



PRESENCE EN LIGNE

Clément Guerault

29/23/2025

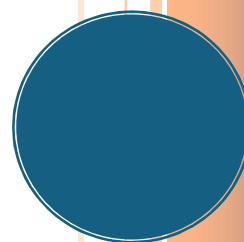


Table des matières

Introduction	1
Choix du thème	1
Objectifs et stratégie	1
Objectifs du site	1
Définition de deux KPI	1
Définition de L'USP	2
Analyse SWOT	2
Outils utilisés	2
Stratégie SEO	3
Fiche entreprise	4
UI/UX et ergonomie	6
Réseaux sociaux	7
Partenariat et netlinking	8
Campagne d'emailing	9
Benchmark	11
Conclusion	12

Introduction

Le projet Gentlewood consiste à développer un site internet fictif pour une entreprise spécialisée dans la vente de costumes en bois. Ce projet s'inscrit dans le cadre d'un travail pratique visant à appliquer les compétences acquises au cours des différents TP réalisés dans le cadre de la formation à la présence en ligne. L'objectif principal est de créer un site attractif et fonctionnel autour d'un concept original et non commercial, tout en mettant en œuvre des stratégies de marketing numérique, d'optimisation pour les moteurs de recherche (SEO), ainsi que des principes d'ergonomie et de design.

Le choix du thème s'est orienté vers des produits en bois, un domaine encore peu exploré dans le secteur du prêt-à-porter, ce qui permet de se démarquer de la concurrence tout en respectant les critères de non-commercialité imposés. Ce dossier a pour but de détailler l'ensemble des étapes suivies pour le développement du site, en exposant les choix stratégiques, les objectifs, ainsi que les résultats attendus et obtenus à travers des outils d'analyse et des mises en œuvre techniques.

Choix du thème

USP : Les vêtements en bois

Le thème de Gentlewood repose sur l'idée originale de proposer des costumes fabriqués à partir de bois, un matériau peu commun dans l'industrie de la mode. Ce choix s'inscrit dans une démarche non concurrentielle et non commerciale, car il s'éloigne des tendances de consommation classiques en mode. L'objectif est de se distinguer par une approche artisanale et écologique, offrant une alternative innovante à des produits souvent produits en masse.

Ce thème permet également de toucher une niche de consommateurs intéressés par des produits uniques et respectueux de l'environnement. Le concept de costumes en bois est novateur et ne se situe pas dans un marché concurrentiel traditionnel, ce qui permet au projet de répondre aux exigences du dossier tout en restant original et distinctif.

Objectifs et stratégie

Objectifs du site

1. Créer une présence en ligne originale et impactante avec un concept unique.
2. Offrir une expérience utilisateur immersive et humoristique, en mettant en avant un storytelling fort et une identité visuelle marquée.
3. Développer une vitrine digitale complète, intégrant des fonctionnalités interactives (FAQ, témoignages fictifs...).

Définition de deux KPI

Mois 1 : Lancement et premiers visiteurs

- Nombre de visiteurs uniques par jour : 5-10.
- Nombre total de visites cumulées : entre 50-100.

Mois 2 : Booster la viralité et l'engagement

- Nombre de visiteurs uniques par jour : 10-20.
- Nombre total de visites cumulées : entre 100-300.

Définition de L'USP

GentleWood : Le raffinement a enfin trouvé ses racines.

Gentlewood se démarque par son audace et son absurdité assumée. Là où les marques traditionnelles misent sur le confort et la légèreté, Gentlewood s'impose avec un style rigide, intemporel et inoubliable.

Analyse SWOT

Strengths

Concept ultra-original qui attire la curiosité et l'engagement.
 Storytelling puissant.
 Images de haute qualité générées pour illustrer le projet.
 Potentiel viral grâce aux idées interactives et à l'aspect absurde du concept.

