

POTHÉM ELC

Étude préalable

SOMMAIRE

01 Marketing & communication

- 4 Planification
- 5 Acteurs
- 6 Outils de gestion de projet
- 7 Analyse des risques

02 Analyse

- 9 Bilan de l'existant
- 10 Audit concurrentiel
- 12 SWOT

03 Conception

- 14 Diagramme des cas d'utilisation et acteurs
- 15 Diagramme d'activités
- 17 Bilan de choix
- 18 Arborescence

04 Éléments graphiques

- 20 Mood board
- 21 Harmonie colorée
- 22 Choix typographiques
- 23 Logo et utilisations
- 28 Maquettes et Mockups

05 Éléments techniques & fonctionnels

- 33 Modèles relationnels
- 34 Logiciels et technologies

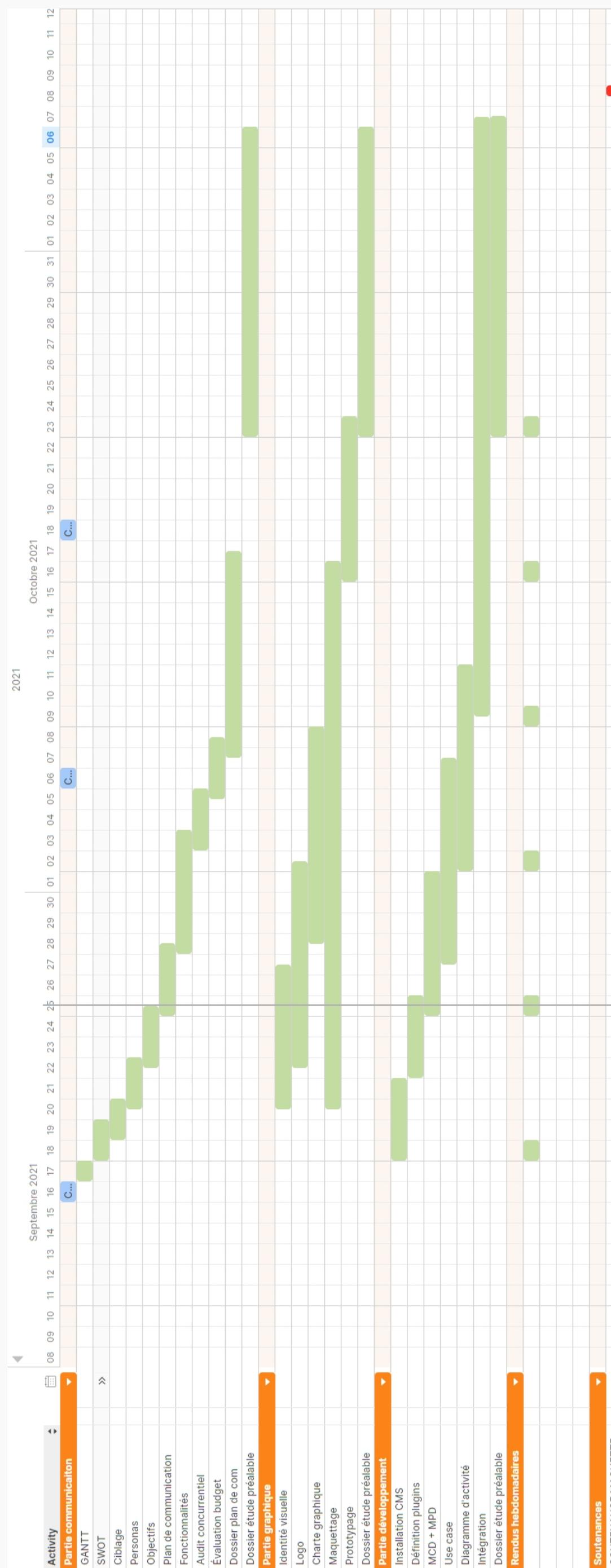
06 Marketing & communication

- 36 Plan de communication
- 41 Évaluation des moyens
- 42 Contrôle des résultats
- 44 Analyse SEO

01 / Gestion de
projet

PLANNING

PLANIFICATION



ACTEURS

ACTEURS

Julien Henriet

Tuteur

Il nous accompagne et nous aide en cas de problème technique, logistique ou relationnel au sein du groupe.

Clément Vuittenez

clement.vuittenez@gmail.com

**Chef de projet
Responsable communication**

Il doit d'occuper de la communication entre l'équipe et les commanditaires ainsi que du plan de communication, du budget et de la stratégie SEO.

Yanis Salmi

yanissalmig@gmail.com

Responsable graphisme

Il a pour responsabilité de s'occuper des aspects graphiques du site. Il doit proposer un site web fonctionnel, graphique et ergonomique. Pour cela il doit concevoir des maquettes, des logos, pictogrammes qui seront utiles au site.

Clément Torchiat

clem_tor@aol.com

Responsable développement

Son objectif est d'intégrer la partie visible du site et de développer la partie non visible. Il doit aussi faire attention à ce que tout fonctionne correctement tout en maintenant le site à jour après son déploiement.

OUTILS DE GESTION DE PROJET

ANALYSE DES RISQUES

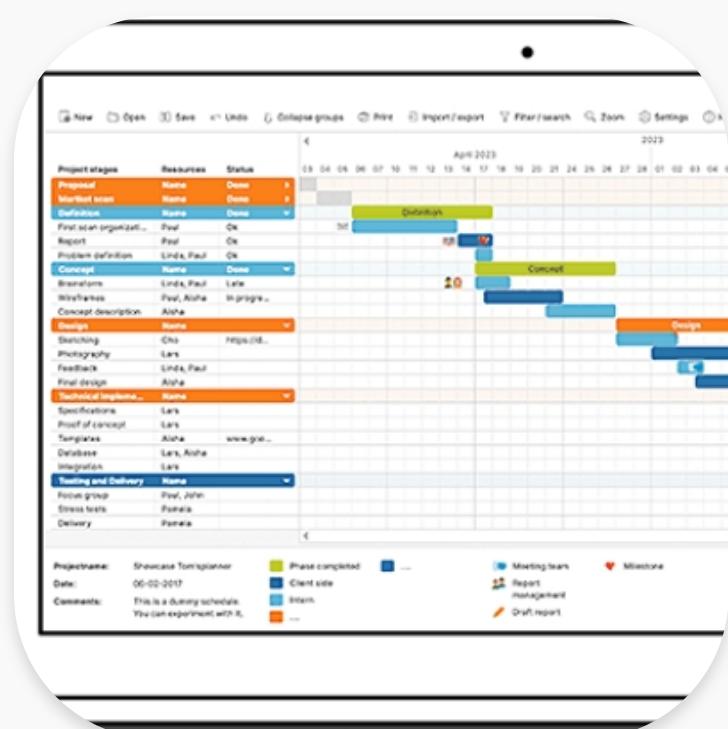
Pour le fonctionnement de notre équipe, nous avons décidé d'être une équipe collaborative, dans laquelle chaque membre participe à plus ou moins à tous les axes du projet.

En ce qui concerne la communication avec les commanditaires, nous avons adopté un système pyramidal. Seul le chef de projet communique avec les commanditaires après avoir sondé l'équipe sur les éventuelles questions ou éléments à présenter.

L'outil de gestion de projet que nous utilisons est Trello. Pratique et collaboratif, Trello nous permet de noter nos progression sur toutes nos tâches, catégorisées selon leur domaine : design, communication ou développement. Nous notons aussi les participants à chaque tâche afin de contrôler la charge de travail de chaque membre et de répartir au mieux le travail.



Trello



Tomsplanner

ANALYSE DES RISQUES

ANALYSE DES RISQUES

Des risques peuvent survenir si certaines tâches du GANTT ne sont pas finies dans les temps. Le retard ne ferait que s'accumuler et alourdirait la charge de travail.

Les modifications de la maquette pour rendre notre site web plus ergonomique peuvent traîner dans le temps. C'est pour ça qu'il faut respecter le GANTT et éviter de revenir sur des tâches déjà terminées (excepté des erreurs flagrantes).

Ce projet étant notre premier incluant de réels commanditaires, nous pâtirons probablement de notre inexpérience, entraînant des problèmes d'organisation et de communication.

Des problèmes plus internes pourraient aussi venir troubler le bon déroulement de notre projet. Ils peuvent être de nombreuses natures : troubles relationnels dans l'équipe, absence prolongée d'un membre, demandes changeantes des commanditaires etc...

02 / Analyse

BILAN EXISTANT

BILAN DE L'EXISTANT

Qui de mieux pour présenter ce projet que ses commanditaires. Voici un texte réalisé par Sylvie Crinquand, l'une des commanditaires du projet Émancipation.

Ce projet de recherche fédère les 5 laboratoires de recherche du pôle Langues Lettres et communication de l'UBFC et rassemble notamment des chercheur·e·s en langues, littératures et civilisations étrangères, en lettres modernes et classiques, en littérature, en arts, en psychologie, en linguistique ou communication.

Il vise à interroger la notion d'émancipation, concept largement sollicité sans toujours être précisément défini, en utilisant les compétences propres à chaque laboratoire dans une démarche interdisciplinaire. Quatre volets ont ainsi été définis :

- un volet sur le concept d'émancipation lui-même : définitions, contours, domaines d'application
- un volet sur les archives : valorisation d'archives existantes et constitution d'archives
- un volet sur la création et le partage (transmission/diffusion/médiation) des savoirs : sollicitation d'outils existants, création d'outils et réflexion sur les méthodologies utilisées
- un volet sur la recherche/création : sollicitation d'artistes, organisation d'ateliers d'écriture créative, et ouverture sur la société civile.

AUDIT CONCURRENCE

CONCURRENCE : COMPARAISON

Pôle	Pôle sciences fondamentales, appliquées et technologiques (SFAT)	Pôle Droit, Gestion, Économie, Politique (DGEP)	Pôle Lettres, Langues, Communication	Pôle Lettres, Langues, Communication
Localisation	UBFC	UBFC	Bordeaux	Côte d'Azur
Place	Rubrique sur le site de l'UBFC	Rubrique sur le site de l'UBFC	Rubrique sur le site de l'Université de Bordeaux	Rubrique sur le site de l'Université de Côte d'Azur
Forces	Apparaît en première page lors d'une recherche sur Google Bonne documentation sur les laboratoires associés et les structures administratives	Apparaît en première page lors d'une recherche sur Google Bonne documentation sur les laboratoires associés et les structures administratives	Apparaît en premier lors d'une recherche sur Google Beaucoup d'informations sur le pôle en général	Apparaît en deuxième lors d'une recherche sur Google Beaucoup d'informations sur le pôle en général, site attrayant et tenu à jour
Faiblesses	Pas de site dédié Site peu attrayant Manque d'informations sur le pôle	Pas de site dédié Site peu attrayant Manque d'informations sur le pôle	Pas de site dédié Manque d'informations sur les laboratoires associés Dernière mise à jour en 2018	Pas de site dédié

AUDIT CONCURRENCE

CONCURRENCE

Comme nous le voyons, beaucoup d'autres pôles, LLC ou non, ne possèdent pas de site dédié. En posséder un serait **une bonne manière de se démarquer**. De plus, beaucoup des autres pôles manquent d'informations, que ce soit sur le pôle en lui-même, les laboratoires associés ou la structure administrative. Ainsi, créer un site dédié qui pourrait en plus **rassembler le maximum d'informations sur le pôle** serait important. Par ailleurs, il est impératif que le site soit **maintenu à jour afin de montrer à l'audience que le pôle est actif**. Enfin, le site doit être **beau et facile à utiliser et à naviguer** afin d'attirer le maximum d'audience.

