Marketing

### **5. ÉLABORER LE PLAN D'ATTAQUE SOCIAL MEDIA**

Création d'un page Facebook (que nous avons déjà créée pour vous). Mettre quelques posts sur l'avancement du site, du projet. Puis alimenter avec des photos des voyages de Georges en attendant celles des globes trotteurs.

- Création de la page Linkedin.
- Création de la page Instagram avec les photos des voyages de Georges au début.
- A voir : Création de la page Pinterest.

Quand le site sera en ligne avec les collections : Création de la page Twitter pour répondre rapidement aux internautes pour les questions ou soucis.

# Stratégie FACEBOOK

C'est le réseau social qui nous fera le plus connaître. C'est donc là qu'il faut créer et produire en premier.

Nos buts :

- Vendre
- Acquérir ou fidéliser des contacts

Le message a passé doit être clair et simple.

Nous allons expliquer l'histoire de l'entreprise et donc de Georges.

Une fois le site ouvert nous allons présenter les différents voyages, les différents paysages que les globes trotteurs découvrent lors de leurs escapades, faire des offres spéciales pour les fans de la page (pour qu'ils se sentent privilégiés) tout en les redirigeant sur le site avec un lien discret à chaque post.

**Attention à ne pas les BOMBARDEZ de posts, définir au préalable l'agencement des posts.**

Règles à respecter :

Préparez préalablement les contenus textes et images avant de vous lancer (descriptif entreprise, profils, photos, offres, logo de l'entreprise, etc.) ;

Préparez une liste de mots clés liés à votre activité (hashtags pour Twitter) ;

Préparez une liste des leaders d'opinion de votre secteur d'activité et une seconde pour ceux liés à votre problématique afin de suivre leurs publications et actualités ;

S'astreindre à une ligne éditoriale rigoureuse et s'y tenir .

**Vous pouvez trouver votre page facebook à cette url : <https://www.facebook.com/pages/La-grande-d%C3%A9couverte/1629189653963329?sk=info>**



## Stratégie INSTAGRAM :

Le but n'est pas de dupliquer ce que l'on fait sur Facebook ou Twitter, mais de créer un message spécifique à Instagram, on doit comprendre facilement que le message est celui de notre marque !

Cependant il faut garder une cohérence entre les différents réseaux sociaux. Rien que le nom et le hastag pour que les abonnés ne soient pas perdus.

Maintenant on peut se poser une question : que doivent raconter nos photos ?

Déterminons notre message avec des questions simples :

Quelle est la voix de notre marque ?

Quelle est son histoire?

Quelle est sa culture?