Weaknesses

Impossible de convertir en vraie boutique (marché totalement fictif et site pédagogique).
 Nécessite un travail visuel et technique important (simulateur, animations, interactivité).
 Risque d'incompréhension : certains visiteurs peuvent croire que le site est sérieux.

Opportunities

Peut servir de portfolio ou de projet de démonstration pour des compétences en développement et en branding.
 Potentiel viral sur les réseaux sociaux avec des contenus humoristiques (mèmes, vidéos de fausses publicités...).

Threats

Concept pouvant être vu comme trop absurde par certains visiteurs.
 Si le design et l'expérience utilisateur ne sont pas soignés, l'impact peut être limité.
 Difficulté à retenir les visiteurs sans fonctionnalités interactives engageantes.

Outils utilisés

Pour la réalisation du site Gentlewood, un certain nombre d'outils numériques ont été mobilisés afin de garantir à la fois un rendu professionnel, une navigation fluide et une gestion simplifiée du contenu.

CMS : WordPress

Le site a été entièrement conçu à l'aide de WordPress, un système de gestion de contenu (CMS) open source reconnu pour sa flexibilité et sa simplicité d'utilisation. Ce choix permet une personnalisation poussée sans nécessiter de compétences avancées en développement, tout en garantissant un bon référencement naturel (SEO) et une compatibilité avec de nombreux plugins.

Extensions installées

Plusieurs plugins ont été ajoutés pour enrichir les fonctionnalités du site :

- **Elementor** : Un constructeur de pages visuelles (drag and drop) utilisé pour créer des pages personnalisées et esthétiques, tout en restant accessible aux utilisateurs non-développeurs.
- **WooCommerce** : Ajouté pour simuler une fonctionnalité de boutique en ligne, permettant de présenter les produits (costumes en bois) comme dans un véritable e-commerce.
- **Ninja Forms** : Utilisé pour créer des formulaires de contact ergonomiques et facilement paramétrables.
- **UpdraftPlus** : Permet de sécuriser le site via des sauvegardes régulières, essentielles en cas de mauvaise manipulation ou de bug.
- **Jetpack** : Offre une suite d'outils diversifiés (statistiques, sécurité, partage sur les réseaux sociaux...).
- **Yoast SEO** : Outil essentiel pour optimiser le référencement du site, avec des indications claires sur la lisibilité des pages et la qualité SEO des contenus.

Lien du site

Le site est consultable à l'adresse suivante :

<https://www.gentlewood.labo.infochartreux.fr>

Stratégie SEO

Le référencement naturel (SEO) est un pilier essentiel de la stratégie de visibilité du site Gentlewood. Afin d'assurer une indexation efficace et d'optimiser la présence sur les moteurs de recherche, plusieurs actions ont été mises en place à la fois sur le plan technique, éditorial et structurel.

1. Optimisation technique

Le site a été conçu pour être entièrement responsive, ce qui signifie qu'il s'adapte automatiquement à tous les types de supports (ordinateurs, tablettes, smartphones).

L'arborescence du site est claire et hiérarchisée. Chaque page dispose d'une URL optimisée, courte et descriptive, contenant des mots-clés pertinents (ex : /collaborations-partenariats, /costumes-en-bois), ce qui facilite l'indexation par les moteurs de recherche.

Une sitemap XML (carte du site) a été générée automatiquement et activée. Elle permet aux robots des moteurs de recherche de parcourir efficacement l'ensemble des pages du site.

Un fil d'Ariane est intégré à chaque page pour renforcer la navigation, autant pour les visiteurs que pour les moteurs de recherche.

Enfin, bien que le fichier robots.txt ne soit pas personnalisé, certaines pages peu utiles au SEO (comme le panier ou le paiement) ont été exclues de l'indexation via les paramètres de visibilité du CMS, ce qui évite l'indexation de contenus redondants ou inutiles.

