



# SAE - 101

## Audit d'un site web

MEHDI GHOUAM



**IUT DI CORSICA**  
Institut Universitaire de Technologie



**métiers  
du multimédia  
et de l'internet**

<b>1. Introduction .....</b>	<b>2</b>
1. Histoire de la marque .....	2
2. Le lancement .....	2
3. Les ateliers .....	2
<b>2. Analyse marketing .....</b>	<b>4</b>
1. Analyse de marché.....	4
2. PESTEL .....	5
3. SONCAS.....	6
4. Mix marketing .....	7
<b>3. Ergonomie et accessibilité .....</b>	<b>8</b>
1. Audit SEO .....	8
2. Audit du design .....	8
1. Site Responsive .....	8
3. Audit de l'ergonomie.....	10
1. Navigation .....	10
2. Interaction .....	10
3. Strucutre .....	10
4. Audit webmarketing .....	10
1. Call to action .....	10
2. Tunel de vente .....	11
3. Pertinence du contenu .....	11
<b>4. Conclusion.....</b>	<b>12</b>
<b>5. Bibliographie .....</b>	<b>13</b>

# 1. Introduction

---

Dans cette SAE, il est question de réaliser l'audit d'un site et d'analyser sa présence en ligne. Le site choisi pour être analysé est : <https://www.lavieestbelt.fr>.

Ce site présente une entreprise qui commercialise un ensemble de produits issus du recyclage de pneus de vélos. Nous devons nous employer à comprendre les enjeux d'une telle entreprise, son positionnement sur le marché, sa clientèle cible, sa stratégie marketing, communicationnelle, son influence sur le web, son architecture, ses atouts, ses faiblesses...

## 1. Histoire de la marque

« J'ai commencé avec des pauvres ciseaux dans une cave à Lille, alors ça change ... », dit Hubert. En effet, maintenant il y a quelques machines, des tables et trois ouvriers. « L'idée m'est venue en Colombie en côtoyant la misère des bidonvilles au quotidien. Je voulais entreprendre quelque chose qui ait du sens ». Hubert a commencé avec le tour « Ticket for change ». Il s'agit d'un nouveau type d'incubateur spécialisé sur les porteurs de projet d'entreprise sociale et solidaire. Pendant dix jours Hubert a pu faire le tour de France à la rencontre d'entrepreneurs du changement inspirants, il a très vite réussi à trouver des partenaires, notamment grâce à la notoriété acquise en étant finaliste d'un concours national.

## 2. Le lancement

Pour Hubert, la vie est un jeu. A ceux qui lui disent que son projet n'est adapté qu'au monde des bisounours, ce jeune entrepreneur rétorque que le jour de l'ouverture de son site internet, il a généré près de 6000€ de chiffre d'affaires en cinq heures. C'est en partie grâce au Buzz fait par une vidéo du Souffle du Nord qui tourne toujours sur les réseaux sociaux. Un succès en appelle vite d'autres, puisque la Métropole Européenne de Lille devient partenaire pour la récupération des pneus usagés après sa position de finaliste au concours "CréenSo de l'Esseg". Hubert gagne également le coup de cœur des Jury du concours "Ecoconception AVNIR 2017".

## 3. Les ateliers

"La vie est belt" n'est pas une entreprise comme les autres. Avec déjà quatre employés, l'ambiance est très cordiale. Le concept est assez innovant car cela part d'une nouvelle manière de voir le monde. Considérer les déchets comme des ressources et chercher un bénéfice financier, certes, mais surtout un bénéfice environnemental et sociétal. De plus, Hubert a aussi été surpris par une clientèle qu'il ne ciblait pas au début, les "Vegans" qui lui achètent un certain nombre de ceinture.

## 2. Analyse marketing

---

### 1. Analyse de marché

La mode est l'un des marchés les plus rentables au monde et regroupe une grande variété de produits pour hommes, femmes et enfants. En constante évolution et basés sur les saisons, les marchés de cette industrie sont caractérisés par des cycles de production courts.

L'image de la marque est un facteur décisif lors du choix d'un certain produit. Autrefois c'était la qualité des matériaux qui influençait le choix d'un produit. De nos jours, c'est la représentation de la marque qui est essentiel.

FORCE	FAIBLESSE
<ul style="list-style-type: none"><li>- Concept innovant.</li><li>- Jeune entrepreneur.</li><li>- Ancien ingénieur.</li><li>- Bonne notoriété.</li><li>- Personne en réinsertion motivés.</li><li>- Retours clients positifs.</li><li>- Bon rapport qualité / prix.</li><li>- Doublement du chiffre d'affaires en 1 an.</li><li>- Diversification dans les matières recyclées.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Peu d'employés.</li><li>- Cout de production important.</li><li>- Mauvais référencement sur le web.</li><li>- Très peu de moyens de communications.</li><li>- Souvent en rupture des stocks.</li><li>- Petite startup.</li></ul>

## 2. PESTEL

Eléments externe à l'entreprise qui peuvent agir directement ou indirectement sur l'entreprise.