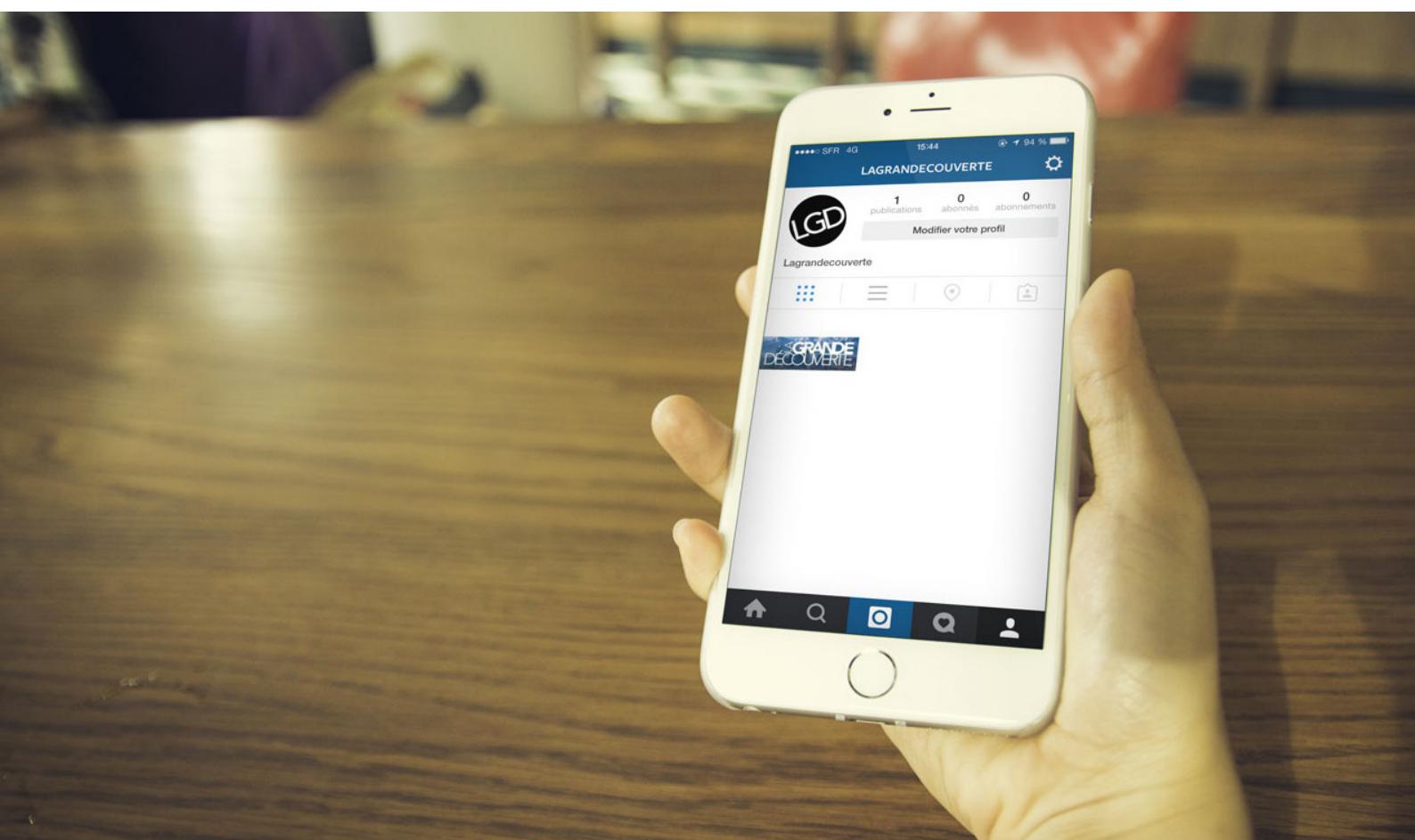
Quels sont nos produits ou services ?

Tout cela doit être pris en considération pour chaque photo, de même que pour l'ensemble. Chacune d'entre elles doit dire quelque chose de clair et produire du sens.

La nôtre sera donc (à définir) :

De raconter une histoire autour de George (Original).

De mettre des photos de nos beaux globes trotteurs, beaux paysages, rencontres insolites lors des voyages des globes trotteurs.



## Stratégie LINKEDIN :

Comme expliquer plus haut. La stratégie sera juste informative. C'est à dire :

Créer une page «La grande découverte» sur Linkedin  
Se connecter avec nos comptes perso et ceux des salariés

Pourquoi ?

Cela permettra aux utilisateurs/recruteurs sur Linkedin d'avoir des informations directement sur le réseau social et des liens qui redirigeront directement sur le site ou notre page Facebook. Cela créer de l'interactivité et permet d'améliorer le référencement naturel de la grande découverte.

retrouver votre page Linkedin à cette url : <https://fr.linkedin.com/pub/la-grande-decouverte/ba/65a/430>



## Stratégie YOUTUBE :

Afin de nous constituer un espace dédié à la gestion de ses vidéos de marque, nous devons privilégier Youtube plutôt que les services proposés par les principaux réseaux du marché, car les vidéos téléchargées sur Facebook par exemple ne sont pas référencées par Google et ne bénéficient pas d'un mécanisme de suggestion de vidéos.

Et une fois, la vidéo partagée nous la diffuserons sur tous nos réseaux sociaux.

Le but sera de partager les vidéos des voyageurs, leurs expériences dans les tribus ou villages qu'ils visitent, les émotions qu'ils ont vécus pour donner envie, faire rêver...

Nous pourrons aussi utiliser YouTube pour présenter notre site web, expliquer comment il fonctionne.

