

Cahier des charges

AtypikHouse

2024



Digital School of Paris (DSP)

Jules GREGOIRE

Sitraka RAHELIARISOA

Malik LAFIA

Mériack YEDJI

AtypikHouse

Vivez l'Exceptionnel, Louez l'Insolite

Date de Début du Projet : 19 janvier 2024

Numéro de Version : 1.0

Rédacteurs :

- Jules GREGOIRE (Chef de Projet)
- Malik LAFIA(Développeur Back-end)
- Sitraka AHELIARISOA (Responsable Marketing)
- Mériack YEDJI (Développeur Front-end)

Mentions Légales de l'Agence :

Web Agency Co.

18 Rue des Fleurs, LYON 69000

Téléphone : +33 6 95 61 29 44

E-mail : contact@webagencyco.fr

SIRET : 213 856 700032



Table des matières

Table des matières.....	3
A. Descriptifs	5
1. Présentation du client.....	5
2. Présentation du projet.....	5
3. Présentation de votre agence.....	6
4. Comité de pilotage.....	6
5. Descriptif rédactionnel fonctionnel.....	7
Front-Office.....	9
Back-end.....	9
Contraintes	9
B. Benchmark.....	9
1. Étude de marché et Chiffre clés	10
2. Analyses concurrentielles.....	15
3. Analyse de stratégie	68
Cibles et cœur de cible.....	68
Grille d'analyse d'état d'esprit.....	71
Interviews	72
Personas.....	72
Tableau des acteurs.....	75
Zone de chalandise	77
C. Stratégie de communication digitale.....	79
1. SEO.....	79
2. SEA.....	82
3. SMO.....	88
4. Emailing	92
5. Analyse de performance.....	96
D. Cahier des charges fonctionnel.....	98
1. Use Case	98
2. Tris de cartes et arborescence.....	101
3. Diagrammes d'activité.....	103
4. Diagrammes de séquence.....	106
5. Diagramme de classe.....	107
6. Diagramme représentation infrastructure.....	107
E. Cahier des clauses techniques détaillées	108
1. Technologies et compatibilité	108
2. Software	110
3. Tests applicatifs	112

4.	Hébergement et nom de domaine	113
F.	Identité visuelle et charte graphique	114
1.	Personas de design.....	114
2.	Recherche de logos :	115
3.	Logo.....	116
4.	Zoning.....	116
5.	Prototypes Papier	120
6.	Wireframes.....	121
7.	Maquettes.....	127
8.	Charte Graphique.....	140
G.	Cahier de légalité.....	142
H.	Gantt	144
I.	Devis	150

A. Descriptifs

1. Présentation du client

AtypikHouse

- 12 Rue de la Liberté, 60350 Pierrefonds, France
- SARL - Capital Social 10 000 €
- SIREN 386 222 007 SIRET 386 222 007 00049
- Numéro de TVA FR 2284012365
- N° RCS : 8407220 589 Pierrefonds
- Crée le 22 - 01 - 2023 Code APE : 2155B / Location d'appartements

S'immerger dans des expériences de voyage mémorables, au cœur de destinations singulières et extraordinaires, est désormais une pratique ancrée plus profondément dans notre quotidien.

AtypikHouse est bien plus qu'une simple entreprise : c'est une communauté passionnée, formée par trois (03) associés animés par un amour partagé pour les voyages, l'habitat alternatif et la vie en harmonie avec la nature. Forts de leur amitié, de leurs compétences complémentaires et de leur engagement financier, ils ont fondé cette SARL avec un capital de 10 000€.

La vision de AtypikHouse est simple : offrir à nos clients une expérience de voyage authentique et mémorable en leur proposant la location d'habitats insolites. Que vous rêviez de passer une nuit dans une cabane perchée dans les arbres, de vous ressourcer dans une yourte traditionnelle ou de vous laisser bercer par les flots dans une cabane flottante.

Basés à Pierrefonds, dans le magnifique département de l'Oise, cet endroit stratégique a été choisi pour rayonner à travers la France et l'Europe. L'objectif est de démocratiser l'accès à des hébergements originaux et respectueux de l'environnement, tout en offrant un service de qualité à nos clients.

2. Présentation du projet

Dans sa quête d'expansion à l'échelle nationale et internationale, AtypikHouse a sollicité notre expertise pour concevoir son site web. Cette plateforme vise à faciliter l'inscription des professionnels et des particuliers au sein d'une plateforme, leur permettant de mettre en location leurs biens et aux internautes de recevoir des informations détaillées sur les habitats proposés notamment sur la description et sur le prix.

AtypikHouse demande à notre agence « WebAgency » de créer un site internet accessible sur tous les supports avec une version mobile pour se différencier de ses compétiteurs afin d'améliorer sa communication avec ses clients.

Le site doit permettre aux utilisateurs de découvrir l'activité de l'entreprise, de consulter les habitats (offres) disponibles, d'être redirigés vers les réseaux sociaux, de s'inscrire, de réserver une location, de contacter les propriétaires, de payer en ligne, d'afficher un historique des réservations et de commenter.

Aussi, les propriétaires pourront avoir la possibilité de mettre en location leur(s) habitation(s), de gérer les paramètres, de mettre le planning de disponibilité, d'annuler des réservations, et voir l'historique des réservations.

Les administrateurs pourront gérer les comptes, les équipements, les propriétés dynamiques, et de modérer les données du site.

3. Présentation de votre agence



Web Agency Co.

- 18 Rue des Fleurs, LYON 69000
- Société par Actions Simplifiée (SAS) - Capital Social de 20 000 €
- SIREN : 213 856 732
- SIRET : 213 856 700032
- Numéro de TVA intracommunautaire : FR15324878954
- Numéro RCS : Lyon B 948 848 248
- Date de création : 15-01-2020

Notre société nommée Web Agency Co. est une ESN (Entreprises des Services Numériques) basée à Lyon spécialisée dans la conception de site internet et la transformation digitale depuis 2020.

Fondée en 2023 à la suite d'une rencontre fortuite entre nos fondateurs Jules, Sitraka, Malik et Mériack, Web Agency Co. est née de la vision partagée de l'impact significatif que le digital peut avoir sur une entreprise. Animés par cette conviction, nos fondateurs se sont engagés à fournir une expertise et une stratégie sur mesure, en accord avec les valeurs de chaque entreprise.

Chez Web Agency Co., nous nous engageons envers nos collaborateurs pour garantir une excellence stratégique qui se reflète dans toutes nos activités. Notre approche de travail repose sur des méthodes innovantes et rigoureuses, assurant à nos clients des solutions personnalisées et performantes pour atteindre leurs objectifs de communication et de croissance.

Dans ce cadre, nous avons ainsi accepté la demande de AtypikHouse afin de leur permettre de concrétiser la meilleure version possible de leur vision.

Pour ce faire, notre activité consistera à la réalisation des différentes fonctionnalités énumérées ci-dessous :

- Création graphique (logo, charte graphique, carte de visite, flyer, PLV...),
- Création de sites internet
- Conseils et stratégie en marketing et communication,
- Rédaction web et optimisation SEO
- Animation et gestion de vos réseaux sociaux
- Déploiement de la solution développée
- Assurer la sécurité des serveurs,
- Assistance et prise en main du serveur à distance.

4. Comité de pilotage

Maitre d'ouvrage

Membres	J. DURAND	A. DUPONT	L. MARTIN
Rôle	Développeur Web	Designer Graphique	Chef de Projet
Email	jdurand@gmail.com	adupont@gmail.com	lmartin@gmail.com
Numéro de Téléphone	01 45 67 89 12	01 23 45 67 89	01 34 56 78 90
Adresse Postale	10 Avenue des Lilas, 75020 Paris	10 Avenue des Lilas, 75020 Paris	10 Avenue des Lilas, 75020 Paris
Disponibilités	Du lundi au vendredi de 9h à 18h	Du lundi au vendredi de 10h à 17h	Du mardi au vendredi de 9h30 à 18h30
Congés	Du 20 au 25 mai	Du 15 au 20 septembre	Du 12 au 17 novembre

Maitre d'œuvre (MOA)

Membres	Jules GREGOIRE	Malik LAFIA	Mériack YEDJI	Sitraka RAHELIARISOA	Anne MARTERIER
Rôle	Chef de Projet	Développeur Back-end	Développeur Front-end	Responsable Marketing	Personne à contacter en cas d'absence
Email	claire.dupont@email.com	thomas.martin@email.com	sophie.leroy@email.com	lucas.dubois@email.com	Anne.marterier@email.com
Téléphone	06 12 34 56 78	06 23 45 67 89	06 34 56 78 90	06 45 67 89 12	06 21 42 11 36
Adresse Postale	10 Rue de la Liberté, 75010 Paris	15 Avenue des Roses, 69000 Lyon	20 Rue du Commerce, 33000 Bordeaux	25 Rue de la Paix, 44000 Nantes	5 Rue Hubert Mouchel, 78130 Les Mureaux
Disponibilités	Du lundi au vendredi de 9h à 18h	Du lundi au vendredi de 10h à 17h	Du mardi au samedi de 9h à 19h	Du lundi au vendredi de 8h30 à 17h30	Du lundi au Dimanche de 9h00 à 19h
Congés	Du 10 au 15 juin	Du 5 au 10 septembre	Du 20 au 25 juillet	Du 15 au 20 octobre	Pas de congés

5. Descriptif rédactionnel fonctionnel

Le site web de AtypikHouse constituera le pilier central de notre stratégie de communication, exposant pleinement les activités de l'entreprise. Doté à la fois d'une vitrine frontale accueillante et d'un espace d'administration en coulisses, il offrira une expérience optimale à chaque visiteur.

Il sera conçu selon les principes du Responsive Design, garantissant une adaptation fluide à toutes les tailles d'écran, qu'il s'agisse d'ordinateurs, de tablettes ou de smartphones. Cette approche permettra une accessibilité totale, quel que soit le dispositif de connexion utilisé.

Pour une meilleure compréhension, précisons quelques termes clés :

Le Front-office, représente l'interface utilisateur visible par tous, où se déroule l'interaction directe avec le site.

Le Back-office, en revanche, agit dans l'ombre, permettant la gestion dynamique du contenu sans être visible des visiteurs.

Le Responsive Design, englobe la capacité d'un site à s'adapter de manière fluide à toutes les tailles d'écrans, assurant ainsi une expérience de navigation homogène sur tous les appareils.

Le zoning et le Wireframe, aussi connus sous le nom de maquettes filières ou fonctionnelles. Ces schémas seront essentiels lors de la conception de l'interface utilisateur, définissant clairement les zones et les composants nécessaires pour offrir une expérience intuitive et efficace.

L'Admin, Administrateur

Le RGPD, Règlement Général sur la Protection des Données

Les fonctionnalités ci-dessous sont mises en place pour améliorer l'expérience de :

L'utilisateur :

Architecture du site :

- Accueil
- Qui sommes-nous ?
- Nos locations
- Événements
- Contact
- Commandes
- Devenir Gérant

Le site disposera aussi de pages secondaires comme les pages légales, politique et Confidentialités, les Conditions Générales de Ventes, etc.

Fonctionnalités du Site

Page d'Accueil ou Page Principale : Cette page constitue le cœur du site, offrant des raccourcis clés vers les sections majeures selon le contexte de l'utilisateur. Une image captivante, mettant en avant les habitats les plus atypiques, accueillera les visiteurs dès leur arrivée sur le site. Cette approche vise à enrichir l'expérience de découverte et à favoriser l'engagement, incitant ainsi à explorer davantage l'univers riche et varié de location d'habitats proposés.

Page "Qui sommes-nous ?" : Également connue sous le nom de "Page de présentation de l'entreprise", cette section cruciale offre un aperçu complet de l'identité et des valeurs de AtypikHouse. Elle fournit aux utilisateurs des informations essentielles sur l'entreprise, y compris ses aspects légaux, offrant ainsi une transparence totale quant à sa structure et son fonctionnement.

Page nos locations : Souvent désignée sous le terme "Locations" sur d'autres plateformes, la page Nos Location offre une vitrine exhaustive des diverses gammes d'habitats proposés par AtypikHouse, accompagnées de leurs prix respectifs. C'est sur cette page que nos clients pourront

aisément passer commande et procéder au paiement de toutes nos variétés de biens proposés, tout en bénéficiant d'une expérience de commande en ligne fluide et sécurisée, avec possibilité de réservation du bien.

Page Événements : Cette section est dédiée à une présentation détaillée de tous les événements organisés par notre société, offrant aux clients la possibilité de réserver leur location.

Page Contact : "Un client satisfait, c'est plusieurs clients de plus", dit un adage, et c'est précisément pour cette raison que nous nous efforçons constamment de répondre aux besoins de nos clients de manière efficace et opportune. La page Contact offre la possibilité de contacter notre service clientèle pour signaler un problème, faire des demandes de partenariat et bien plus encore. Les messages sont automatiquement transmis à notre administration via l'adresse e-mail :

contact@dsp-devo22b-jg-sr-ml-my.fr.

Navigation : Bien que la présence d'un fil d'Ariane sur le site web puisse faciliter la navigation de l'utilisateur en lui fournissant un chemin clair vers les pages précédemment visitées, son utilité peut être réduite si le menu est fixé en haut de la page ("menu collant"), offrant ainsi une navigation fluide et accessible à tout moment.

Front-Office

Le menu en haut de la page restera fixe, offrant ainsi la possibilité d'accéder directement aux différentes pages principales. De plus, un pied de page sera disponible, regroupant les liens utiles ainsi que les pages légales, incluant un lien vers la page de contact. Ce pied de page contiendra également les informations de copyright pour assurer la protection des droits. Avec Angular, nous disposons d'un framework puissant et flexible pour la création d'applications web dynamiques et interactives. Grâce à ses fonctionnalités avancées et sa structure modulaire, nous pourrons aisément administrer le site, en gérant efficacement les pages, les articles et tout autre contenu. Les composants intuitifs d'Angular facilitent la gestion du contenu, offrant une expérience utilisateur optimale.

Back-end

Avec Symfony, nous pourrons aisément administrer le site grâce à ses fonctionnalités avancées et son architecture flexible. En utilisant des composants intuitifs, nous pourrons gérer les pages, les articles, et bien plus encore, offrant ainsi une gestion efficace et personnalisée du contenu. Symfony offre également la possibilité d'intégrer des outils de suivi et d'analyse avancés, tels que Google Analytics, pour surveiller le trafic, le nombre de clics, et même le temps passé sur le site. De plus, la modularité de Symfony permet l'extension de ses fonctionnalités à travers des bundles, offrant ainsi une grande souplesse dans la gestion de l'administration et la mise à jour du site. En résumé, Symfony offre une solution robuste et évolutive pour la gestion et l'optimisation de votre site web.

Contraintes

Les contraintes spécifiques résident principalement dans la gestion des illustrations, dans le processus de location du bien en ligne, ainsi que la gestion de la sécurité du site.

Utilisateur et Visiteur :

Aucune distinction ne sera faite entre ces deux profils lors de l'utilisation des services du site.

Nous avons d'autres profils tels que : propriétaires, Administrateur (Gérant).

B. Benchmark

1. Étude de marché et Chiffre clés

La location d'habitats alternatifs représente une tendance croissante dans le secteur immobilier, offrant aux voyageurs des expériences uniques et authentiques. Cette étude vise à examiner le marché de la location d'habitats alternatifs et à fournir des chiffres clés pour mieux comprendre ce secteur en plein essor.

Croissance du marché : Le marché de la location d'habitats alternatifs connaît une croissance significative, stimulée par la demande croissante de voyages authentiques et l'émergence de plateformes de location telles que Airbnb, Vrbo et Booking.com.

Tendances de consommation : Les voyageurs recherchent de plus en plus des hébergements uniques et personnalisés, tels que des cabanes dans les arbres, des yourtes, des tiny houses et des cabanes flottantes, offrant une expérience de voyage différente de celle des hôtels traditionnels.

Segmentation du marché : Le marché de la location d'habitats alternatifs peut être segmenté en fonction des types d'hébergements proposés, des destinations populaires et des préférences des voyageurs en termes de confort, de commodités et d'expériences uniques.

Taille du marché : Selon Statista, le marché mondial de la location de vacances était estimé à plus de 100 milliards de dollars en 2020, et devrait continuer à croître dans les années à venir.

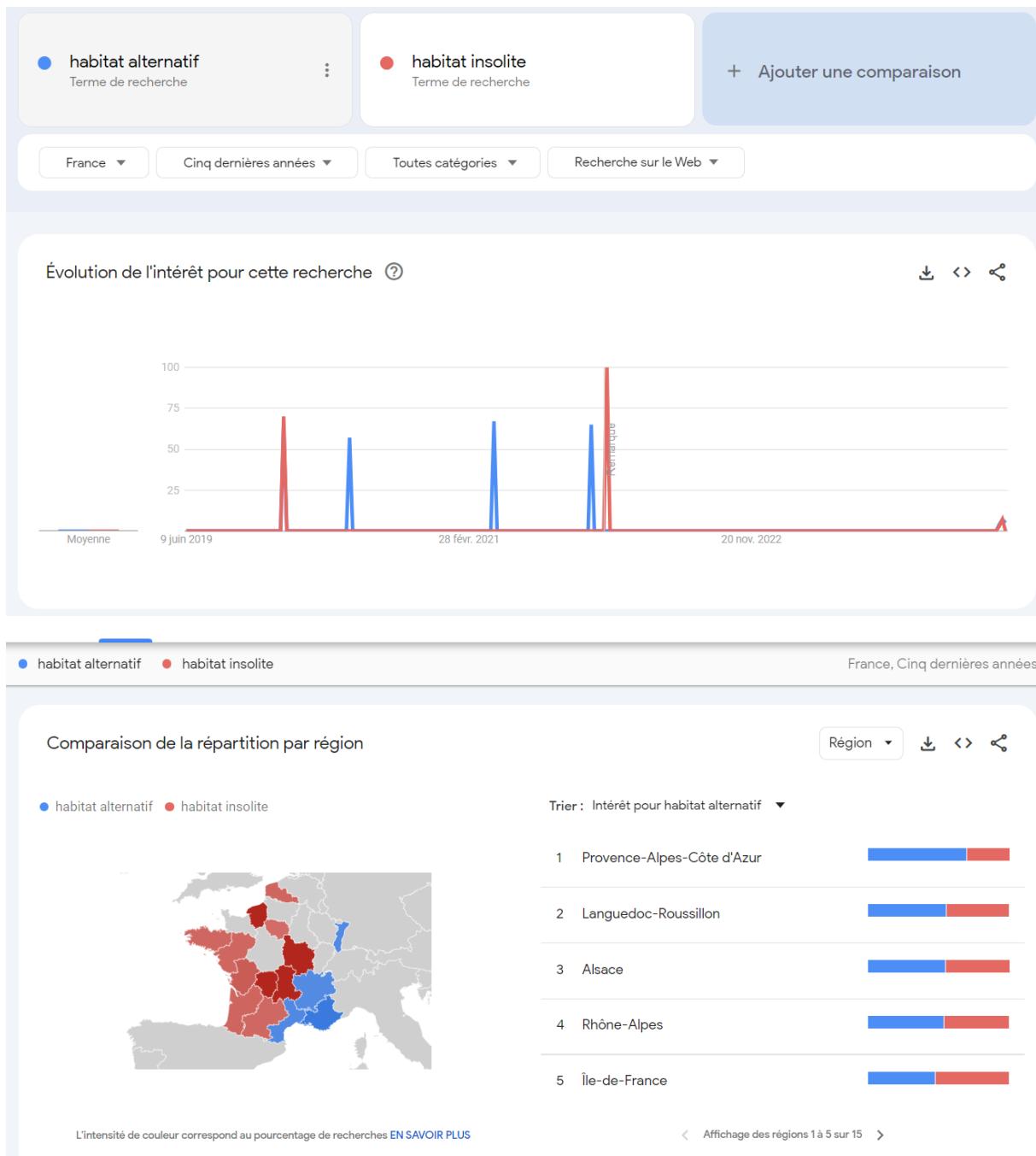
Taux de croissance : Le marché de la location d'habitats alternatifs devrait croître à un taux annuel moyen de plus de 7% entre 2021 et 2026, selon une analyse de Market Research Future.

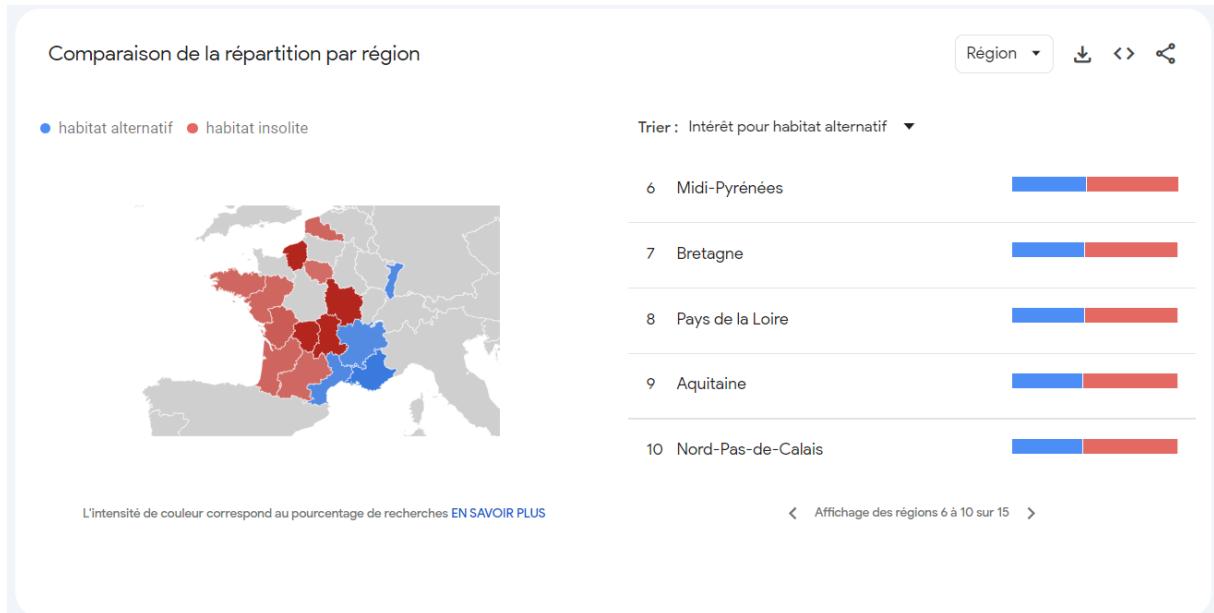
Popularité des destinations : Des destinations telles que Bali, la Californie, la Toscane, l'Islande et le Costa Rica sont parmi les destinations les plus populaires pour la location d'habitats alternatifs, attirant des voyageurs du monde entier.

Impact économique : La location d'habitats alternatifs a un impact économique significatif sur les communautés locales, en stimulant le tourisme et en générant des revenus pour les propriétaires d'hébergements et les entreprises locales.

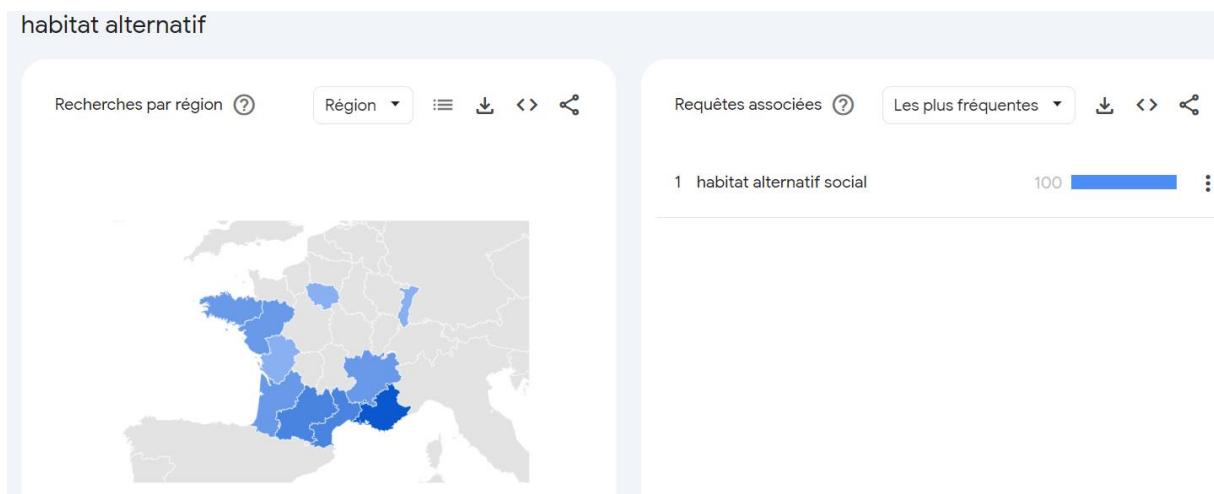
Concurrence : La concurrence dans le secteur de la location d'habitats alternatifs est intense, avec de nombreuses plateformes de réservation en ligne et des offres variées, obligeant les fournisseurs à innover et à différencier leurs produits et services pour se démarquer sur le marché.

L'industrie de la location d'habitats alternatifs présente un potentiel de croissance considérable, alimenté par la demande croissante de voyages authentiques et l'essor des plateformes de location en ligne. Comprendre les tendances du marché et les chiffres clés est essentiel pour les acteurs du secteur afin de saisir les opportunités et de rester compétitifs dans un marché en constante évolution.