2. Optimisation éditoriale

Tous les contenus du site ont été rédigés en suivant les bonnes pratiques SEO :

- Hiérarchisation logique avec des balises HTML (<h1>, <h2>, etc.).
- Insertion naturelle de mots-clés stratégiques dans les titres, paragraphes et méta-descriptions.
- Intégration systématique d'attributs alt descriptifs sur les images pour améliorer le référencement visuel.
- Structuration en catégories (ex. : "À propos", "Collections", "Partenariats") pour une meilleure organisation sémantique.

Le plugin **Yoast SEO** est utilisé sur l'ensemble du site. Il offre un suivi en temps réel de l'optimisation de chaque page, avec des indicateurs de lisibilité, de mots-clés, de méta-descriptions et de maillage interne. La majorité des pages obtiennent un score vert, garantissant leur conformité aux bonnes pratiques SEO. Quelques contenus affichent un score orange. Le plugin Yoast Local SEO a également été intégré pour optimiser spécifiquement la visibilité locale de Gentlewood, en ciblant des requêtes géographiques et en améliorant la performance dans les résultats de recherche locaux.

3. Accessibilité et stratégie de mots-clés

Le site cible des mots-clés de niche autour de l'univers des vêtements en bois, des costumes écologiques, ou encore des collections fictives (Bois de Boulogne, Forêt Noire). Cette approche permet de se positionner sur des requêtes peu concurrentielles tout en gardant une cohérence avec le ton humoristique et décalé du projet.

Conclusion

La stratégie SEO de Gentlewood repose donc sur une combinaison d'optimisations techniques, éditoriales et structurelles. Bien que fictif, le site a été conçu avec le même sérieux qu'un véritable projet e-commerce : responsive design, URLs propres, sitemap, hiérarchie claire et plugin de SEO actif. Ces éléments contribuent à une bonne indexation et garantissent une visibilité optimale sur les moteurs de recherche.

Fiche entreprise

Dans le cadre du projet Gentlewood, une fiche Google a été créée pour renforcer la présence locale de l'entreprise fictive et améliorer son référencement géographique. La fiche a été conçue en respectant les critères imposés : elle utilise une adresse unique, différente de celle des autres étudiants, et elle ne fait mention d'aucun concurrent.

Informations générales

- Nom de l'entreprise : Gentlewood

- Adresse : 675 Av. Paul Louis Merlin, 73800 Montmélian
- Champ d'action géographique : Savoie
- Type d'activité : Fabrique de textile à Montmélian
- Numéro de téléphone : 07 68 45 21 80
- Horaires d'ouverture : Du lundi au vendredi, de 9h à 18h. Fermé le samedi et le dimanche.

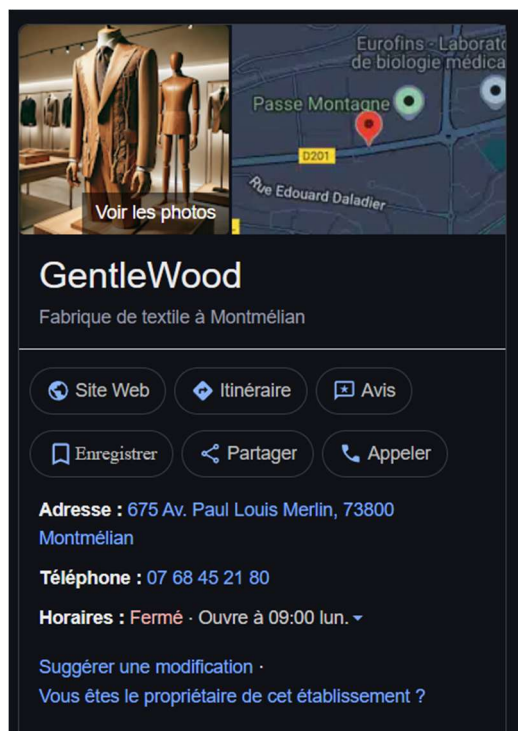
Mise en œuvre de la fiche Google

La fiche Google Business a été créée et complétée. Elle comprend :

- La date de création de l'entreprise
- Des photos illustrant l'activité de Gentlewood
- Le lien vers le site web de l'entreprise
- Le compte Twitter officiel de la marque

Ces éléments permettent de fiabiliser la géolocalisation et d'enrichir la fiche, ce qui améliore la visibilité locale sur Google Maps et dans les résultats de recherche.

