

# COM WEB – Introduction

## I. Com-Web.bzh

Sébastien Dona - Consultant et Enseignant en Marketing Digital

Sébastien DONA est le fondateur des Formation Com Web. Il est également enseignant en Universités, École de commerce, Chambre de commerce et Chambre de l'artisanat. Les formateurs sont des spécialistes reconnus comme tels par le programme gouvernemental France Num. Avec une moyenne de 10 ans d'expérience en agence de communication, groupes média, enseignement en Université, Écoles de commerce et professionnel. Ils conçoivent des formations professionnelles utiles, structurées et reflétant les pratiques contemporaines.

L'agence est composée de plusieurs métiers:

- Développeur Full Stack
- Web Designer
- Community Manager
- Rédacteur Web

Avec une expertise reconnue par les acteurs digitaux et médias ainsi qu'une expérience de plus de 10 ans auprès de clients grands comptes.

Le client est au coeur des réflexions stratégiques avec un chef de projet pour l'accompagner dans toutes les étapes de sa campagne de communication et atteindre ses objectifs.

Dans le cadre d'une stratégie digitale, le professionnel de la production de contenu audiovisuel et web met en valeur l'image des marques.

## II. Les Actions

### a) Référencement

-SEO: Search Engine Optimization → Positionnement

-SEA: Search Engine Advertising → Référencement Payant ( publicités, annonces.. )

-SEM: Search Engine Marketing → Combinaison des deux précédents

L'agence SEO est experte en référencement web et accompagne sur le référencement de site internet via les moteurs de recherche ainsi que l'optimisation de contenu pour un référencement naturel. Un expert aide à accroître la visibilité digitale en créant des stratégies locales et mobiles et donc la visibilité des points de vente.

Il y a également une mise en place de campagnes de référencement payant sur les moteurs de recherches, un développement du chiffre d'affaire et de retour sur investissement, en optimisant régulièrement les mots clés.

## b) Réseaux Sociaux

Omniprésents dans la vie des consommateurs, les réseaux sociaux constituent un point de contact stratégique pour l'expérience du client. Il est donc important d'animer régulièrement via la mise en page d'une stratégie social-média pertinente et selon certaines méthodes, sa communauté sur les réseaux sociaux.

Une proximité supplémentaire se crée avec les clients qui peuvent interagir avec leur marque (messages privés, notes, avis, commentaires, partages)

Egalement aider à définir une charte éditoriale, prioriser les réseaux sur lesquels le client sera présent en fonction des cibles et objectifs, identifier les interactions à créer un site web, être force de proposition sur des jeux, des articles, des relais d'informations pertinents et la production de contenus audio, photos et vidéos.

## c) Production

L'agence de production audiovisuelle et création graphique accompagne dans le design des supports de communication : direction artistique, réalisation de vidéo, film d'entreprise, reportage, clip, teaser, création et conception de logo pour entreprise, cartes de visite, shooting photo, édition print, identité visuelle de marque, charte graphique, graphisme site internet, slogan publicitaire, bannière publicitaire web, habillage sonore et mixages audio.

Le directeur artistique réalise des supports de communication à l'image de l'entreprise entouré d'infographistes, concepteurs rédacteurs, vidéastes, photographes, ingénieur du son, réalisateurs, compositeurs...

## d) Web Design

L'agence de communication digitale accompagne dans la création, l'optimisation, le design de site internet (mobile, responsive, store locator, newsletter...) et également sur des problématiques de boutiques en ligne et sites marchands.

Le développement de site web est adapté à tous les canaux : sites, tablettes, smartphones et pour tout types d'activités, de l'artisan à la grande entreprise. Des sites « vitrine », sites mobile, site e-commerce, blog sont également réalisés. Un Webmaster optimise le site pour encourager les visites grâce à des techniques de Web Analyse (audit)

### III. Les Outils

#### a) WordPress

WordPress est un système de gestion de contenu gratuit, libre et open-source.

Ce logiciel écrit en PHP\* repose sur une base de donnée MySQL\*.

Les fonctionnalités de WordPress lui permettent de créer et gérer différents types de sites Web: site vitrine, site de vente en ligne, site applicatif, blog, portfolio, site institutionnel, site d'enseignement...