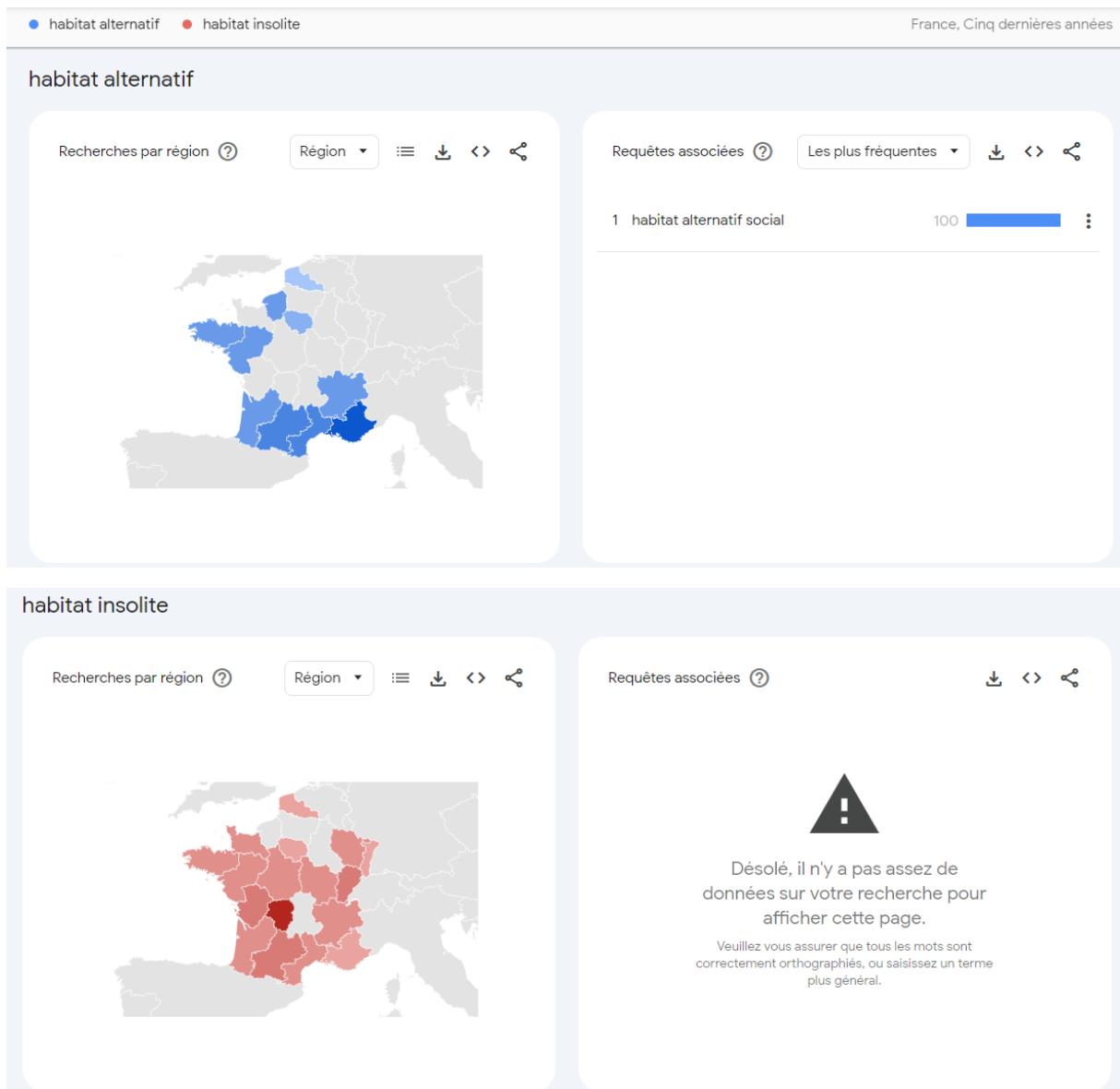




Source : Google Trends



Source : Google Trends



On constate, selon les statistiques ci-dessus selon les régions, la forte location des habitats alternatifs en France :

- En Bretagne, on observe 100 %
- Poitou-Charentes 100 %
- Alsace 100 %
- Provence-Alpes-Côtes d'Azur 87%
- Midi-Pyrénées 77%
- Rhône-Alpes 72%
- Languedoc-Roussillon 71%

Location d'habitats insolites en France suite à la crise sanitaire

La location d'habitats insolites, comme de nombreux secteurs du tourisme, a souffert de la crise sanitaire en connaissant des baisses du chiffre d'affaires en 2020. Néanmoins, ce secteur parvient à se remettre de la crise grâce à de nombreuses nouvelles initiatives et innovations, telles que les cabanes dans les arbres, les yourtes contemporaines ou les bulles transparentes, ce qui leur permet de retrouver les chiffres d'avant COVID, voire de les dépasser en juin 2021.

Depuis plusieurs années, le marché des habitats insolites a fleuri sur le territoire français. Autrefois, ces expériences étaient réservées à une élite d'initiés, orientées vers des lieux prestigieux et exclusifs. Aujourd'hui, cette image est démodée, laissant la place à une démocratisation de la location d'habitats insolites, accessibles à tout le monde.

Concurrents :

Dans le domaine de la location d'habitats alternatifs, plusieurs concurrents sont présents, offrant une variété d'options d'hébergement et de services pour répondre aux besoins des voyageurs à la recherche d'expériences uniques. Voici quelques-uns des principaux concurrents dans ce secteur :

Concurrents Directs :

Concurrents Directs	Description
Airbnb	Plateforme mondiale de location de vacances proposant une variété d'hébergements alternatifs tels que des maisons, des appartements, des cabanes, et des logements uniques.
Abracadaroom	Plateforme de location de vacances proposant une sélection diversifiée de logements alternatifs, y compris des maisons de vacances, des chalets et des gîtes.
Booking.com	Plateforme de réservation d'hébergement offrant également une gamme croissante d'options de location de vacances, y compris des maisons, des appartements et des logements uniques.
Tripadvisor	Site de voyage populaire proposant une variété d'options d'hébergement alternatif ainsi que des avis et recommandations d'utilisateurs.

Concurrents Indirects	Description
Expedia	Plateforme de voyage offrant une gamme diversifiée d'options d'hébergement alternatif, notamment des locations de vacances, des appartements et des maisons de vacances.
HomeToGo	Moteur de recherche de locations de vacances agrégeant des offres de plusieurs sites de réservation, offrant aux voyageurs un large choix d'options d'hébergement alternatif.
Glamping Hub	Spécialisé dans les hébergements de luxe en plein air, proposant une sélection de cabanes, de tentes safari, de yourtes et d'autres options d'hébergement insolites.
Sawday's Canopy & Stars	Plateforme proposant une sélection d'hébergements uniques et écologiques, tels que des cabanes dans les arbres, des yourtes et des tiny houses.

Ces concurrents directs et indirects dominent le marché de la location d'habitats alternatifs, offrant une variété d'options pour les voyageurs en quête d'expériences uniques et mémorables.

2. Analyses concurrentielles

L'étude vise à évaluer l'intensité de la concurrence sur le marché. L'analyse permettra de réaliser une recherche approfondie sur les entreprises rivales afin d'optimiser notre positionnement et de nous démarquer.

Nous examinerons deux concurrents directs, Airbnb et abracadabroom ainsi qu'un concurrent indirect, Expedia.



Airbnb est une multinationale américaine fondée en 2008 par Brian Chesky, Joe Gebbia et Nathan Blecharczyk.

Elle met en relation des particuliers, des entreprises hôtelières (gîtes, chambres d'hôtes et d'hôtel), et des investisseurs en immobiliers locatifs.

Airbnb connaît une croissance exceptionnelle, au point d'être en 2020 présent dans plus de 100 000 villes, sur tous les continents.

Le groupe est coté à la bourse de New York. Son siège est à San Francisco, en Californie.

Site Web, SEO, SEA

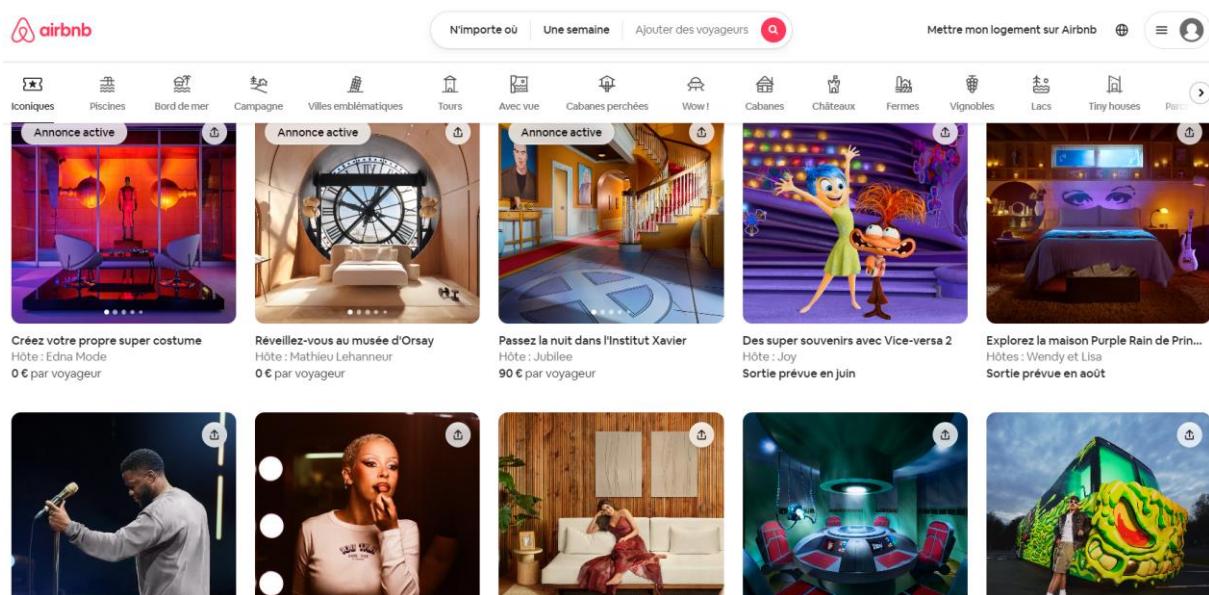


Figure 1: Screen de la page d'accueil

Lien externe vers site: <https://www.airbnb.fr/>

Le site vitrine de la marque Airbnb expose le concept de leur location. Il y invite aussi à s'y inscrire. Un design épuré et coloré.

La couleur dominante du site Airbnb est le rouge.

Le code couleur hexadécimal principal utilisé est #FF5A5F.

a. Audit technique

• Langages front et back

Airbnb utilise une pile technologique sophistiquée pour ses opérations front-end et back-end.

Airbnb Software Architecture

"Airbnb's architecture relies heavily on cloud computing services, specifically Amazon Web Services (AWS). AWS provides it with scalable and reliable infrastructure for its services, as well as a range of tools and services for managing its application. The app's backend is built on a combination of Ruby on Rails and Node.js, while the front end is built on React Native. This combination of technologies provides a seamless user experience across different platforms."

Additionally, Airbnb's software architecture is based on a **microservices approach**, where the application is divided into smaller, independent services that communicate with each other through Application Programming Interfaces (APIs). This approach allows the platform to scale its application more easily, as each service can be scaled independently based on its specific needs.

At the core of Airbnb's architecture is its API Gateway, which is a single entry point for all client requests. The API Gateway is responsible for routing requests to the appropriate service and managing authentication and authorisation. Airbnb's application is composed of several different services. The key ones are described below.

Table of Contents

- Introduction To Airbnb 🏠
- Airbnb's Customer Journey 🚀
- Airbnb Software Architecture 🏗️
- How Airbnb Leverages Machine Learning 🤖
- Airbnb Programming Stack 🛠️
- Tools & Technologies Behind Some Key Application Features ✨
- Challenges In Maintaining Airbnb's Tech Stack 🚧
- Future Technological Adaptations and Trends 🚀

Figure 2: Screen technologies utilisées

Front-end :

- React** : Airbnb s'appuie fortement sur React pour construire ses interfaces utilisateur. React est une bibliothèque JavaScript qui aide à créer des pages web dynamiques et réactives.
- React Native** : Pour ses applications mobiles, Airbnb utilise React Native, ce qui permet de développer des applications pour iOS et Android à partir d'une base de code unique.
- GraphQL** : Ce langage de requête pour les API est utilisé pour récupérer les données de manière plus efficace et améliorer les performances de l'application web.
- JavaScript** : Essentiel pour créer des éléments interactifs sur les pages web.
- HTML & CSS** : Technologies standard pour structurer et styliser les pages web (Intuji) (Airbnb Newsroom).

Back-end :

- Node.js** : Un environnement d'exécution JavaScript utilisé pour le scripting côté serveur, permettant au backend de gérer plusieurs requêtes de manière efficace.
- Python** : Utilisé pour divers services backend, notamment dans le traitement des données et les applications d'apprentissage automatique.
- Java** : Un autre langage utilisé dans le backend pour gérer certains des services principaux.
- Amazon Web Services (AWS)** : Pour l'hébergement et la mise à l'échelle de l'infrastructure. Les services clés incluent Amazon S3 pour le stockage, Amazon EC2 pour l'hébergement des serveurs, et Amazon RDS pour la gestion des bases de données.
- Nginx** : Un serveur HTTP qui améliore la scalabilité et accélère la livraison de contenu.
- Elasticsearch** : Alimente la fonctionnalité de recherche, permettant une récupération rapide et efficace des données.
- Braintree** : Utilisé pour le traitement sécurisé des paiements (Intuji) (Airbnb Newsroom).

Cette combinaison de technologies permet à Airbnb d'offrir une expérience utilisateur fluide et efficace sur sa plateforme, répondant aux besoins de millions d'utilisateurs dans le monde entier.

- **Performances du site**

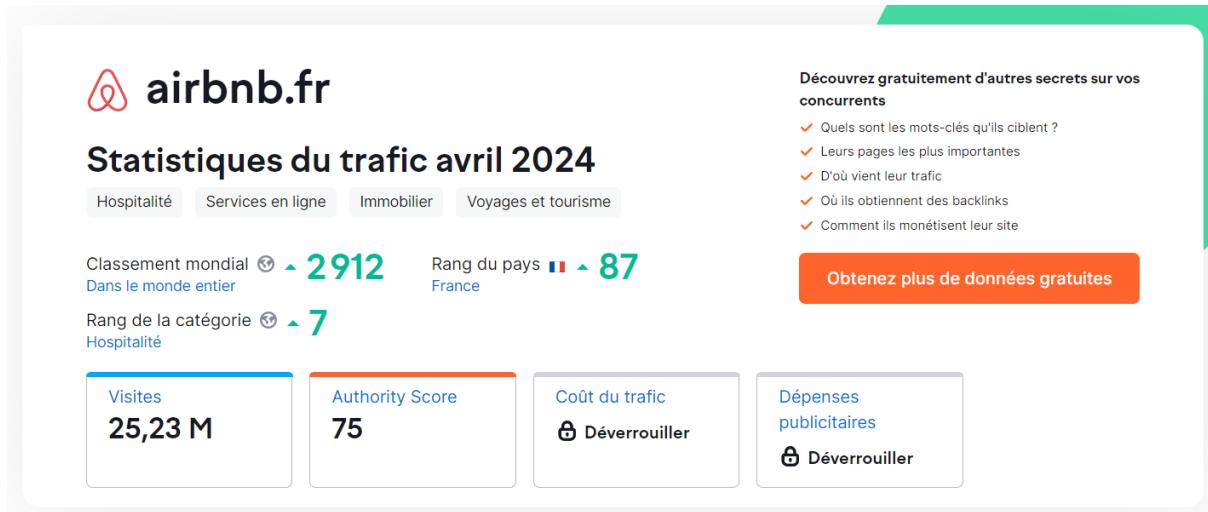


Figure 3: Screen statistiques trafic avril 2024 avec Semrush

Trafic et engagement des visiteurs sur airbnb.fr

Comparez les performances de votre site web à celles de vos concurrents en suivant les indicateurs clés du comportement sur le site. En avril airbnb.fr a reçu 25,23 M visites avec une durée moyenne de la session de 11:35. Comparé à mars le trafic sur airbnb.fr a diminué de -2,24 %.

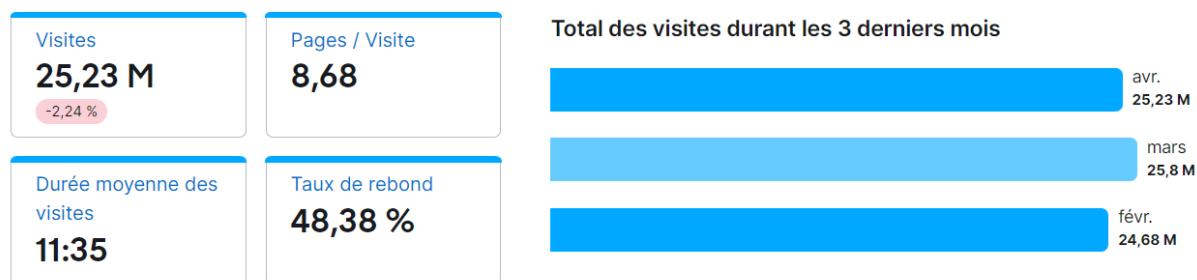


Figure 4: Screen performance Semrush

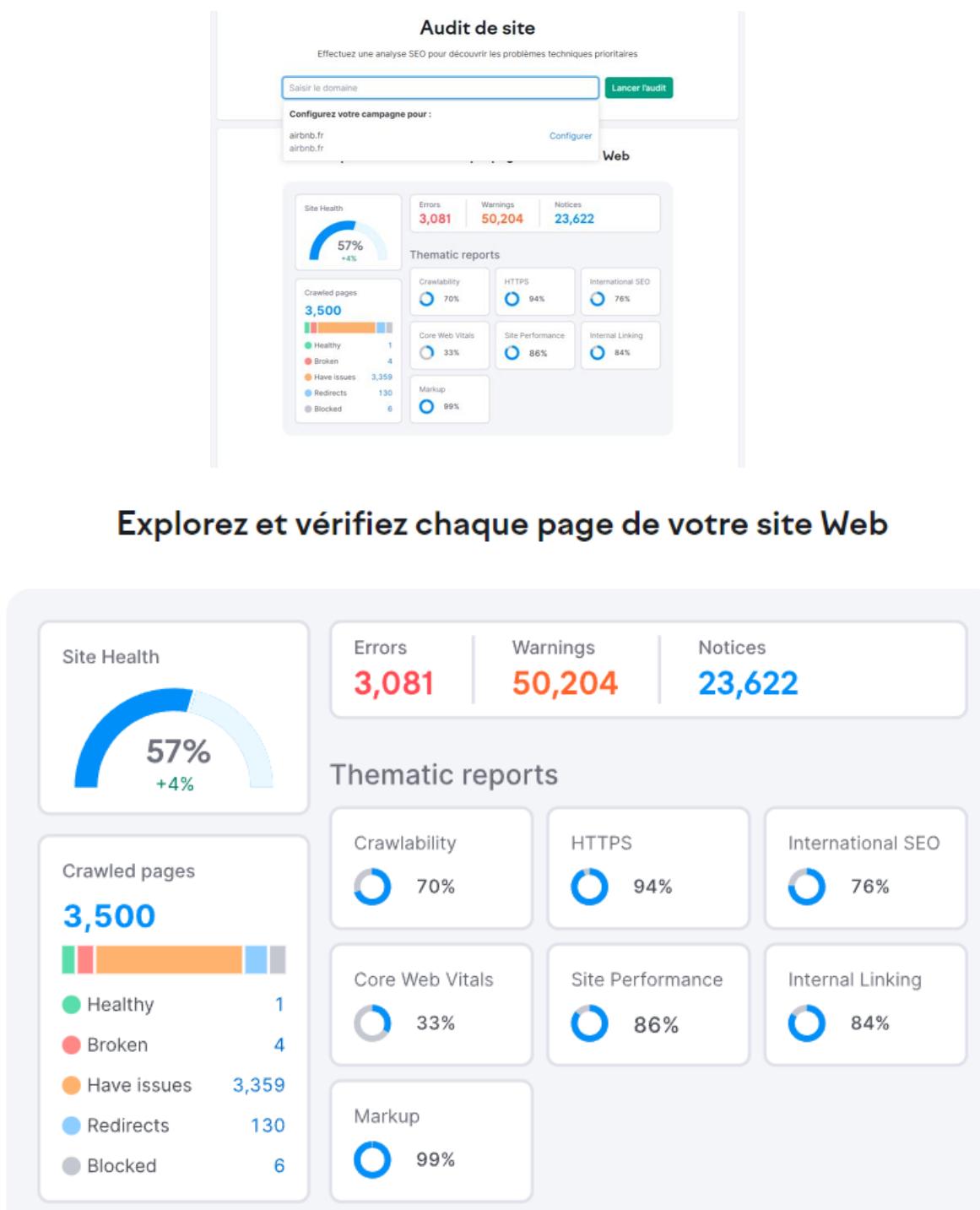


Figure 1: Screen performances avec Semrush (ce 12.06.2024)

Trafic et Engagement

Visites Mensuelles : En mars 2024, le site a enregistré environ 25,8 millions de visites, marquant une augmentation de 4,56 % par rapport à février 2024.

Durée Moyenne des Sessions : Les utilisateurs passent en moyenne 14 minutes et 1 seconde sur le site, ce qui indique un haut niveau d'engagement.

Pages par Visite : En moyenne, les utilisateurs consultent environ 2,88 pages par visite.

Taux de Rebond : Le taux de rebond est de 55,64 %, ce qui est relativement modéré et suggère que plus de la moitié des visiteurs interagissent avec plusieurs pages avant de quitter le site.

- **Responsive, site mobile et/ou application**

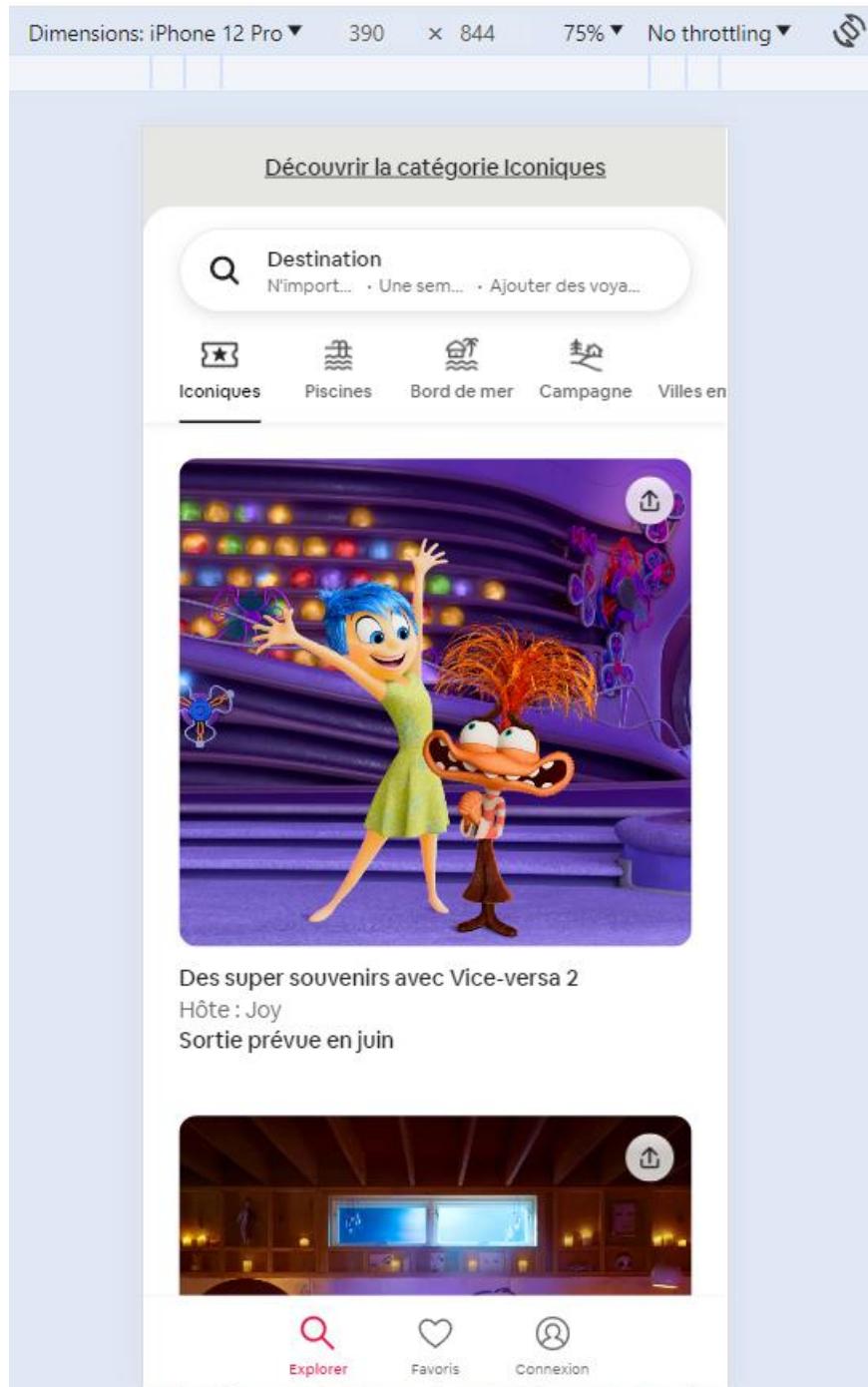


Figure 1: Screen Version mobile du site réalisée sous Iphone 12 pro

The screenshot shows the SEMRUSH desktop interface. The left sidebar has a 'SEO' section with 'Vue d'ensemble du domaine' selected. The main content area displays the 'Vue d'ensemble du domaine : airbnb.fr' report. It includes sections for Authority Score (76), Trafic Organique (8,8M), Trafic Payant (857,8K), and Backlinks (4M). There are also tabs for 'Comparaison des domaines', 'Comparaison par pays', and 'Croissance'. The bottom navigation bar shows metrics like 'Métriques de l'engagement' and 'Pages/Visites'.