LIENS CONCURRENTS

<https://www.ubfc.fr/recherche/poles-thematiques/poles-sciences-fondamentales-appliquees-et-technologie-sfat/>

<https://www.ubfc.fr/recherche/poles-thematiques/pole-droit-gestion-economie-politique-dgep/>

<https://langues.u-bordeaux.fr/Pole-Langues>

<https://univ-cotedazur.fr/portails/portail-lettres-langues-art-communication>

SWOT

STRENGTHS

- Contenu fournis par les commanditaires
- Beaucoup de libertés laissées pour le design
- Expérience de création d'un site web
- Indulgence par rapport aux fonctionnalités
- Site vitrine, backend assez simple

WEAKNESSES

- Aucun site présent
- Aucune base de données
- Architecture compliquée
- Mode d'emploi à réaliser
- Lié à l'UBFC donc règles à respecter

OPPORTUNITIES

- Commanditaire habitué au milieu du web
- Commanditaires disponibles
- Concurrence médiocre

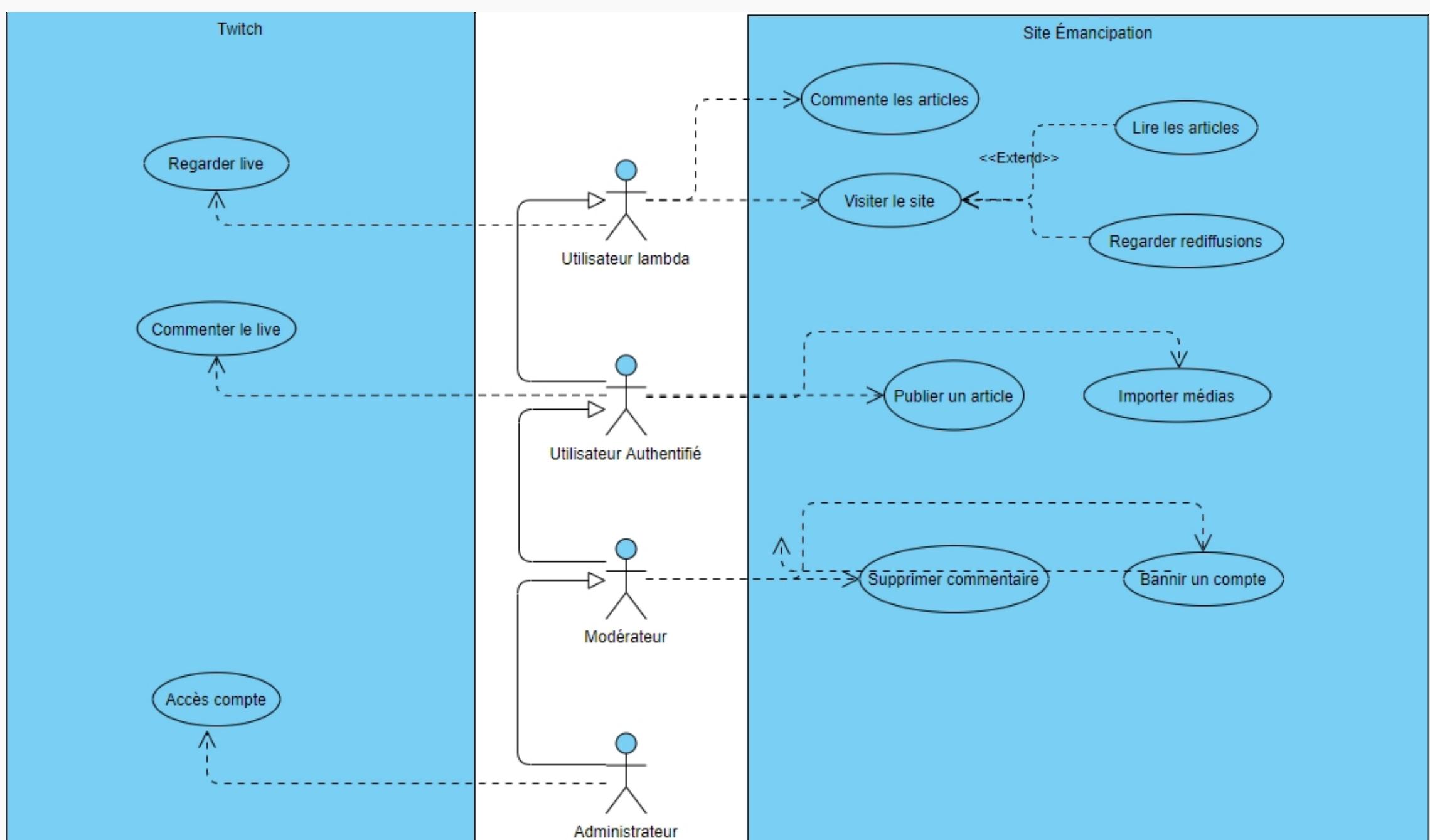
THREATS

- Structure peu habituée au milieu du web
- Validation par l'UBFC
- Hébergement des lives
- Groupe de projet étudiant : emploi du temps chargé et peu d'expérience
- Nouvelles contraintes de dernière minute

03 / Conception

USE CASE

USE CASE



Définition des acteurs :

Utilisateur lambda

L'utilisateur lambda est un visiteur du site. Il peut regarder des lives de conférences ou séminaires, visiter le site, lire des articles, les commenter et regarder les rediffusions des lives.

Utilisateur authentifié

L'utilisateur authentifié est un membre approuvé du pôle. En plus de ce que peut faire l'utilisateur lambda, il peut commenter des lives, publier des articles et importer des médias.

Modérateur

Le rôle du modérateur est de réguler le site. En plus de ce que peut faire l'utilisateur authentifié, il peut supprimer des commentaires et bannir des comptes.

Administrateur

L'administrateur est l'acteur qui possède le plus de pouvoir sur le site. En plus de ce que peut faire le modérateur, il possède tous les droits sur le site et a accès au compte Twitch du pôle.

DIAGRAMME D'ACTIVITÉS

DIAGRAMME D'ACTIVITÉS connexion/inscription

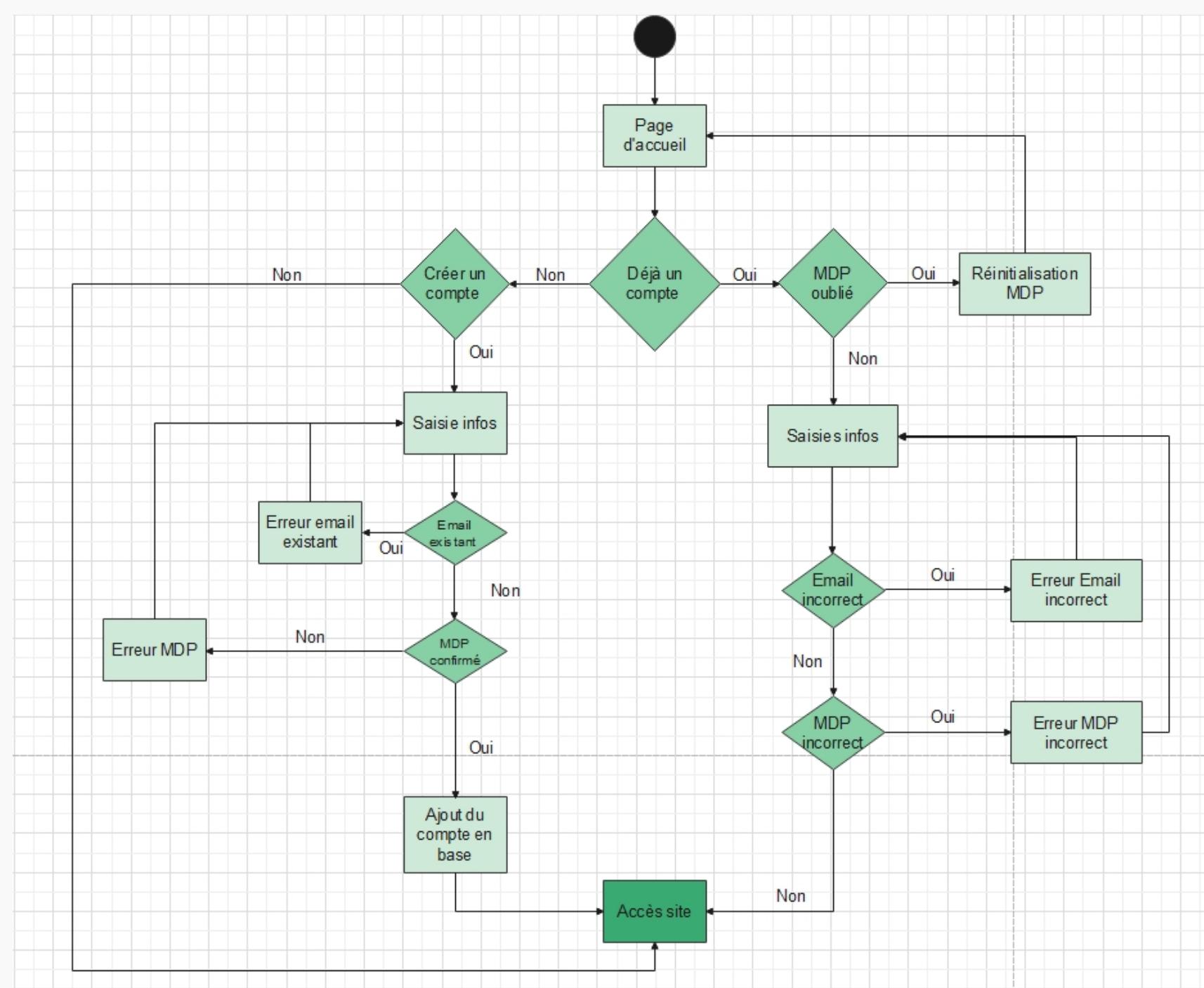
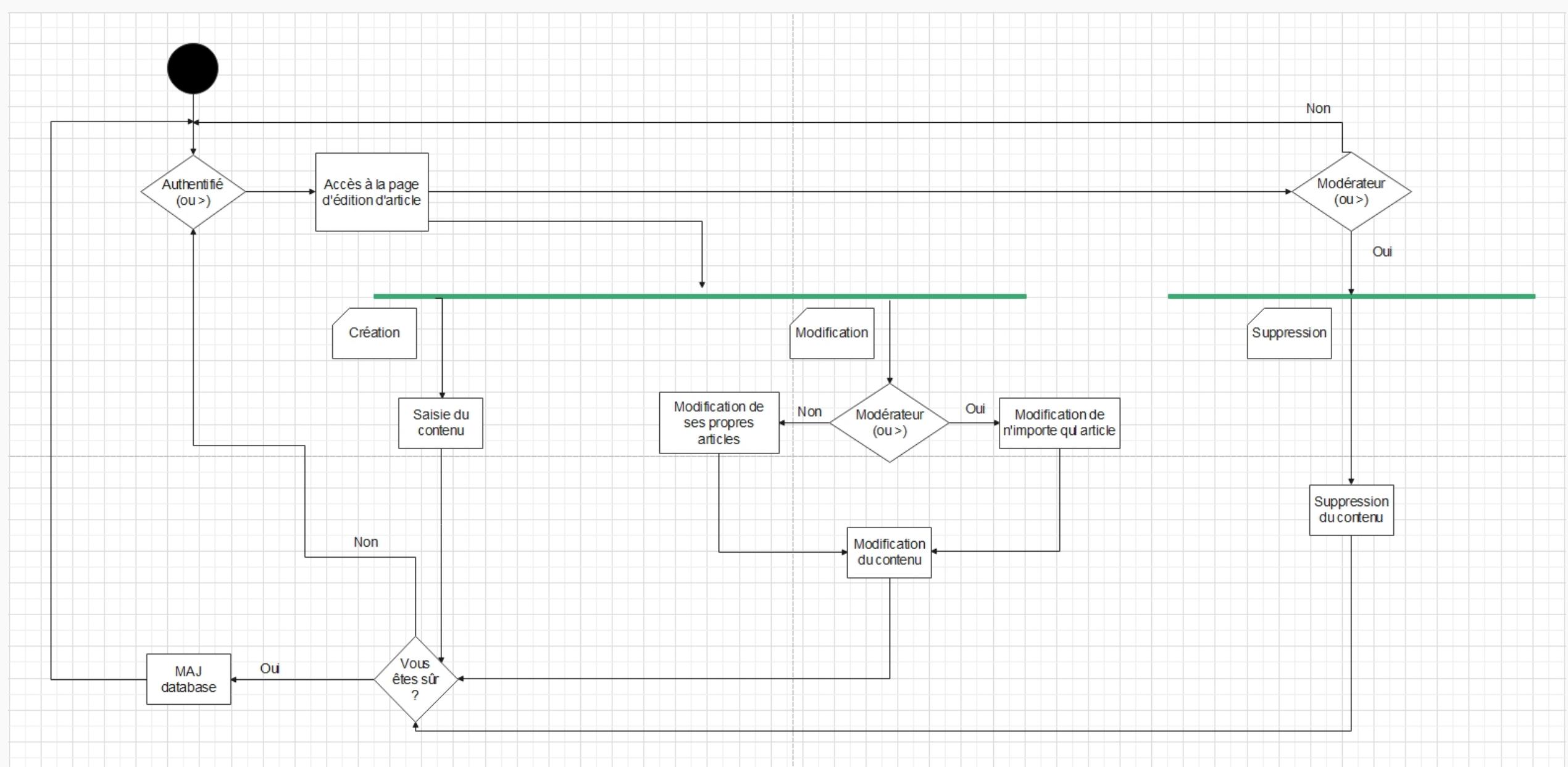


DIAGRAMME D'ACTIVITÉS

DIAGRAMME D'ACTIVITÉS édition d'article



BILAN DE CHOIX

BILAN DE CHOIX

On a décidé de réaliser un site web classique avec un CMS Headless via Wordpress imposé par le cahier des charges originel.

PAGES STATIQUES - DÉVELOPPEMENT SPÉCIFIQUE

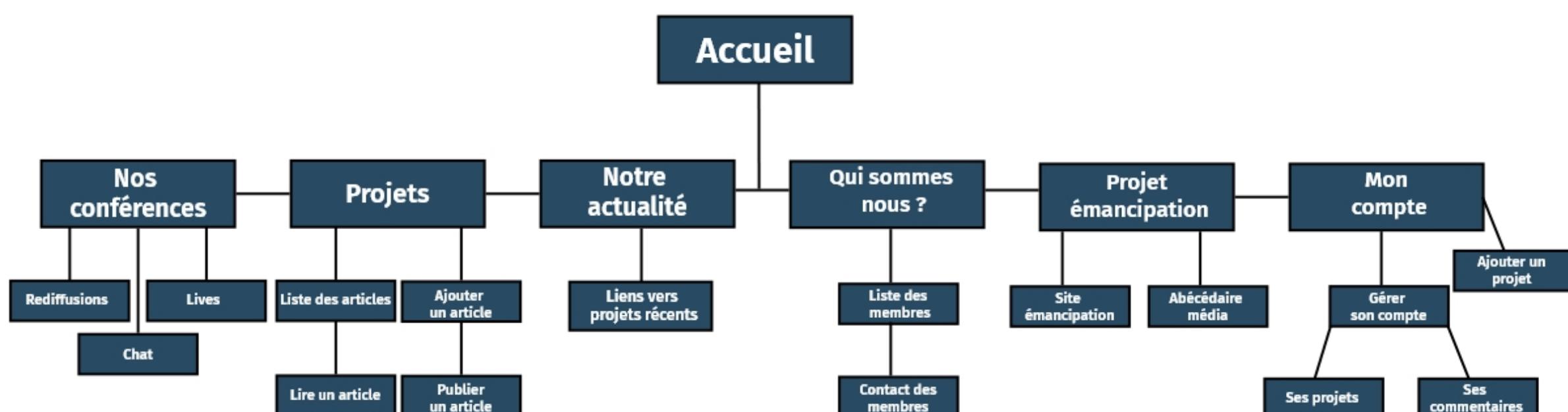
Pour les pages "statiques", comme la page d'accueil ou des informations à propos du pôle, nous allons rester sur un développement avec peu de fonctionnalités qui nécessitent un back-end. Par conséquent, ces genres de pages ressemblent à des pages "vitrines" pour lesquelles un développement HTML, CSS et Javascript suffit. De plus, le contenu de ces pages n'est pas sujet à être modifié souvent, ce qui justifie la non utilisation d'un CMS.