#### b) PHP

PHP est un langage de programmation côté serveur qui permet de créer des sites web dynamiques. De nombreux sites sont programmés à l'aide de PHP parmi lesquels on peut citer Wikipédia, Facebook ou Wordpress. Un des avantages est que PHP est un langage open-source, ce qui permet aux développeurs de rajouter des fonctionnalités réutilisables et modifiables librement par d'autres utilisateurs.

Enfin, l'utilisation de PHP permet de communiquer avec des bases de données.

Un utilisateur de WordPress n'a pas besoin de connaître PHP pour utiliser ce système de gestion de contenu, sauf s'il souhaite étendre les fonctionnalités prédéfinies.

#### c) Base de données et MySQL

Une base de données stocke des informations structurées dans des tables pour ensuite les traiter, les trier ou encore les filtrer afin d'extraire des statistiques ou récupérer des données précises.

WordPress utilise MySQL qui est un système de gestion de base de données relationnelles libre, gratuit et très utilisé. WordPress peut ainsi stocker et récupérer les informations présentes sur le site internet par le biais de plusieurs tables présentes dès l'installation du système de gestion de contenu.

Ces tables par défaut permettent de structurer les informations de base pour créer rapidement un site ou un blog opérationnel.

On retrouve, par exemple, une table pour stocker les commentaires ( pseudo/nom, date, message, e-mail, etc.. ), une table pour stocker le contenu des publications (articles, pages, catégories, etc..), une table concernant les utilisateurs (nom, e-mail, droit accordé, etc..) et une table pour les paramètres, ainsi que le pilotage global des extensions.

# COM-WEB – Corps

## I. Elementor (Semaine du 6/03 au 10/03 ) Web-Design

### a) Apprendre Elementor

La première action a été d'apprendre l'utilisation de l'outil Elementor sur Wordpress. A l'aide de différents modules, ce dernier a pour objectif de «maquetter» une page Wordpress. Qu'est-ce que la maquette? Une prévisualisation faite avec le client ou un collaborateur avec comme finalité, remplir les conditions demandées par un cahier des charges établi pour la création d'un site.

Dans l'ensemble de ces modules, on retrouve toute l'utilité d'un codage HTML et CSS basique concentré dans un ensemble de boutons que l'on peut déplacer, interchanger et positionner où on le souhaite sur l'ensemble de notre page.

Pour cela, un système de «section» nous sert à mettre en forme notre page.

La section est un bloc où l'on peut insérer nos modules, elle peut être entière, divisée et il est possible d'ajouter une section au sein même de celle-ci pour diversifier l'aspect de notre projet afin qu'il ne soit pas linéaire.

Le premier exercice a été de se familiariser avec cet outil, en utilisant une page Wordpress existante, et de la reproduire.

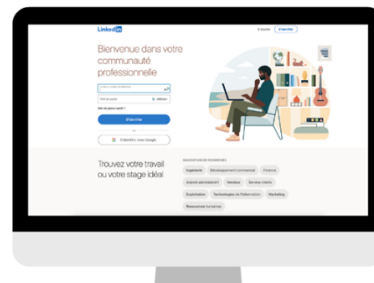
Malgré quelques difficultés concernant le menu de navigation et des erreurs de proportion, l'exercice semble réussir.



MES SERVICES ▾ CONTENUS GRATUITS ▾ ILS M'ONT FAIT CONFIANCE A PROPOS ME CONTACTER 🔍

### Cette formation gratuite est pour vous si...

- Vous êtes entrepreneur.e, chef d'entreprise, freelance, chargé.e de communication, community manager, coach ou consultant.e...
- **Vous vous sentez dépassé.e** par l'utilisation de LinkedIn et aimeriez en connaître les codes pour tirer parti de tout son potentiel.
- Malgré vos efforts et vos publications, **les réactions à vos posts se font rares** et vous ne savez plus quoi faire pour avoir plus de visibilité sur ce réseau.
- Vous aimeriez être plus active sur LinkedIn, créer du contenu et élargir votre réseau, mais **vous avez peur d'en faire trop** et/ou de devoir aller à l'**encontre de vos valeurs** pour y arriver.



## b) Veille Créative

Le second exercice a pour objectif de s'inspirer de plusieurs sites WordPress pour créer le sien et en tirer le meilleur de chacun d'entre eux. Cela s'appelle une «Veille Créative».