Figure 5: Screen performance version desktop Semrush

The screenshot shows the SEMRUSH mobile interface. The left sidebar has a 'SEO' section with 'Vue d'ensemble du domaine' selected. The main content area displays the 'Vue d'ensemble du domaine : airbnb.fr' report. It includes sections for 'Performance de recherche' (Mots Clés Organiques: 42,9K) and 'Tendance de trafic' (line chart showing organic and paid traffic over time). The bottom navigation bar shows metrics like 'Métriques de l'engagement' and 'Pages/Visites'.

Figure 6: Screen performance version mobile semrush

b. Audit de référencement

• SEO détaillé

1

Le site Airbnb utilise une stratégie SEO complète et sophistiquée pour s'assurer que ses pages soient bien positionnées dans les résultats des moteurs de recherche. Voici une analyse détaillée des différents aspects du SEO de Airbnb.

• Mots-clés

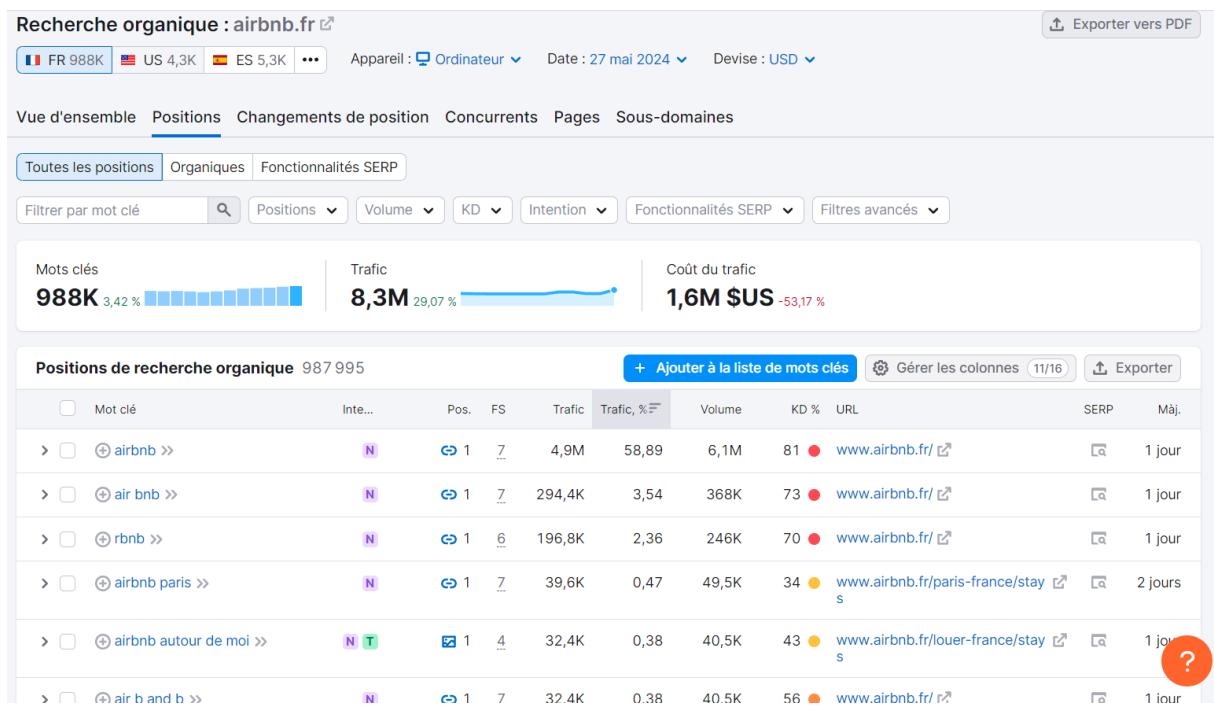


Figure 7: Screen liste des mots-clés semrush

Airbnb utilise des mots-clés spécifiques et ciblés pour ses différentes pages et expériences. Les mots-clés sont choisis en fonction de leur pertinence et de leur volume de recherche. Par exemple, pour une visite gastronomique à Rome, des mots-clés comme "Visites à Rome" ou "Visite gastronomique de Rome à pied" sont utilisés pour maximiser la visibilité tout en restant pertinent.

- **Title et Meta Description**

Les titles et meta descriptions des pages Airbnb sont soigneusement rédigés pour inclure les mots-clés principaux. Cela aide non seulement à améliorer le classement dans les résultats de recherche mais aussi à attirer l'attention des utilisateurs en fournissant une description claire et engageante de l'expérience ou du logement proposé.

- **Balises Hn**

Airbnb utilise des balises Hn (H1, H2, etc.) pour structurer le contenu de ses pages de manière hiérarchique. Cela aide les moteurs de recherche à comprendre la structure et le contenu principal des pages, ce qui peut améliorer leur classement.

- **Fichiers sitemap.xml et robots.txt**

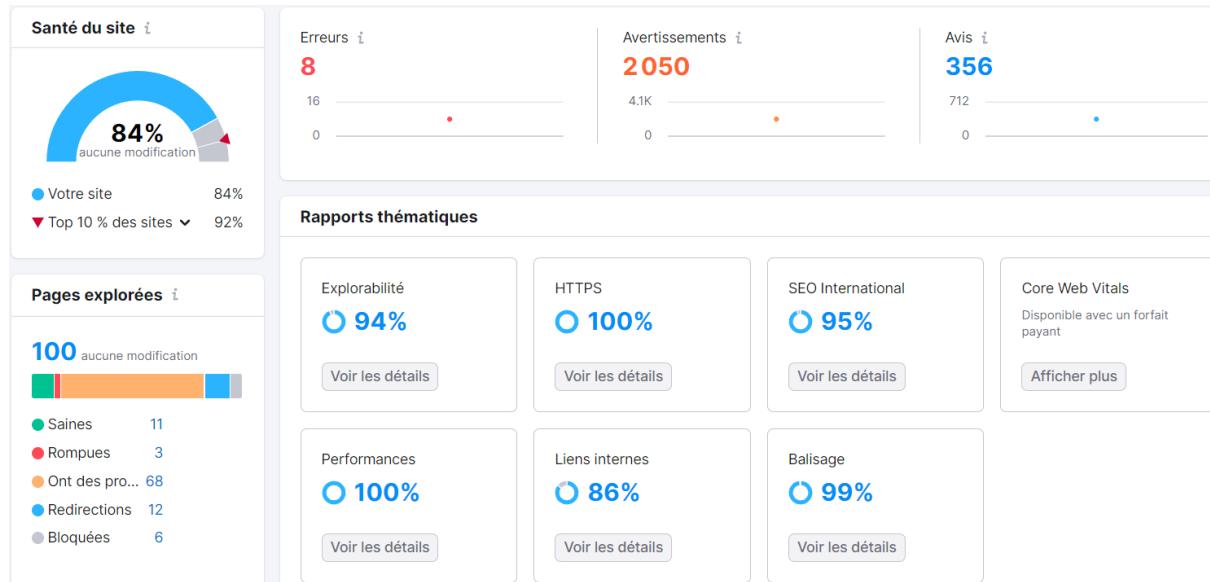
Mises à jour de robots.txt			Problèmes principaux		
			Type de problèmes	Nombre de problèmes	À propos du problème
	depuis la dernière exploration		Erreurs 4xx	3	Explication et correction du problème
Statut du fichier	Disponible		Élément de titre long	46	Explication et correction du problème
Aucune modification détectée			Ratio texte / HTML faible	68	Explication et correction du problème
			Attributs nofollow dans les liens interne...	1910	Explication et correction du problème
			H1 manquant	2	Explication et correction du problème

Airbnb utilise un fichier sitemap.xml pour aider les moteurs de recherche à indexer ses pages de manière efficace. Le fichier robots.txt est également configuré pour indiquer aux moteurs de recherche quelles pages peuvent être explorées et indexées, et lesquelles doivent être ignorées, optimisant ainsi l'exploration du site.

- **Maillage interne et backlinks**

Airbnb met en place un maillage interne efficace pour faciliter la navigation entre ses différentes pages et expériences, augmentant ainsi le temps passé sur le site et la découverte de contenu par les utilisateurs. De plus, le site bénéficie d'un grand nombre de backlinks provenant de sources externes, ce qui améliore son autorité et son classement global dans les moteurs de recherche (Airbnb) (Airbnb).

- **HTTPS**



Le site Airbnb utilise HTTPS pour sécuriser les connexions des utilisateurs, ce qui est non seulement essentiel pour la sécurité des données mais aussi un facteur positif pour le référencement, Google privilégiant les sites sécurisés dans ses résultats de recherche.

Cette stratégie SEO globale permet à Airbnb de maintenir une forte présence en ligne, attirant ainsi des millions d'utilisateurs chaque mois grâce à une combinaison de contenu optimisé, de structure de site efficace, et de sécurité renforcée.

SEA et publicité

Airbnb utilise une stratégie de publicité et de SEA (Search Engine Advertising) sophistiquée pour attirer et retenir les utilisateurs. Voici un aperçu détaillé de leurs tactiques publicitaires :

Publicité SEA

Publicité sur les moteurs de recherche (PPC) :

Google Ads : Airbnb utilise des campagnes de publicité payante sur Google pour capter l'attention des utilisateurs qui recherchent des locations de vacances et des expériences de voyage. Ils ciblent des mots-clés spécifiques pour apparaître en haut des résultats de recherche.

Bing Ads : En complément de Google, Airbnb utilise également Bing pour toucher un public différent et élargir sa portée.

Publicité sur les réseaux sociaux :

Facebook et Instagram : Airbnb déploie des publicités visuellement attrayantes sur ces plateformes pour toucher un large public et cibler des segments spécifiques basés sur les intérêts et les comportements de navigation des utilisateurs.

TikTok : Récemment, Airbnb a commencé à exploiter TikTok pour capter un public plus jeune avec des vidéos courtes et engageantes.

Publicité vidéo et OTT :

YouTube Ads : Airbnb utilise des annonces vidéo sur YouTube pour démontrer les avantages de ses locations et expériences, ciblant les utilisateurs en fonction de leur historique de visionnage et de leurs intérêts.

Publicité sur la télévision connectée (CTV) : Airbnb a investi dans des publicités OTT (Over-the-Top) pour toucher les utilisateurs sur des plateformes de streaming comme Hulu et Roku.

Stratégies de campagne et de branding

Campagnes de marque :

“Get an Airbnb” : Cette campagne met en avant les avantages de choisir une location Airbnb par rapport à un hôtel traditionnel, en soulignant des points tels que l'espace, l'intimité et le coût. Les annonces présentent des scénarios réels où Airbnb offre une meilleure alternative pour des groupes d'amis ou des voyageurs cherchant à éviter les foules des hôtels (Skift).

Marketing de contenu :

SEO : Airbnb optimise ses contenus pour les moteurs de recherche afin de s'assurer que leurs annonces apparaissent en haut des résultats organiques. Ils utilisent des blogs, des guides de voyage et d'autres contenus informatifs pour attirer des utilisateurs par des recherches naturelles (ProjectPractical.com).

E-mail marketing :

Airbnb envoie des emails personnalisés basés sur les recherches et les préférences des utilisateurs pour les inciter à finaliser leur réservation. Ils utilisent également des emails transactionnels pour maintenir une communication active entre les hôtes et les invités (ProjectPractical.com).

Répartition du budget publicitaire

Équilibre entre marketing de performance et marketing de marque :

Historiquement, Airbnb a utilisé une majorité de son budget pour le marketing de performance (PPC), mais depuis la pandémie, ils ont réorienté une partie significative de leur budget vers le marketing de marque et le storytelling. Cela inclut des investissements dans des vidéos et des campagnes sur les réseaux sociaux pour renforcer la notoriété et la fidélité à la marque (Search Engine Land).

Conclusion

Airbnb combine une variété de canaux publicitaires pour maximiser sa visibilité et attirer des utilisateurs de manière efficace. Leurs stratégies incluent des campagnes PPC, des publicités sur les réseaux sociaux, des vidéos et une forte composante de marketing de contenu et de SEO pour assurer une présence dominante sur le marché.

Synthèse

SYNTHESE SEO > [WWW.AIRBNB.FR](#) ★

MAI 2024



SEO

Mots-clés

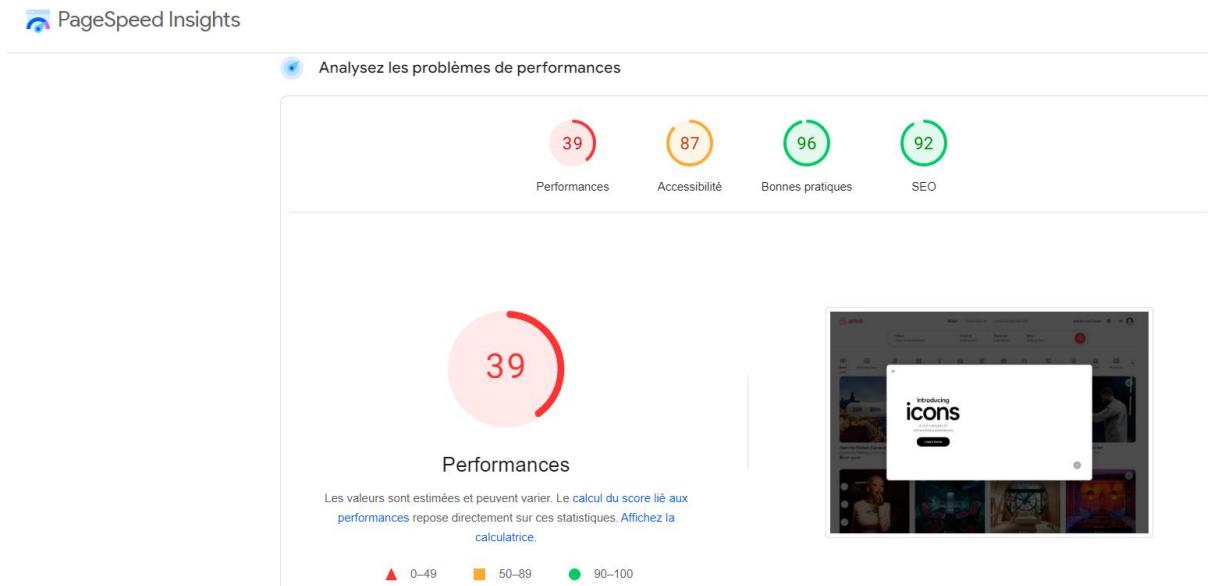
MOTS CLÉS SEO > [WWW.AIRBNB.FR](#) ★

MAI 2024

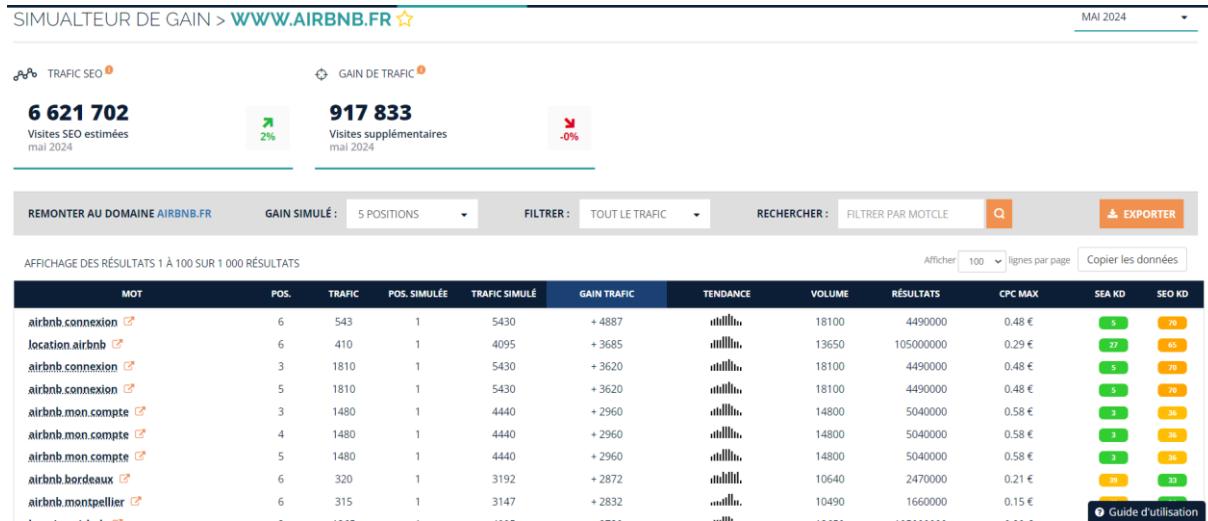


REMONTER AU DOMAIN AIRBNB.FR		FILTRER :	TOUT LE TRAFIC	RECHERCHER :	FILTRER PAR MOTCLE	FILTRES AVANÇÉS	EXPORTER				
AFFICHAGE 1 À 100 SUR 737 481 RÉSULTATS											
RANXPLORER	SYNTHESE GLOBALE	RÉSULTATS NATURELS	RÉSULTATS PAYANTS	RECHERCHE UNIVERSELLE	MOTS CLÉS	ANALYSE DES LIENS	MON COMPTE				
REMONTER AU DOMAIN AIRBNB.FR	FILTRER :	TOUT LE TRAFIC	RECHERCHER :	FILTRER PAR MOTCLE	FILTRES AVANÇÉS	EXPORTER					
AFFICHAGE 1 À 100 SUR 737 481 RÉSULTATS											
POS.	MOT-CLÉ	URL	TRAFC	TRAFC %	TENDANCE	VOLUME	RÉSULTATS	CPC MAX	SEA KD	SEO KD	DATE
1	airbnb	www.airbnb.fr/	3 389 958	51,195		3 424 200	272 000 000	0,43 €	4	100	29/04
1	air.bn b	www.airbnb.fr/	723 492	10,926		730 800	0	0,00 €	0	100	27/04
1	bnb	www.airbnb.fr/	467 241	7,056		471 960	276 000 000	0,00 €	0	100	25/04
1	a irbnb	www.airbnb.fr/	51 421	0,777		51 940	162 000 000	0,00 €	0	100	25/04
1	airbnb.paris	www.airbnb.fr/paris/france/stays	42 719	0,645		43 150	32 700 000	0,24 €	30	49	26/04
1	air.b.and.b	www.airbnb.fr/	40 095	0,606		40 500	4 294 967 295	0,51 €	3	89	26/04
1	aibnb	www.airbnb.fr/	37 026	0,559		37 400	0	0,00 €	0	91	29/04
1	air.b.n.b	www.airbnb.fr/	35 363	0,534		35 720	267 000 000	0,00 €	0	70	30/04
1	airbnb.marseille	www.airbnb.fr/marseille-france/stays	26 829	0,405		27 100	3 050 000	0,17 €	40	25	29/04
1	airbnb.france	www.airbnb.fr/	21 978	0,332		22 200	40 400 000	0,21 €	80	83	29/04
1	airbnb	www.airbnb.fr/	15 593	0,235		15 750	340 000 000	0,00 €	0	99	30/04
1	arbnb	www.airbnb.fr/	15 108	0,228		15 260	241 000 000	0,00 €	0	83	27/04
1	airbnb.lyon	www.airbnb.fr/lyon-france/stays	14 167	0,214		14 310	3 850 000	0,25 €	37	29	27/04
1	airbnb.annecy	www.airbnb.fr/annecy-france/stays	11 979	0,181		12 100	0	0,21 €	29	32	26/04
1	airbnb.nice	www.airbnb.fr/nice-france/stays	11 920	0,180		12 040	0	0,20 €	31	32	30/04
1	airbn	www.airbnb.fr/	11 108	0,168		11 220	303 000 000	0,00 €	0	100	29/04

Les performances



SEA



Réseaux sociaux : X

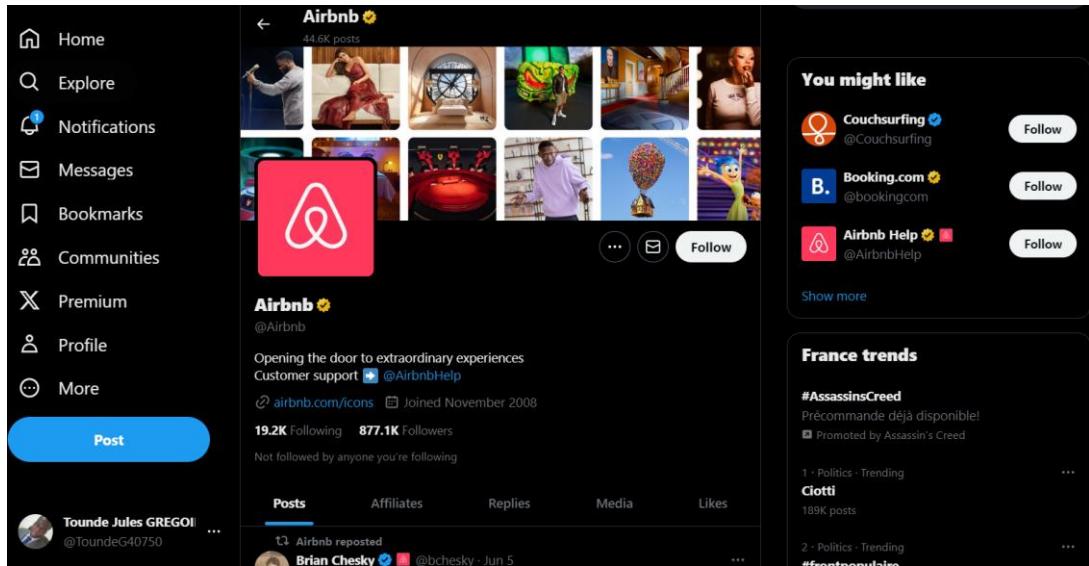
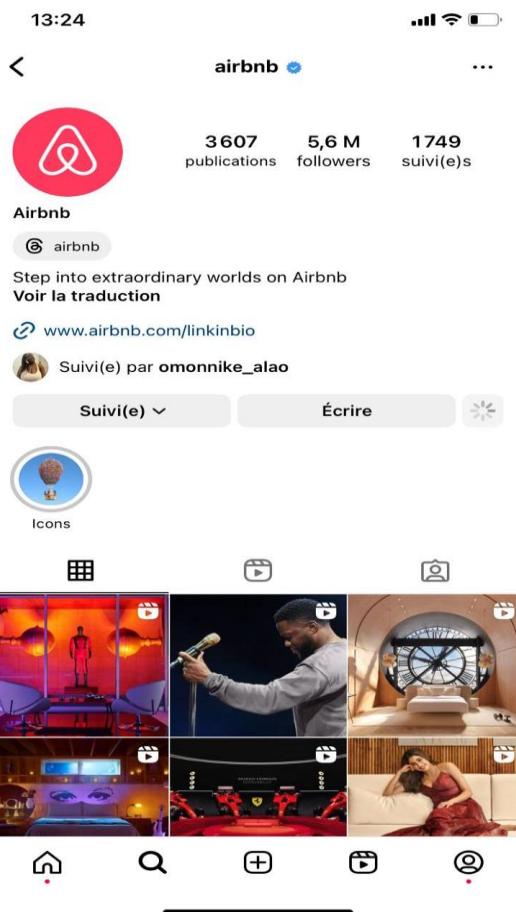


Figure 2: Screen du compte X réalisé le 12.06.2024

Le compte X (ex Twitter) analysé avec 19.2K abonnements et 877.1K abonnés montre une forte présence en ligne. L'analyse se concentrer sur l'engagement des abonnés, la qualité et la diversité du contenu, ainsi que l'efficacité de la stratégie globale.

Instagram



Nombre de Followers

- 5.6 Millions de Followers**: Cela indique une portée très large et une audience significative. Un nombre de followers aussi élevé suggère que le compte a une grande influence sur Instagram.
- Certifié (Badge Bleu)**: La certification ajoute de la crédibilité et indique que le compte est authentique et vérifié par Instagram, renforçant la confiance des followers.

Ratio Abonnements/Abonnés

- 1749 Suivis vs 5.6M Followers**: Le ratio abonnements/abonnés est très faible, ce qui est typique des comptes influents et populaires. Cela indique que le compte est plus axé sur la diffusion de contenu plutôt que sur la consommation de contenu d'autres utilisateurs.

Nombre de Publications

- 3607 Publications**: Un nombre élevé de publications indique une activité soutenue et régulière sur la plateforme. Cela montre un engagement constant pour maintenir l'intérêt des followers.

Le compte Instagram analysé, avec 3607 publications, 5.6M followers, 1749 suivis et une certification, montre une forte présence et influence sur la plateforme. Les points clés incluent un engagement significatif, une activité soutenue, une stratégie de contenu diversifiée et cohérente, et une

forte interaction avec l'audience. En utilisant ces données, le compte peut continuer à optimiser sa stratégie pour maintenir et augmenter son engagement et sa croissance.

Facebook

13:46 ● ● ● 🔋

◀ Airbnb Q



Airbnb ✅

16 M J'aime • 16 M followers

Nous répondons à vos questions du lundi au vendredi de 9h à 18h.
Vous pouvez aussi nous joindre depuis www.airbnb.fr/contact.

Like J'aime Message ...