Une capture d'écran de la fiche a été prise pour prouver sa mise en œuvre effective :



Grâce à cette fiche, Gentlewood peut renforcer sa crédibilité et sa présence en ligne, tout en facilitant l'accès à ses informations pour les utilisateurs locaux.

UI/UX et ergonomie

Pour offrir une expérience optimale aux visiteurs, le site GentleWood repose sur une approche soigneusement pensée en termes d'ergonomie (confort de navigation) et de design UI/UX (interface utilisateur et expérience utilisateur). L'objectif est de rendre la navigation agréable, intuitive et cohérente avec l'univers de la marque.

Approche UI (Interface Utilisateur)

L'interface du site est volontairement sobre et élégante pour refléter l'originalité artisanale du concept.

- **Couleurs** : les éléments interactifs (liens, boutons...) utilisent des teintes boisées, orange/marron, qui évoquent naturellement la matière première des produits. Le fond blanc cassé des pages apporte clarté et contraste, facilitant la lecture.
- **Typographie** : le texte est noir et en italique, une mise en forme qui donne un ton légèrement raffiné, sans compromettre la lisibilité.
- **Éléments visuels** : des images optimisées sont présentes dans toutes les sections importantes du site (collections, articles, à propos...), garantissant à la fois l'esthétique et des temps de chargement rapides.

Approche UX (Expérience Utilisateur)

Le parcours utilisateur a été construit pour être fluide, logique et immersif :

- **Navigation** : un menu de navigation fixe est présent en haut de page sur ordinateur, tandis qu'un menu déroulant s'adapte automatiquement aux mobiles. Un fil d'Ariane est également visible pour faciliter l'orientation sur le site.
- **Responsive design** : le site est totalement responsive, ce qui signifie que son affichage s'adapte automatiquement aux différents types d'écrans (smartphones, tablettes, ordinateurs), tout en conservant une bonne lisibilité et accessibilité.
- **Interactions** : des carrousels d'images permettent de faire défiler les visuels avec la souris ou le doigt, renforçant l'aspect dynamique du site. Un formulaire de contact, ainsi qu'un moteur de recherche interne, sont aussi intégrés pour améliorer l'interactivité et l'accessibilité de l'information.

Éléments ergonomiques mis en œuvre

Voici quelques exemples concrets d'éléments ergonomiques implémentés :

- Hiérarchisation du contenu via des balises H1, H2, H3 pour améliorer la lecture et l'indexation.
- Boutons CTA (Call to Action) facilement repérables (ex. : "Voir la collection", "Nous contacter").
- Chargement rapide des images et des pages, évitant les frustrations liées au temps d'attente.
- Adaptation mobile parfaite, avec réorganisation des éléments, mise en forme fluide, et navigation tactile optimisée.

Réseaux sociaux

Dans le cadre de la stratégie de communication numérique de GentleWood, la présence sur les réseaux sociaux a été mise en œuvre afin de renforcer la visibilité du site et de son concept original. Deux plateformes ont été sélectionnées : X (anciennement Twitter) et Instagram, pour leur capacité à générer de l'engagement visuel et viral.

Création des comptes

Les comptes ont été créés sous le nom d'utilisateur @GentleWood11 sur les deux plateformes. La bio a été soigneusement rédigée pour résumer l'essence du projet, à savoir une ligne de costumes en bois, alliant humour, audace et élégance. Sur X, une bannière personnalisée a été ajoutée, ainsi qu'un logo en photo de profil sur les deux plateformes.

Animation et interactions

Afin de démarrer la visibilité, deux publications ont été postées sur X, accompagnées d'images promotionnelles des collections fictives. Leur objectif était d'inciter les internautes à visiter le site. Une publication a également été réalisée sur Instagram, avant la suspension temporaire du compte.