Le thème demandé était «Fiche Métier: Business Developer»

Avec des mots clés tel que Rôles, Compétences, Qualités, Formation, il fallait donc structurer notre page en différentes sections pour la rendre attrayante et compréhensible.

L'essentiel de l'exercice était avant tout de mettre en avant et tester sa créativité, puis continuer à manipuler les différents modules de manière plus approfondi.



### FICHE MÉTIER :

#### Rôles, Compétences, Qualités, Formation

**Le Business Développeur** est un rôle clé dans la **croissance** et le **développement** d'une entreprise.

Ce professionnel est responsable de la recherche de nouvelles opportunités de marché, de la mise en place de stratégies de vente efficaces et de la négociation de contrats avec les clients.

Ce guide vise à fournir une vue d'ensemble des **rôles, compétences, qualités et formation** nécessaires pour devenir un Business Développeur.

- Évaluer les opportunités de marché et les tendances pour identifier de nouvelles opportunités de croissance.
- Développer et maintenir des relations avec les clients actuels et potentiels pour renforcer les relations commerciales.
- Élaborer et mettre en œuvre des stratégies de vente pour atteindre les objectifs de l'entreprise.

## RÔLES

### c) Création d'une Page Évènementiel

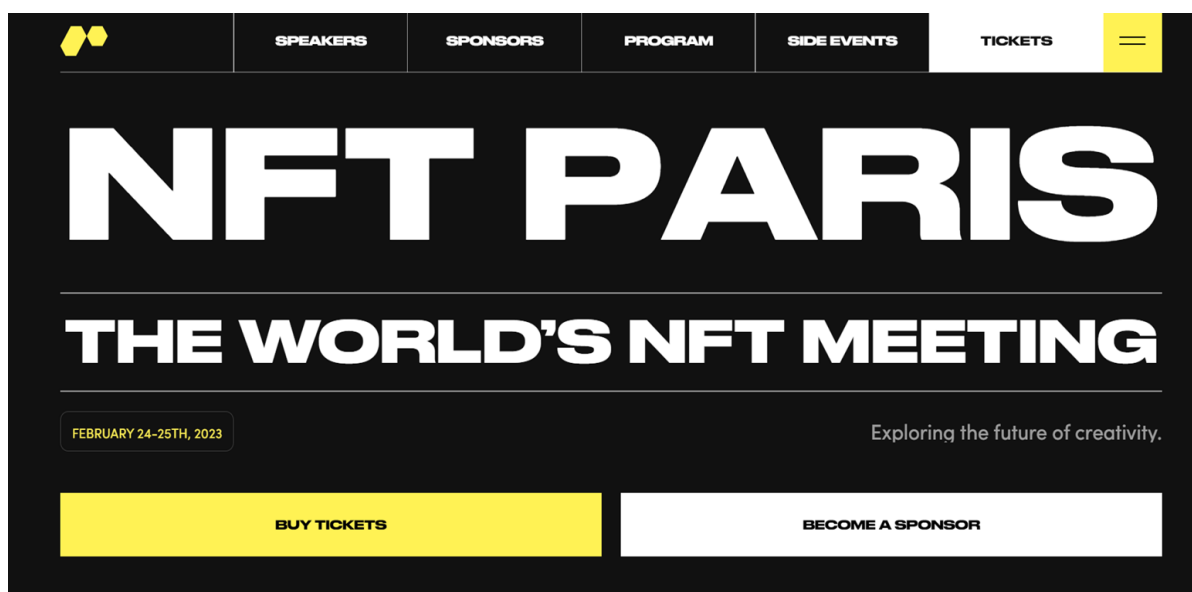
Pour ces derniers jours, l'objectif était de s'inspirer d'un site évènementiel (voir ci-après) afin d'en concevoir un avec des modules précis. Le contenu étant libre, j'ai décidé de m'inspirer d'une compétition e-sport.

C'est un exercice qui combine l'ensemble des éléments vu précédemment: Créativité, Utilisation des modules, Respecter un «cahier des charges»

Les différents modules utilisés:

- Bouton Créatif(Sign Up..)
- Module Vidéo
- Habillage & Google Map
- Carroussel (Diaporama)
- Post Grid (Articles intégrés)
- Va et Vient (FAQ)
- etc...