Publications À propos Vidéos Plus ▾

Détails

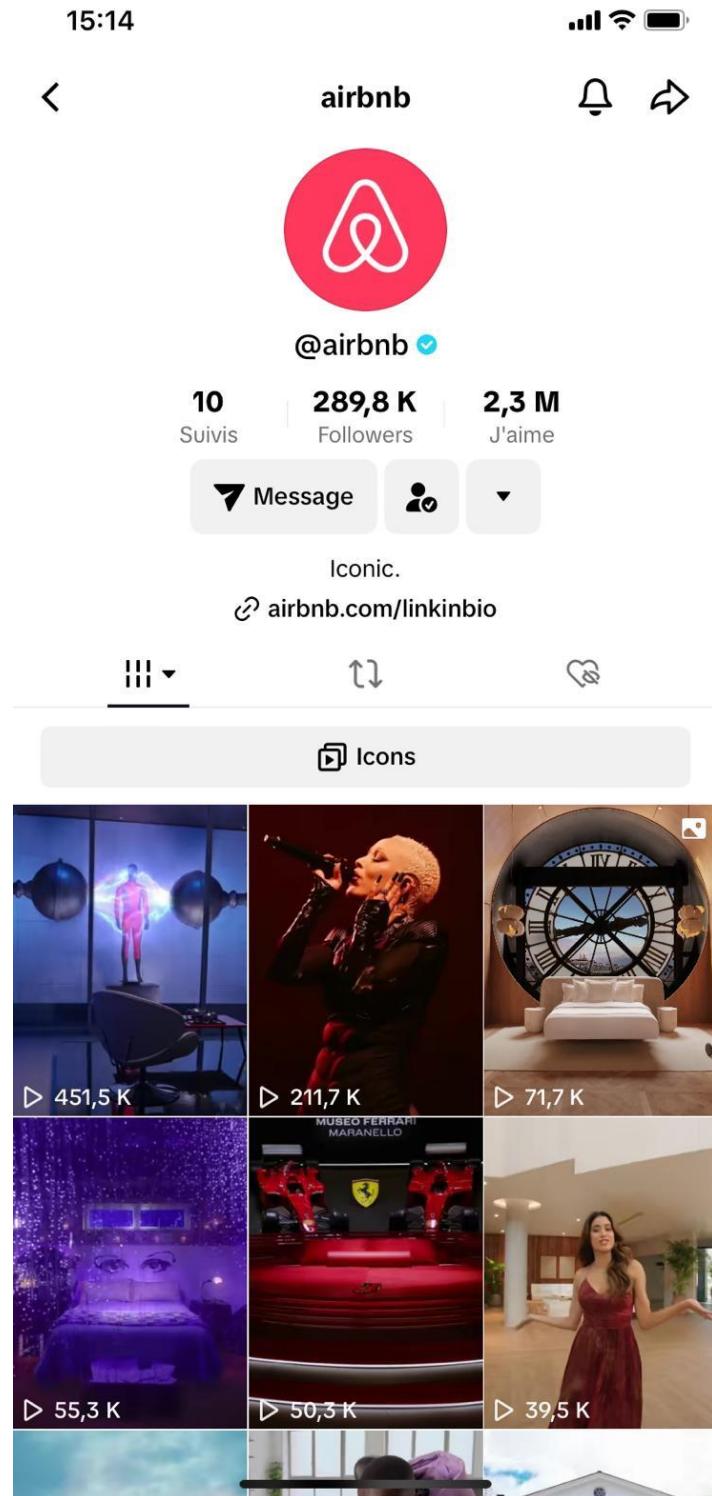
i Page · Voyage et transports

🔗 airbnb.fr

... Voir les informations à propos de Airbnb

Accueil Vidéo Ami(e)s Marketplace Notifications Menu

Le compte Facebook analysé, avec 16 millions de "J'aime" et 16 millions de followers, montre une forte présence et influence sur la plateforme. Les points clés incluent un engagement significatif, une activité soutenue, une stratégie de contenu diversifiée et cohérente, et une forte interaction avec l'audience. En utilisant ces données, la page peut continuer à optimiser sa stratégie pour maintenir et augmenter son engagement et sa croissance.



En résumé, le compte TikTok en question est suivi par 289,800 personnes et a obtenu 2,3 millions de mentions "j'aime" sur ses vidéos. Le nombre de comptes suivis est relativement faible, ce qui est

souvent le cas pour les comptes populaires ou influents, car ils tendent à être plus sélectifs dans leurs suivis.

Méthodes AIDA

La méthode AIDA est une technique de marketing qui vise à attirer l'attention, susciter l'intérêt, créer le désir et inciter à l'action. Voici comment la méthode AIDA peut être appliquée au site Airbnb :

Critères	Objectifs	Actions
Attention	But : Captiver l'attention de l'utilisateur dès l'arrivée sur le site.	<ul style="list-style-type: none"> Design attractif : Airbnb utilise un design épuré et visuellement agréable, avec des images de haute qualité de différentes destinations et logements. Titres accrocheurs : Des phrases comme "Des lieux uniques pour tous vos séjours" attirent immédiatement l'attention. Offres mises en avant : Promotions et expériences uniques sont souvent mises en avant sur la page d'accueil.
Intérêt	But : Susciter l'intérêt de l'utilisateur pour le site et ses services.	<ul style="list-style-type: none"> Variété des options : Présentation de différentes catégories de logements, comme des maisons entières, des chambres privées ou des logements uniques (yourtes, cabanes, etc.). Fonction de recherche : Une barre de recherche bien visible permettant de filtrer les résultats par date, type de logement, prix, etc., pour répondre aux besoins spécifiques des utilisateurs. Expériences locales : Propositions d'expériences et d'activités locales qui ajoutent de la valeur à l'offre d'hébergement.
Désir	But : Faire en sorte que l'utilisateur veuille utiliser le service.	<ul style="list-style-type: none"> Avis clients : Témoignages et avis positifs d'autres utilisateurs, renforçant la crédibilité et l'attrait des logements. Descriptions détaillées : Descriptions complètes des logements avec photos, équipements, règles de la maison, et informations sur l'hôte. Flexibilité : Options comme l'annulation gratuite ou les séjours longue durée qui peuvent attirer des clients indécis.
Action	But : Inciter l'utilisateur à passer à l'action (réserver un logement, s'inscrire, etc.).	<ul style="list-style-type: none"> Appels à l'action clairs : Boutons bien visibles pour "Réserver", "Demander plus d'informations", ou "S'inscrire". Processus de réservation simplifié : Un processus de réservation simple et rapide, avec des étapes clairement définies et une assistance si nécessaire. Encouragements à s'inscrire : Offres de réductions ou d'avantages pour les nouveaux utilisateurs qui s'inscrivent sur le site.

En appliquant la méthode AIDA, Airbnb réussit à attirer et maintenir l'attention des utilisateurs, à susciter leur intérêt pour les services offerts, à créer un désir en mettant en avant des éléments

attractifs et rassurants, et finalement, à les inciter à passer à l'action en facilitant le processus de réservation.

Audit de design et d'ergonomie

- Logo

Le logo Airbnb est simple, reconnaissable et mémorable. Il représente une icône appelée "Bélo" qui symbolise la communauté, les gens et les lieux.

- Ergonomie

Le logo est bien positionné en haut à gauche, ce qui est une convention standard permettant aux utilisateurs de toujours savoir où ils se trouvent.

- Couleurs et Typographies

Couleur

Airbnb utilise une palette de couleurs douces et agréables, principalement des nuances de rose, de bleu et de gris. Ces couleurs créent une ambiance accueillante et apaisante.

Les contrastes sont suffisants pour assurer la lisibilité, et les éléments importants (boutons, liens) se démarquent bien.

Typographies

Airbnb utilise des typographies modernes et lisibles. Les polices sans-serif, comme Arial et Helvetica, sont utilisées pour les textes principaux, garantissant une lecture facile.

La hiérarchie typographique est claire, avec des titres, sous-titres et textes de corps bien définis, facilitant la navigation et la lecture.

1 Ergonomie via critères heuristiques de Bastien et Scapin ou ceux de Nielsen

2

Critères de Bastien et Scapin	
Guidage	<ul style="list-style-type: none"> • Le site offre un bon guidage avec des éléments interactifs clairement identifiables. Les icônes sont bien choisies et compréhensibles. • Exemple : La barre de recherche est mise en avant avec un texte indicatif comme "Destination, logement ou expérience".
Charge de Travail	<ul style="list-style-type: none"> • Airbnb minimise la charge cognitive en proposant des filtres et des suggestions automatiques. • Exemple : Suggestions de lieux populaires ou catégories de logements sur la page d'accueil.
Contrôle explicite	<ul style="list-style-type: none"> • Les utilisateurs ont un bon contrôle sur les actions. Les boutons de navigation et les liens sont explicites. • Exemple : Le processus de réservation est linéaire et chaque étape est clairement définie.
Adaptabilité	<ul style="list-style-type: none"> • Le site est adaptable, avec une version mobile optimisée et une mise en page réactive. • Exemple : La disposition du contenu s'ajuste en fonction de la taille de l'écran.
Gestion des erreurs :	<ul style="list-style-type: none"> • Les messages d'erreur sont clairs et précis, aidant l'utilisateur à corriger ses actions. • Exemple : Si une recherche n'aboutit pas, un message suggère des alternatives ou des ajustements.

Le site Airbnb utilise efficacement les principes de design et d'ergonomie pour offrir une expérience utilisateur agréable et intuitive. Les éléments visuels sont bien pensés, et les critères heuristiques de

Bastien et Scapin ainsi que ceux de Nielsen sont respectés, garantissant ainsi une navigation fluide et efficace.

Audit d'Accessibilité pour le site Airbnb (<https://airbnb.fr>)

L'accessibilité web est fondamentale pour garantir que tous les utilisateurs, y compris ceux ayant des handicaps, puissent utiliser le site sans barrières. L'initiative WAI (Web Accessibility Initiative) définit quatre principes fondamentaux : perceptible, utilisable, compréhensible et robuste. Voici un audit d'accessibilité pour le site Airbnb en se basant sur ces principes :

1. Contrastes de couleurs

- Airbnb utilise une palette de couleurs pastel et douces.
- **Contraste** : Les textes et les boutons principaux respectent en général les normes de contraste (4.5:1 pour les textes normaux et 3:1 pour les gros textes), mais certaines zones de texte avec des couleurs claires sur fond clair peuvent ne pas répondre aux exigences de contraste.
- **Outil de vérification** : Utiliser un outil comme le vérificateur de contraste de WebAIM pour tester les ratios de contraste sur différentes sections du site.

2. Navigation globale

- La structure de navigation est claire avec des menus bien définis.
- **Navigation au clavier** : Le site semble bien gérer la navigation au clavier avec des éléments focusables, mais une vérification approfondie est nécessaire pour s'assurer que tous les éléments interactifs sont accessibles via le clavier (tabulation).
- **Liens et boutons** : Les liens et boutons sont généralement bien marqués et accessibles. Les liens sont descriptifs et indiquent clairement leur destination.

3. Présence ou non de plugins d'accessibilité

- Il n'y a pas de plugins d'accessibilité évidents (comme des options de changement de taille de texte, contraste élevé, etc.) directement intégrés.
- **Suggestion** : Ajouter des plugins d'accessibilité ou des outils intégrés pour permettre aux utilisateurs de personnaliser leur expérience en fonction de leurs besoins (ex. augmenter la taille du texte, basculer en mode contraste élevé).

4. Sémantique et ARIA

- **Sémantique HTML** :
 - Le site semble utiliser des balises HTML sémantiques appropriées (comme <header>, <nav>, <main>, <footer>), ce qui améliore l'accessibilité en fournissant une structure claire aux lecteurs d'écran.
 - **ARIA** : L'utilisation des attributs ARIA (Accessible Rich Internet Applications) peut encore être vérifiée en détail. Ces attributs sont essentiels pour les éléments interactifs dynamiques (comme les menus déroulants, les modals, les onglets) pour qu'ils soient interprétés correctement par les technologies d'assistance.
 - **Outil de vérification** : Utiliser des outils comme le WAVE Browser Extension pour vérifier les balises ARIA et la structure sémantique.

5. Formulaires (messages, labels...)

- Les formulaires sur Airbnb, comme la barre de recherche et les formulaires de réservation, doivent avoir des labels explicites et des instructions claires.
- **Associations** : Les labels doivent être correctement associés aux champs de formulaire à l'aide de l'attribut for et id.
- **Messages d'erreur** : Les messages d'erreur doivent être clairs et faciles à comprendre, et doivent être annoncés par les lecteurs d'écran.
- **Placeholder** : Les placeholders ne doivent pas être utilisés comme seuls labels, car ils ne sont pas toujours accessibles.

Conclusion

Airbnb présente une bonne base en termes d'accessibilité, mais il reste des domaines à améliorer pour répondre pleinement aux principes WAI. Voici quelques recommandations spécifiques :

- **Vérifier et ajuster les contrastes de couleurs** pour répondre aux normes WCAG.
- **Améliorer la navigation au clavier** pour s'assurer que tous les éléments interactifs sont accessibles.
- **Intégrer des plugins d'accessibilité** pour permettre aux utilisateurs de personnaliser leur expérience.
- **Utiliser et vérifier les balises ARIA** et la sémantique HTML pour assurer une compatibilité optimale avec les technologies d'assistance.
- **Améliorer l'accessibilité des formulaires** en utilisant des labels explicites, en associant correctement les labels et les champs de formulaire, et en fournissant des messages d'erreur accessibles.

Ces améliorations garantiront que le site Airbnb soit utilisable par le plus grand nombre d'utilisateurs possible, indépendamment de leurs capacités.

b. Abracadaroom



- Audit technique :
 - Langages front et back

What runs abracadaroom.com?

The screenshot shows the WhatRuns interface with the following sections:

- Widgets:** Facebook
- Font Script:** Font Awesome, Google Font API
- Web Server:** Apache
- Sales and Marketing:** OptinMonster, WonderPush
- Tag Managers:**
- Analytics:** Google Analytics UA, Infer
- Web Framework:** Bootstrap
- CDN:** CloudFlare, CDN JS
- Advertising:** DoubleClick (DFP)
- Facebook Pixel**

At the bottom right is the WhatRuns logo.

Figure 1: Informations récupérées grâce à WhatRuns

The screenshot shows the BuiltWith interface with the following sections:

- Frameworks:**
 - Laravel
 - Facebook Domain Verification
 - PHP

Links include:

- builtwith.com/?https%3a%2f%2fwww.abracadaroom.com%2f
- [French Usage Statistics · Download List of All Websites using French](#)
- [View Global Trends](#)
- [Laravel Usage Statistics · Download List of All Websites using Laravel](#)
- [A PHP MVC framework.](#)
- [Facebook Domain Verification Usage Statistics · Download List of All Websites using Facebook Domain Verification](#)
- [Domain Verification provides a way for you to claim ownership of your domain in Facebook Business Manager.](#)
- [PHP Usage Statistics · Download List of All Websites using PHP](#)
- [PHP is a widely used general-purpose scripting language that is especially suited for Web development and can be embedded into HTML.](#)

Figure 2: Back-end réalisé avec Laravel (informations récupérées par BuiltWith (<https://builtwith.com/>))

- Performances du site

Audit de site

Effectuez une analyse SEO pour découvrir les problèmes techniques prioritaires

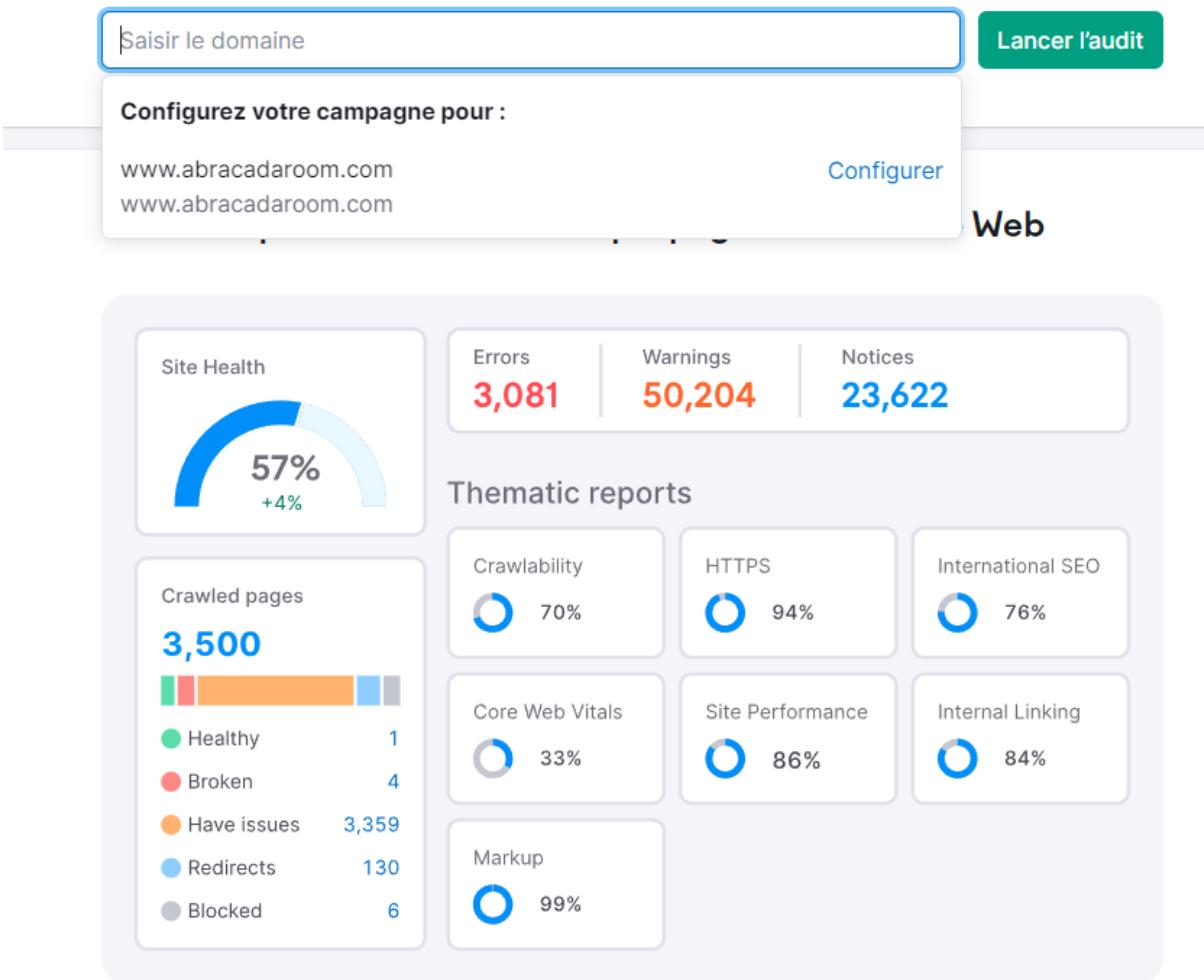


Figure 2: Informations recueillies par Semrush sur les performances (12.06.2024)

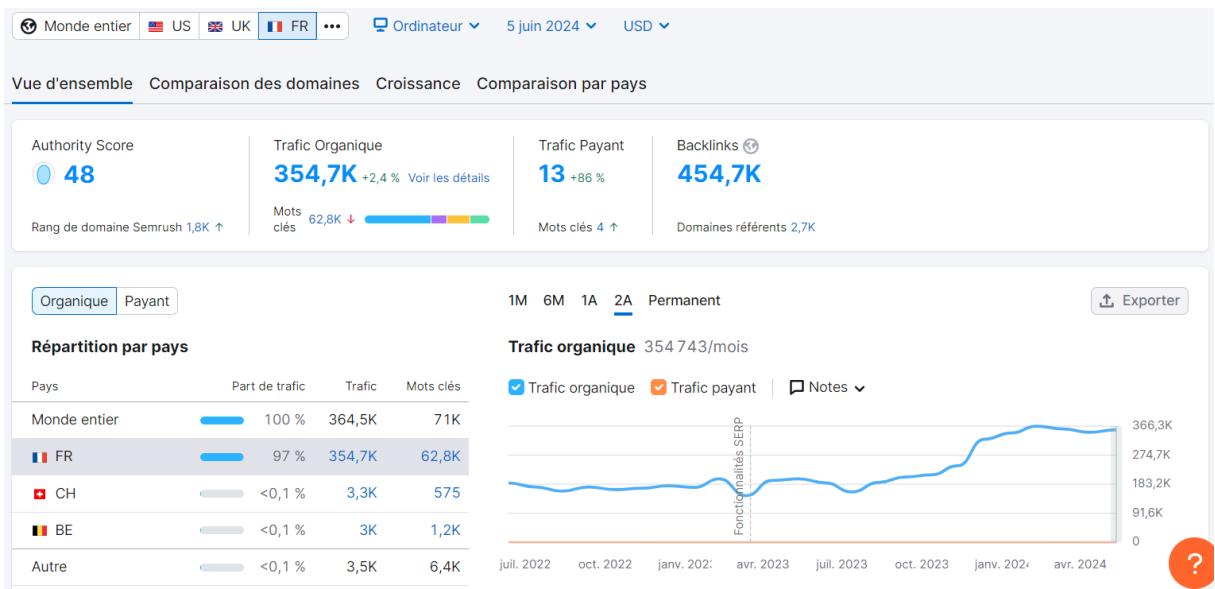


Figure 5: Informations recueillies par Semrush sur le trafic (06.06.2024)

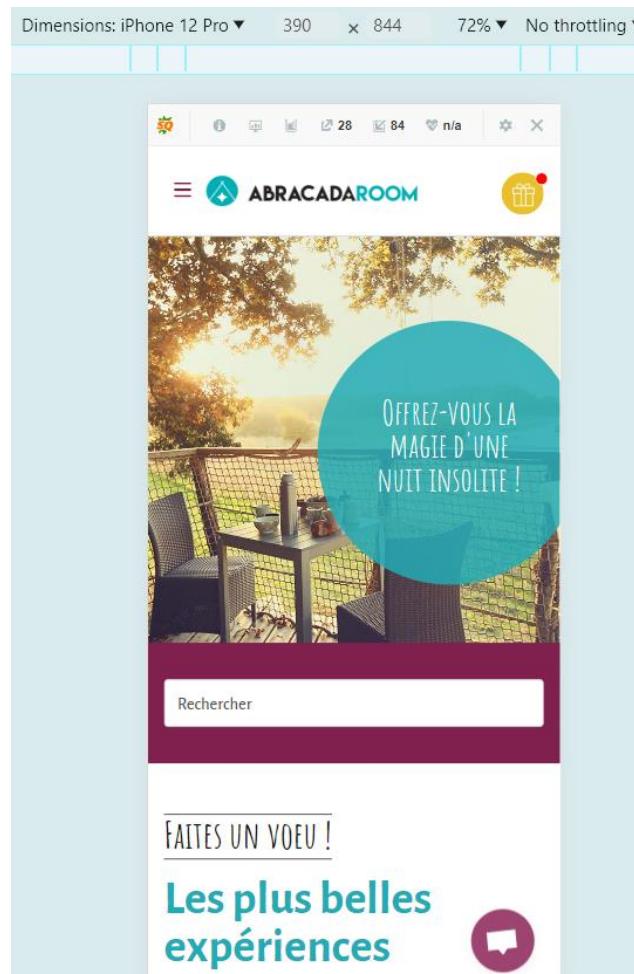


Figure 3: Version mobile du site consultée sur Iphone 12 pro max

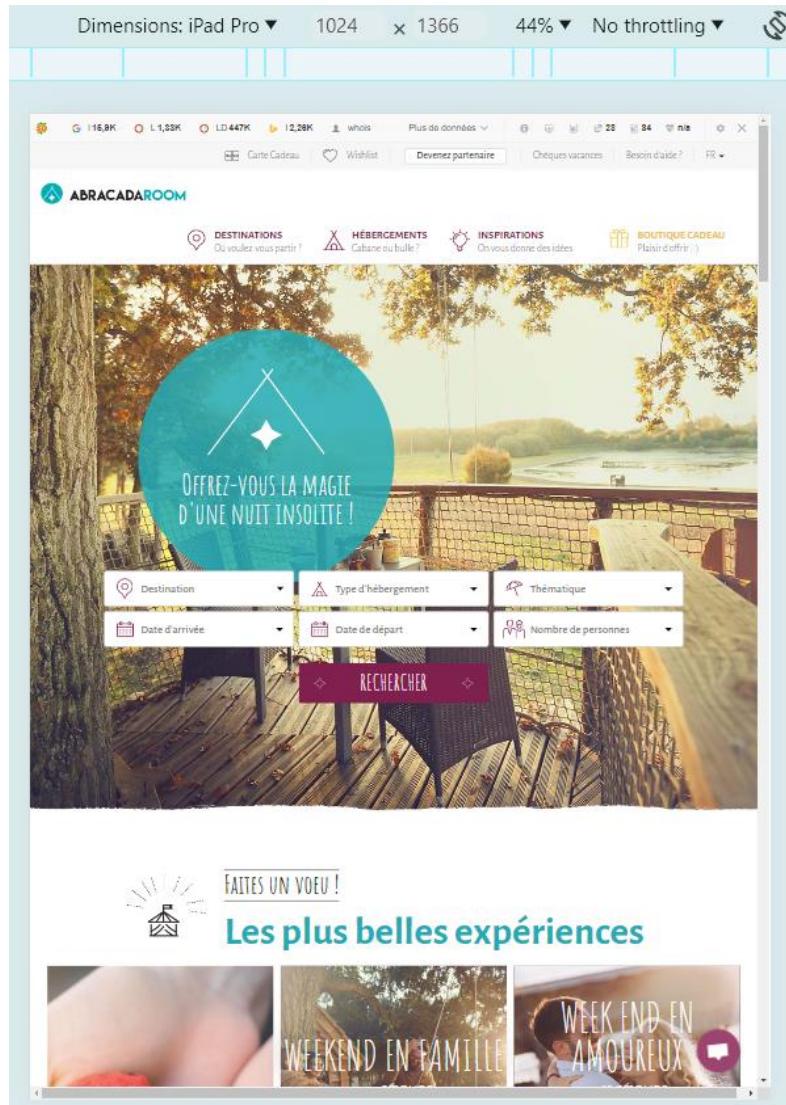


Figure 4: Version mobile du site consultée sur Ipad pro

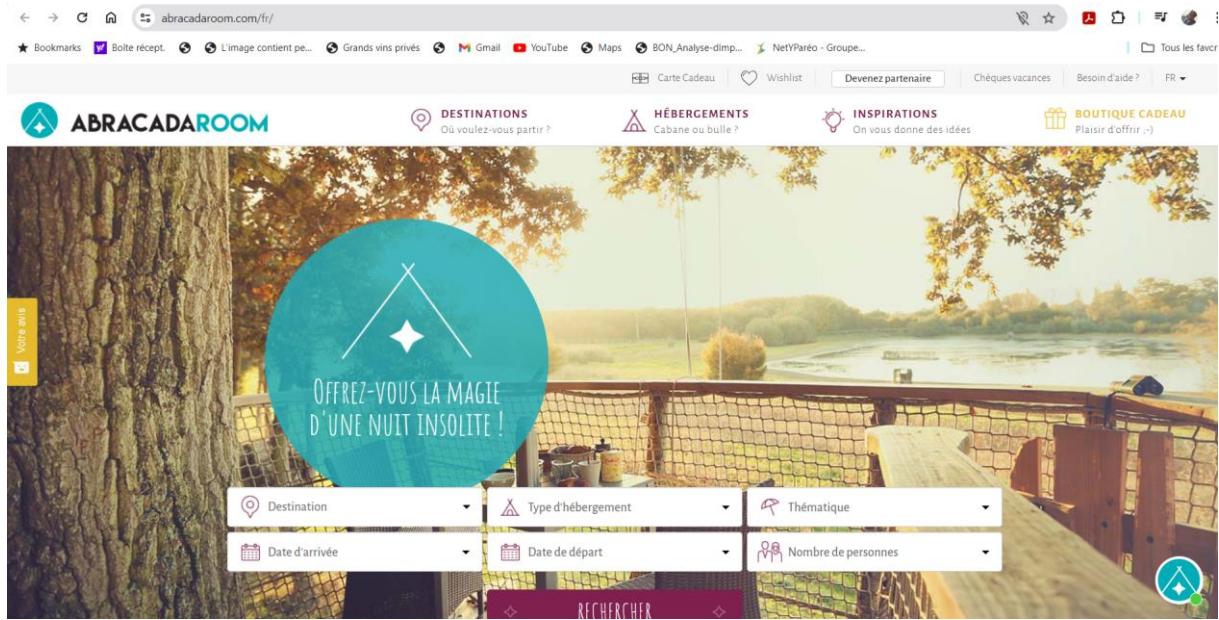


Figure 8: Version desktop

Audit de référencement

SEO détaillé

Mots-clés :