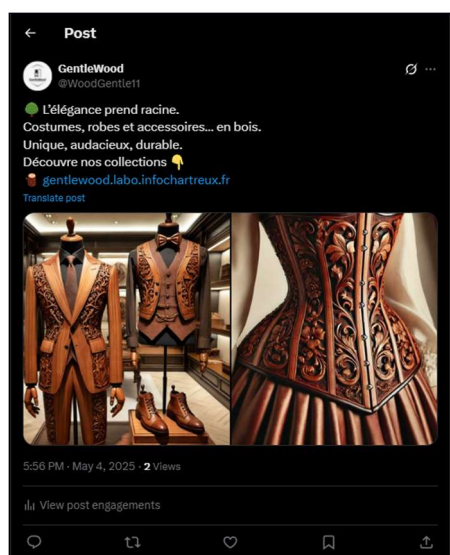
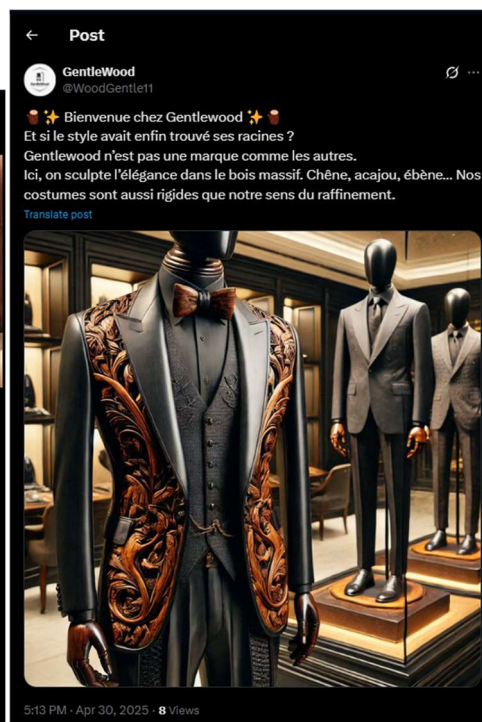
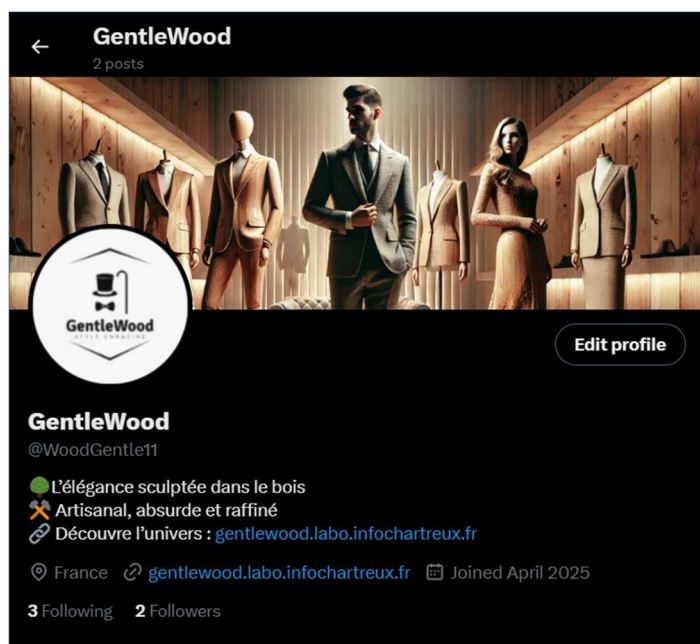
Plusieurs étudiants ont été invités à interagir avec le compte pour créer une première base de réseau. Le ton humoristique et l'originalité du concept ont suscité de premières réactions encourageantes. Bien que les statistiques soient encore modestes (quelques vues par publication), la portée devrait évoluer avec le bouche-à-oreille entre étudiants.