	Opportunités	Menaces
<b>Politique</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Engagement de la COP21 et l'ESS sur l'écologie.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Organisation gouvernementale moins en faveur pour l'écologie et l'emploi de personnes en réinsertion.</li> <li>- Prime sur l'emploi de personnes en situation d'handicap ou en réinsertion peut disparaître.</li> </ul>
<b>Economique</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Augmentation du pouvoir d'achat des ménages.</li> <li>- Prime à l'embauche.</li> <li>- Matières premières offertes par les collectivités ...</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- En France, les coûts de production sont plus importants, car les salaires le sont aussi.</li> <li>- Perdre leurs partenaires et fournisseurs.</li> <li>- Les matières premières deviennent payantes.</li> </ul>
<b>Sociétal</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Embauche de personnes en situation d'handicap.</li> <li>- Startup française.</li> <li>- Mouvement écologique plus important.</li> <li>- L'upcycling, donner une seconde vie à un objet.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Prix aussi chers que les marques haut de gamme.</li> <li>- La concurrence</li> <li>- Le Fast Fashion</li> </ul>
<b>Technologique</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Une nouvelle technologie de production de masse de ceinture recyclé.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Non industrialisation sur le marché du recyclage.</li> <li>- Il n'existe pas de machines permettant la transformation des pneus en ceinture.</li> </ul>

		- Saturation des équipes en cas de forte demande.
<b>Ecologique</b>	- La réutilisation des pneus permet à ces derniers de ne pas être brûlés.	- La ceinture recyclée restera un déchet même après sa seconde vie.
<b>Légal</b>	- La loi PACTE souligne l'importance de viser une économie consciente et durable.	- Le traitement des matières premières peut être surveillés.

### 3. SONCAS

Le SONCAS est un acronyme détaillant les facteurs de motivation d'un client lors d'un achat, facilitant ainsi le câblage de ses besoins : Sécurité, Orgueil, Nouveauté, Confort, Argent, Sympathie.

<b>Sécurité</b>	- Matériaux résistants. - Corde d'escalade fait pour la sécurité des alpinistes.
<b>Orgueil</b>	- Unicité du produit. - Marque présenté à la télévision et montre une certaine notoriété en refusant un prix d'une émission pour représenté de belles valeurs.
<b>Nouveauté</b>	- Le concept de ceinture fabriqué à base de pneus recyclé est unique. - Concepts innovateur, tendancieux et design atypique.
<b>Confort</b>	- Ceinture réglable qui peut s'adapter à toutes morphologies. - La matière ne requière pas d'entretien.
<b>Argent</b>	- Plusieurs gammes de produits à des prix variés. - Durable. - Confort pour la planète. - Longévité.
<b>Sympathie</b>	- Produits recyclés. - Startup française. - Embauche des personnes en situation d'handicap ou en reinsertion.

## 4. Mix marketing

Le mix marketing est la déclinaison opérationnelle du positionnement choisi par l'entreprise. Plus précisément, ce sont les 4 moyens d'actions pour gagner des clients : le produit, le prix, la place, la pub.

Le choix stratégique de chaque variable est interdépendant et doit être en cohérence totale pour réussir à se compléter entre elles. L'intégralité de la démarche est centrée sur le besoin client.

<b>Produit</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- 6 gammes de ceintures.</li><li>- Les Belts Vélos : 15 modèles, 4 couleurs sur certaines.</li></ul>
<b>Prix</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Variation des prix entre 25 et 75€ pour les Belts Vélos.</li><li>- Produits hauts de gamme pour du prêt à porter.</li></ul>
<b>Place</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Vente en ligne sur le site web.</li><li>- Vente physique dans des magasins partenaires en France et en Belgique.</li><li>- Partenaires avec les mêmes valeurs et objectifs qu'eux.</li></ul>
<b>Pub</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Faiblesse publicitaire.</li><li>- Uniquement présent sur les réseaux sociaux.</li><li>- Principalement sur Instagram, Facebook, Twitter, ...</li></ul>



## 3. Ergonomie et accessibilité

### 1. Audit SEO

Un audit SEO est le processus d'identification des problèmes qui pourraient empêcher votre site de se classer sur Google et les autres moteurs de recherches.

Dans le cas de « La Vie est Belt », lorsque l'on effectue une recherche du mot « belt » sur Internet, leur site se retrouve en première position. Néanmoins, si l'on cherche un mot plus commun comme « ceinture », le site n'est plus classé sur la première page.