INFOS DE PAGE DIAGNOSTIC INTERNE EXTERNE DENSITÉ COMPARER LES URL/DOMAINES																																																																
DENSITÉ DES MOTS CLÉS Total de mots : 1676 Expressions de 2 mots : 102 Expressions de 3 mots: 68 Expressions de 4 mots: 49																																																																
<input type="button" value="Enregistrer sous CSV"/> <input type="button" value="Configurer la liste de mots vides"/>																																																																
Tous les mots																																																																
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Mot clé</th> <th>Trouvé dans</th> <th>Répétitions</th> <th>Densité</th> <th>Proéminence</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>une</td><td>D H1</td><td>21</td><td>1.25%</td><td>26.79%</td></tr> <tr><td>des</td><td></td><td>17</td><td>1.01%</td><td>56.83%</td></tr> <tr><td>dans</td><td>D</td><td>16</td><td>0.95%</td><td>21.48%</td></tr> <tr><td>nuit</td><td>T D H1</td><td>14</td><td>0.84%</td><td>36.69%</td></tr> <tr><td>vous</td><td>H1</td><td>14</td><td>0.84%</td><td>49.10%</td></tr> <tr><td>sur</td><td></td><td>12</td><td>0.72%</td><td>39.00%</td></tr> <tr><td>insolite</td><td>T D H1</td><td>11</td><td>0.66%</td><td>30.24%</td></tr> <tr><td>cabane</td><td>D</td><td>11</td><td>0.66%</td><td>66.38%</td></tr> <tr><td>insolites</td><td>T</td><td>11</td><td>0.66%</td><td>34.51%</td></tr> <tr><td>pour</td><td>D</td><td>10</td><td>0.60%</td><td>29.68%</td></tr> <tr><td>moins</td><td></td><td>10</td><td>0.60%</td><td>53.26%</td></tr> </tbody> </table>					Mot clé	Trouvé dans	Répétitions	Densité	Proéminence	une	D H1	21	1.25%	26.79%	des		17	1.01%	56.83%	dans	D	16	0.95%	21.48%	nuit	T D H1	14	0.84%	36.69%	vous	H1	14	0.84%	49.10%	sur		12	0.72%	39.00%	insolite	T D H1	11	0.66%	30.24%	cabane	D	11	0.66%	66.38%	insolites	T	11	0.66%	34.51%	pour	D	10	0.60%	29.68%	moins		10	0.60%	53.26%
Mot clé	Trouvé dans	Répétitions	Densité	Proéminence																																																												
une	D H1	21	1.25%	26.79%																																																												
des		17	1.01%	56.83%																																																												
dans	D	16	0.95%	21.48%																																																												
nuit	T D H1	14	0.84%	36.69%																																																												
vous	H1	14	0.84%	49.10%																																																												
sur		12	0.72%	39.00%																																																												
insolite	T D H1	11	0.66%	30.24%																																																												
cabane	D	11	0.66%	66.38%																																																												
insolites	T	11	0.66%	34.51%																																																												
pour	D	10	0.60%	29.68%																																																												
moins		10	0.60%	53.26%																																																												
Signets																																																																
Tableau de mots clés 1 mot Tableau de mots clés 2 mot Tableau de mots clés 3 mot Tableau de mots clés 4 mot Texte original																																																																
Infos de page																																																																
Titre : Nuit insolite et week end insolites : 2500 hébergements en France Description : En France ou dans le monde, réservez en ligne une nuit ou un week end dans un hébergement insolite Bulle, cabane dans les arbres, yurtou ou igloo, il y en a pour tous les goûts et pour toutes les bourses !																																																																
<input type="button" value="Filtre"/>																																																																

Figure 5: Densité des mots clés recueillie avec l'outil SeoQuake

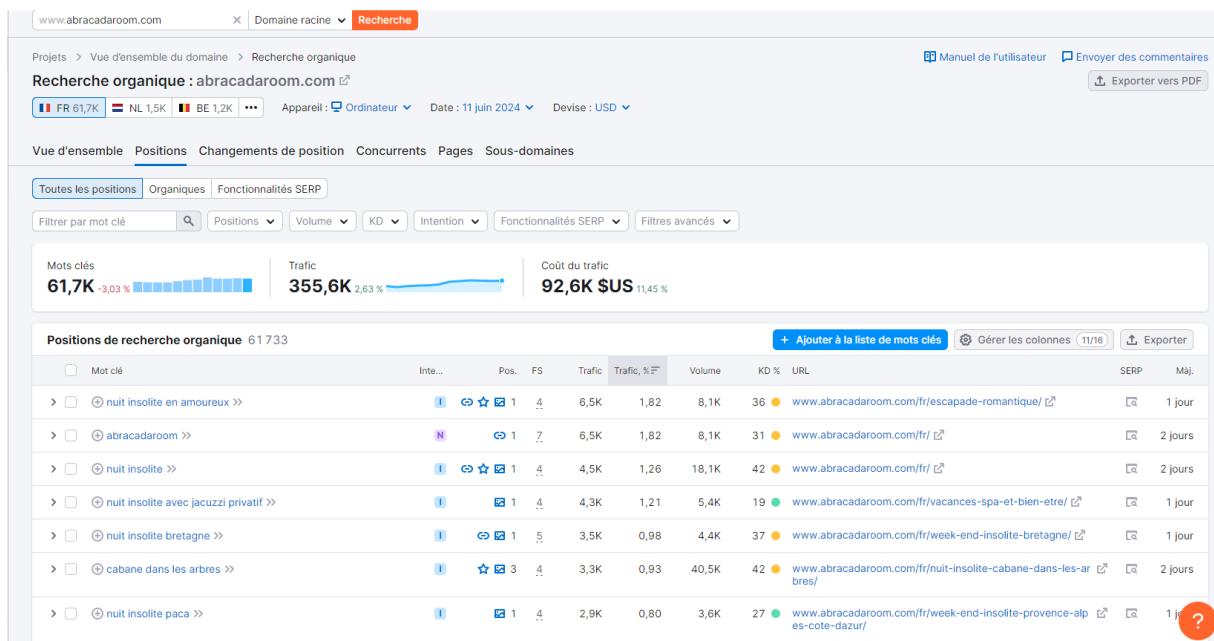


Figure 6: Densité des mots clés recueillie avec l'outil Semrush

- Nuits insolites en amoureux
- Nuit insolite
- Cabane dans les arbres

Title et Meta Description :

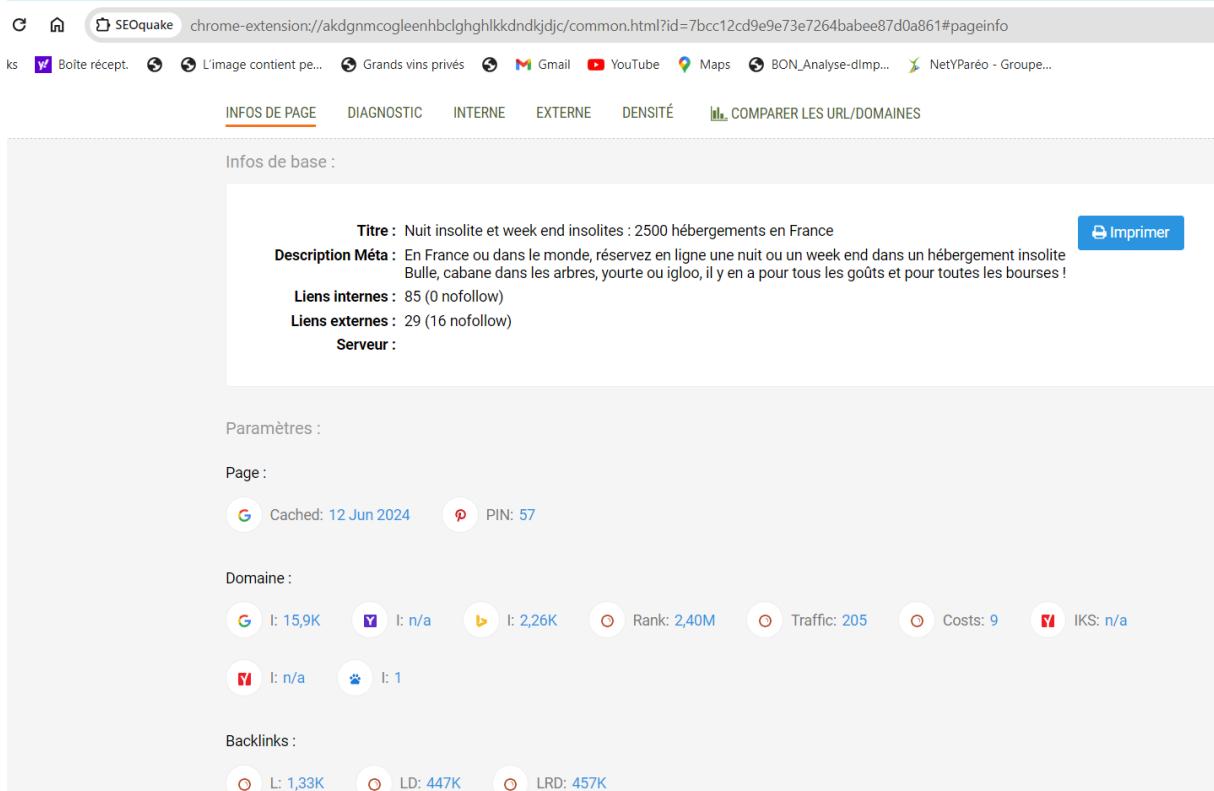


Figure 7: Screen du titre et de la description Méta réalisé par SeoQuake

- Title : "Nuit insolite et week end insolites : 2500 hébergements en France"

- Meta Description : "En France ou dans le monde, réservez en ligne une nuit ou un week end dans un hébergement insolite bulle, cabane dans les arbres, yourte ou igloo, il y en pour tous les goûts et pour toutes les bourses !"

Balises Hn (Heading) :

- H1 : "Hébergements insolites et cabanes dans les arbres"
- H2 : "Réservez des séjours atypiques en France"
- H3 : "Trouvez votre hébergement unique avec Abracadaroom"

Fichiers sitemap.xml et robots.txt :

```

  Welcome          sitemap.xml
C: > Users > user > Documents > sitemap.xml
1  <?xml version="1.0" encoding="utf-8"?><!--Generated by Screaming Frog SEO Spider 18.5-->
2  <urlset xmlns="http://www.sitemaps.org/schemas/sitemap/0.9">
3    <url>
4      <loc>https://www.abracadaroom.com/fr/</loc>
5      <lastmod>2024-06-06</lastmod>
6      <changefreq>daily</changefreq>
7      <priority>1.0</priority>
8    </url>
9    <url>
10       <loc>https://www.abracadaroom.com/fr/seminaire-insolite/</loc>
11      <lastmod>2024-06-06</lastmod>
12      <changefreq>daily</changefreq>
13      <priority>0.9</priority>
14    </url>
15    <url>
16      <loc>https://www.abracadaroom.com/fr/sejour-acces-transport-en-commun/</loc>
17      <lastmod>2024-06-06</lastmod>
18      <changefreq>daily</changefreq>
19      <priority>0.9</priority>
20    </url>
21    <url>
22      <loc>https://www.abracadaroom.com/en/</loc>
23      <lastmod>2024-06-06</lastmod>
24      <changefreq>daily</changefreq>
25      <priority>0.9</priority>
26    </url>
27    <url>
28      <loc>https://www.abracadaroom.com/fr/sejour-a-la-campagne/</loc>
29      <lastmod>2024-06-06</lastmod>
30      <changefreq>daily</changefreq>
31      <priority>0.9</priority>
32    </url>
33    <url>
34      <loc>https://www.abracadaroom.com/fr/nuit-insolite-bulle/</loc>
35      <lastmod>2024-06-06</lastmod>
36      <changefreq>daily</changefreq>
37      <priority>0.9</priority>

```

Figure 8: Fichier sitemap.xml récupéré avec ScreamingFrog SEO Spider 18.5

- Sitemap.xml : Le sitemap contient les URL des pages importantes du site, aidant les moteurs de recherche à indexer le contenu de manière efficace.
- Robots.txt : Le fichier robots.txt indique aux robots d'exploration des moteurs de recherche quelles parties du site ils peuvent ou ne peuvent pas explorer.

Maillage interne et backlinks :

LIENS INTERNES

#	URL	Params. du lien	Params. des backlinks
1	https://www.abracadaroom.com/fr/confidentialite/ texte Ancre En savoir plus	No-follow	Google cachedate C SEMrush backlinks C
2	https://www.abracadaroom.com/fr/carte-cadeau-insolite/ texte 2 Ancre Carte Cadeau 3 liens en plus		C C
3	https://www.abracadaroom.com/fr/ texte 2 Ancre Wahlst 4 liens en plus		12 Jun 2024 1328
4	https://www.abracadaroom.com/fr/commercialiser-location-insolite/ texte 3 Ancre Devenez partenaire 1 lien en plus		C C
5	https://www.abracadaroom.com/fr/cheque-vacances-ancv/ texte 3 Ancre Chèques vacances		C C
	https://www.abracadaroom.com/en/		

Figure 9: Screen des liens internes réalisé par SeoQuake

LIENS EXTERNES

#	URL	Params. du lien	Params. du domaine	Params. des backlinks
1	https://faq.abracadaroom.com/fr/ texte 2 Ancre Besoin d'aide ? 1 lien en plus	C	C whois C	C C
2	https://mag.abracadaroom.com/ texte 2 Ancre Le mag	C	C whois C	C C
3	https://www.allolibri.com/impact/index-light.php?p=abracadaroom&embed=true&... frames	C	C whois C	C C
4	https://www.avis-verifies.com/avis-clients/abracadaroom.com texte Ancre Avis Verifies 1 lien en plus	∅	C whois C	C C
5	https://www.google.com/shopping/ratings/account/lookup?q=abracadaroom.com texte Ancre avis clients	∅	C whois C	C C

Figure 10: Screen des backlinks réalisé par SeoQuake

- Maillage interne : Le site utilise probablement un maillage interne pour relier les pages pertinentes entre elles, améliorant ainsi la navigation pour les utilisateurs et le classement dans les moteurs de recherche.
- Backlinks : Le site cherche probablement à obtenir des backlinks de qualité à partir d'autres sites web pertinents pour renforcer son autorité et son classement dans les résultats de recherche.

Protocole HTTPS :

- Le site utilise probablement le protocole HTTPS pour sécuriser les communications entre les utilisateurs et le serveur, ce qui est important pour la confidentialité des données et pour améliorer le classement dans les résultats de recherche de Google.

SEA et publicité

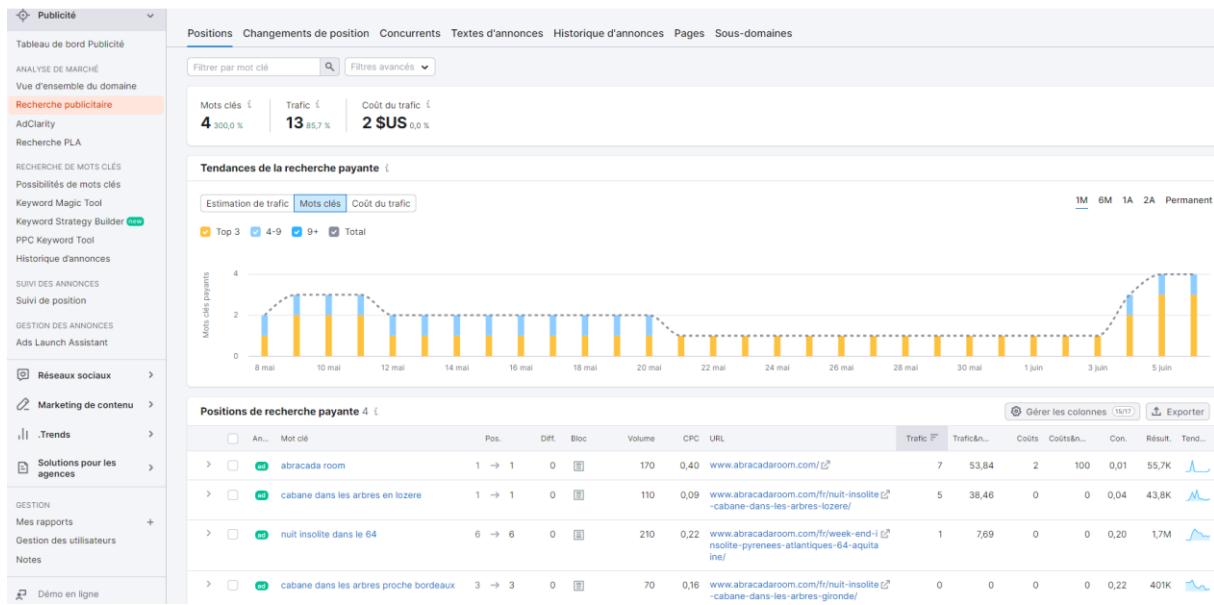


Figure 2: Screen l'utilisation des mots-clés payant par Semrush (06.06.2024)

google.com/search?q=hébergements+insolites&sca_esv=7dc5793b08f7f22c&sxsrf=ADLYWJJD CuYS9laAPbe1ZC9ZigBS

★ Bookmarks Boîte récept. L'image contient pe... Grands vins privés Gmail YouTube Maps BON_Analyse-dlmp...

Google hébergements insolites

Difficulté du mot clé : 31.48% (pour la base de données google.com) — Afficher rapport détaillé pour ce mot clé

Tous Images Vidéos Maps Actualités Plus Outils

SEOquake

Paramètres Rapport SERP Exporter au format CSV

Trier cette page ^

Locale ^

En famille Autour de moi Corse Vente Côtes d'armor Var Morbihan Lot

hebergement-insolite.com
https://www.hebergement-insolite.com :

1. Premier guide d'hébergements insolites

AS: 0 Visits: 0 Pages/Visit: 0 Avg. Visit: 0 Bounce rate: 0
Obtenez l'autorité de domaine, les visites et les données d'engagement avec un compte Semrush gratuit

L: 42 LD: 18,6K I: 2,22K whois </> source Rank: 6,15M

RIAD AVEC SPA · NATURA LODGE · CHALET DE L'ETANG · LODGE
GRENOUILLES · MAISON CAMARGUAISE · LA TINY HOUSE EXIGUË · CABANE
DE PRESTIGE AVEC SAUNA ET JACUZZI ...

Abracadaroom
https://www.abracadaroom.com :

2. Offrez-vous la magie d'une nuit insolite

L: 1,32K LD: 445K I: 2,36K whois </> source Rank: 2,16M

En France ou dans le monde, réservez en ligne une nuit ou un week end dans un hébergement insolite. Bulle, cabane dans les arbres, yourte ou igloo, ...
★★★★★ Note : 4,5 · 541 avis

Toutes nos destinations · Nos tops destinations insolites... · Week end en amoureux

Figure 3: Screen montrant l'utilisation d'un des mots-clés dans google pour voir la position de Abracadaroom

Partenariats

Abracadaroom n'a pas de partenariat affiché sur sa page.

Réseaux sociaux



Figure 11: Screen montrant la présence sur Facebook

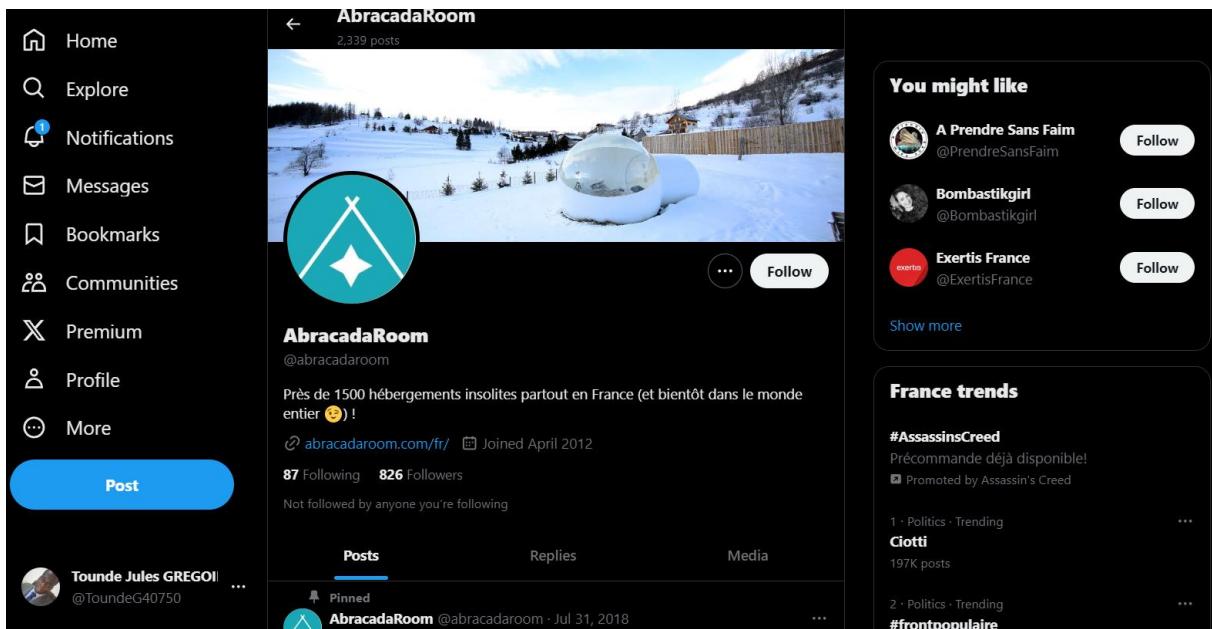


Figure 12: Screen montrant la présence sur X

Instagram

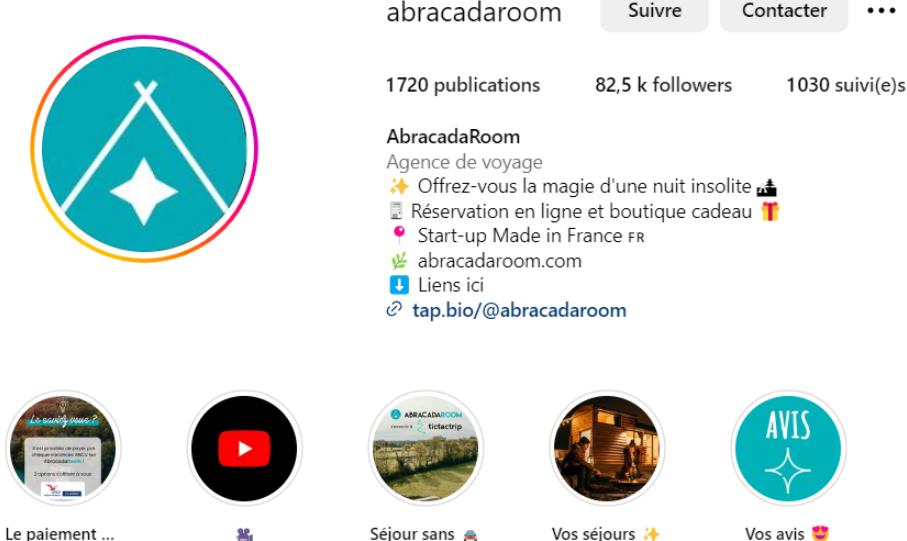
[Se connecter](#)


Figure 13: Screen montrant la présence sur Instagram



Figure 14: Screen montrant la présence sur Youtube.