PAGES MODIFIABLES - CMS

Les pages modifiées et modifiables comme les pages "actualités" et "articles" nécessitent l'utilisation d'un back-end afin de gérer les droits des utilisateurs et de permettre une utilisation simple des fonctionnalités de modification et d'ajout d'articles.

ARBORESCENCE

ARBORESCENCE



Voici l'arborescence de notre site web du POTHET LLC.

Elle est très simple et ergonomique, adaptée à des personnes pas forcément très à l'aise avec le web. Elle comporte 6 catégories majeures, un système de connexion ou une rubrique "Notre Actualité" qui sera composée d'un calendrier dynamique ainsi que des projets les plus récents publiés sur le site.

La rubrique "Qui sommes-nous" amène l'utilisateur vers un article présentant le concept du site et une liste des membres.

L'onglet "Projet" répertorie tous les projets publiés sur le site. On a aussi la possibilité d'ajouter un article depuis cette page.

"Nos conférences" permet aux utilisateurs de regarder les conférences et évènements lié au POTHET LLC en live ou via les rediffusions. Ces diffusions sont rendues interactives par le chat en direct qu'elles proposent.

04 / Éléments Graphiques

MOOD BOARD

Explication

Pour le mood board nous avons sélectionné des images d'amphithéâtres universitaires, de réunions, d'écritures ainsi que de micros. En effet, nous avons voulu représenter au mieux l'univers universitaire ainsi que des conférences. Grâce à cela nous avons dégager une petite palette de couleur qui sera utilisée pour notre harmonie colorée qui a des tons orange/brun/beige.



HARMONIE COLOREE

Identité visuelle

Pour l'identité visuelle nous sommes parti de l'univers des conférences avec les amphithéâtres dans lesquels elles ont lieu. Nous allons utiliser dans l'ensemble des couleurs qui rappel le bois des amphithéâtres comme le orange ainsi que ses nuances, du beige et du jaune, cependant nous avons utiliser aussi du bleu pour éviter une redondance des couleurs.

Pour les couleurs nous avons choisis deux grandes couleurs. Des nuances de bleu ainsi que des nuances de oranges/brun. Nous avons donc choisis des couleurs qui rappel le milieu universitaire avec du rouge, du beige, du orange ainsi que du jaune.



Nuances de bleu

Pour certains textes ainsi que pour des boutons (secondaires) la couleur utilisée sera un bleu foncé. Le bleu étant la couleur complémentaire du jaune/orangé, assez majoritaire sur certaines pages, le contraste entre ces deux couleurs est donc parfait. De plus cette couleur permet d'éviter une redondance de certains tons.

Nuances de brun

Pour le fond nous avons choisi de varier les couleurs. En effet,

Pour la page d'accueil nous avons choisi de réaliser des "blocs" avec des couleurs différentes pour chacun, cependant ces couleurs restent dans le thème de l'harmonie colorée. Elles permettent de rendre cette page plus attractive et de donner envie de cliquer dessus.

Pour les pages "d'articles" nous avons choisi une couleur très claire, du gris clair pour permettre une parfaite visibilité et une lecture optimale.

Pour les autres pages nous avons choisis le beige claire de notre harmonie colorée qui rappelle à nouveau l'univers des conférences et permet de rendre le site moins ennuyeux visuellement.

Nous avons également choisi d'utiliser des couleurs plus saturés comme le rouge et le jaune moutarde pour les boutons d'actions principaux et donc les boutons important. Le rouge



CHOIX TYPOGRAPHIQUES

Roboto

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

Utilisation : Texte courants

La police est sans empattements, elle est donc parfaite pour la lecture de tous les textes courants. Elle possède également de nombreuses variantes de graisse, celà est parfait pour exprimer tout type de message

Raleway

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

Utilisation : Titres H1, boutons

Elle est moderne, épurée et est sans empattement, elle permet donc une parfaite lisibilité sur les boutons. C'est la police la plus utilisée du site. Elle est utilisée pour tous les titres, les principaux boutons ainsi que les textes descriptifs des articles. Elle possède une grande diversité de variantes c'est pour cela que nous l'avons aussi utilisée, en effet elle permet d'exprimer tout type de messages.

Oxygen

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

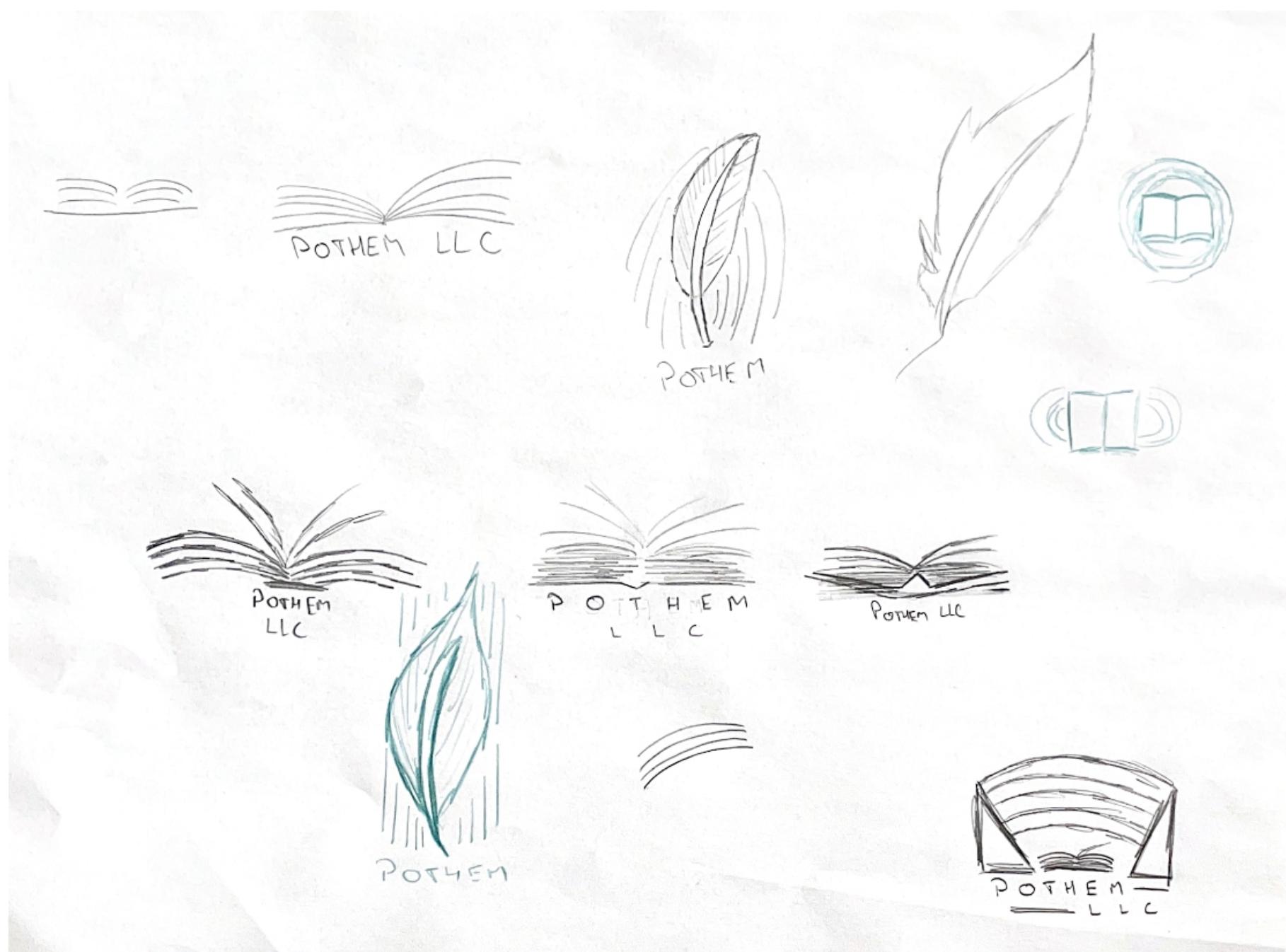
Utilisation : Autres boutons, H2

Comme les deux autres polices, Oxygène est une police moderne, épurée et sans empattement. Cependant elle ne propose pas beaucoup de variantes de graisses (light, normal et bold) c'est pour cela que c'est la moins utilisée du site. Nous l'avons utilisé pour les titres de niveau 2, pour la différencier des gros titres qui seront avec la police Raleway. De plus, nous l'avons utilisé dans le formulaire de contact pour encore une fois éviter une redondance dans le site.

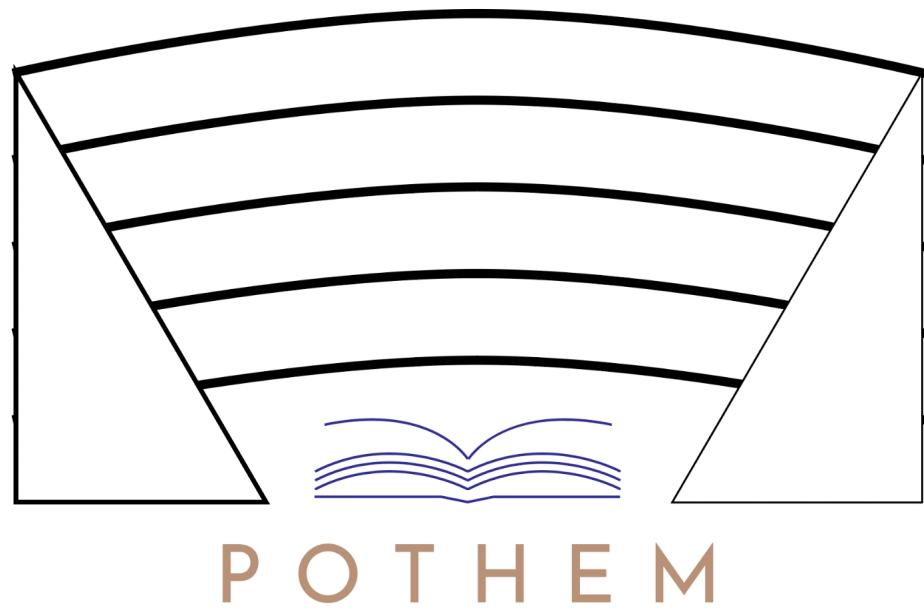
RECHERCHES PAPIER DU LOGO

Pour les croquis nous voulions dès le début représenter le thème des lettres dans notre logo. Au début nous voulions représenter un livre ouvert pour représenter le savoir et la lecture. Cependant en vectorisant nous nous sommes rendu compte que le logo n'était pas expressif. Cependant nous avons gardé l'idée des ronds pour représenter l'amphithéâtre de manière simplifiée, épurée et moderne.

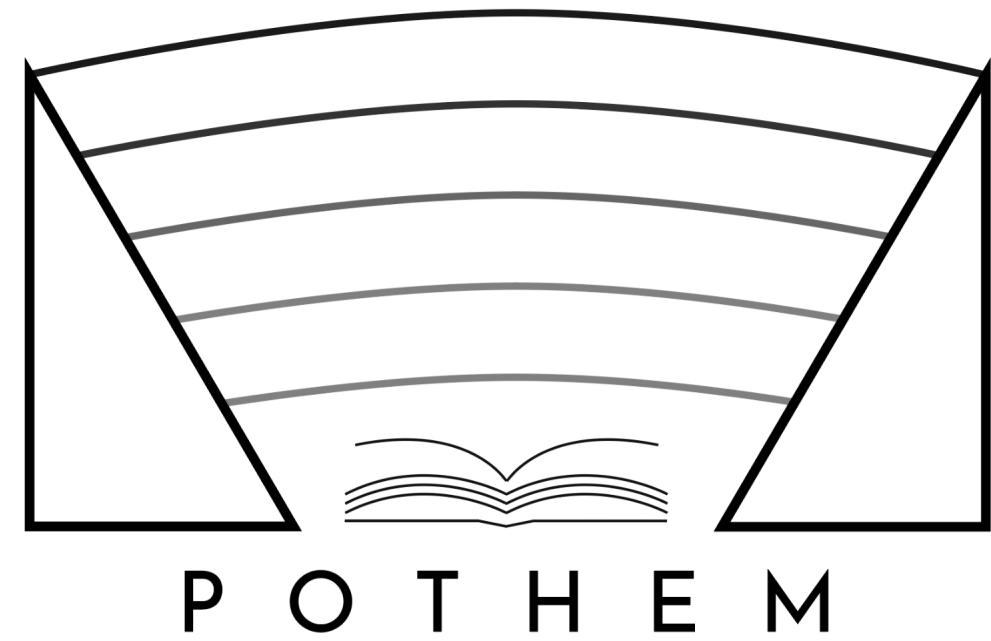
Nous sommes donc parti sur l'idée d'une plume qui écrivait pour représenter à nouveau l'univers littéraire. Nous avons garder l'idée des traits qui compose le logo au lieu de faire un logo « plein » pour encore une fois représenter un effet le légèreté. Cependant nous avons garder ce logo pour le projet Emancipation car pour le Pothem nous trouvions qu'il ne le représentait pas assez bien.