La Page de Référence:

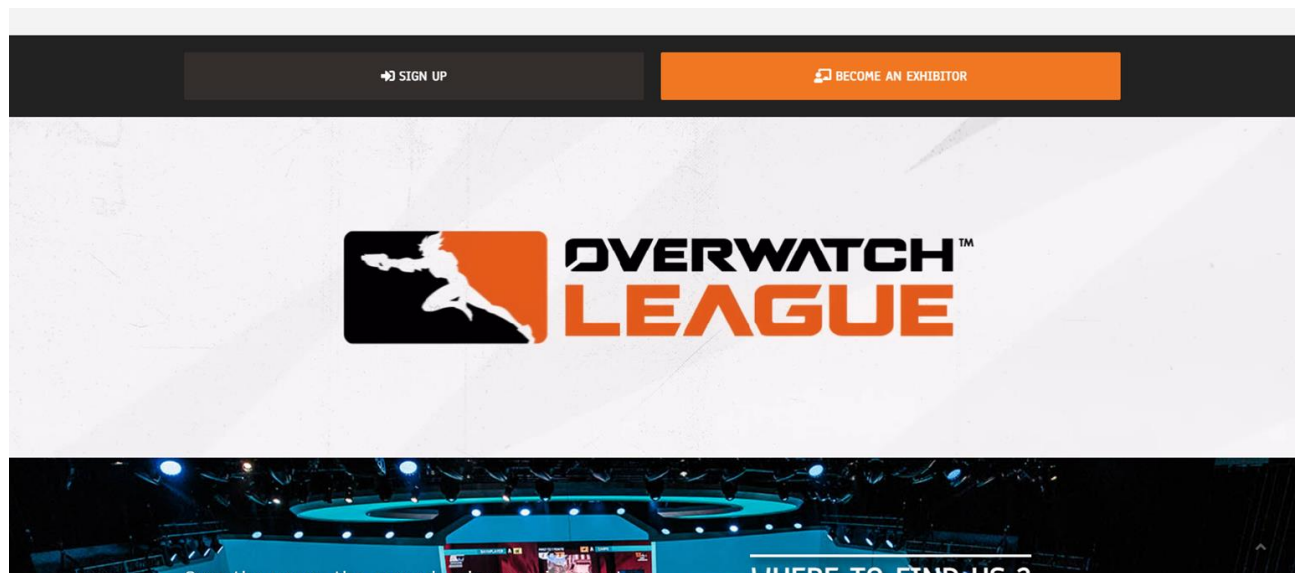


La Page Effectuée:

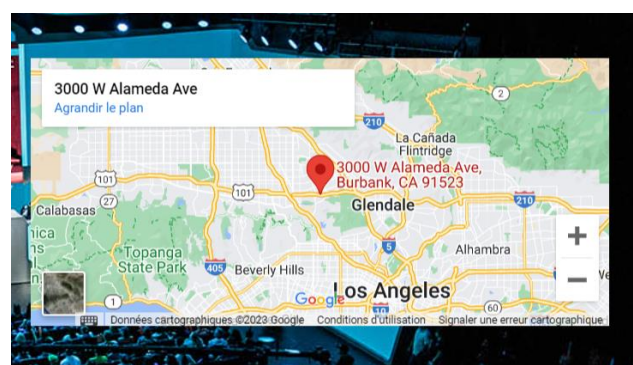


### ABOUT THE OVERWATCH LEAGUE™

The Overwatch League™ is an international esports league comprising 20 city-based teams and featuring the best Overwatch® players in the world. The 2023 season, which features Overwatch 2 PvP gameplay, kicks off with a pro-am tournament in the West region in late March before officially beginning in both regions on April 28, and concludes with the playoffs and Grand Finals later in the year. Showcasing top-tier competition, thrilling storylines, robust viewership rewards, and cutting-edge production value, the Overwatch League is the world's premier esports league.



Exemple: Fonctionnement du Module Google Map



## II. SEO ( Semaine du 13/03 au 17/03 ) Analyse

## a) Définition

**SEO**(Search Engine Optimization) signifie «Optimisation pour les moteurs de recherche».

Ce terme définit l'ensemble des techniques mises en œuvre pour améliorer la position d'un site web sur les pages de résultats des moteurs de recherche (SERP). On l'appelle aussi référencement naturel.