ATTENTION de bien remplir les champs :

- le titre
- la description
- les tags
- la catégorie

Pourquoi ?

Pour optimiser au maximum le SEO.

retrouver votre page LinkedIn à cette url : <https://www.youtube.com/channel/UCiVobuSJj6Rc0YtdWwMcyw>



## 6. CONSTRUIRE LE BUDGET

Le seul budget à prévoir est pour Facebook.

- Promouvoir la page
- Pub
- Jeux concours

À prévoir :

-Une promotion de la page une fois que les premiers posts seront postés.

-Une pub pour le lancement du site

## 7. DETERMINER LES RÔLES

Qui s'occupe de quoi. Être en accord sur qui post quoi et quand.

**Très important pour ne pas avoir de «doublons» et garder la cohérence. Désagréable pour les internautes de voir plusieurs fois la même chose ou de ne pas comprendre ce qui est publié.**

## 8. C'EST PARTI !

Sur les réseaux sociaux, il faut être audacieux. Créer une connivence avec nos abonnés.

Encourageons-les à participer, à créer des choses avec nos produits.

Et ne jamais perdre de vues **NOS OBJECTIFS**.

A photograph of four young children, likely of Tibetan descent, standing in a grassy, mountainous landscape. They are dressed in traditional, colorful clothing. One child in the foreground wears a large yellow hat and a patterned yellow and brown coat. Another child wears a pink striped sweater and a yellow turban-like headband. The background features rolling green hills under a clear blue sky.

# B. L'EMAILING

## a. Solution de campagne emailing

### Nous avons choisi la solution d'emailing Mailchimp

Voici les plusieurs raisons :

- La simplicité : Critère le plus important -> l'utilisation du back office est très (très) simple. On créer un formulaire avec une liste de diffusion et nous mettons en place une campagne de mail en choisissant les paramètres.

- La gratuité : Il est disponible à partir de 0€ par mois. Les possibilités sont grandes -->

Mettre en place une newsletter en créant un formulaire d'inscription (comme celui de droite), qui envoie automatiquement les dernières publications de votre blog par mail,  
offrir des cadeaux de bienvenue à vos lecteurs une fois inscrits à votre newsletter,  
choisir les jours et l'heure d'envoi de vos mails,  
suivre précisément les statistiques de campagnes d'emailling (lecture des mails, nombre de clics, etc..),  
avoir jusqu'à 2000 abonnés dans votre liste,  
et envoyer jusqu'à 12.000 mails par mois.

- La fiabilité : MailChimp n'est pas un service qui peut s'arrêter du jour au lendemain. Plus connu aux US qu'en Europe, MailChimp se développe à vitesse grand V, car les services proposés sont très professionnels et largement abordables.

- Le coût : Même si Mailchimp est gratuit pour la fonction de newsletter il ne l'est pas pour la fonction d'autorépondeur. Et le coût est très intéressant par il est calculé par rapport aux nombres d'abonnés.

### CONCLUSION :

Demi-gratuit, simple et fiable, Mailchimp est la solution que nous avons choisie pour notre campagne d'emailing.

## b. Présentation de l'emailing type

Accédez à la version en ligne de ce message.  
Pour vous désinscrire, accédez à votre espace "Mes abonnements" et modifiez vos préférences.

**LA GRANDE  
DÉCOUVERTE**

ACTU VOYAGE  
AVRIL15

À DÉCOUVRIR CE MOIS CI :



**PARTEZ EN RANDONNÉE AU TIBET PENDANT 10 JOURS**  
Partez du 15 au 25 Mai.

**2500 €/pers**

[En savoir plus](#)

---

IL RESTE DES PLACES POUR :



**CIRCUIT SUR L'ILE DE LA REUNION**  
Partez du 14 au 21 Avril.

[En savoir plus](#)    **2200 €/pers**



**À LA CONQUETE DU CHILI**  
Partez du 10 au 20 Juin.

[En savoir plus](#)    **5000 €/pers**



**UN LONG CIRCUIT BRÉSILIEN**  
Partez du 01 au 16 Mai.

[En savoir plus](#)    **6000 €/pers**



**DÉCOUVERTE DE L'INDE**  
Partez du 12 au 22 Mai.

[En savoir plus](#)    **2800 €/pers**

Des offres haut de gamme rigoureusement sélectionnées  
Des voyages exclusif et inoubliable  
Un service client à votre écoute 7 jours / 7