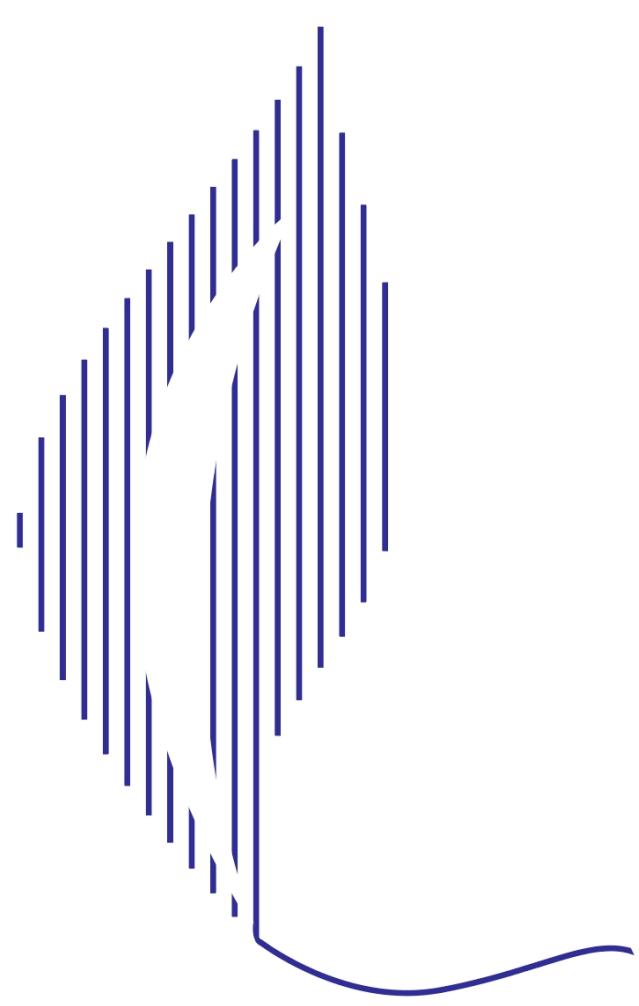
RECHERCHES NUMERIQUES DU LOGO



P O T H E M



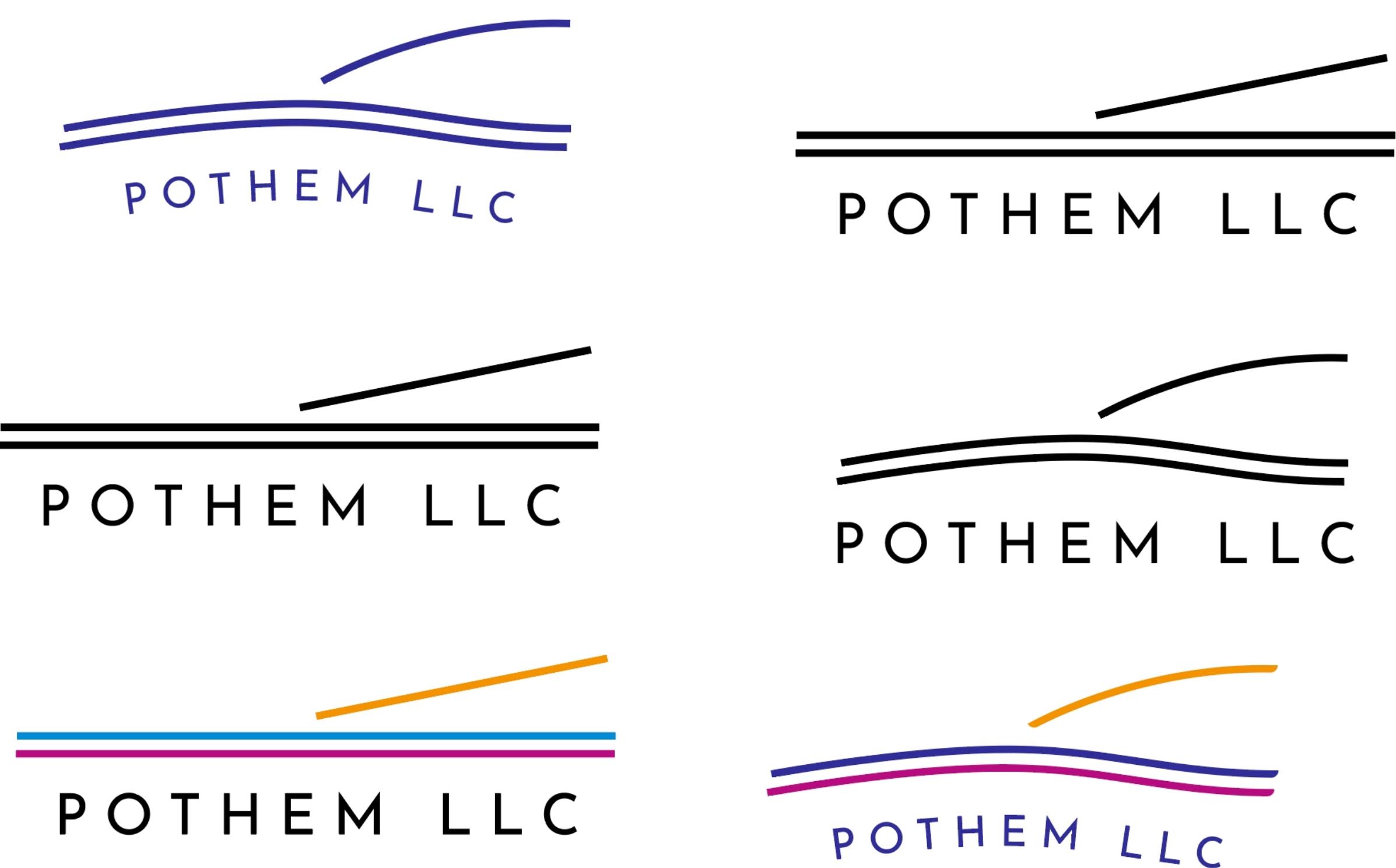
P O T H E M



Pothem LLC



RECHERCHES NUMERIQUES DU LOGO



LOGO FINAL

Pour notre projet, nous avons du réaliser deux logos, un logo pour le site du Pôle thématiques Langues Lettres et Communication (POTHEM LLC), ainsi qu'un logo pour le projet Emancipation qui est un projet appartenant au Pothem. Nous avons choisi d'utiliser les mêmes couleurs pour ces deux logos pour respecter une certaine cohérence.

Logo POTHEM



Pour ce logo nous avions une seule contrainte qui était de ne pas inscrire le nom « POTHEM LLC » car ce nom risque de changer. Nous avons choisi de représenter un amphithéâtre de manière simplifiée avec des arcs de cercles. Cet amphithéâtre représente l'univers du Pothem, en effet les membres du Pothem font de nombreuses conférences et il était important qu'avec le logo on comprenne cela.

Nous avons ajouter une plume écrivant sur des feuilles au centre pour montrer que les lettres sont le point clé du Pothem. Pour ce qui est de la couleur, nous avons choisis d'utiliser la couleur bleue qui est sur le site car c'est la couleur de notre harmonie colorée qui s'intègre le mieux sur tout types de fond. Cependant nous avons réaliser également des versions noir & blanc pour également les intégrer sur des différents fonds.



Logo Émancipation

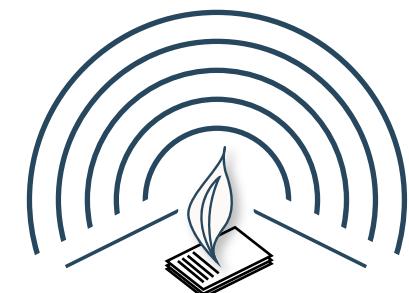
Pour le logo émancipation nous avons repris la plume qui a une forme de feuille du logo Pothem mais nous avons modifiés quelques éléments. En effet elle est dessinée en forme de traits pour rappeler l'amphithéâtre du logo du Pothem. De plus, cela apporte une forme de légèreté dans le logo. De plus nous avons ajouté une courbe représentant une écriture pour appuyer le fait que c'est une plume.

Comme dit plus tôt nous avons repris la couleur du logo du Pothem cependant la couleur est adaptée selon son environnement. (Voir exemples d'utilisations).

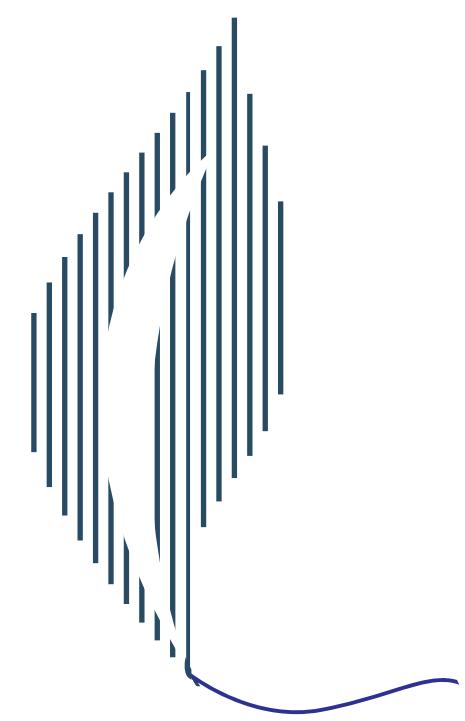
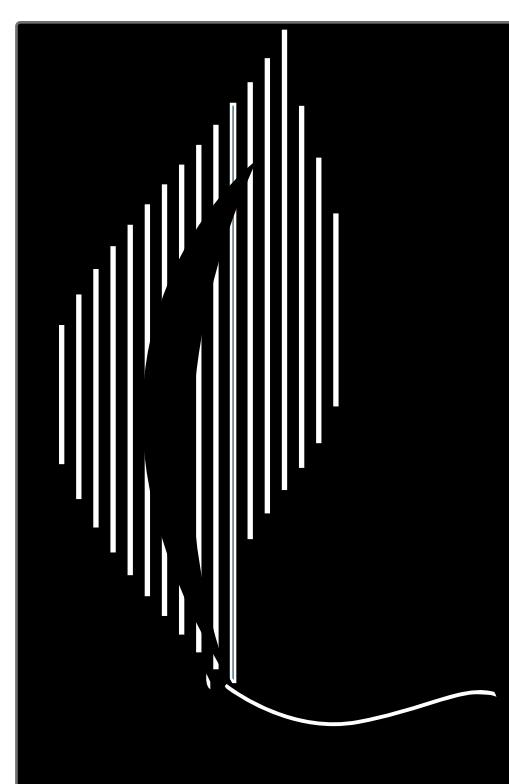
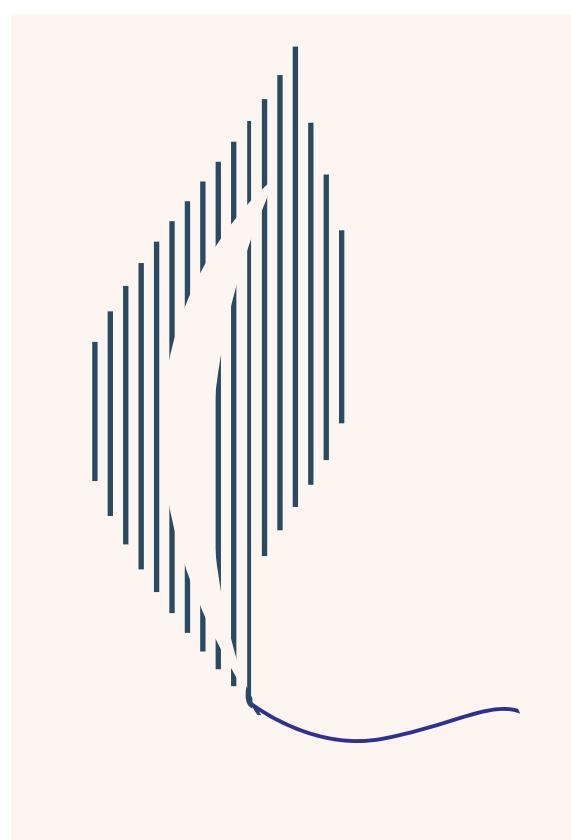


LOGO - UTILISATIONS

Logo POTHEM LLC



Logo Émancipation



Flyers promotionnels



MAQUETTE & MOCKUP



LE PROJET ABÉCÉDAIRE PRODUCTIONS ÉVÈNEMENTS

POTHEM LLC

Emancipation, Transmissions, Héritages

LOREM IPSUM



EMANCIPATION

POTHEM LLC

Emancipation, Transmissions, Héritages

LE PROJET ▾

LOREM IPSUM



POTHEM LLC

LOREM IPSUM



Lore ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et aliquyam erat, sed diam voluptua.

Lore ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy

QUI SOMMES NOUS ?