Conclusion :

Une audience de 151k indique une bonne visibilité de vos contenus, ce qui montre que vous atteignez un large public (c'est positif).

7,700 interactions, ce qui montre que les contenus sont vus et que les gens interagissent avec eux (c'est positif).

Une baisse de 37.9% des interactions est préoccupante. Cela peut être dû à plusieurs facteurs tels que la qualité du contenu, les changements dans l'algorithme des plateformes sociales, ou une diminution de l'intérêt de votre audience.

Méthodes AIDA

La méthode AIDA est une technique de marketing qui vise à attirer l'attention, susciter l'intérêt, créer le désir et inciter à l'action. Voici comment la méthode AIDA peut-être appliquée au site Abracadaroom :

Attention (Attirer l'attention)	But : L'objectif ici est de capter l'attention des visiteurs dès qu'ils arrivent sur votre site ou votre contenu promotionnel.	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Titres accrocheurs : Utilisez des titres clairs et intrigants sur votre page d'accueil. Par exemple, "Découvrez des hébergements insolites pour des séjours inoubliables". <input type="checkbox"/> Visuels attractifs : Intégrez des images haute définition de vos hébergements uniques (cabane dans les arbres, yourte, bulle transparente, etc.). <input type="checkbox"/> Vidéo de présentation : Ajoutez une courte vidéo présentant les différentes expériences proposées par Abracadaroom.
Interest (Susciter l'intérêt)	But : Une fois que vous avez capté l'attention, il faut maintenir l'intérêt du visiteur en lui montrant ce que vous offrez de spécial.	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Descriptions captivantes : Décrivez chaque type d'hébergement avec des détails qui font rêver. Par exemple, "Dormez sous les étoiles dans une bulle transparente et profitez d'une nuit magique au cœur de la nature". <input type="checkbox"/> Fonctionnalités uniques : Mettez en avant les caractéristiques uniques de chaque hébergement, comme des équipements écologiques, des vues panoramiques, ou des activités exclusives. <input type="checkbox"/> Avis clients : Affichez des témoignages de clients satisfaits et des évaluations positives pour renforcer la crédibilité et l'attrait de votre offre.
Desire (Provoquer le désir)	But : Transformez l'intérêt en désir en montrant aux visiteurs pourquoi ils doivent choisir vos hébergements pour leur prochaine escapade.	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Offres spéciales : Proposez des offres promotionnelles ou des packages exclusifs pour les nouveaux visiteurs ou pour certaines périodes de l'année. <input type="checkbox"/> Urgence et rareté : Utilisez des messages comme "Réservez maintenant, disponibilité limitée !" pour inciter à une action rapide. <input type="checkbox"/> Histoires inspirantes : Racontez des histoires de clients qui ont vécu des expériences mémorables grâce à Abracadaroom, en soulignant comment cela a enrichi leurs vies.
Action (Inciter à l'action)	But : Enfin, encouragez les visiteurs à passer à l'action en rendant le processus aussi simple et attrayant que possible.	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Call-to-Action (CTA) clairs : Utilisez des boutons CTA visibles et engageants comme "Réservez maintenant", "Découvrez nos offres", ou "Planifiez votre séjour". <input type="checkbox"/> Processus de réservation simplifié : Assurez-vous que le processus de réservation soit intuitif et rapide, avec un minimum de clics et d'informations nécessaires. <input type="checkbox"/> Garantie de satisfaction : Offrez une garantie de satisfaction ou des politiques de remboursement flexibles pour rassurer les clients potentiels.

Application sur le site Abracadaroom

Page d'accueil

- **Bandeau principal :**

- Titre : "Découvrez des hébergements insolites pour des séjours inoubliables"
- Image de fond : Une cabane dans les arbres avec un coucher de soleil spectaculaire
- CTA : "Explorez nos hébergements"

Sections intermédiaires

- **Section 1 : Hébergements vedettes**
 - Images et descriptions courtes de 3-4 hébergements uniques
 - CTA sous chaque hébergement : "Voir plus"
- **Section 2 : Avis des clients**
 - Témoignages avec photos des clients heureux
 - Étoiles de notation
- **Section 3 : Offres spéciales**
 - Promotions actuelles ou offres saisonnières
 - CTA : "Profitez de nos offres spéciales"

Footer

- **Liens rapides :**
 - "À propos de nous"
 - "Contact"
 - "Conditions générales"

Audit de design et d'ergonomie

Logo :

Le logo d'Abracadaroom présente une esthétique moderne et attrayante, utilisant des couleurs douces et un design simplifié.

Les codes couleurs utilisées sont

- #01AEB6
- #231F20
- #FFFFFF

La plus dominante est : #01AEB6

Couleurs et typographies :

Couleurs

Les couleurs utilisées sont apaisantes et naturelles, ce qui est approprié pour une marque centrée sur des hébergements insolites en plein air. Les couleurs principales vertes et noires évoquent la nature et la tranquillité.

Typographies

La typographie est claire et lisible. Elle est suffisamment distinctive pour être reconnue sans être trop complexe.

Ergonomie via critères heuristiques de Bastien et Scapin ou ceux de Nielsen

Critères de Bastien et Scapin		
Guidage	Critère : Assurer que les utilisateurs savent toujours où ils se trouvent, ce qu'ils peuvent faire et comment atteindre leurs objectifs.	<input type="checkbox"/> Navigation claire : Le menu principal est visible et intuitif, permettant aux utilisateurs de trouver facilement les types d'hébergements, les promotions, et les avis des clients. <input type="checkbox"/> Indicateurs de progression : Lors de la réservation, il serait bénéfique d'avoir des indicateurs qui montrent quelle étape du processus ils se trouvent. <input type="checkbox"/> Feedback immédiat : Les boutons et les liens fournissent un retour visuel immédiat lorsque l'utilisateur clique sur eux.
Charge de Travail	Critère : Minimiser la charge cognitive et la charge physique des utilisateurs.	<input type="checkbox"/> Simplicité de l'interface : Le design du site est épuré et les informations sont présentées de manière intuitive. <input type="checkbox"/> Réduction du nombre de clics : Les utilisateurs peuvent accéder aux informations nécessaires en moins de deux clics. <input type="checkbox"/> Aide contextuelle : Les info-bulles ou les aides contextuelles pourraient être spécifiques sans avoir à chercher des instructions ailleurs.
Contrôle explicite	Critère : Donner aux utilisateurs un sentiment de contrôle sur leurs actions et leurs décisions.	<input type="checkbox"/> Actions annulables : Les utilisateurs devraient pouvoir annuler ou revenir en arrière à tout moment pendant le processus de réservation. <input type="checkbox"/> Personnalisation : Permettre aux utilisateurs de personnaliser leur expérience en fonction de leurs préférences, proposant des suggestions basées sur leurs recherches précédentes.
Adaptabilité	Critère : Adapter l'interface aux besoins et préférences de chaque utilisateur.	<input type="checkbox"/> Responsive design : Le site est adapté aux différents appareils (ordinateurs, tablettes, smartphones) quel que soit le dispositif utilisé. <input type="checkbox"/> Accessibilité : Utiliser des polices lisibles, des contrastes de couleurs appropriés et une interface accessible aux personnes ayant des handicaps visuels.
Gestion des erreurs :	Critère : Aider les utilisateurs à éviter les erreurs et les aider à les corriger lorsqu'elles surviennent.	<input type="checkbox"/> Prévention des erreurs : Le site devrait fournir des messages d'erreur clairs et distincts pour chaque type d'erreur (par exemple, pour une réservation, les champs obligatoires devraient être marqués clairement). <input type="checkbox"/> Messages d'erreur explicites : Lorsque des erreurs se produisent, les messages devraient être clairs et indiquer comment corriger l'erreur.

Conclusion

Dans l'ensemble, le site [Abracadaroom](#) semble bien conçu et en grande partie conforme aux critères heuristiques de Bastien et Scapin. Cependant, quelques améliorations pourraient être apportées, notamment en ce qui concerne :

- L'ajout d'indicateurs de progression lors de la réservation.
- La fourniture de messages d'erreur plus explicites et de solutions pour corriger les erreurs.
- L'intégration d'aides contextuelles pour aider les utilisateurs à comprendre certaines fonctionnalités.

Ces ajustements pourraient améliorer encore plus l'expérience utilisateur et rendre le site encore plus accueillant et facile à utiliser.

Audit d'accessibilité

The screenshot shows the Wave Accessibility Tool interface. On the left, a sidebar displays a summary of findings: 3 Errors (1 Missing form label, 1 Empty heading, 1 Empty link), 10 Contrast Errors (10 Very low contrast), and 24 Alerts. The main area shows a dark purple banner from the Abracadaroom website with the text "WE'RE NOT JUST SAYING THAT!" and "Why choose ABRACADAROOM". The tool's navigation bar includes links for Alsace, Aquitaine, Auvergne, Champagne-Ardenne, French Alps, Loire Valley, Normandy, and Périgord.

Figure 8: Screen montrant le détail des erreurs d'accessibilité avec Wave Accessibility Tool

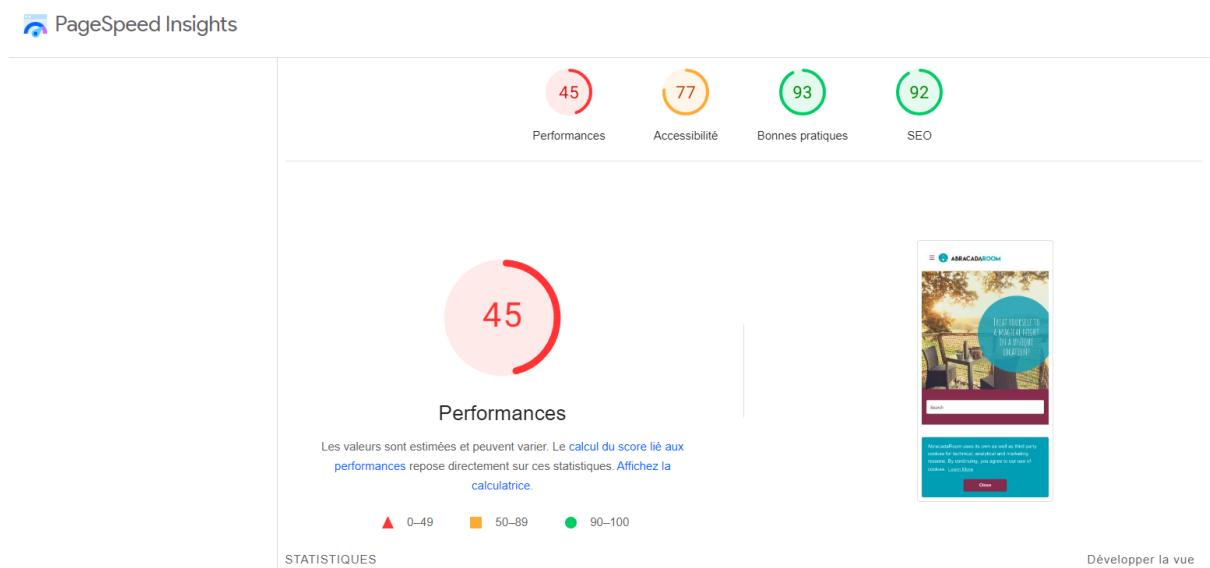


Figure 15: Screen analyse les problèmes de performances (Accessibilité) avec PageSpeed Insight

Contrastes de couleurs

- Observations :** Le texte des boutons sur certaines pages a un contraste insuffisant par rapport à l'arrière-plan.
- Recommendations :** Augmenter le contraste des couleurs pour atteindre au moins le ratio 4.5:1.

Navigation globale

- Observations :** La navigation est globalement claire, mais certains éléments ne sont pas accessibles via le clavier.
- Recommendations :** Assurer que tous les éléments de navigation sont focusables et accessibles via le clavier.

Présence de plugins d'accessibilité

- **Observations :** Aucun plugin d'accessibilité spécifique n'a été détecté.
- **Recommandations :** Intégrer des outils d'accessibilité comme des réglages de contraste ou des options de lecteur d'écran.

Sémantique et ARIA

- **Observations :** Utilisation correcte des balises HTML5, mais manque d'attributs ARIA dans certaines sections complexes.
- **Recommandations :** Ajouter des attributs ARIA pour améliorer l'interaction avec les lecteurs d'écran.

Formulaires

- **Observations :** Certains champs de formulaire n'ont pas de labels associés et les messages d'erreur ne sont pas suffisamment explicites.
- **Recommandations :** Assurer que chaque champ de formulaire a un label associé et que les messages d'erreur sont clairs et visibles.

Expedia



Expedia est une plateforme de réservation d'hôtel qui offrent une vaste sélection d'hébergements, y compris des hôtels, des auberges et parfois des locations de vacances.

- Audit technique :
 - Langages front et back

What runs expedia.fr? + <

Analytics	CDN
SiteCatalyst	Unpkg

Javascript Frameworks
Hammer.js
Handlebars
Modernizr
jQuery 1.10.2

whatruns

Figure 1: Informations récupérées grâce à WhatRuns

Bibliothèques et fonctions JavaScript Voir les tendances mondiales

LAB Tag Commander
[Tag Commander Statistiques d'utilisation · Téléchargez la liste de tous les sites Web en utilisant Tag Commander](#)
 Assure l'indépendance des équipes marketing par rapport à l'équipe technique via des systèmes de gestion de balises.

jQuery
[jQuery Statistiques d'utilisation · Téléchargez la liste de tous les sites Web en utilisant jQuery](#)
 JQuery est une bibliothèque JavaScript rapide et concise qui simplifie la façon dont vous parcourez les documents HTML, gérez les événements, effectuez des animations et ajoutez des interactions Ajax à vos pages Web. jQuery est conçu pour changer la façon dont vous écrivez du JavaScript.
 Bibliothèque JavaScript

JS MobX
[MobX Statistiques d'utilisation · Téléchargez la liste de tous les sites Web en utilisant MobX](#)
 Plateforme de gestion de l'État.

React
[React Statistiques d'utilisation · Téléchargez la liste de tous les sites Web en utilisant React](#)
 Une bibliothèque JavaScript pour créer des interfaces utilisateur à partir de Facebook.
 Bibliothèque JavaScript

core-js

Figure 2: Screen des technologies web utilisées (informations récupérées par BuiltWith (<https://builtwith.com/>))

core-js
[core-js Statistiques d'utilisation · Téléchargez la liste de tous les sites Web en utilisant core-js](#)
 Bibliothèque standard modulaire pour JavaScript.
 Cadre

W3 Intersection Observer
[Intersection Observer Statistiques d'utilisation · Téléchargez la liste de tous les sites Web en utilisant Intersection Observer](#)
 API qui peut être utilisée pour comprendre la visibilité et la position des éléments DOM par rapport à un élément conteneur ou à la fenêtre d'affichage de niveau supérieur.

es6 promise
[es6 promise Statistiques d'utilisation · Téléchargez la liste de tous les sites Web en utilisant es6 promise](#)
 Un polyfill pour les promesses de style ES6.

JS React Redux
[React Redux Statistiques d'utilisation · Téléchargez la liste de tous les sites Web en utilisant React Redux](#)
 Liaisons React officielles pour Redux

Figure 3: Screen des technologies web utilisées (informations récupérées par BuiltWith (<https://builtwith.com/>))

- Performances du site

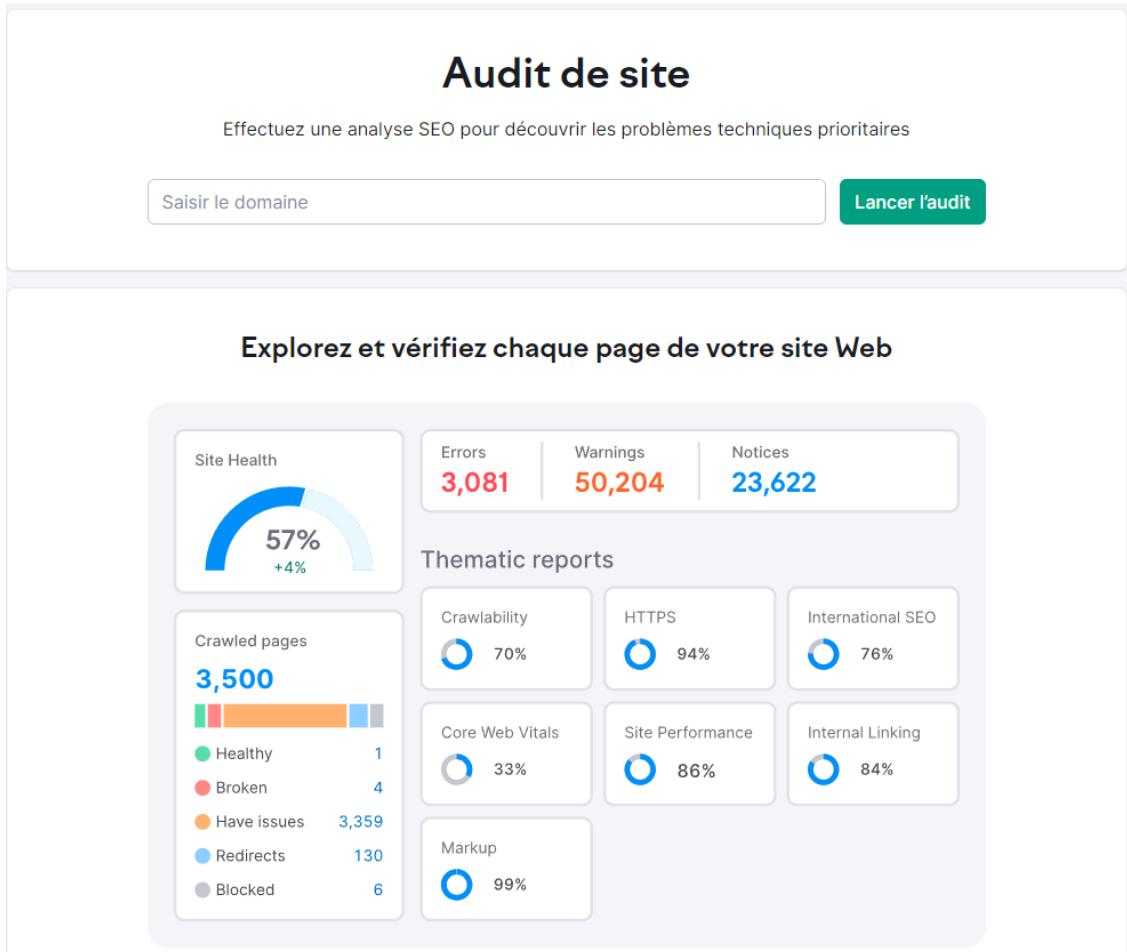


Figure 1: Informations de la version desktop recueillies par PageSpeed Insights sur les performances (06.06.2024)

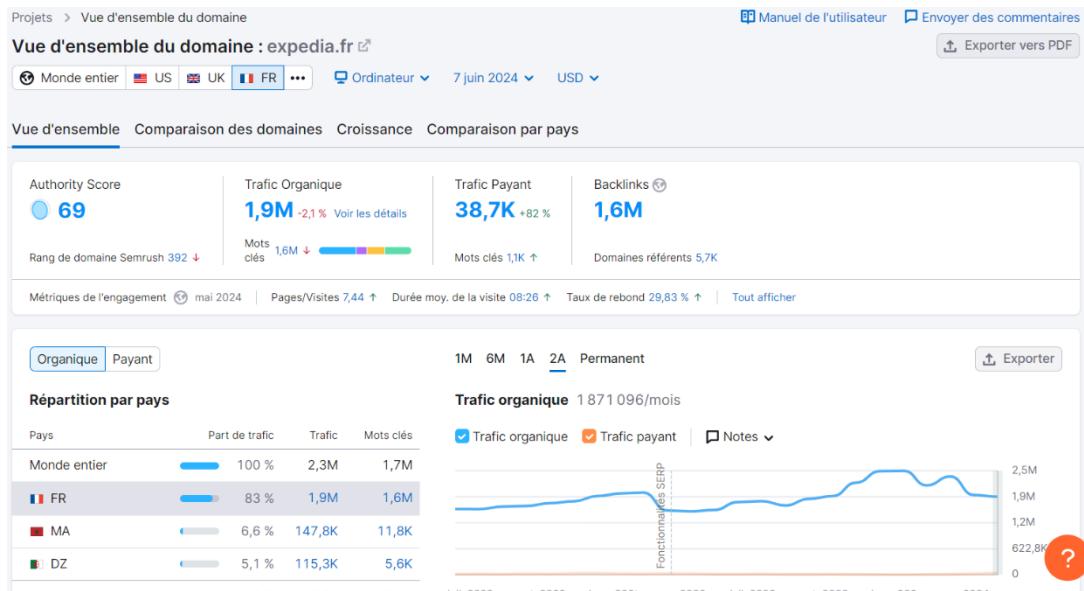


Figure 5: Informations recueillies par Semrush sur le trafic (07.06.2024)