L'objectif d'un expert en référencement naturel est d'améliorer la visibilité des sites web qu'il prend en charge en leur faisant **gagner des places sur les moteurs de recherche** (Google, mais aussi Yahoo !, Bing, etc.). Le but est de faire se rencontrer les internautes intéressés par des produits / services ou du contenu informatif.

On dit qu'un site est bien optimisé ou référencé s'il se trouve dans les **premières positions d'un moteur de recherche sur les requêtes souhaitées**.

## b) L'Objectif

En France et généralement dans le monde, les sites les plus visités par les internautes sont ceux qui apparaissent sur la toute première page de résultats (parmi les 10 premiers). Sur ces 10 premiers résultats, les 3 premiers sites sont les plus visités.

D'après les études, les chiffres concernant le pourcentage de clics sur les résultats de recherche Google en fonction de leur position sur la SERP sont les suivants :

-1ère position :**33%**des clics sur ordinateur

-2ème position:**15,6%**des clics sur ordinateur et la même chose sur mobile

-3ème position:**10%**des clics sur ordinateur et la même chose sur mobile

Les 3 premiers résultats représentent donc quasiment 60% des clics sur les moteurs de recherche.

D'où l'importance d'être bien placé dans les résultats naturels.

Google note par degré de pertinence les sites web. Plus les notes sont bonnes, plus ils sont visibles et se rapprochent de la 1ère page. Pour être pertinent aux yeux du moteur de recherche, plusieurs critères sont pris en compte.

## c) La Procédure

### 1) Optimisation On-page : contenu textuel des pages du site

L'optimisation on-page ou on-site est l'ensemble des techniques visant à **améliorer la qualité du contenu d'un site / page web**. Plusieurs éléments sont à perfectionner à partir de votre stratégie de mots-clés :

-Balise Title

-Balises Meta (Meta description, robots, keywords)

-Balisage sémantique (H1-H6)

-URLs

-Contenu de la page (Body)

-Maillage interne (liens internes)

### 2) Optimisation Off-page : liens externes (Netlinking)



À l'inverse, la partie off-site représente tout ce qui touche à **l'environnement d'un site, et ainsi les liens qui redirigent vers une page** de celui-ci. Il s'agit de :

- Provenance des liens externes (les backlinks provenant de sites de qualité seront plus pertinents pour Google)

- Ancre de lien (quel terme est utilisé pour rediriger vers votre site)

La quantité de liens est aussi un facteur, mais il est bien plus important de miser sur la qualité des liens que sur leur quantité.

### 3) Expérience utilisateur (UX)

Cette partie est la dernière à avoir été prise en compte par Google. Pourtant, depuis des années, on aperçoit que ce point est largement à prendre au sérieux si l'on veut s'assurer des places dans les premiers résultats de recherche.

On peut distinguer plusieurs critères importants pour le SEO :

- Ergonomie du site : apparence et qualité

- Taux de rebond (Le taux de rebond est un indicateur marketing qui correspond au pourcentage de visiteurs qui accèdent à une page, puis quittent le site sans cliquer nulle part ni accéder à une autre page du même site. Plus le taux est bas, mieux c'est)

- Taux de conversion (Le taux de conversion est le rapport entre le nombre de visiteurs ayant réalisé une "conversion" sur un site web (achat, souscription, téléchargement...) et le nombre de visiteurs total du site sur un temps donné. On parle aussi de "taux de transformation" )

- Parcours utilisateur (Le parcours utilisateur se définit par le parcours type que suivent les clients lorsqu'ils utilisent un service ou un produit, qu'il soit numérique ou physique.)

Les éléments suivants, s'ils sont bien travaillés, sont susceptibles de vous faire gagner de nombreuses places dans les résultats et de vous rendre bien plus visibles. Cependant, mettre de côté l'aspect expérience utilisateur serait une grave erreur. Vous risquez d'être pénalisé par les moteurs de recherche, et cela de plus en plus, car ceux-ci vont continuer à augmenter leurs standards dans le domaine. Ne les négligez surtout pas !