POTHEM LLC

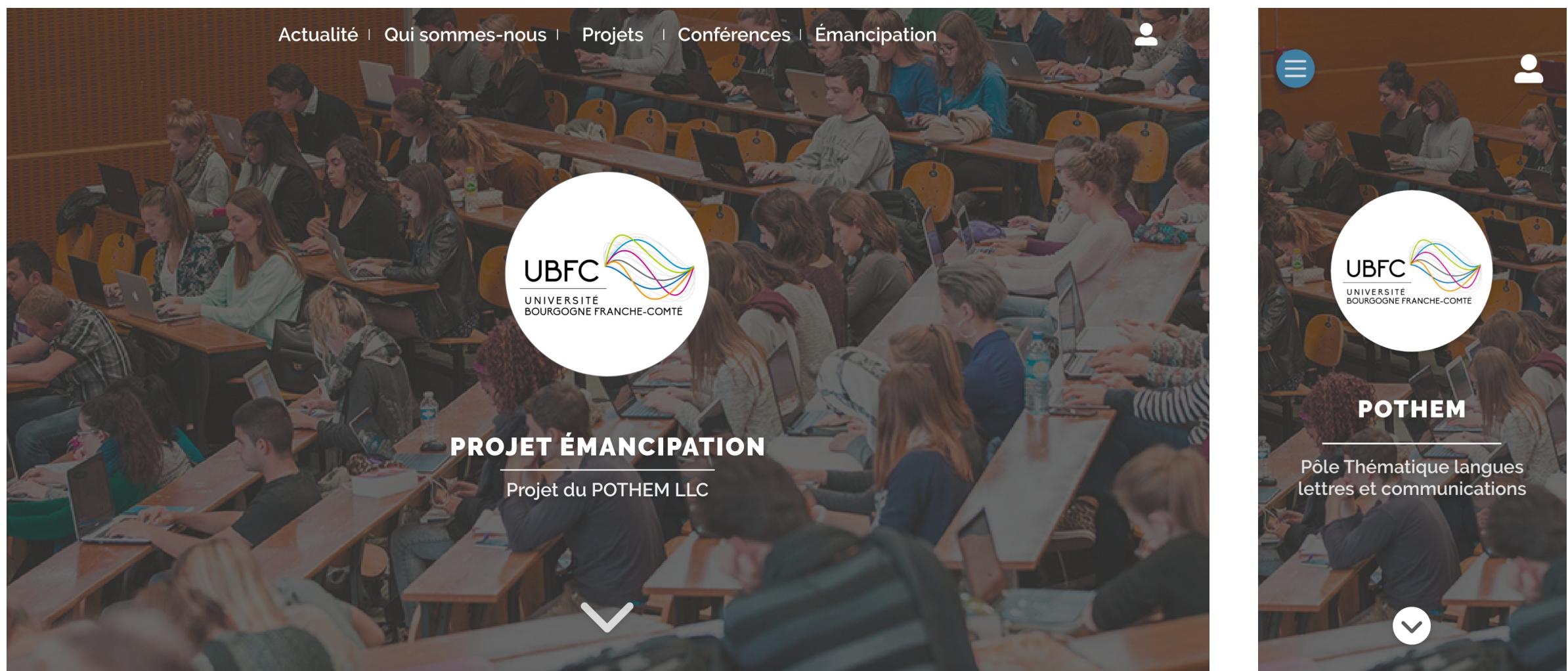
Lore ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy

LIEN MAQUETTE ADOBE XD

<https://xd.adobe.com/view/ea4e5405-8098-4271-bd7c-5d60a0d89ed5-bf1d/>

MAQUETTE & MOCKUP

Pour la maquette, nous nous sommes principalement concentrer sur la maquette version ordinateur. En effet, notre cible va principalement consulter le site sur ordinateur, pour ajouter des articles, les modifier, etc... Cependant notre site sera bien évidemment responsive pour que tous les utilisateurs puissent aller consulter le site web peu importe leurs appareil. Il y aura cependant des fonctionnalités sur téléphone qui ne seront pas disponible. Le site sur téléphone aura pour but d'être un site vitrine.



Accueil

Menu

Conférences

MAQUETTE & MOCKUP



BOUTONS & LEURS ÉTATS

Tous les boutons ont la même forme pour respecter une certaine cohérence et pour ne pas perdre l'utilisateur. Pour ce qui est des autres boutons qui n'ont pas une forme carrés ils sont d'une couleur vive pour attirer l'œil de l'utilisateur et pour qu'ils soient bien visibles. Pour ce qui est de la version téléphone, les boutons gardent le même aspect graphique pour respecter une cohérence. Cependant ils possèdent une forme plus arrondie.

ACTIF

HOVER

DISABLED

En savoir plus

En savoir plus

En savoir plus

Découvrir

Découvrir

Découvrir

Voir plus

Voir plus

Voir plus

Nous écrire

Nous écrire

Nous écrire



Voir la vidéo

*

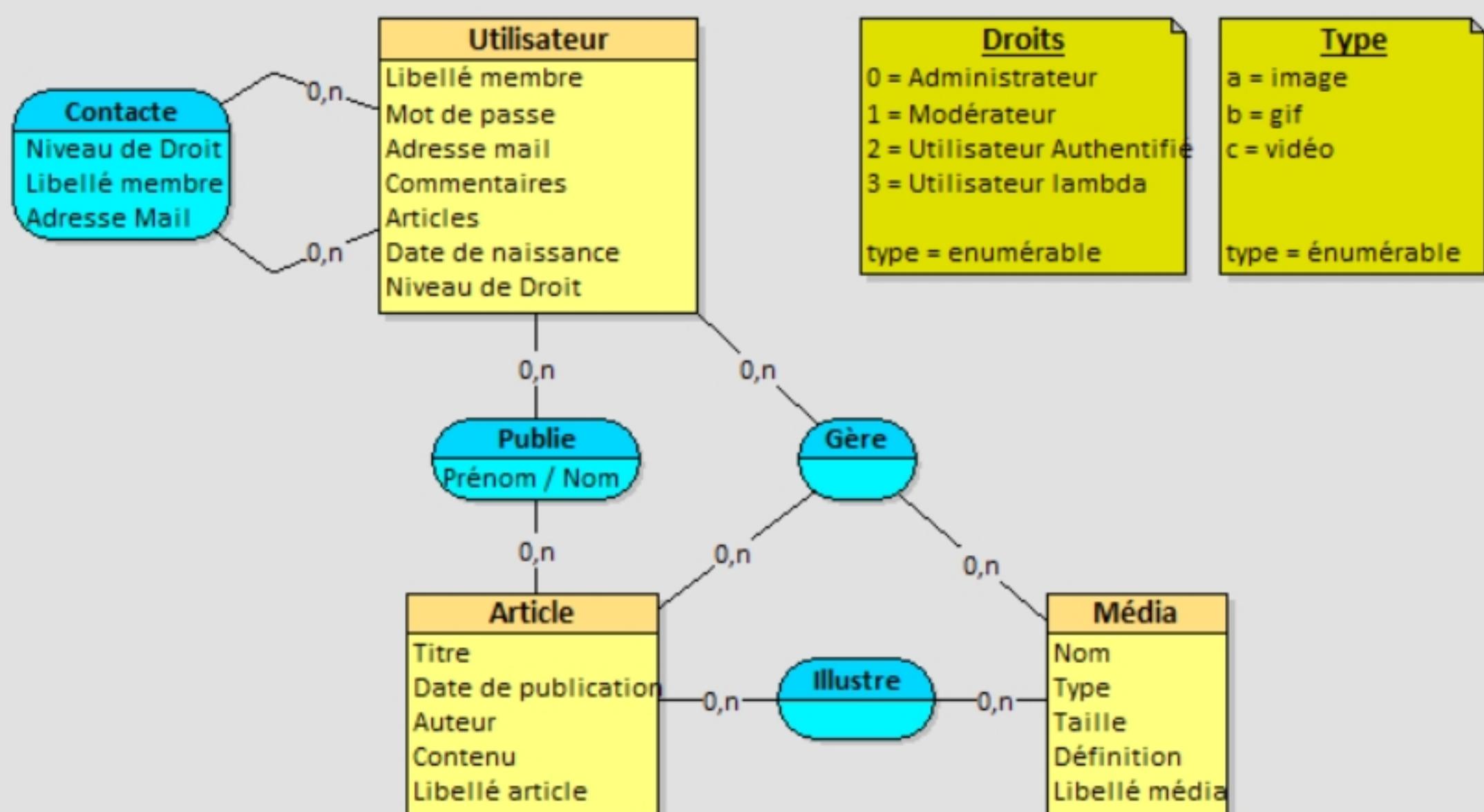
Voir la vidéo

*

05 / Éléments
techniques et
fonctionnels

ÉLÉMENTS RELATIONNELS

MODELE CONCEPTUEL DE DONNÉES



Ce modèle conceptuel de données comporte trois tables : l'utilisateur, l'article et le média.

L'utilisateur contient toutes les données rentrées par celui-ci, ainsi que son niveau de droit, attribué au moment de son inscription.

Il peut contacter un modérateur (ou administrateur). Il peut publier un article s'il est un utilisateur authentifié. Cet article peut contenir des médias de différents types (a,b ou c).

Un utilisateur peut gérer ses propres articles mais seuls les modérateurs et administrateurs peuvent modifier ceux des autres.

LOGICIELS UTILISÉS

Graphisme et mise en page



Adobe XD

Réalisation des différentes maquettes graphiques.



Adobe Illustrator

Création des différents logos ainsi que de tous les pictogrammes et les illustrations en svg.



Adobe InDesign

Rédaction des dossiers (étude préalable, dossier de communication, cahier des charges).



Adobe Photoshop

Réalisations d'affiches, de flyers dans le cadre du plan de communication servant à la promotion du site

Parties techniques



PhpStorm

Pour le développement du site web avec différents langages (HTML, CSS, JS, VueJS)



Looping

Pour concevoir nos MCD et MPD

Suivi de projet



Tomsplanner

Concevoir notre GANTT



Trello

Répartition et suivi des tâches

06 / Marketing &
communication

PLAN DE COMMUNICATION

PRINCIPALE

Chercheurs présents dans le pôle UBFC.

SECONDAIRE

Chercheurs d'autres pôles, financeurs divers, personnes lambda intéressées

Jean Richard

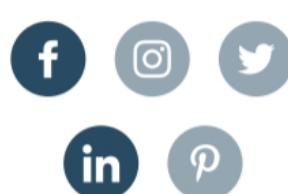


Intitulé de poste
Enseignant Chercheur

Âge
Entre 45 et 54 ans

Niveau d'études
Doctorat

Réseaux sociaux



Responsabilités

En tant qu'enseignant chercheur, Jean est responsable de l'éducation de ses élèves mais aussi du laboratoire auquel il est assigné.

Objectifs

Jean souhaite devenir un membre actif du POTHÉM LLC, il voit la création du site comme une bonne opportunité d'y arriver. Il est déjà prêt à publier ses futures recherches.

Photographie

De pair avec ses voyages, Jean apprécie la photographie. Il fait souvent des randonnées pour prendre des photos de paysages et de natures.

Voyages

Jean a eu la chance de beaucoup voyagé étant jeune et il compte faire vivre ça à ses enfants. Il continue ainsi à découvrir de nouveaux pays et cultures.

Littérature

Jean est un passionné de littérature moderne et se plaît à passer du temps dans sa bibliothèque locale. Il lit de tout et ne se lasse jamais.

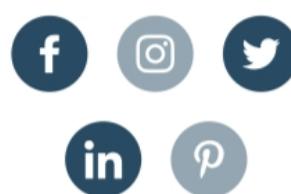
Victoria Voisard



Intitulé de poste
Doctorant

Âge
Entre 25 et 34 ans

Réseaux sociaux



Secteur d'activité
Sciences humaines & sociales

Réseaux Sociaux

Très peu active, elle suit énormément d'artistes indépendants et de personnalités publiques. Elle se sert notamment de **Twitter comme canal d'information**.

Objectifs

Victoria souhaite devenir **conférencière** après avoir conclu son mémoire. Présenter et débattre autour des sujets qui l'animent sont **son objectif principal**.

Lecture

Victoria apprécie la lecture plus que tout au monde, elle se promène toujours un livre à la main. Elle a donc **une culture très développée** qui lui sert dans son travail.

Cinéma

Victoria aime **soutenir le cinéma indépendant** en se rendant au festival de Bordeaux & de Lille chaque année. Elle se retrouve aussi souvent figurante dans certains films.

Conférences

Victoria aime beaucoup se rendre aux conférences proposées par **l'Université Ouverte**, elle y retrouve ses amis.

PLAN DE COMMUNICATION

POUR LA CIBLE PRINCIPALE

Fédérer les recherches autour des sujets abordés par le POTHEM LLC

Le site permettra aux **chercheurs et aux doctorants** du Pothem LLC de se faire connaître.

Il sera possible pour les chercheurs de déposer **des billets de blogs, des articles sur leurs recherches**, des formes courtes de valorisation de travaux, des vidéos courtes et **des retransmissions en direct ou en différé d'évènements en lien avec le POTHEM LLC**.

En somme, ce site a pour vocation de permettre aux chercheurs et à tous les intéressés de **partager et de s'informer différemment sur des sujets peu communs**.