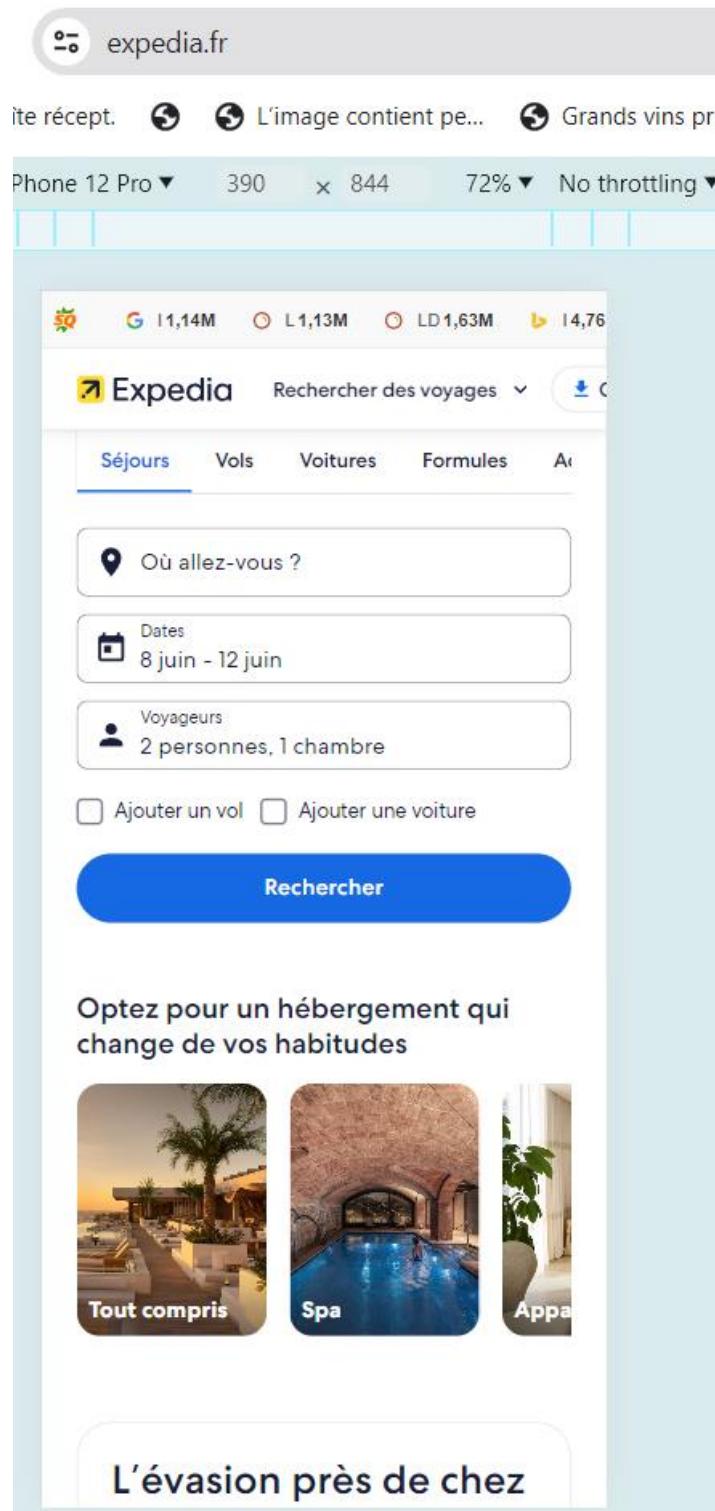


Figure 6: Version mobile du site consultée sur Iphone 12 pro

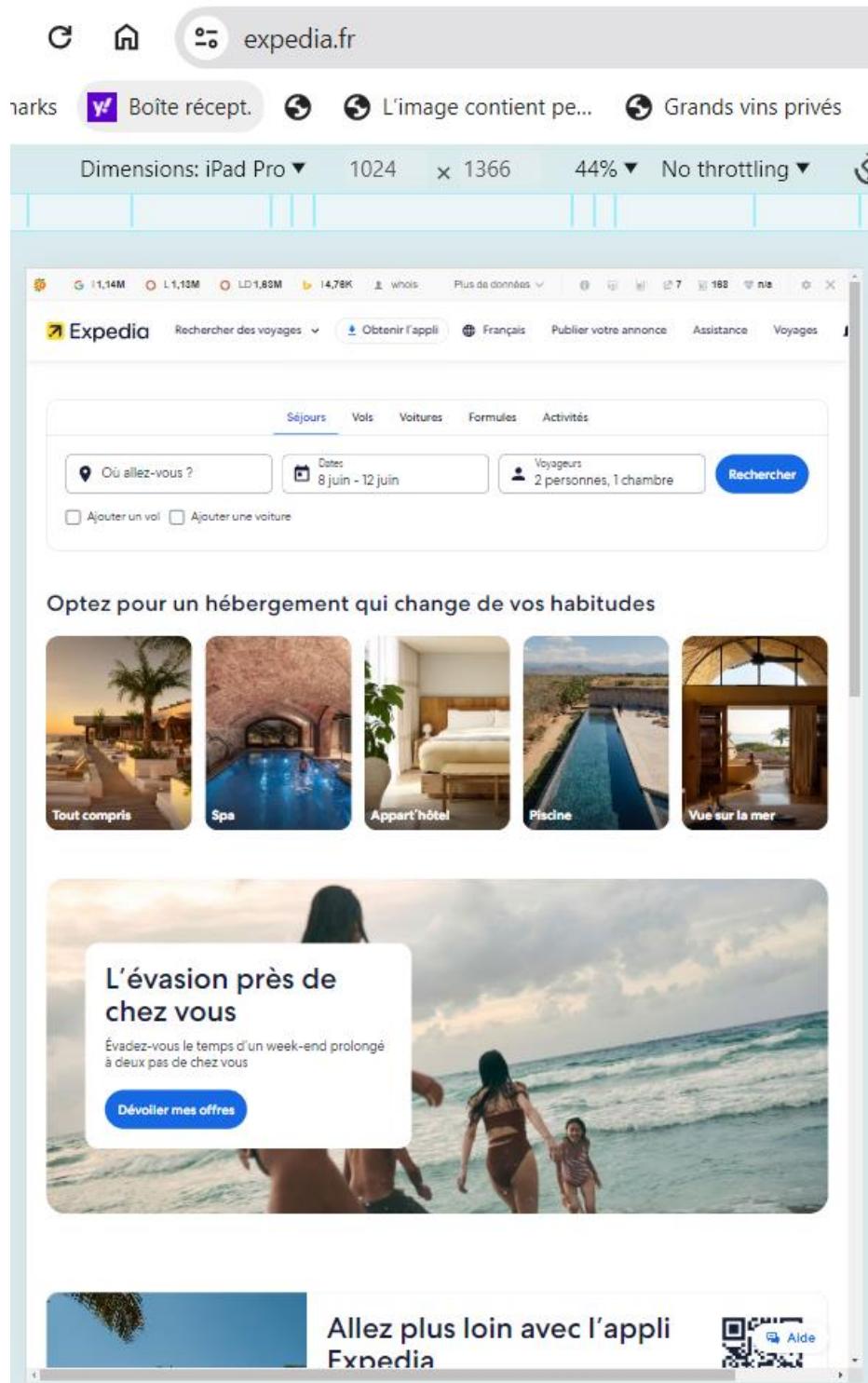


Figure 7: Version mobile du site consultée sur Ipad pro

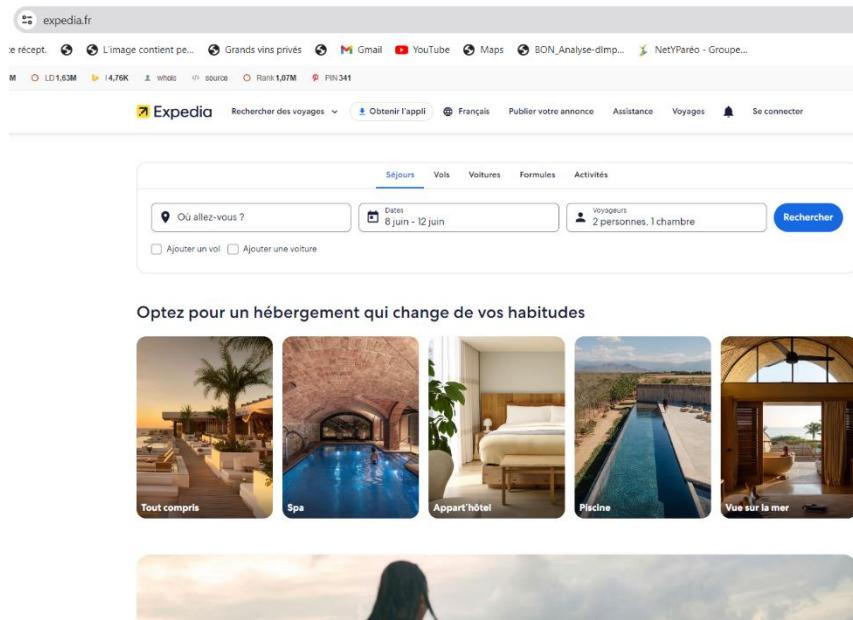


Figure 8: Version desktop

Audit de référencement

SEO détaillé

Mots-clés :

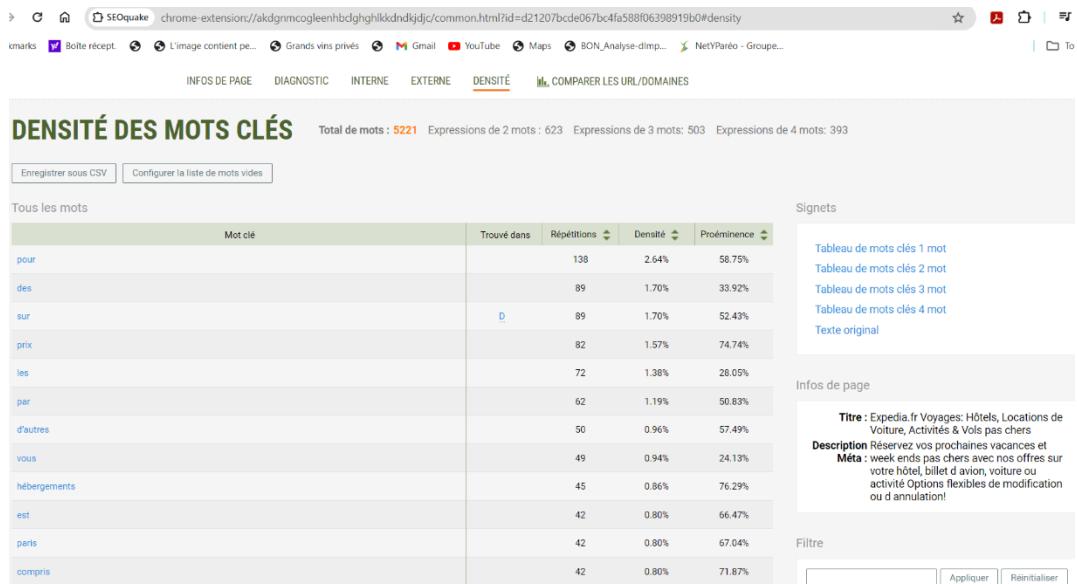


Figure 1: Densité des mots clés recueillie avec l'outil SeoQuake

INFOS DE PAGE DIAGNOSTIC INTERNE EXTERNE DENSITÉ COMPARER LES URL/DOMAINES

Domaine :

	I: 1,14M		I: n/a		I: 4,76K		Rank: 1,07M		Traffic: 843		Costs: 300		IKS: n/a
	I: n/a		I: 66										

Backlinks :

	L: 1,13M		LD: 1,63M		LRD: 1,65M
--	----------	--	-----------	--	------------

Densité des mots clés

Nombre total de mots : 5277. [Voir tout](#)

Mot clé	Trouvé dans	Répétitions	Densité
pour		138	2.62%
des		89	1.69%
sur	K	89	1.69%
prix		82	1.55%
les		73	1.38%
par		62	1.17%

Figure 2:Densité des mots clés recueillie sur les moteurs de recherche avec l'outil SeoQuake

| MODE D'EMPLOI | UNE SUGGESTION ?

<https://www.expedia.fr/>

INFO DE PAGE DIAGNOSTIC INTERNE EXTERNE DENSITÉ COMPARER LES URL/DOMAINES

INFOS DE PAGE

Infos de base :

Titre : Expedia.fr Voyages: Hôtels, Locations de Voiture, Activités & Vols pas chers

Description Métadescription : Réservez vos prochaines vacances et week ends pas chers avec nos offres sur votre hôtel, billet d'avion, voiture ou activité Options flexibles de modification ou d'annulation!

Liens internes : 225 (0 nofollow)

Liens externes : 17 (0 nofollow)

Serveur :

Imprimer

Paramètres :

Page :

	Cached: error		PIN: 341
--	---------------	--	----------

Figure 3: Screen de métadescription

Titre : Expedia.fr Voyages: Hôtels, Locations de Voiture, Activités & Vols pas chers

Description Réservez vos prochaines vacances et week ends pas chers avec nos offres sur votre hôtel, billet d

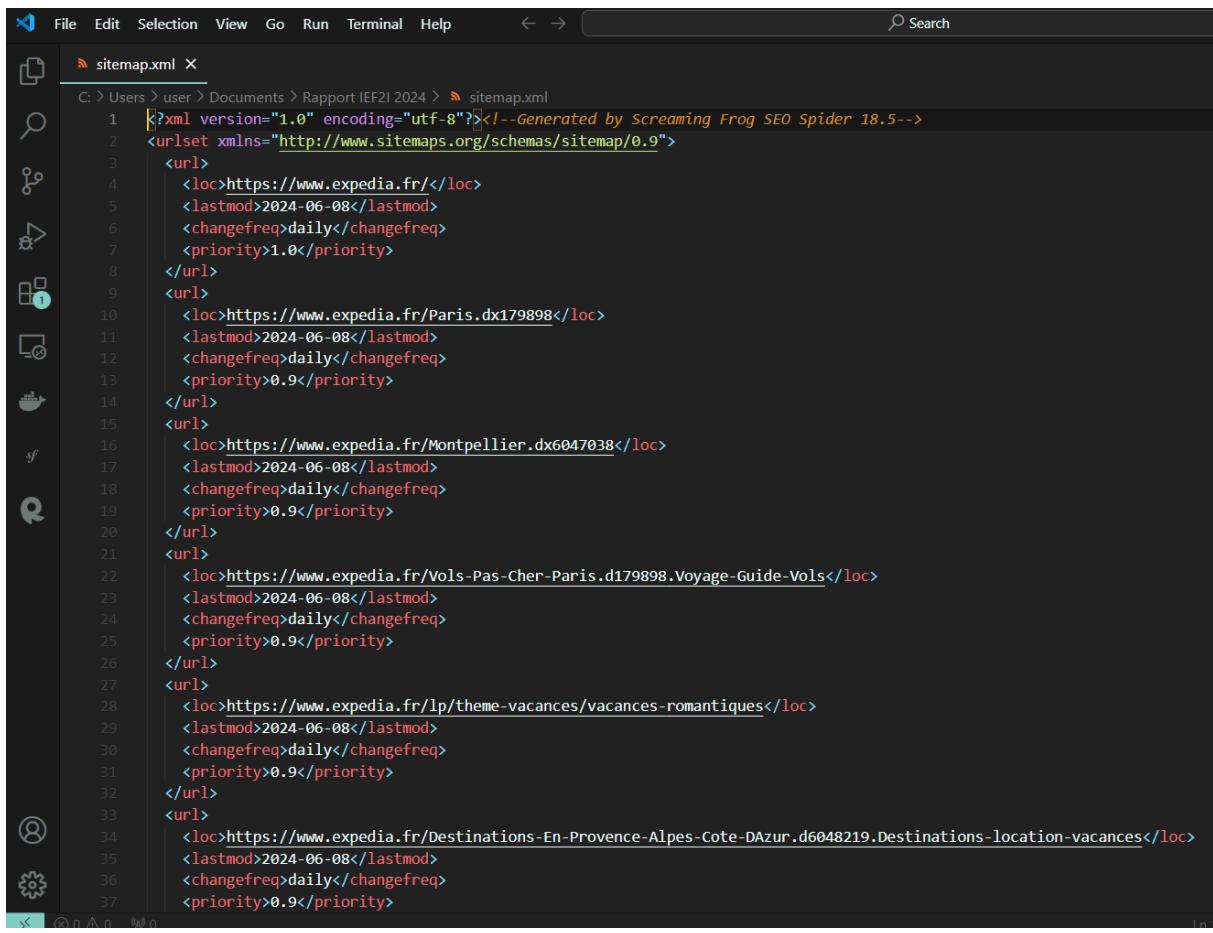
Méta : avion, voiture ou activité Options flexibles de modification ou d annulation!

Balises Hn (Heading) :

INFOS DE PAGE	DIAGNOSTIC	INTERNE	EXTERNE	DENSITÉ	COMPARER LES URL/DOMAINES
URL	✓	15 caractères – optimal. www.expedia.fr/			Astuces▼
Canonique	✓	Une balise canonical est définie pour cette page et le lien fonctionne bien. https://www.expedia.fr/			Astuces▼
Titre	⚠	76 caractères – moyen. Solution optimale entre 10 et 70 caractères. Expedia.fr Voyages: Hôtels, Locations de Voiture, Activités & Vols pas chers			Astuces▼
Description Méta	✓	177 caractères – optimal. Réservez vos prochaines vacances et week-ends pas chers avec nos offres sur votre hôtel, billet d'avion, voiture ou activité. Options flexibles de modification ou d'annulation!			Astuces▼
En-têtes	⚠	Nous voyons que votre page implémente des en-têtes HTML mais les en-têtes <H1> à <H3> n'apparaissent pas. Cette situation doit être corrigée. H1 (0), H2 (14), H3 (102), H4 (48), H5 (10), H6 (0) <H2>: Les membres connectés économisent 10 % minimum sur plus de 100 000 hôtels dans le monde. <H2>: Optez pour un hébergement qui change de vos habitudes <H2>: L'évasion près de chez vous <H2>: Découvrez les hébergements dans les destinations tendance <H2>: Offres de dernière minute pour le week-end <H2>: Explorez ces séjours uniques <H2>: Allez plus loin avec l'appli Expedia <H2>: Gagnez des points sur les vols, hôtels et voitures éligibles, et plus encore <H2>: Sortez des sentiers battus. Les membres économisent plus <H2>: Cet été, optez pour le tout compris et faites des économies <H2>: Sortez du quotidien en voyageant sur un coup de tête <H2>: Embarquement immédiat vers des destinations de rêve			Astuces▼

Figure 4: Screen montrant un problème d'affichage avec les balises H1 à H3 avec l'outil SeoQuake (ce 08.06.2024)

Fichiers sitemap.xml et robots.txt :



```

sitemap.xml

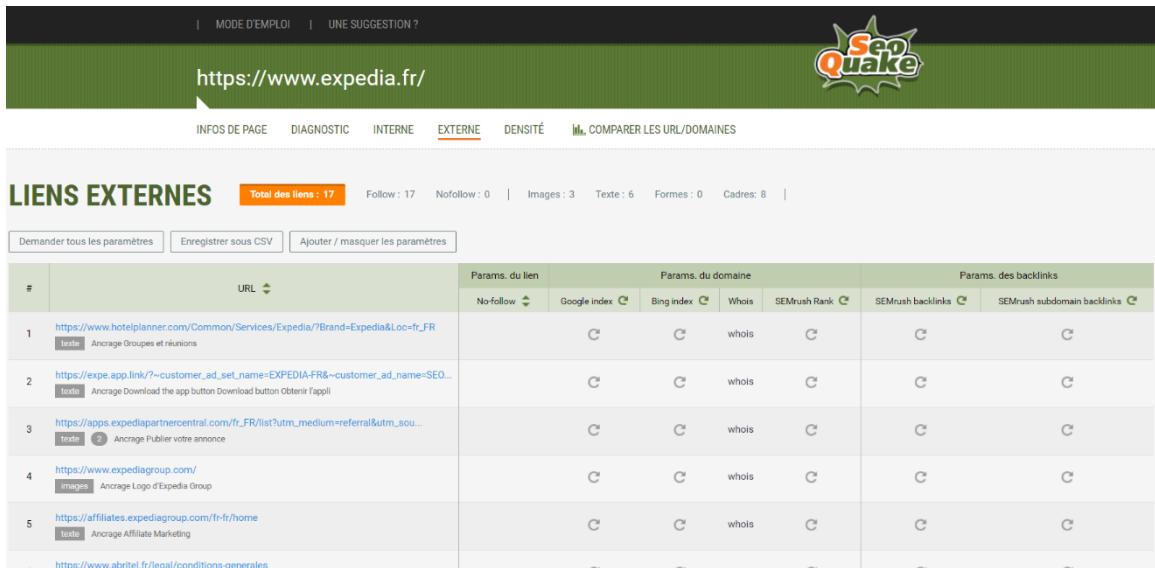
C: > Users > user > Documents > Rapport IEF2I 2024 > sitemap.xml
1  <?xml version="1.0" encoding="utf-8"?><!--Generated by Screaming Frog SEO Spider 18.5-->
2  <urlset xmlns="http://www.sitemaps.org/schemas/sitemap/0.9">
3    <url>
4      <loc>https://www.expedia.fr/</loc>
5      <lastmod>2024-06-08</lastmod>
6      <changefreq>daily</changefreq>
7      <priority>1.0</priority>
8    </url>
9    <url>
10       <loc>https://www.expedia.fr/Paris.dx179898</loc>
11       <lastmod>2024-06-08</lastmod>
12       <changefreq>daily</changefreq>
13       <priority>0.9</priority>
14     </url>
15     <url>
16       <loc>https://www.expedia.fr/Montpellier.dx6047038</loc>
17       <lastmod>2024-06-08</lastmod>
18       <changefreq>daily</changefreq>
19       <priority>0.9</priority>
20     </url>
21     <url>
22       <loc>https://www.expedia.fr/Vols-Pas-Cher-Paris.d179898.Voyage-Guide-Vols</loc>
23       <lastmod>2024-06-08</lastmod>
24       <changefreq>daily</changefreq>
25       <priority>0.9</priority>
26     </url>
27     <url>
28       <loc>https://www.expedia.fr/lp/theme-vacances/vacances-romantiques</loc>
29       <lastmod>2024-06-08</lastmod>
30       <changefreq>daily</changefreq>
31       <priority>0.9</priority>
32     </url>
33     <url>
34       <loc>https://www.expedia.fr/Destinations-En-Provence-Alpes-Cote-DAzur.d6048219.Destinations-location-vacances</loc>
35       <lastmod>2024-06-08</lastmod>
36       <changefreq>daily</changefreq>
37       <priority>0.9</priority>

```

Figure 9: Fichier sitemap.xml récupéré avec ScreamingFrog SEO Spider 18.5

- Sitemap.xml : Le sitemap contient les URL des pages importantes du site, aidant les moteurs de recherche à indexer le contenu de manière efficace.
- Robots.txt : Le fichier robots.txt indique aux robots d'exploration des moteurs de recherche quelles parties du site ils peuvent ou ne peuvent pas explorer.

Maillage interne et backlinks :



LIENS EXTERNAUX

Total des liens : 17 | Follow : 17 | Nofollow : 0 | Images : 3 | Texte : 6 | Formes : 0 | Cadres : 8

#	URL	Params. du lien	Params. du domaine	Params. des backlinks				
		NoFollow ↗	Google index ↗	Bing index ↗	Whois	SEMrush Rank ↗	SEMrush backlinks ↗	SEMrush subdomain backlinks ↗
1	https://www.hotelplanner.com/Common/Services/Exedia/?Brand=Exedia&Loc=fr_FR texte Ancre Grèves et réunions	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗
2	https://expe.app.link/?~customer_ad_set_name=EXPEDIA-FR&~customer_ad_name=SEO... texte Ancre Download the app button Download button Obtenir l'app	✗	✗	✗	whois	✗	✗	✗
3	https://apps.expediapartnercentral.com/fr_FR/list?utm_medium=referral&utm_sou... texte Ancre Publier votre annonce	✗	✗	✗	whois	✗	✗	✗
4	https://www.expediagroup.com/ images Ancre Logo d'Exedia Group	✗	✗	✗	whois	✗	✗	✗
5	https://affiliates.expediagroup.com/fr/fr/home texte Ancre Affiliate Marketing	✗	✗	✗	whois	✗	✗	✗
	https://www.abitel.fr/legal/conditions-generales	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗

Figure 5: Screen montrant les backlinks avec l'outil SeoQuake

The screenshot shows the SeoQuake extension's interface for analyzing external links. The main header includes 'MODE D'EMPLOI', 'UNE SUGGESTION ?', and the URL 'https://www.expedia.fr/'. Below the header, there are tabs for 'INFOS DE PAGE', 'DIAGNOSTIC', 'INTERNE', 'EXTERNE' (which is selected), 'DENSITÉ', and 'COMPARER LES URL/DOMAINES'. The 'LIENS EXTERNES' section displays a table with 5 rows of data. The columns include '#', 'URL', 'Params. du lien' (with 'No-follow' dropdown), 'Params. du domaine' (with 'Google index', 'Bing index', 'Whois', and 'SEMrush Rank' dropdowns), and 'Params. des backlinks' (with 'SEMrush backlinks' and 'SEMrush subdomain backlinks' dropdowns). Each row contains a link from expedia.fr to another website, along with its anchor text and a small note about the anchor type (e.g., 'Ancre Gruppes et réunions', 'Ancre Download the app button', etc.).

Figure 6: Screen montrant les liens internes avec l'outil SeoQuake

- Maillage interne : Le site utilise probablement un maillage interne pour relier les pages pertinentes entre elles, améliorant ainsi la navigation pour les utilisateurs et le classement dans les moteurs de recherche.
- Backlinks : Le site cherche probablement à obtenir des backlinks de qualité à partir d'autres sites web pertinents pour renforcer son autorité et son classement dans les résultats de recherche.

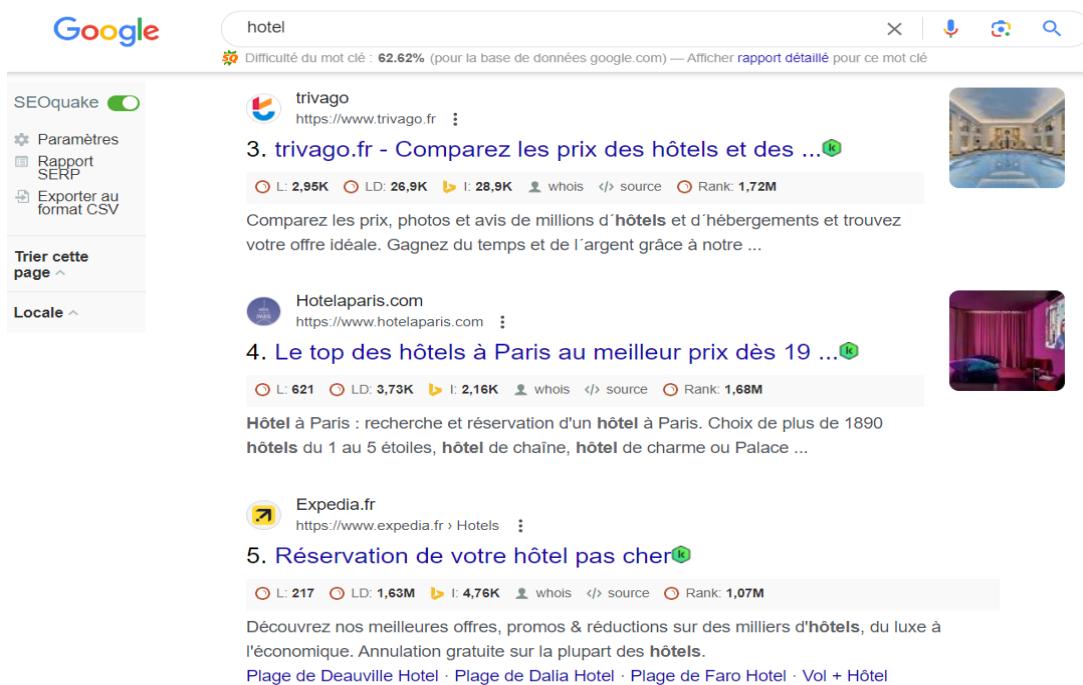
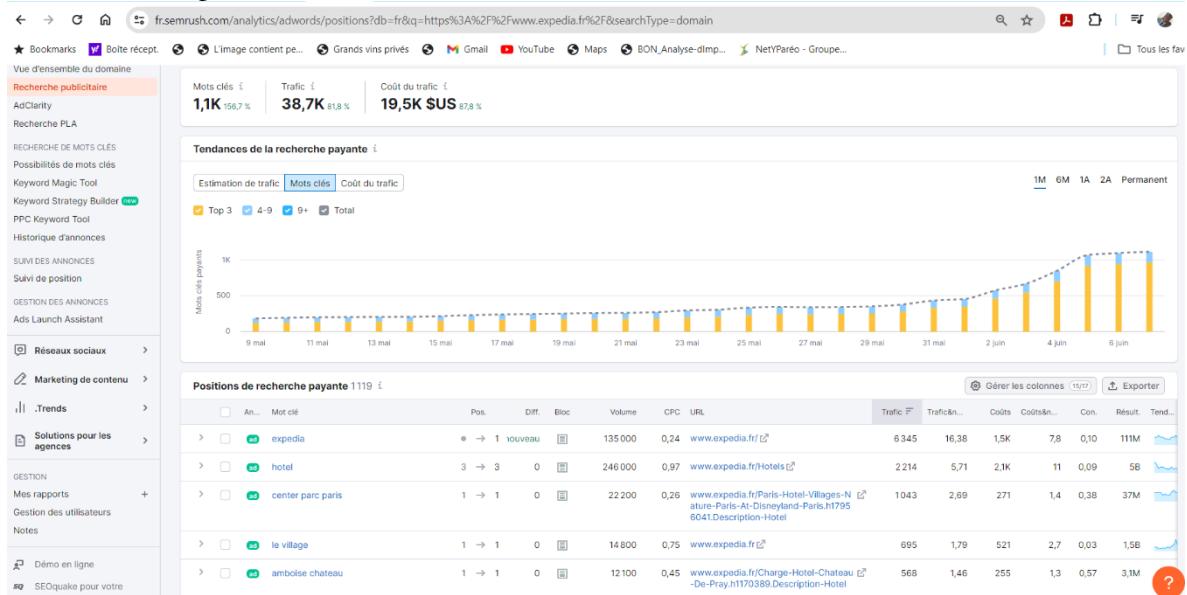
Protocole HTTPS :

The screenshot shows the Site Audit tool's interface. The top section is titled 'Audit de site' with the sub-instruction 'Effectuez une analyse SEO pour découvrir les problèmes techniques prioritaires'. It features a search bar 'Saisir le domaine' and a green 'Lancer l'audit' button. The main section is titled 'Explorez et vérifiez chaque page de votre site Web'. It displays various performance metrics in cards. One card, 'Site Health', shows a blue progress bar at 57% with '+4%' below it. Another card, 'Thematic reports', includes a box for 'HTTPS' which is highlighted with a red circle, showing a value of 94%. Other cards show 'Errors: 3,081', 'Warnings: 50,204', 'Notices: 23,622', 'Crawled pages: 3,500' (with a breakdown of healthy, broken, have issues, redirects, and blocked pages), 'Crawlability: 70%', 'Core Web Vitals: 33%', 'Site Performance: 86%', 'International SEO: 76%', and 'Internal Linking: 84%'.