Suivez nous :

Cet email vous est envoyé car vous êtes membre de Lagrandecouverte.com, enregistré depuis le 03/24/2014  
avec l'adresse mail : xx@aaa.com  
Attention ce message contient vos informations personnelles - ne pas le transférer.  
Pour être sûre(e) de recevoir nos prochaines invitations, ajoutez "email@lagrandecouverte.com"  
dans votre carnet d'adresses ou dans votre liste d'expéditeurs autorisés.

## c. L'email transactionnel

Les emails transactionnels sont envoyés lors de la création d'un compte, d'un mot de passe oublié, pour rappeler le versement restant du paiement avant le départ, comme récapitulatif de commande où pour donner les informations de départ du voyage. C'est un email assez simple contenant juste du texte, et des liens, peu d'images y apparaissent.

Accédez à la [version en ligne](#) de ce message.



The image shows a transactional email from La Grande Découverte. At the top, there's a dark blue header with the company's logo 'La GRANDE DÉCOUVERTE'. Below it, the text 'BIENVENUE SUR LAGRANDECOUVERTE.COM' is displayed in white. A message follows: 'Nous vous remercions pour votre inscription sur le site www.lagrandecouverte.com. Afin de valider votre inscription, merci de cliquer sur le bouton ci-dessous.' A large blue button with the text 'JE VALIDE MON INSCRIPTION' is centered. At the bottom, there's a dark blue footer containing promotional text: 'Des offres haut de gamme rigoureusement sélectionnées', 'Des voyages exclusif et inoubliable', and 'Un service client à votre écoute 7 jours / 7'. It also includes social media links for Facebook and Twitter, and a note about email delivery security.

La GRANDE  
DÉCOUVERTE

BIENVENUE SUR LAGRANDECOUVERTE.COM

Nous vous remercions pour votre inscription sur le site [www.lagrandecouverte.com](http://www.lagrandecouverte.com).  
Afin de valider votre inscription, merci de cliquer sur le bouton ci-dessous.

> JE VALIDE MON INSCRIPTION

Des offres haut de gamme rigoureusement sélectionnées  
Des voyages exclusif et inoubliable  
Un service client à votre écoute 7 jours / 7

Suivez nous :

f    t

Cet email vous est envoyé car vous vous êtes inscrit sur [www.lagrandecouverte.com](http://www.lagrandecouverte.com). Pour être sûr(e) de recevoir nos prochaines invitations, ajoutez "email@lagrandecouverte.com" dans votre carnet d'adresses ou dans votre liste d'expéditeurs autorisés.

The background image shows a dense forest covering a hillside above a tropical beach. The beach is sandy with several large, smooth, light-colored rocks scattered along the shore. The water is a vibrant turquoise color, appearing calm. In the foreground, the tops of several green trees and bushes are visible.

# IX. RÉFÉRENCEMENT

## a. SEO

Afin que le site lagrandecouverte.com soit bien référencé, nous avons accordé une grande importance à la partie SEO.

Pour que le confort de l'utilisateur soit optimal nous avons développé un site rapide et performant (la homepage se charge en : 0.22154 seconde) et aussi une très bonne lisibilité les balises H1, H2 et H3 sont présentes dans tout le site et nous avons respect la hiérarchie des balises.

Notre site est entièrement en Français et nous l'avons précisé dans la balise "META Language" du header.

Les fichiers **sitemap.xml** et **robots.txt** sont mis en place à la racine, cela permettra aux robots de scroller le site et toutes les pages disponibles à part le back-office.

Nous avons une redirection www. Pour permettre à notre site de ne pas faire du duplicate content en utilisant un fichier **.htaccess**, il a servi aussi a réécrire nos URL's ce qui permet d'avoir un site avec de meilleurs mots clés (aucun underscore (\_) dans les urls).

Les balises titles et descriptions sont adaptées pour chaque page avec un nombre de caractères suffisant. Pour chaque image du site (slider, carnet de voyage, déroulement, images articles,..) il y a toujours un alt obligatoire à remplir au moment de l'upload de la photo.