POUR LA CIBLE SECONDAIRE

Retrouver des informations sur le POTHEM LLC et ses acteurs

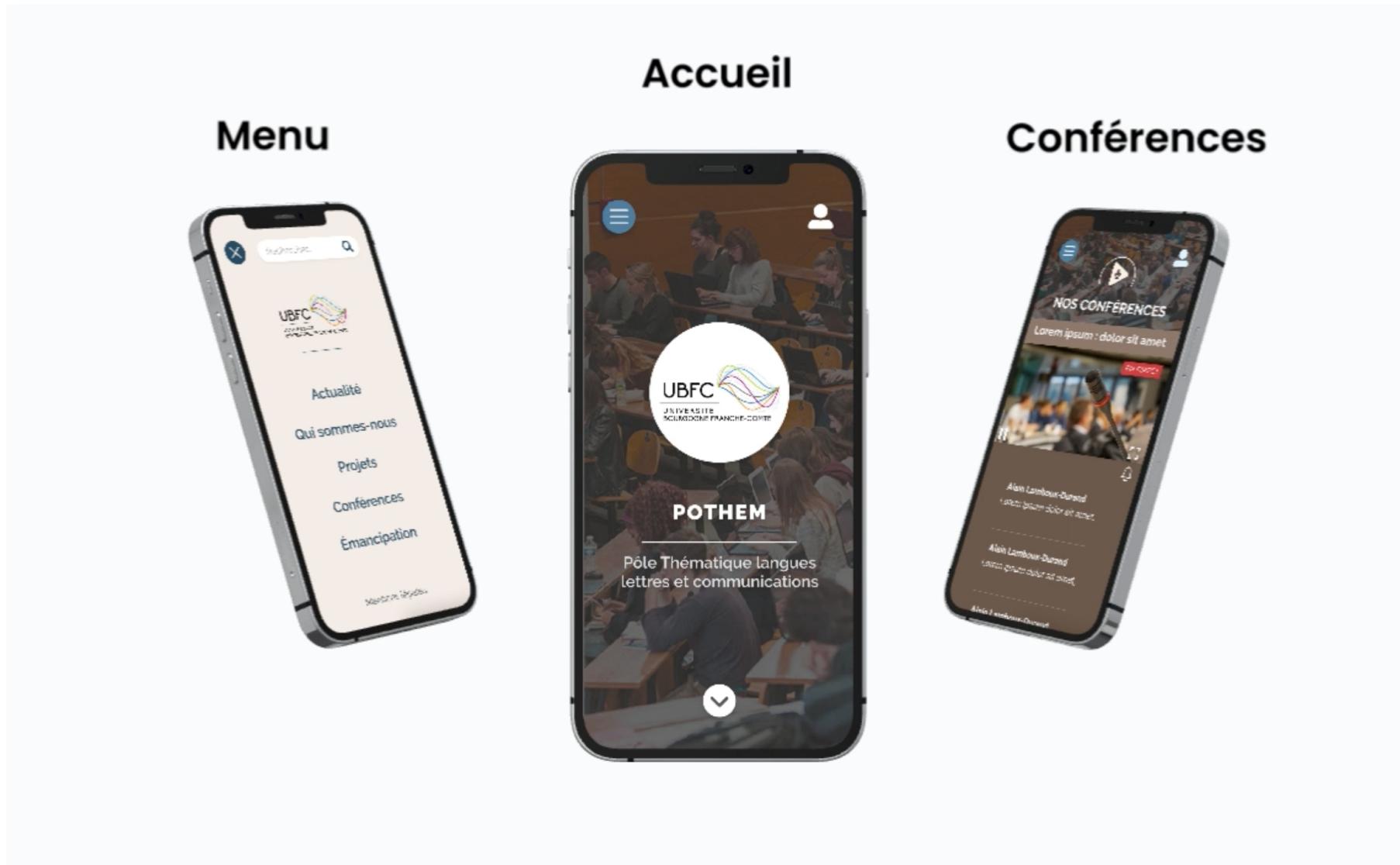
Le site permettra aussi aux utilisateurs d'avoir accès à un site regroupant beaucoup d'informations sur **le Pothem LLC et ceux qui le compose**.

Les utilisateurs pourront avoir accès aux **différents travaux réalisés et postés par les chercheurs eux-mêmes**, à des vidéos courtes et à des retransmissions d'événements liés au POTHEM LLC. Ils pourront eux aussi partager sur les sujets abordés en **commentant les publications et les lives** disponibles directement sur le site.

Le compte Twitter sera là pour les tenir au courant des nouvelles sorties et évènements liés au POTHEM LLC.

PLAN DE COMMUNICATION

Message



Ce site vitrine propose divers contenus ayant pour but d'**insuffler aux lecteurs les valeurs des projets qu'il contient**. Des articles aussi divers qu'**intéressants** seront traités sous la houlette de projets plus grands tels que **le projet émancipation** qui se lance en ce moment. La pluralité des domaines d'études du POTHÉM LLC permet de **balayer large sur les sujets abordés**.

De plus, des concepts innovants comme **un abécédaire multimédia** permettent et permettront aux auteurs du site de **s'exprimer par bien d'autres médias et manières** que de simples articles écrits.

Le site du POTHÉM LLC est **le meilleur endroit pour s'informer et découvrir des sujets peu abordés habituellement**. Venez vous perdre dans les nombreux articles et recherches publiés par les membres actifs du POTHÉM LLC. Vous en ressortirez grandis !

PLAN DE COMMUNICATION

MOYENS DE COMMUNICATION

Pour communiquer avec les chercheurs et autres personnes possiblement intéressées, nous allons nous axer sur une campagne de communication sur les réseaux sociaux, notamment **Twitter**, où l'émancipation est un sujet très clivant et souvent débattu. Les personnes que nous ciblons à travers cette campagne sont **les jeunes adultes se sentant concernés par les sujets traités par le POTHÉM LLC.**

Les posts sponsorisés sont une bonne idée afin de pénétrer le marché et d'intégrer les communautés visées. Cependant, à terme, un compte Twitter tenu à jour serait une idée plus pertinente pour fidéliser et se créer une propre communauté qui rejoindrait le site et suivrait les conférences via les lives ou les replays.

Une autre façon que nous aurions de faire adhérer de nouvelles personnes au POTHÉM LLC et à tous les sujets qu'il aborde serait de participer aux salons dans lesquels le pôle pourrait avoir un stand. Ce choix nécessite des investissements, donc un budget, des intervenants prêts à s'investir dans ce genre d'évènements et aussi la création de flyers explicatifs à mettre à la disposition des visiteurs.

MÉDIAS

- Rédaction des tweets
- Création de visuels pour Twitter
- Netlinking avec d'autres laboratoires/pôles

HORS MÉDIAS

- Création des flyers pour les salons
- Animation d'un stand lors de forums
- Bouche à oreille de chercheur à chercheur, à ne pas négliger, on peut espérer une diffusion du site par ce moyen

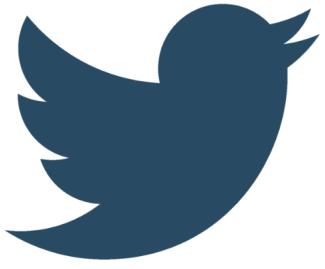
COMMUNICATION INTERNE

Excepté **le bouche à oreille entre chercheurs et doctorants**, le milieu étant assez confidentiel, la communication interne nous semble négligeable.

PLAN DE COMMUNICATION

COMMUNICATION EXTERNE

Mettre en valeur le site



Création d'un compte Twitter permettant d'informer sur les nouveaux articles et les nouvelles conférences en rediffusion ou en direct. De plus, utiliser un système permettant d'automatiser ce processus est envisageable.



Création d'un compte Instagram avec des stories pour tenir au courant des événements et des actualités. Il serait aussi possible de poster des photos afin de présenter le POTHEM. Il est cependant important de le maintenir à jour.



Distribution de flyers lors de conventions et événements pour augmenter la notoriété du site.



Exemple de flyer personnalisé

ÉVALUATION DES MOYENS

BUDGET

	DÉPENSES	BÉNÉFICES
<u>Hébergement</u>	43,08	/
<u>Nom de domaine</u>	4,5	/
<u>Impression flyers</u>	52,8	/
Stand	500	/
TOTAL / an	600,38	

Notre projet étant un projet institutionnel, ancré dans l'Université de Bourgogne Franche-Comté, **l'aspect bénéfique du budget est mis de côté**. En effet, le projet trouve ses fonds dans **les subventions qui lui sont allouées par des financeurs comme la COMUE, la région etc...**

Pour les dépenses, elles restent très basiques et en accord avec notre axe de communication.

Pour la partie technique, nous prévoyons **une dépense annuelle de 43.08 € pour l'hébergement du site et 4.5 € pour l'exploitation du nom de domaine "pothemllc.fr"**.

Pour la partie communication en elle même, **l'impression de 1 000 des flyers que nous avons réalisé coûterait 52.8 €**. Nous pourrions les distribuer lors d'évènements comme les forums où le POTHEM LLC tiendrait un stand animé par des chercheurs (nous partons du principe que les animateurs sont bénévoles). **Le prix d'un stand dépend du forum et de la taille de celui-ci, nous avons pris comme valeur arbitraire 500 €, ce qui nous paraît réaliste.**

Nous arrivons donc à un total de **600.38 € de budget communication**.

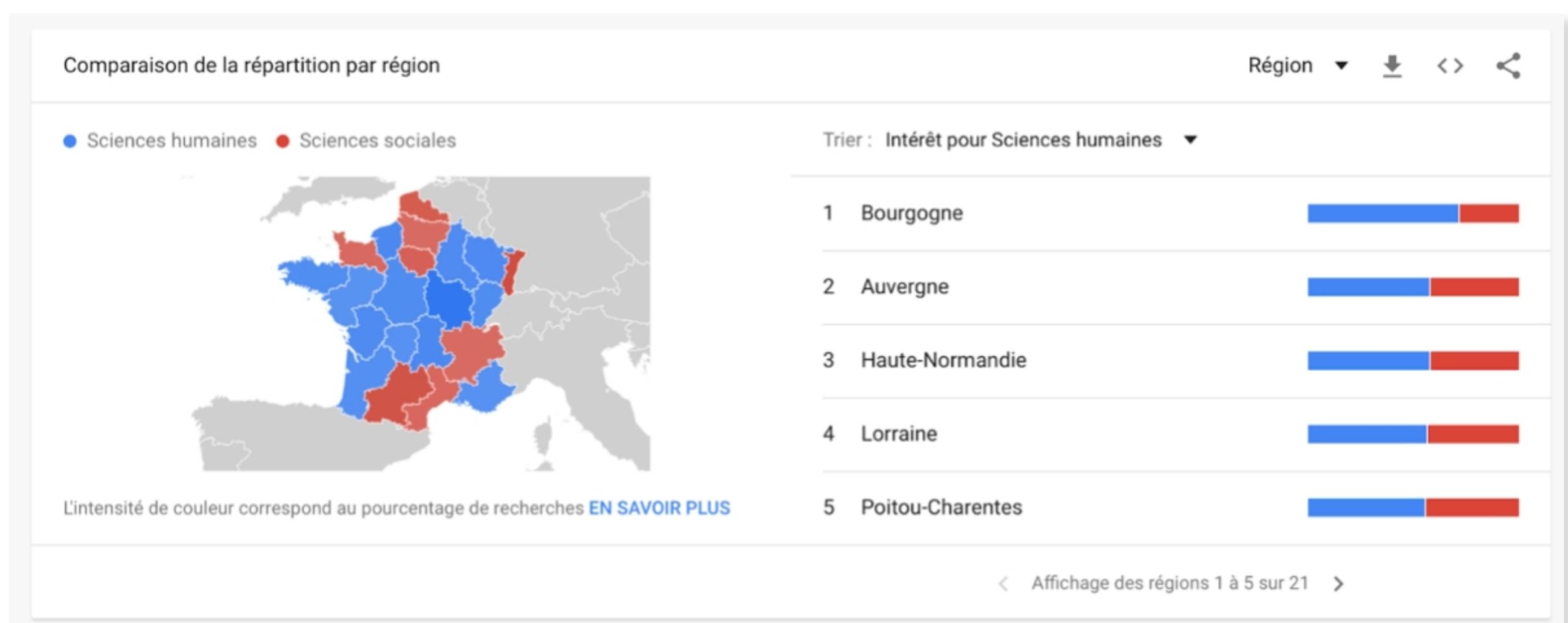
Sources :

<https://www.ovh.com/fr/>

<https://shop.infomaniak.com/order/select/domain>

<https://www.eoz.eu/>

Contrôle de résultat

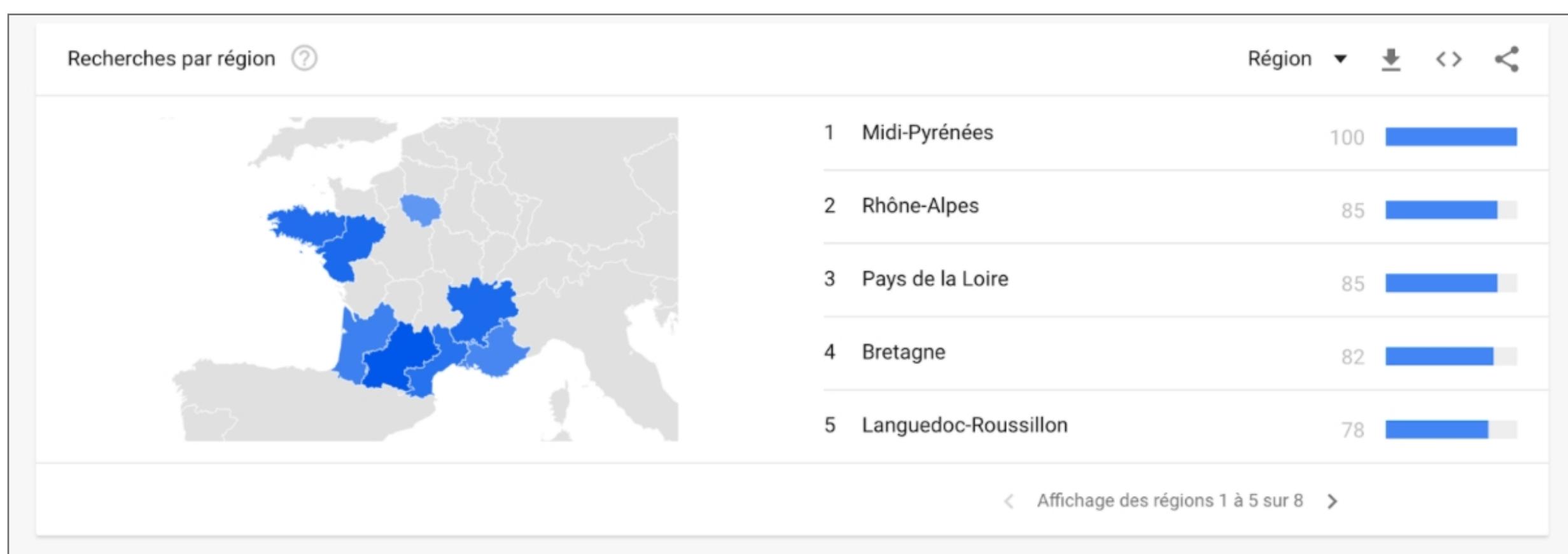


L'expression "sciences humaines" est très populaire en Bourgogne, c'est la région française où elle est la plus populaire.