### 4) Les éléments techniques liés à l'infrastructure du site (code HTML, nom de domaine..)

Il s'agit de tous les éléments qui touchent à **l'expérience utilisateur (UX)**. Ces facteurs sont par ailleurs essentiels, notamment pour faire diminuer le taux de rebond ou pour améliorer le taux de conversion d'un site.

- Poids et vitesse de chargement d'une page (très important)

- Apparence et qualité du site

- Architecture et arborescence

Ces différents points sont essentiels à traiter, mais, ils ne constituent que la partie émergée de l'iceberg. **Le référencement naturel passe en effet par une multitude d'actions et par une régularité des actes.** Ce sont toutes ces opérations qui amélioreront l'image de votre site pour Google ou pour un moteur de recherche. Dans tous les cas, **le référencement naturel prend du temps.**

### d) Audit du site Com-Web.bzh

L'exercice consiste à réaliser un audit du site Com Web et vérifier les éléments qui peuvent être améliorés. Pour cela, j'utilise l'outil Google PageSpeed Insights qui permet d'analyser en détail et par thématique les points importants qui sont susceptibles d'être modifiés.

Les problématiques sont divisées en plusieurs sections :

Performances, Accessibilité, Bonnes Pratiques, SEO.



Un score est attribué à chacune de ces sections et une liste permet de vérifier les éléments :

Opportunité	Estimation des économies
▲ Diffusez des images aux formats nouvelle génération	9,71s ▼
▲ Réduire le temps de réponse initial du serveur	2,25s ▼
▲ Réduisez les ressources JavaScript inutilisées	1,96s ▼
▲ Activez la compression de texte	1,64s ▼
▲ Réduisez les ressources CSS inutilisées	1,04s ▼
▲ Éliminez les ressources qui bloquent le rendu	0,97s ▼

Pour chaque élément, une « solution » est proposée, une orientation dans la recherche ou un détail précis est décrit afin de cibler spécifiquement l'optimisation :

▲ Diffusez des images aux formats nouvelle génération 9,71s ^

Les formats d'image comme WebP et AVIF proposent souvent une meilleure compression que PNG et JPEG. Par conséquent, les téléchargements sont plus rapides et la consommation de données est réduite. [En savoir plus sur les formats d'image récents](#)



Envisagez d'utiliser le plug-in [Performance Lab](#) pour convertir automatiquement vos images JPEG importées au format WebP, lorsque cela est possible.

	URL	Taille de la ressource	Économies potentielles
RÉSEAUX SOCIAUX Vous souhaitez développer le nombre d'abonnés, la qualité du c... <section class="elementor-section elementor-top-section elementor-element elementor-elemen..." data-id="beb04de" data-element_type="section" data-settings="{&quot;stretch_section&quot;:&quot;section-stretched&quot;, &quot;background_background&quot;:&quot;t;classic&quot;}" style="width: 1350px; left: -30px;">	...09/com-web-bzh_r%C3%A9seaux-sociaux-community-management.png (com-web.bzh)	1 095,0 KiB	1 053,5 KiB

## COM-WEB – Conclusion

La découverte du Web Design avec l'aide de WordPress et Elementor a été très intéressante durant ce stage pour la réalisation de mon objectif professionnel. J'ai compris l'importance d'avoir un site web ergonomique et en adéquation avec ce que recherche un client.

Bien que la structure (back-end) soit importante, le visuel (front-end) l'est d'autant plus car c'est ce qui fait de cet outil un incontournable pour sa visibilité, son identité et sa communication.

Mon objectif reste cependant inchangé, la création et la technique nécessaire afin de coder un site est l'étape qui me plaît le plus. C'est pourquoi, une formation orientée en FullStack (Front + Back) me correspond le plus.

De plus, l'utilisation permanente des mobiles offre une autre dimension à la conception de site web, c'était donc un point important vu lors de ce stage (responsive).

Enfin la partie SEO (Search Engine Optimization) sera utile par la suite, dans un premier temps dans le cadre de la formation puis dans un cadre professionnel.

C'est une étape cruciale pour faire « vivre » son site Web et conserver l'intérêt des visiteurs.

Il est essentiel d'analyser régulièrement l'efficacité et le référencement de son site web afin de ne pas subir la pression de la « deuxième page du moteur de recherche ».

Je regrette néanmoins le manque de contact avec l'entreprise et les différents acteurs du milieu.