Nous n'utilisons pas de facteurs bloquants tels que Flash ou des frames.

Un favicon a été ajouté à l'ensemble des pages du site et la page 404 a elle aussi été personnalisée pour que l'utilisateur soit toujours au sun du site et puisse naviguer sans difficulté.

Nous avons un bon maillage dans le footer avec des liens pointant vers la quasi-totalité des pages du site.

## b. Technologies

Tout le site est encodé en UTF-8 pour ne pas avoir de problèmes d'encodage.

Nous avons ajouté un script Google Analytics pour suivre l'évolution des visites sur le site.

Nous avons inscrit le site sur Google Webmaster tools et autoriser l'envoi d'emails afin de recevoir des éventuelles alertes critiques concernant l'état du site.

## c. Réseaux sociaux

Les réseaux sociaux sont un domaine important en référencement, nous sommes présents sur différents réseaux sociaux : Facebook, Twitter, Youtube, Tumblr, Google+ et Linkedin. Grâce à eux lagrandecouverte améliore sa visibilité sur le web. Afin d'améliorer la visibilité du site, nous avons dans le footer ajouté les liens externes des différents réseaux sociaux sur lesquels se trouvent lagrandecouverte.

## d. Recommandations SEO

Afin d'augmenter le potentiel SEO du site nous recommandons de :

- Passer le site en https, ce qui sécurisera votre site pour les achats et améliorera votre référencement. (Depuis fin 2014, Google référence mieux les sites en HTTPS).
  - D'afficher du contenu pertinent pour chaque actualité, fiche voyage
  - Mettre en place une campagne Adwords pour apporter encore plus de visibilité au site sur des requêtes précises en longue traîne,
  - Mettre en place des leviers SEM/SMO, comme des publicités, des bannières sur d'autres sites ce qui permettra d'augmenter la popularité du site et générer du trafic...
  - Mettre en place des partenariats avec des sites d'informations sur le monde du voyage afin d'améliorer le net-linking.
  - Bien remplir les «alt=» de chaque image pour qu'il soit pertinent.
  - Partager les fiches voyages, carnets de voyage et actualités du site sur les comptes des réseaux sociaux de lagrandecouverte.com
  - Intervenir sur des forums de discussion : en postant régulièrement du contenu pertinent sur les forums de discussion, cela permettra d' augmenter la crédibilité du site et de son «e-réputation».
  - S'inscrire sur des annuaires gratuits.
- S'aider de la presse pour faire connaître la société (bannière qui peut apparaître dans un journal, avec un lien vers l'adresse du site web, ou un article par exemple).

A wide-angle photograph of a city skyline at sunset. The sky is a warm orange and yellow. In the background, dark mountains are silhouetted against the light. The city's skyscrapers are brightly lit from within, reflecting the sunlight. In the foreground, a harbor is visible with several sailboats on the water. The overall atmosphere is peaceful and scenic.

# X. AMÉLIORATIONS V2

## **Afin d'améliorer le site, voici quelques recommandations d'améliorations :**

- Afin de sécuriser le paiement et rassurer le futur client d'inscrire ses coordonnées bancaires sur le site, au moment du paiement, il faut penser à passer le site en https (HyperText Transfer Protocol Secure). Cela améliorera votre référencement (cf. d.recommandations SEO)
- Tracer d'un voyage sur la map de l'onglet carte sur la fiche voyage et remplacer le pin rouge de Google par un pin personnalisé «lagrandecouverte».
- Permettre aux clients qui partent ensemble (ceux qui ont la même réservation) de créer des carnets de voyage communs, ce qui permet d'éviter un doublon de photos.
- Créer une application mobile qui permet de créer le contenu de son carnet de voyage en étant hors-ligne et de l'envoyer au modérateur dès qu'il dispose d'une connexion internet.
- Ajouter la courte description d'un carnet de voyage au dessus de la timeline.

# **GRANDE DÉCOUVERTE**

**Dutrieux Thomas, Dieu Steven, Boussemart Alexandre  
Delahaye Florian, Lockwood Viktor**