Pour notre SEO nous ferions bien d'utiliser cette expression pour trouver un public qui serait intéressé par le Pôle thématique qui se situe en partie dans la région Bourgogne

Contrôle de résultat

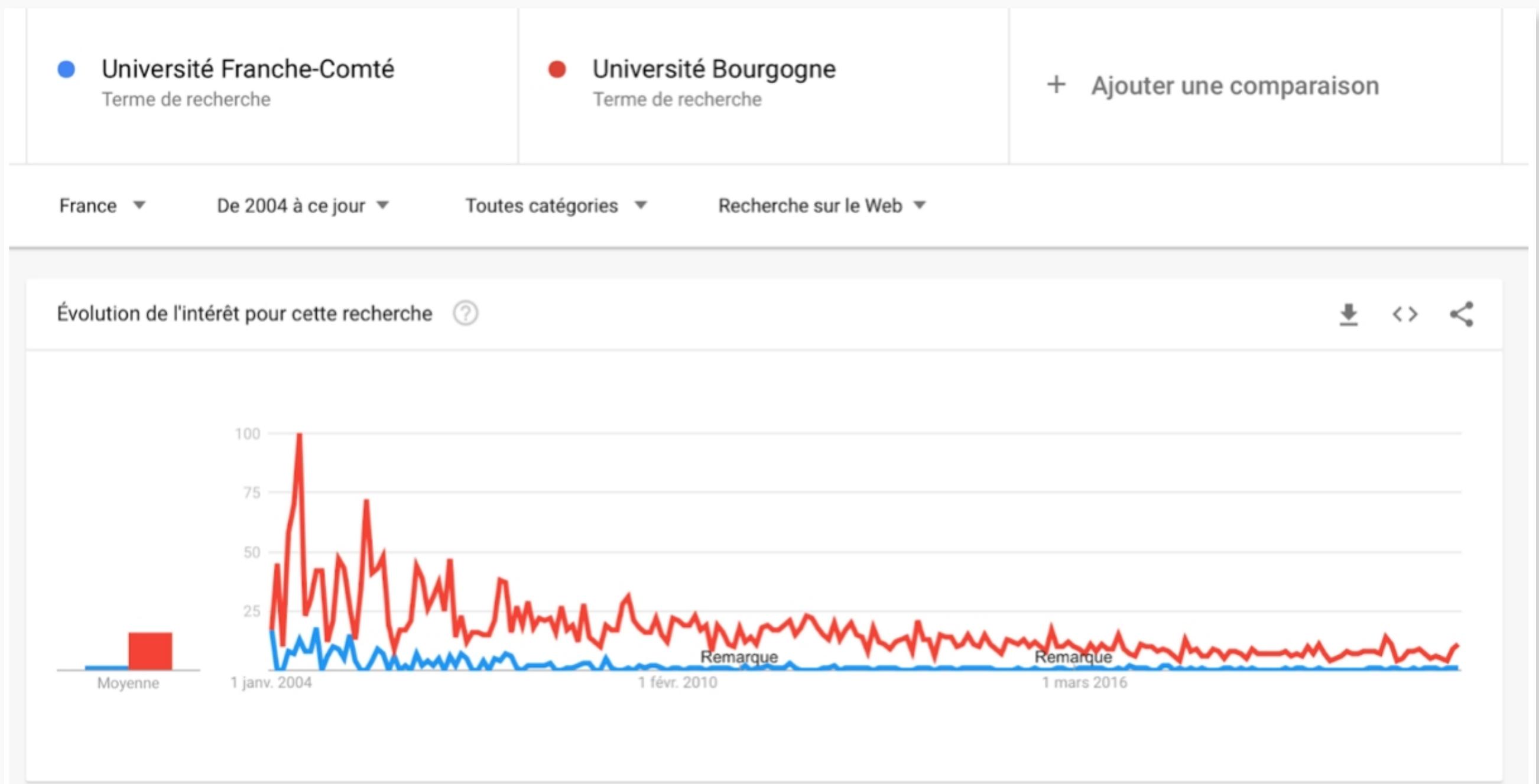
CARTE



Grâce à cette carte nous pouvons voir que **très peu de personnes** en Bourgogne-Franche-Comté recherchent le terme.

Il vaudrait mieux **privilégier les noms des universités et plus particulièrement celle de Bourgogne** car elle est bien plus recherchée que celle de Franche-Comté. Nous pouvons nous servir de ces termes pour améliorer notre référencement.

Contrôle de résultat

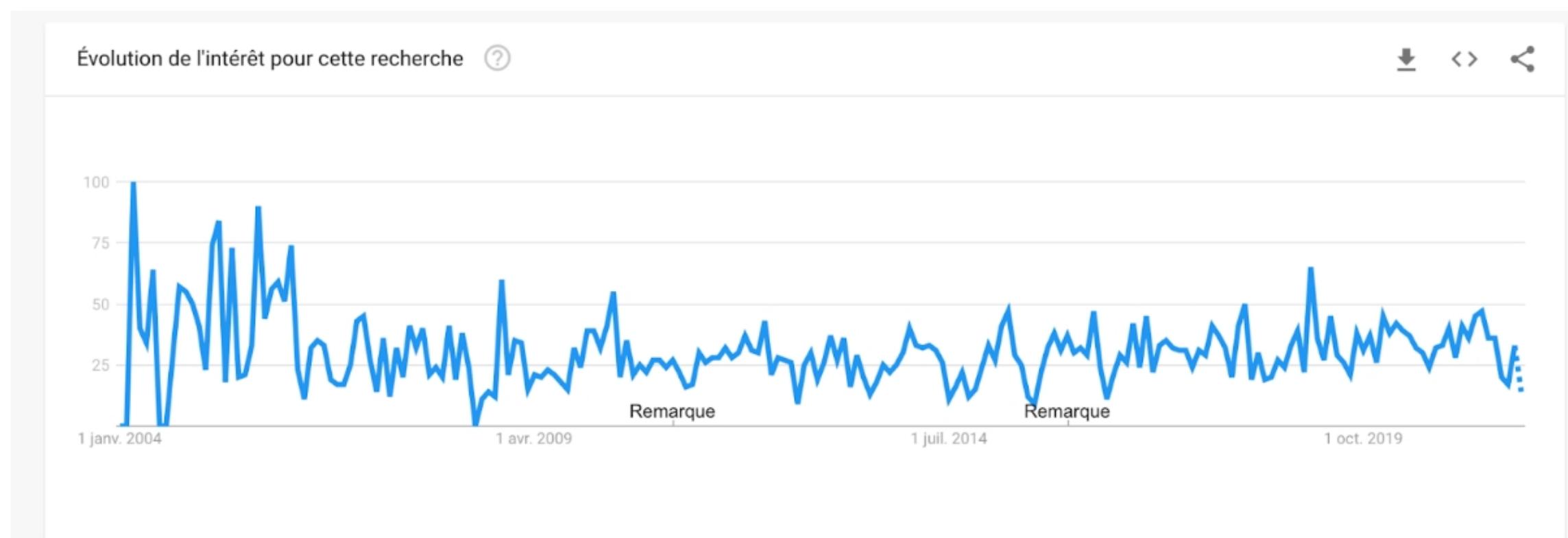


Nous pouvons observer ici que **le terme "Université Bourgogne" est presque deux fois plus recherché que le terme "Université franche comté"**. Il serait donc judicieux, pour l'utilisation de mots-clés, de mettre en avant "Université Bourgogne" avec des balises .

Cependant, nous pouvons voir sur ce graphique que **ces deux termes, depuis 2004 sont en déclin**. On pourrait se poser la question de **savoir si c'est judicieux de les utiliser pour notre nuage de mots-clés**.

Contrôle de résultat

Interet pour Emancipation

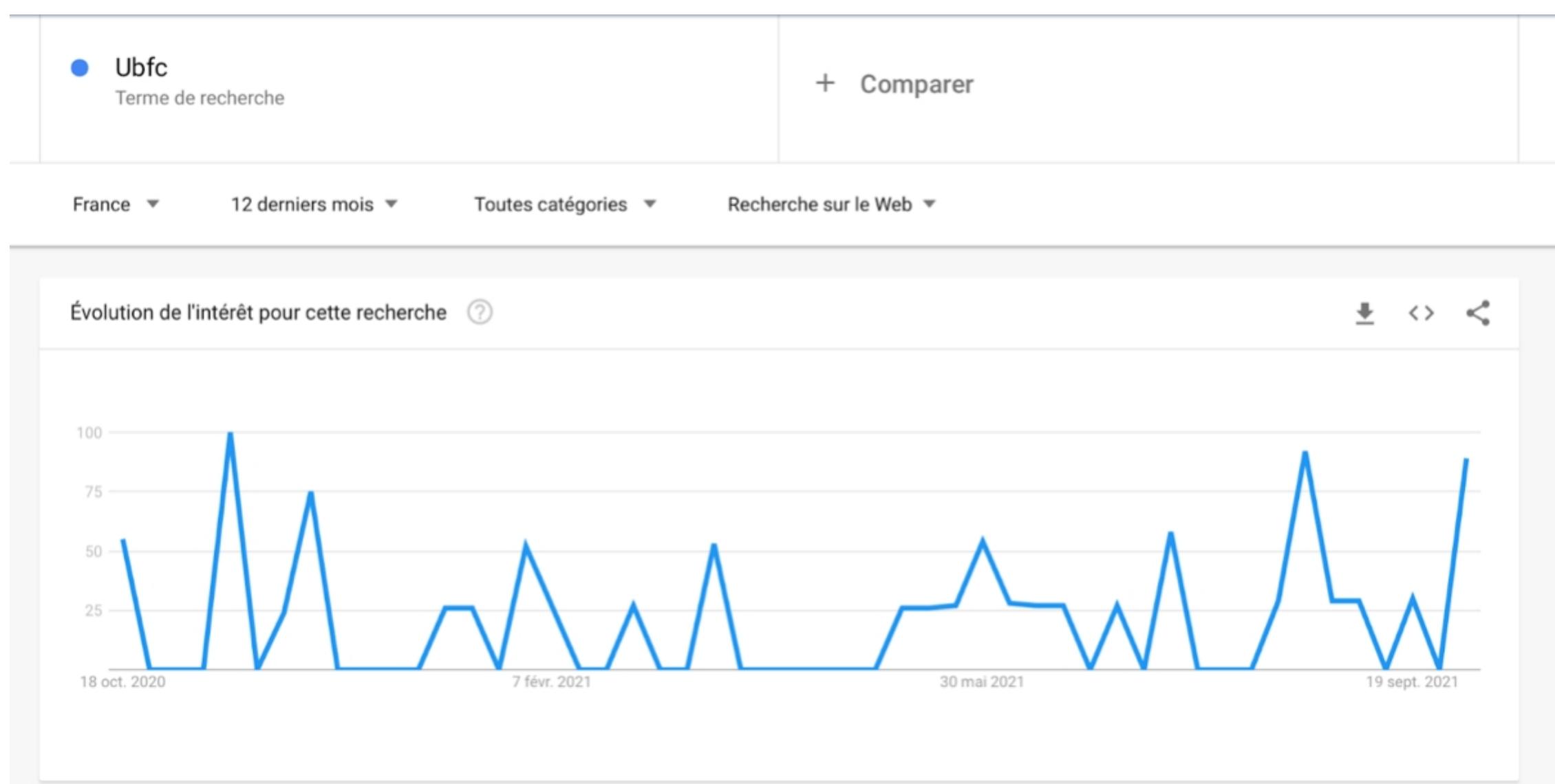


Nous pouvons voir qu'il y a beaucoup d'intérêt pour le mot-clé "émancipation". En effet, il y a environ 50 recherches par semaine pour ce mot.

On constate aussi que la Franche-Comté est la deuxième région française où ce mot est recherché. Il est donc primordial d'ajouter ce mot dans notre nuage de mot-clé.