Objectif et positionnement

L'objectif principal de cette présence sociale était d'assurer une visibilité minimale au projet, et d'ancrer GentleWood dans un univers numérique cohérent. Les publications mêlent visuels attractifs, jeu de mots et références à la mode pour séduire un public curieux et friand de contenus décalés.

Captures fournies

Des captures d'écran du profil X et des publications associées ont été intégrées au dossier. Le compte Instagram ayant été suspendu, seule une trace indirecte de son activité est mentionnée.



Partenariat et netlinking

Dans le cadre de la stratégie de visibilité et de référencement du site Gentlewood, plusieurs partenariats ont été mis en place avec d'autres projets fictifs d'étudiants. L'objectif de ces partenariats est double : créer une synergie de contenu pour enrichir les univers respectifs, et mettre en œuvre des backlinks (liens entrants) afin de renforcer le SEO de chaque site via des stratégies de netlinking croisées.

Gentlewood a collaboré avec trois projets complémentaires :

- **Tontatouf** : une marque fictive de tontatas coiffeurs (concept humoristique).

- **TrunkTrend** : une marque fictive concurrente proposant également des vêtements en bois.
- **WoodWear** : une autre marque spécialisée dans la mode boisée, au ton plus sérieux.

Sur le site Gentlewood, les backlinks vers ces projets ont été intégrés à plusieurs niveaux :

- Un carousel cliquable sur la page *Menu* renvoie vers les sites partenaires via des visuels attractifs.
- Une page dédiée "Collaborations" présente chaque partenaire avec un lien texte cliquable accompagné d'une courte description.
- Trois articles distincts ont été rédigés pour annoncer les partenariats, avec des liens intégrés à la fois dans le corps du texte et sous forme d'images cliquables.

En retour, les partenaires ont également intégré des liens vers Gentlewood dans leurs menus et articles de blog, assurant ainsi une réciprocité bénéfique au niveau SEO. Les backlinks sont intégrés de manière naturelle, dans des contextes pertinents, ce qui contribue à renforcer l'autorité du domaine et améliore le maillage externe des différents projets.

Des captures d'écran des backlinks visibles sur les sites partenaires ont été enregistrées pour preuve de mise en œuvre.



Ce travail de netlinking, bien que fictif, respecte les bonnes pratiques du référencement naturel, en s'appuyant sur des liens de qualité, en contexte, et entre des sites traitant de thématiques similaires.

Campagne d'emailing

Pour promouvoir le site *GentleWood* et inciter les utilisateurs à venir découvrir les collections de costumes en bois, une campagne d'emailing a été mise en place à l'aide de la plateforme HubSpot.

Outils utilisés :

- HubSpot : outil de marketing automation permettant la création d'emails, la gestion des envois et le suivi des performances.

Objectif :

- Générer du trafic vers le site internet
- Valoriser les collections

- Créer une première interaction avec de potentiels clients
- Simuler une démarche commerciale auprès d'un public ciblé

Ciblage :

Les destinataires étaient composés uniquement de camarades de classe dans le cadre pédagogique de ce projet. Aucun segment spécifique n'a été créé, car l'objectif était uniquement d'expérimenter la mise en œuvre d'une campagne simple sur une base restreinte.

Contenu :

L'email rédigé présentait la marque avec un ton humoristique et raffiné. Il mettait en avant l'originalité des produits, les valeurs artisanales, et incluait un appel à l'action avec un lien vers le site. Le design était simple mais soigné, avec l'ajout du logo, de visuels optimisés, et d'icônes pour rythmer la lecture.