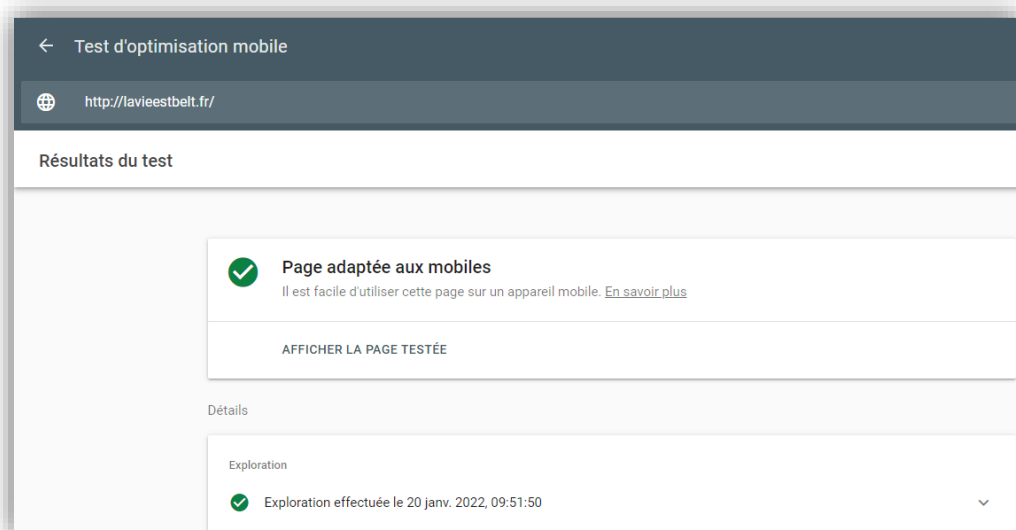
Le référencement dans le marché de la mode est difficile, il existe beaucoup de concurrent et se faire une place parmi les plus grand n'est pas simple.

Cependant dans le marché de la ceinture recyclé ils sont très peu. S'il on ajoute des termes liés à l'écologie ou au reycling, « La vie est Belt » tombe à la première place.

### 2. Audit du design

#### 1. SITE RESPONSIVE

D'après le test d'optimisation mobile Google, la page est adaptée aux mobiles.



Test d'optimisation mobile 1

De plus, voici différentes captures d'écrans d'un rendu sur un téléphone mobile.

On remarque que dans certaines zones, le texte est très peu visible.



Capture téléphone 2



Capture téléphone 1

### 3. Audit de l'ergonomie

#### 1. NAVIGATION

Le site contient une seule barre de navigation, nous pouvons retrouver les liens permettant d'accéder aux différentes pages.

#### 2. INTERACTION

Sur la page d'accueil, on retrouve un carrousel dans lequel défile des images de produits.

Ensuite il y a des liens cliquables par une image pour chaque produit, le tout avec une animation.

#### 3. STRUCTURE

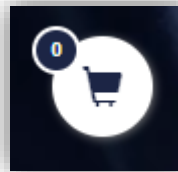
Au niveau du code, le site est bien structuré, on y retrouve toutes les balises HTML5.

### 4. Audit webmarketing

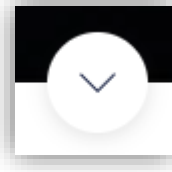
#### 1. CALL TO ACTION



Call to action 1



Call to action 2



Call to action 3

## 2. TUNEL DE VENTE

Le tunnel de vente est le chemin permettant au client d'entrer un moyen de paiement.

Sur la page d'accueil, lorsque l'on clique sur le bouton je découvre, cela nous ramène vers la page des produits, après avoir sélectionner un produit, nous pouvons le mettre au panier et procéder au paiement. Nous avons alors le choix d'un paiement express ou bien de se connecter.

## 3. PERTINENCE DU CONTENU

Lors d'un ajout au panier, un message nous prévient du montant restant avant de bénéficier d'une livraison gratuite. Pour ce faire, ils ont ajoutés la possibilité d'ajouter des goodies directement depuis la page du panier.

## 4. Conclusion

---

Hubert Motte, entrepreneur de l'entreprise "La vie est belt". Projet innovant s'inscrivant dans le domaine de l'économie sociale et solidaire, en plein développement. Le jeune entrepreneur de 24 ans fabrique des ceintures avec des pneus de vélo recyclés, tout en redonnant un emploi à des personnes qui en sont éloignées depuis longtemps à cause de leur handicap ou d'un parcours heurté. Le tout dans des ateliers mis à disposition par la société "Alteros" spécialisée dans la réinsertion. "La vie est belt" est donc une marque de ceinture en matière recyclée, façonnées par des hommes et des femmes fragilisés par le handicap.

## 5. Bibliographie

---