Contrôle de résultat

CARTE



ANALYSE SEO

MOTS-CLÉS :

Mots-clés	Lien avec le POTHÉM LLC (/10)	Nombre de recherches en France (/semaine)	Pertinence d'utilisation (/10)
lettres	9	92	9
langue	9	77	9
communication	9	88	9
Dijon	6	79	8
Bourgogne Franche-Comté	8	29	4
Côte d'Or	5	98	9
sciences humaines & sociales	9	14	8
sciences humaines	9	52	9
sciences sociales	9	40	9

ANALYSE SEO

MOTS-CLÉS :

Mots-clés	Lien avec le POTHEM LLC (/10)	Nombre de recherches (/semaine)	Pertinence d'utilisation (/10)
convention sciences humaines	9	0	7
scientifiques	7	52	8
Besançon	6	86	8
chercheurs	10	28	10
licence LLC	7	0	4
licence	3	66	3
recherche	8	85	9
pôle thématique	9	0	6
POTHEM	10	0	10

ANALYSE SEO

MOTS-CLÉS :

Mots-clés	Pertinence avec le POTHEM LLC (/10)	Nombre de recherches (/semaine)	Pertinence d'utilisation (/10)
Belfort	6	87	8
LLC	10	0	10
émancipation	10	58	10
projet émancipation	10	0	10
UBFC	7	28	7
université	4	64	6
bourgogne	6	66	7
franche-comté	6	44	7
étude	5	91	8

Analyse des recherches sur les mots-clés

Comme vous avez pu le voir dans le tableau que nous avons réalisé, **nos mots-clés ne sont pas énormément recherchés.**

Notre objectif est donc d'en mettre énormément afin d'obtenir un bon référencement malgré la notoriété restreinte de nos mots-clés.

Les mots-clés notés 10 dans l'une des deux catégories parmi leur lien avec le POTHEM et leur pertinence d'utilisation **seront récurrents sur notre site.** Ils ont cette note soit car **ils correspondent exactement à ce qu'est le POTHEM LLC**, soit car ils ont **un excellent nombre de recherches par semaine** (compte tenu de la concurrence proposée par les autres mots du tableau).

Les notes au-dessus de 7 inclus sont **des mots très intéressants pour le référencement de notre site.** On y trouve principalement **des villes où se trouvent des laboratoires membres du POTHEM et des sujets importants abordés par celui-ci.**

ANALYSE SEO

MÉTA DONNÉES SUR LE SITE UBFC

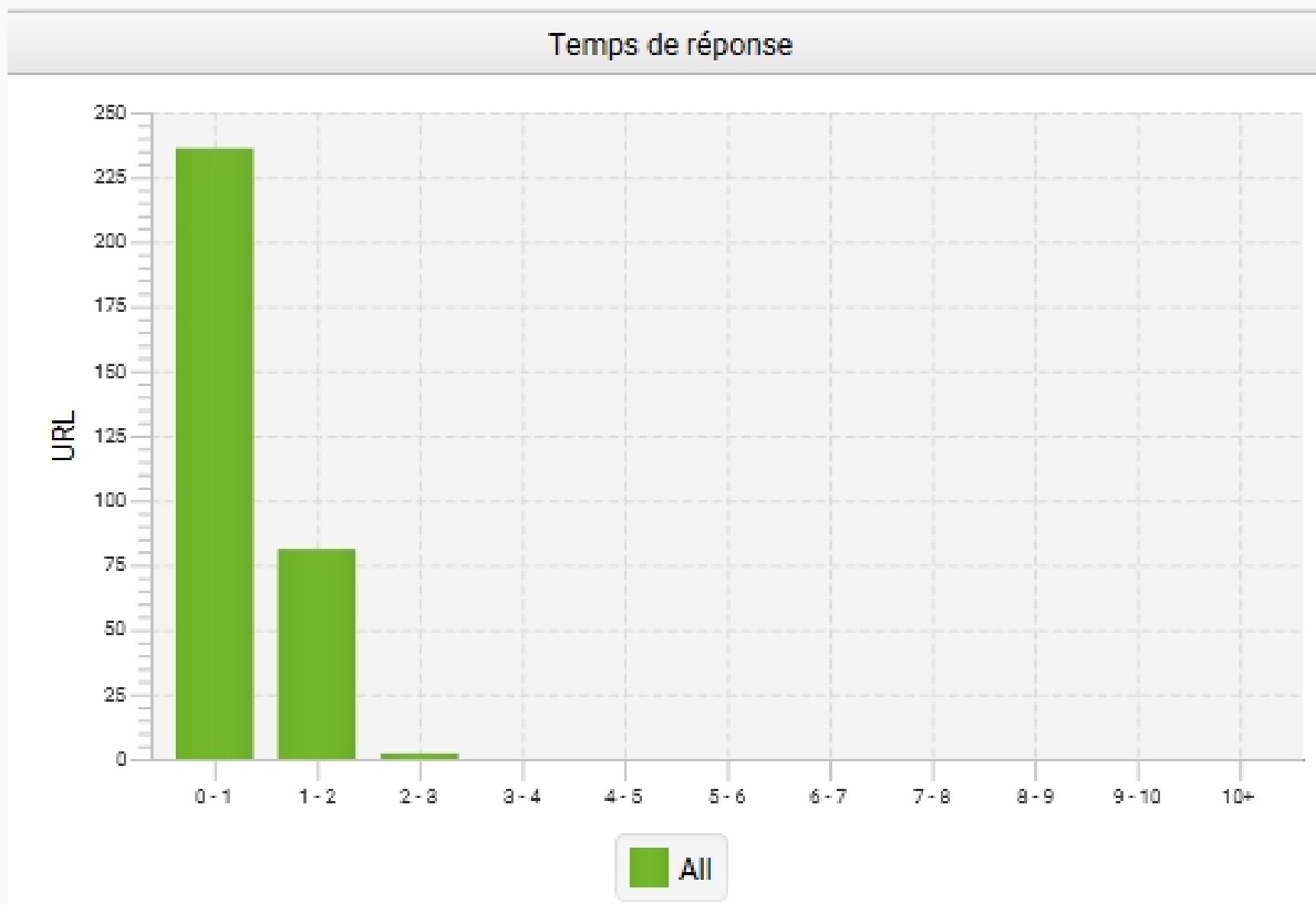
	URL	% du total
▼ Meta description		
Tous	184	100%
Manquant	169	91,85%
Doublon	0	0%
Plus de 155 caractères	0	0%
Moins de 70 caractères	0	0%
Plus de 1 005 pixels	0	0%
Moins de 400 pixels	0	0%
Multiple	0	0%
▼ Meta keywords		
Tous	184	100%
Manquant	170	92,39%
Doublon	0	0%
Multiple	0	0%
▼ H1		
Tous	184	100%
Manquant	2	1,09%
Doublon	20	10,87%
Plus de 70 caractères	9	4,89%
Multiple	2	1,09%
▼ H2		
Tous	184	100%
Manquant	137	74,46%

On remarque l'absence quasi totale de métadonnées sur le site de l'UBFC. Cela **nuit grandement à l'accessibilité du site pour les personnes malvoyantes** par exemple.

Sur notre site, nous veillerons à **inclure des méta données sur le plus d'éléments possible** afin d'améliorer ce point par rapport au site d'origine.

ANALYSE SEO

TEMPS DE RÉPONSES DU SITE UBFC



Le temps de réponse est très bon avec une énorme partie du site chargeant en moins d'une seconde, ce qui est signe de pages bien optimisées et pas excessivement lourdes.

Seule une poignée de pages mettent plus de 2 secondes pour charger, la page d'accueil en fait sûrement partie car c'est naturellement une page très synthétique et chargée.

Ce point positif sera conservé dans notre site, qui sera bien moins dense (à son lancement du moins) que le site de l'UBFC qui regroupe un nombre impressionnant d'informations.

ANALYSE SEO

ANALYSE SEO GOOGLE

Google pothem llc

Tous Maps Actualités Images Shopping Plus Outils

Environ 70 700 résultats (0,50 secondes)

<https://www.ubfc.fr> ▾

Accueil - COMUE Université Bourgogne Franche-Comté

Pôle SFAT · Pôle SCS · Pôle LLC · Pôle SHS · Pôle DGEP · Pôle SV2TEA · Polytechnicum · Projets de recherche · ISITE – BFC · UBFC integrate · LabEx LipSTIC ...

Rapport
Dans le cadre du règlement d'intervention Recherche 2021 du ...

Formation
Doctorat Biologie, médecine, santé; Sciences agronomiques et ...

Recrutement
Post-doc, explorer le rôle de changements d'érosion et d ...

UBFC en chiffres
Accueil » UBFC » À propos d'UBFC » UBFC en chiffres ...

Masters
Master EMME. Ecology, Monitoring and Management of ...

Pôle SHS
Laboratoires : ARTéHIS – Archéologie, Terre, Histoire ...

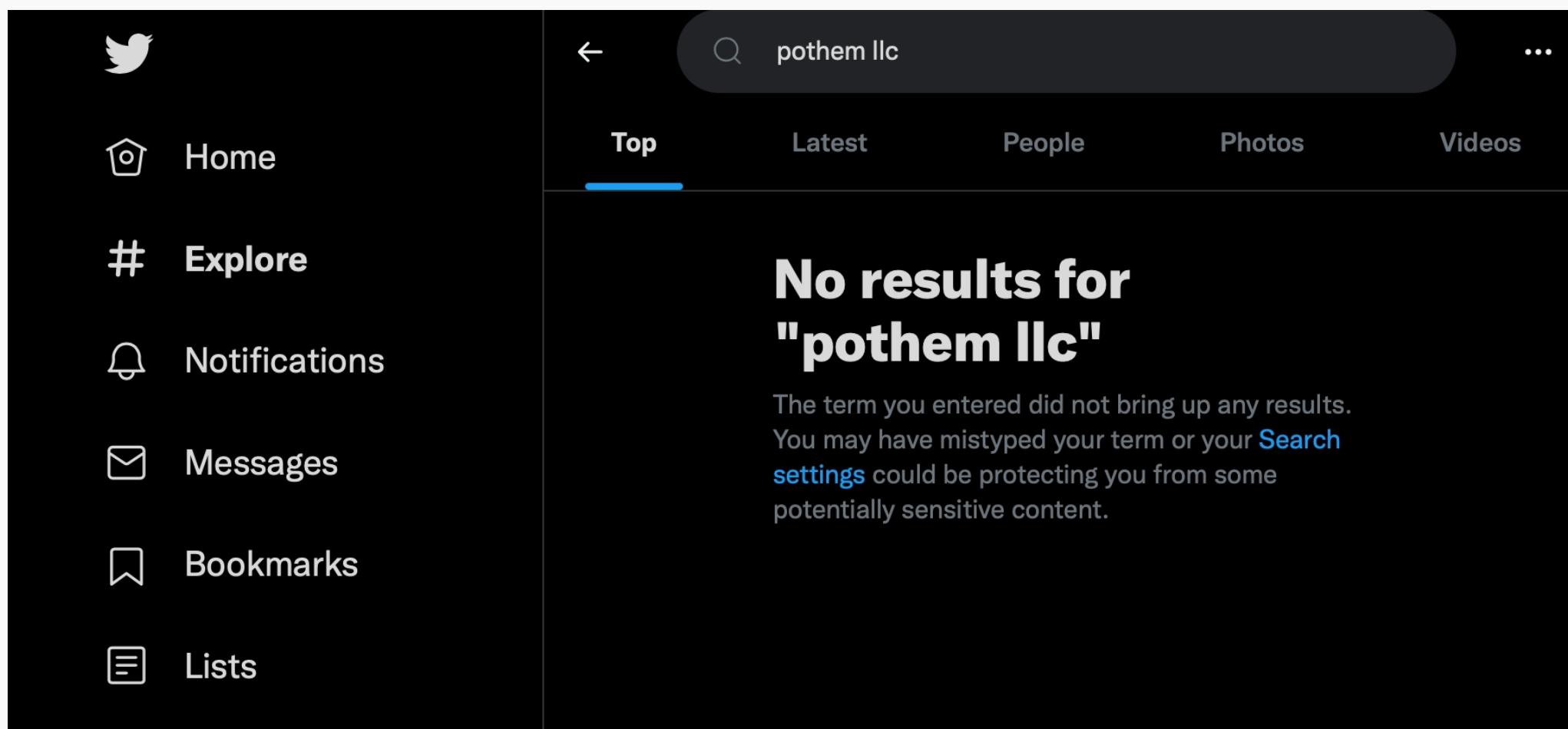
[Autres résultats sur ubfc.fr »](#)

Pour ce qui est du SEO, nous pouvons voir que lorsque nous recherchons le terme « Pothem LLC » **nous arrivons directement sur la page qui nous intéresse.**

En effet, le premier lien qui est affiché est le site de L'UBFC avec la page concernant le Pôle thématique Langue Lettres et Communications. On peut donc noter que **le référencement est très bon** et il serait donc judicieux pour notre site web d'utiliser les mêmes mots-clés et technique de SEO qu'utilise l'UBFC.

ANALYSE SEO

ANALYSE REFERENCLEMENT RESEAUX SOCIAUX



Nous pouvons constater avec ces trois captures d'écran que **le Pothem LLC n'est présent sur aucun réseau social**. Quand nous cherchons le nom suivi de Facebook nous arrivons bien sur le site de l'UBFC, surement grâce au SEO du site de l'UBFC qui comprend une page Facebook mais pour ce qui est des deux autres réseaux sociaux que sont Twitter et Instagram nous ne trouvons **aucun résultat pertinent lors de nos recherches**. Cela présente un point positif, si nous voulons créer des réseaux sociaux afin de mettre en avant le site web, **le champ est libre de toute concurrence directe**.

Two side-by-side Google search results pages. The left page shows results for "pothem llc facebook" with a total of 574,000 results. The right page shows results for "pothem llc instagram" with a total of 46,700 results. Both pages include standard Google search filters (Tous, Actualités, Images, Maps, Vidéos, Plus) and Outils. The results for both queries are mostly links to the official website of the company.



POTHEM ILLC

Étude préalable

Projet réalisé dans le cadre d'un exercice pédagogique au sein du Département MMI situé dans l'Université de Franche-Comté.