Statistiques de la campagne :

- Nombre total d'envois : 42 mails (3 emails à 14 destinataires)
- Taux d'ouverture : 26,19 % (11 ouvertures)
- Taux de clic : 4,76 % (2 clics sur les liens)
- Taux de clics / ouvertures : 18,18 %
- Taux de réponse : 0 %

Engagement du destinataire					Actions ▾
DE 5/4/2025 À 5/5/2025		COMPARÉ AVEC 31 DERNIERS JOURS			
ENVOYÉ	TAUX D'OUVERTURE	TAUX DE CLIC	TAUX DE CLICS/OUVERTURES	TAUX DE RÉPONSE	
42	26,19 %	4,76 %	18,18 %	0 %	
3 E-Mails	11 Ouverts	2 Cliqués	-	0 Réponses	

Conclusion :

Ces résultats, bien que modestes, indiquent un certain engagement malgré le faible échantillon. Cette campagne a permis de tester l'intégration d'une stratégie d'emailing dans le cadre global du projet digital.

Benchmark

Afin d'évaluer les performances du site *Gentlewood*, un test a été réalisé à l'aide de l'outil [Website Speed Test – Pingdom](#). Ce benchmark a pour but de mesurer l'efficacité technique du site, et de le comparer à d'autres projets ou standards du web.

Résultats pour <http://www.gentlewood.labo.infochartreuse.fr> :

- Note de performance : 75 / 100 (C)
- Temps de chargement : 4,73 secondes
- Poids de la page : 3,2 Mo
- Nombre de requêtes : 76
- Code HTTP : 200 (OK)

Détails techniques :

- Poids des images : 2,8 Mo (87,43 % du total)
- Requêtes par type :
 - Images : 30
 - CSS : 22
 - JavaScript : 19
 - Autres : polices, HTML, etc.
- Principaux domaines sollicités :
 - gentlewood.labo.infochartreuse.fr (96 %)
 - fonts.gstatic.com (2,63 %)

Points à améliorer :

- Trop de requêtes HTTP (76)
- Absence d'en-têtes *Expires*
- Manque de domaines sans cookies pour les fichiers statiques

Points positifs :

- Bonne optimisation du HTML et des scripts (JavaScript en bas de page)
- Aucune erreur critique
- Favicon bien optimisé
- Images déjà bien compressées malgré leur poids important

Interprétation :

Le site *Gentlewood* affiche des performances globalement correctes. Le poids de la page est un peu élevé, en grande partie à cause des images, ce qui allonge légèrement le temps de chargement. Néanmoins, les bonnes pratiques côté structure (scripts, DOM, favicon) sont respectées. En comparaison à des sites de e-commerce ou vitrines classiques, *Gentlewood* se situe dans une moyenne acceptable.

Conclusion

Le projet *Gentlewood* a été l'occasion de développer un site fictif original autour d'un concept aussi audacieux qu'inhabituel : des costumes fabriqués en bois. À travers une identité de marque forte, des collections comme Bois de Boulogne et Forêt Noire, et un ton à la fois élégant et décalé, Gentlewood a su créer un univers cohérent et engageant.

Sur le plan technique, l'utilisation de WordPress et de plugins adaptés (Elementor, WooCommerce, Yoast SEO, etc.) a permis de construire un site responsive, interactif, bien structuré et optimisé pour le référencement naturel. L'interface utilisateur a été pensée pour offrir une navigation fluide et agréable, aussi bien sur ordinateur que sur mobile.

Côté stratégie, le projet a intégré une analyse SWOT, une USP claire, des KPI mesurables, ainsi qu'une campagne d'emailing et une présence sur les réseaux sociaux (Instagram et X) pour maximiser la visibilité. Les partenariats de netlinking avec d'autres marques fictives (Tontatouf, WoodWear, TrunkTrend) ont complété l'ensemble en travaillant la notoriété et la légitimité du site.

Enfin, des outils d'évaluation comme Website Speed Test ont permis d'identifier des pistes d'amélioration en matière de performance web, preuve d'une démarche itérative et orientée utilisateur.

Gentlewood est donc un projet complet qui illustre à la fois des compétences en création de contenu, conception web, marketing digital et stratégie de communication. Il constitue un bon exemple de ce que peut être une présence en ligne créative, engagée et structurée — même pour un produit aussi improbable qu'un costume en bois.