Figure 7: Screen montrant que le site est sécurisé en https

- Le site utilise probablement le protocole HTTPS pour sécuriser les communications entre les utilisateurs et le serveur, ce qui est important pour la confidentialité des données et pour améliorer le classement dans les résultats de recherche de Google.

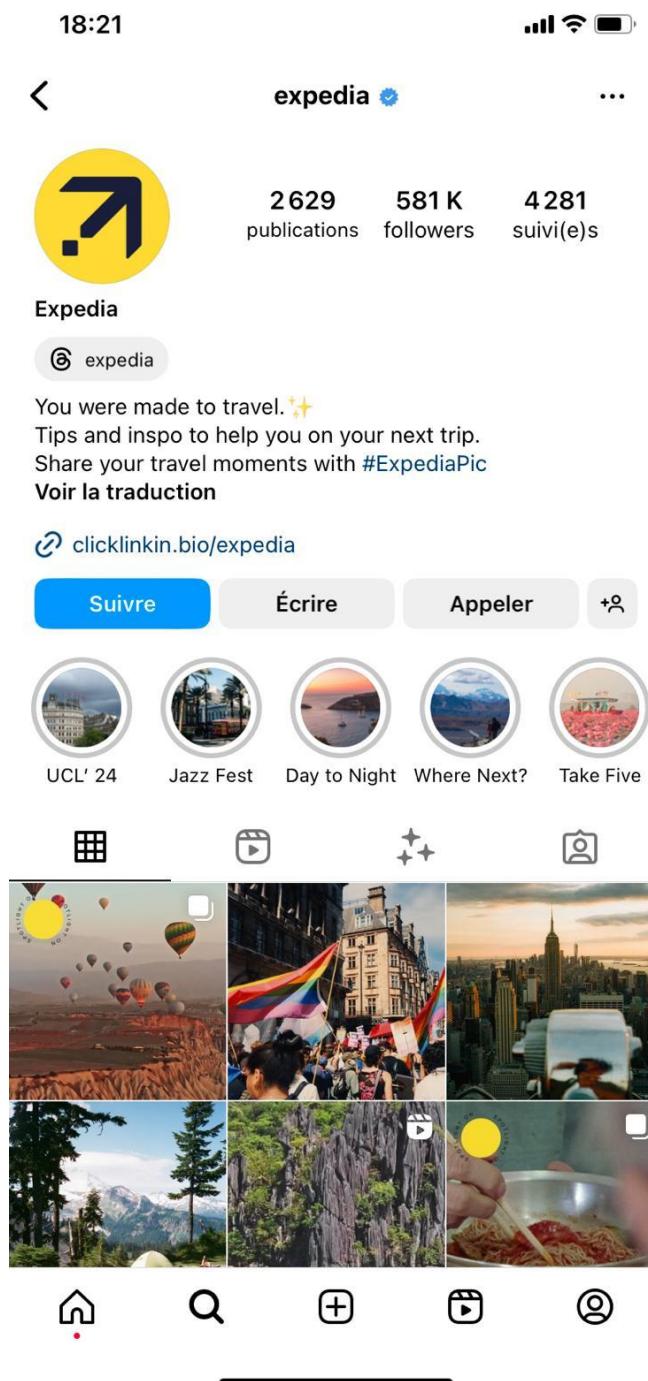
1 SEA et publicité



Partenariats

Expedia n'a pas de partenariat affiché sur sa page.

Réseaux sociaux



le compte Instagram semble être très actif et posséder une large audience, ce qui est généralement signe d'une bonne influence et d'un potentiel élevé pour des collaborations commerciales.

Figure 8: Screen des données des réseau social Instagram



Figure 9: Screen des données des réseau social Facebook

Le compte Facebook avec 6,7 millions de mentions "J'aime" et de followers est extrêmement populaire et a un grand potentiel d'influence et de monétisation. Pour une analyse plus précise, il serait bénéfique d'examiner les taux d'engagement sur les publications individuelles et d'autres métriques d'interaction.

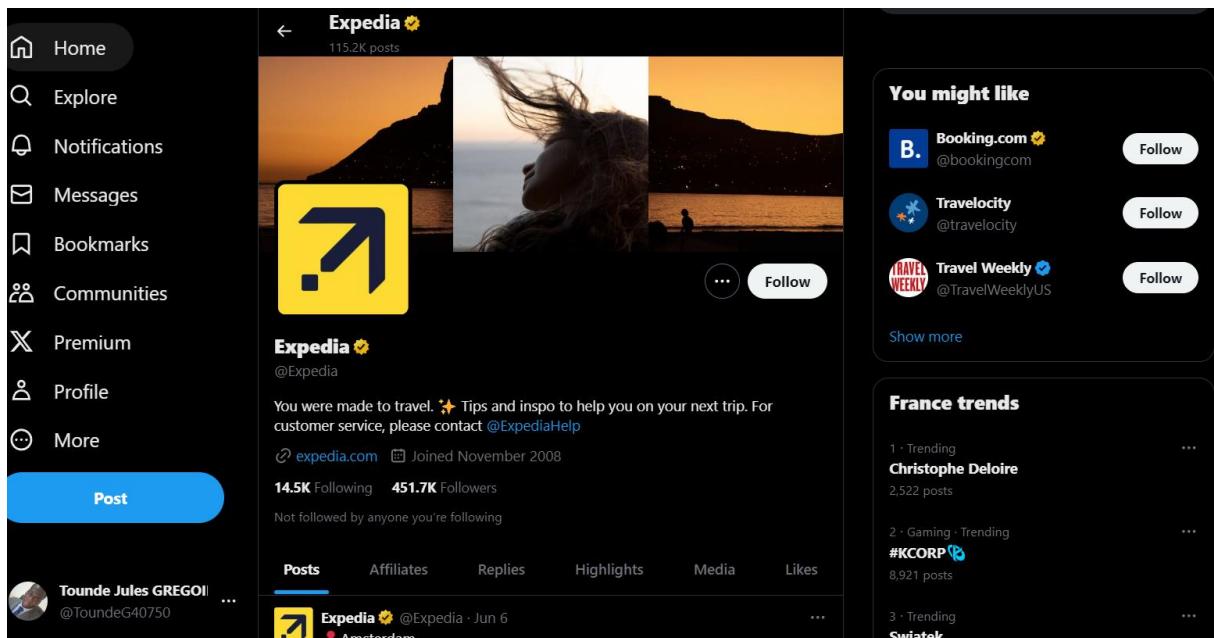


Figure 10: Screen des données des réseau social X

Le compte X avec 14,5 abonnements et 451,7k abonnés est un compte très populaire et influent. La sélectivité dans les abonnements et le nombre élevé d'abonnés suggèrent une forte présence et une grande attractivité.

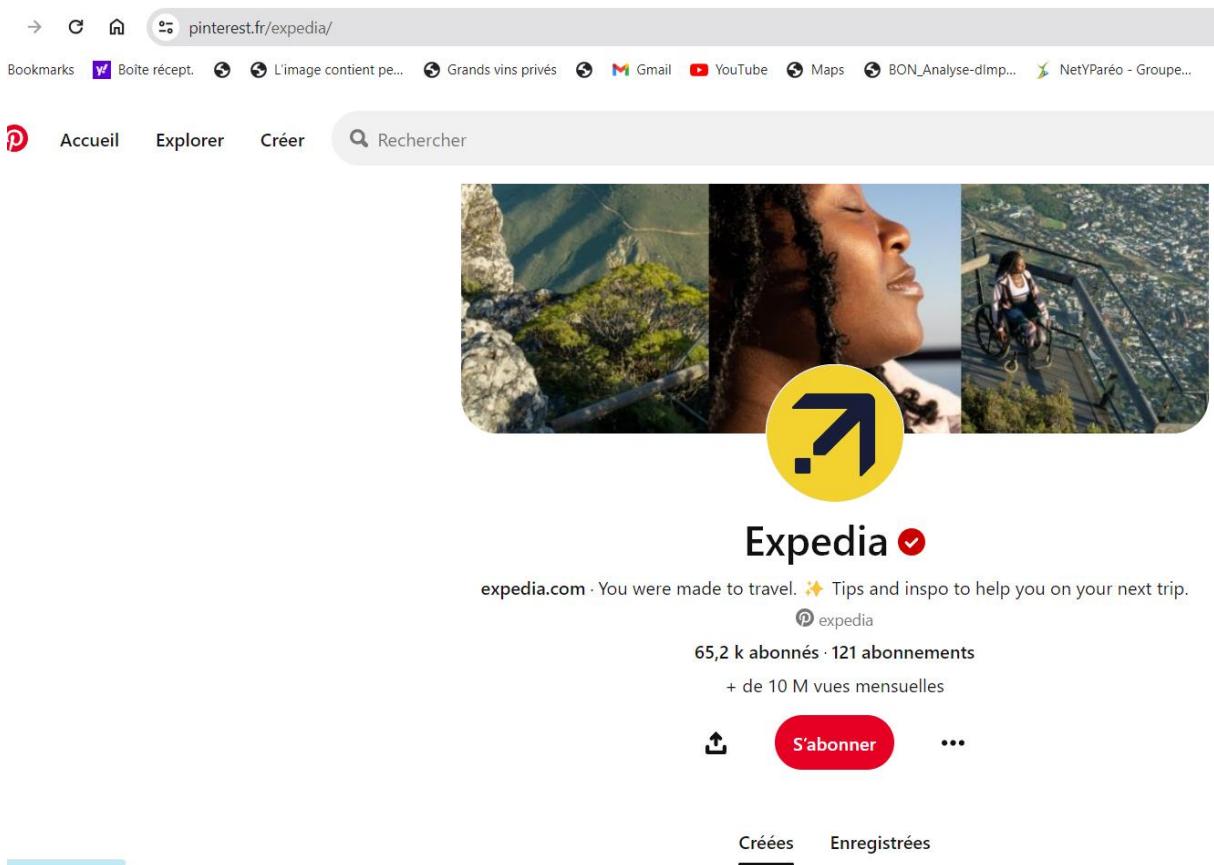


Figure 5: Screen des données des réseau social Pinterest

un compte Pinterest avec 65,2k abonnés, 121 abonnements, et plus de 10 millions de vues mensuelles est très influent et atteint un large public. Cela indique un contenu de haute qualité et une stratégie de publication efficace. Ce compte a un fort potentiel pour des opportunités de monétisation et pour continuer à croître en influence et en popularité

Méthodes AIDA

La méthode AIDA est une technique de marketing qui vise à attirer l'attention, susciter l'intérêt, créer le désir et inciter à l'action. Voici comment la méthode AIDA peut-être appliquée au site Expedia:

Méthode	Objectifs	Actions
Attention (Attirer l'attention)	But : L'objectif ici est de capter l'attention des visiteurs dès qu'ils arrivent sur votre site ou votre contenu promotionnel.	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Visuel attractif : La page d'accueil utilise des images haute résolution de destinations populaires pour capter l'attention. <input type="checkbox"/> Titres accrocheurs : Des phrases comme "Offres de dernière minute pour le week-end" ou "Les membres connectés économisent 10% minimum" attirent l'œil immédiatement.
Interest (Susciter l'intérêt)	But : Une fois que vous avez capté l'attention, il faut maintenir l'intérêt du visiteur en lui montrant ce que vous offrez de spécial.	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Descriptions détaillées : Les offres sont accompagnées de descriptions et d'avis détaillés pour susciter l'intérêt des visiteurs. <input type="checkbox"/> Personnalisation : Suggestions de destinations basées sur les tendances et les recherches de l'utilisateur.
Desire (Provoquer le désir)	But : Transformez l'intérêt en désir en montrant aux visiteurs pourquoi ils doivent choisir vos hébergements pour leur prochaine escapade.	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Réductions et offres spéciales : Affichage de prix réduits et d'offres exclusives pour inciter les utilisateurs à vouloir réserver. <input type="checkbox"/> Avantages membres : Promotion des avantages de rejoindre Expedia Rewards pour créer un désir d'appartenir à ce programme.
Action (Inciter à l'action)	But : Enfin, encouragez les visiteurs à passer à l'action en rendant le processus aussi simple et attrayant que possible.	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Boutons de réservation : Boutons clairement visibles comme "Réserver un voyage" incitant les utilisateurs à passer à l'action. <input type="checkbox"/> Facilité de navigation : Interface utilisateur simplifiée pour rechercher et réserver rapidement des voyages, vols et hôtels.

Audit de design et d'ergonomie

Logo :



Le logo d'Expedia.fr est conçu pour être simple, mémorable et évocateur de voyages, reflétant efficacement la mission de l'entreprise.

Couleurs et typographies :

Couleurs

Le site Expedia.fr utilise principalement les couleurs suivantes, avec leurs codes hexadécimaux :

1. Bleu (Blue) :

- **Code Hex :** #003A70
- Utilisé principalement pour le logo, les boutons de navigation et les liens, évoquant la confiance et la fiabilité.

2. Jaune (Yellow) :

- **Code Hex :** #FFCC00
- Présent dans le logo et certains boutons, le jaune attire l'attention et suggère l'optimisme et l'énergie.

3. Blanc (White) :

- **Code Hex :** #FFFFFF
- Utilisé pour le fond principal du site, offrant une lisibilité claire et une apparence propre et moderne.

4. Gris (Gray) :

- **Code Hex :** #E0E0E0
- Utilisé pour les textes secondaires et les fonds alternatifs, ajoutant de la profondeur sans distraire de l'information principale.

Ces couleurs sont choisies pour créer un design attrayant, professionnel et en accord avec l'image de marque d'Expedia ([Expedia.fr](#)) ([Expedia.fr](#)).

Typographies

Le site Expedia.fr utilise plusieurs typographies pour assurer une expérience utilisateur cohérente et visuellement agréable. Voici les principales typographies employées :

1. Helvetica Neue :

- Cette police est largement utilisée pour son apparence propre et moderne. Elle est couramment utilisée dans les titres et les sous-titres pour sa lisibilité et son design épuré.

2. Arial :

- Arial est une police sans-serif qui est souvent utilisée comme alternative à Helvetica. Elle est utilisée pour les paragraphes de texte et les descriptions détaillées sur le site, offrant une lecture confortable et claire.

3. Georgia :

- Cette police serif est parfois utilisée pour ajouter une touche de sophistication et de tradition, souvent dans des contextes spécifiques comme les citations ou les notes de bas de page.

4. Sans-serif Générique :

- En plus des polices spécifiques mentionnées ci-dessus, Expedia utilise des polices sans-serif génériques pour assurer une compatibilité maximale sur tous les appareils et navigateurs. Cela garantit que le contenu reste lisible même si les polices principales ne sont pas disponibles sur certains systèmes.

Ces typographies sont choisies pour leur lisibilité, leur modernité et leur capacité à créer une hiérarchie visuelle claire sur le site, améliorant ainsi l'expérience utilisateur.

Sources

Critères de Bastien et Scapin	Objectifs	Actions
Guidage	Critère : Assurer que les utilisateurs savent toujours où ils se trouvent, ce qu'ils peuvent faire et comment atteindre leurs objectifs.	<ul style="list-style-type: none"> □ Visibilité et clarté des éléments : Le site Expedia.fr affiche clairement les options de navigation avec des boutons bien marqués pour les catégories principales comme les vols, hôtels, locations de voitures, etc. Les menus sont bien structurés et les utilisateurs peuvent facilement trouver ce qu'ils cherchent. □ Instructions claires : Les étapes pour effectuer une réservation sont clairement indiquées, avec des champs de saisie bien étiquetés et des instructions contextuelles lorsqu'une information spécifique est requise.
Charge de Travail	Critère : Minimiser la charge cognitive et la charge physique des utilisateurs.	<ul style="list-style-type: none"> □ Réduction de la charge cognitive : Le site utilise des visuels attractifs et des icônes compréhensibles qui aident à réduire la charge cognitive. Les filtres de recherche sont bien organisés, permettant aux utilisateurs de raffiner facilement leurs choix sans surcharge d'information. □ Automatisation des tâches répétitives : L'utilisation de l'autocomplétion pour les champs de recherche et la mémorisation des recherches récentes facilite l'expérience utilisateur.
Contrôle explicite	Critère : Donner aux utilisateurs un sentiment de contrôle sur leurs actions et leurs décisions.	<ul style="list-style-type: none"> □ Maîtrise de l'utilisateur sur les actions : Les utilisateurs peuvent facilement modifier ou annuler leurs choix à chaque étape du processus de réservation. Les boutons de retour en arrière et d'annulation sont toujours visibles. □ Feedback immédiat : Après chaque action, comme la soumission d'un formulaire, le site fournit un retour immédiat, informant l'utilisateur que l'action a été prise en compte.
Adaptabilité	Critère : Adapter l'interface aux besoins et préférences de chaque utilisateur.	<ul style="list-style-type: none"> □ Personnalisation : Expedia.fr propose des recommandations personnalisées basées sur les recherches antérieures et les préférences de l'utilisateur. Les offres sont ajustées en fonction des comportements et des profils des utilisateurs. □ Accessibilité : Le site est responsive et s'adapte bien aux différentes tailles d'écran, rendant l'expérience utilisateur agréable tant sur mobile que sur ordinateur.

Gestion des erreurs :	Critère : Aider les utilisateurs à éviter les erreurs et les aider à les corriger lorsqu'elles surviennent.	<input type="checkbox"/> Prévention des erreurs : Des messages d'erreur clairs apparaissent lorsque des champs obligatoires ne sont pas remplis correctement. Les utilisateurs sont guidés pour corriger leurs erreurs sans frustration. <input type="checkbox"/> Correction des erreurs : Il est facile de corriger une information erronée, comme modifier les dates de voyage ou les détails des passagers, sans avoir à recommencer tout le processus.
Homogénéité/Cohérence	Critère : Garantir une expérience utilisateur fluide et intuitive.	<input type="checkbox"/> Consistance visuelle et fonctionnelle : Le design du site est cohérent sur toutes les pages, avec une typographie, des couleurs et des styles d'icônes uniformes. Cela aide les utilisateurs à naviguer sans confusion. <input type="checkbox"/> Terminologie uniforme : Les termes utilisés pour les différentes options et fonctionnalités sont cohérents, ce qui évite les malentendus.
Significance des codes et dénominations	Critère : Garantir que les utilisateurs comprennent facilement les termes et les symboles utilisés dans une interface.	<input type="checkbox"/> Clarté des labels : Les étiquettes des boutons et des liens sont descriptives et sans ambiguïté. Les utilisateurs peuvent comprendre immédiatement l'action associée à chaque bouton. <input type="checkbox"/> Utilisation d'icônes compréhensibles : Les icônes utilisées sur le site sont standardisées et facilement reconnaissables, aidant les utilisateurs à comprendre rapidement leur signification.
Compatibilité (Compatibility)	Critère : S'assurer que l'interface utilisateur est alignée avec les attentes et les connaissances des utilisateurs.	<input type="checkbox"/> Alignement avec les attentes des utilisateurs : Le site est conçu de manière à répondre aux attentes courantes des utilisateurs en matière de réservation de voyages, avec des processus de recherche et de réservation familiers et intuitifs. <input type="checkbox"/> Compatibilité avec les standards web : Expedia.fr suit les normes et standards web, assurant une compatibilité avec la plupart des navigateurs et des dispositifs.

- Informations collectées à partir de l'exploration du site Expedia.fr et de documents d'assistance client disponibles en ligne ([Wikipédia, l'encyclopédie libre](#)) ([Expedia.fr](#)) ([Expedia.fr](#)) ([Htgagnant](#)) ([Expedia.com](#)).

Ergonomie via critères heuristiques de Bastien et Scapin ou ceux de Nielsen

Conclusion

En résumé, le site Expedia.fr montre une bonne application des critères heuristiques de Bastien et Scapin, offrant une expérience utilisateur intuitive, cohérente et agréable. Les utilisateurs peuvent naviguer facilement, effectuer des réservations avec un minimum de friction et recevoir un feedback immédiat pour leurs actions, ce qui améliore globalement la satisfaction et l'efficacité de l'utilisation du site.

Audit d'accessibilité

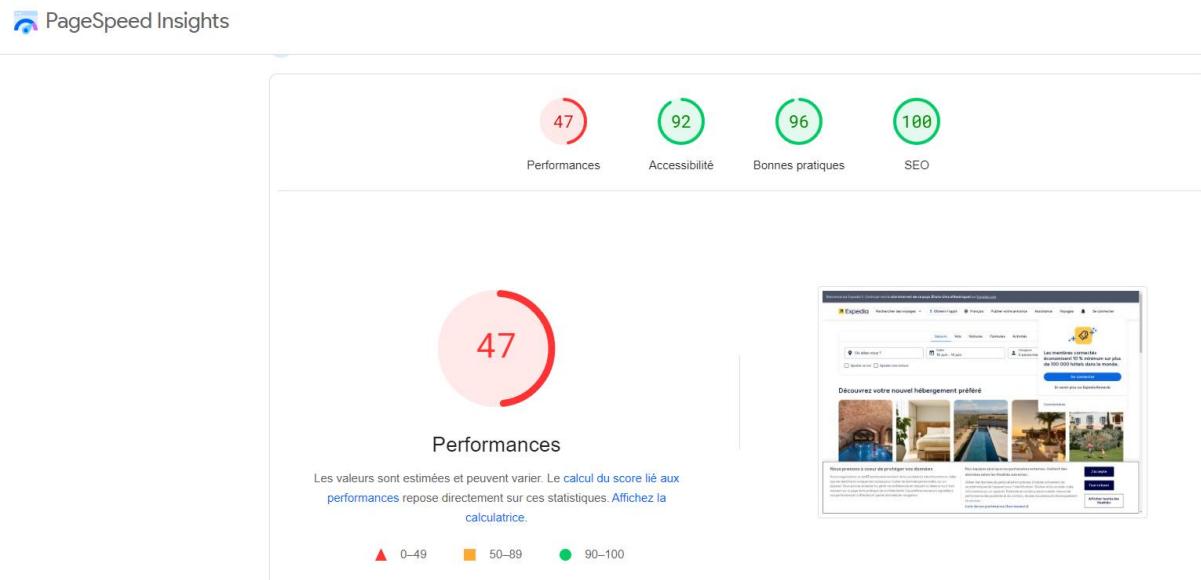


Figure 16: Screen analyse les problèmes de performances (Accessibilité) avec PageSpeed Insight

Pour évaluer l'accessibilité du site Expedia.fr, nous examinerons les quatre principes fondamentaux du WAI : perceptible, utilisable, compréhensible et robuste.

1. Perceptible

Contrastes de couleurs :

- Analyse :** Le site utilise un contraste de couleurs principalement entre le bleu (#003A70) pour les boutons et les liens et le blanc (#FFFFFF) pour le fond. Les textes importants sont généralement en noir ou en bleu foncé sur fond blanc.
- Observation :** Le contraste entre ces couleurs est suffisant pour assurer une bonne lisibilité. Toutefois, il serait utile de vérifier les contrastes exacts avec des outils comme le Colour Contrast Analyser pour s'assurer qu'ils respectent les normes WCAG 2.1 (minimum AA).

2. Utilisable

Navigation globale :

- Analyse :** Le site dispose d'une barre de navigation claire en haut de la page avec des catégories bien définies (vols, hôtels, locations de voitures, etc.).
- Observation :** La navigation est intuitive avec des menus déroulants pour les sous-catégories, facilitant l'accès aux différentes sections du site.

Présence ou non de plugins d'accessibilité :

- Analyse :** Il n'y a pas de plugins d'accessibilité apparents tels que des outils pour ajuster la taille du texte, les contrastes ou des lecteurs d'écran intégrés.
- Observation :** L'ajout de tels plugins pourrait améliorer l'accessibilité du site pour les utilisateurs ayant des besoins spécifiques.

3. Compréhensible

Sémantique et ARIA :

- Analyse :** L'utilisation correcte des balises HTML5 (comme <header>, <nav>, <main>, et <footer>) et des rôles ARIA (Accessible Rich Internet Applications) est cruciale pour l'accessibilité.

- **Observation :** Une analyse approfondie du code source montre que des rôles ARIA sont partiellement utilisés, mais une évaluation détaillée avec des outils comme le WAVE (Web Accessibility Evaluation Tool) serait nécessaire pour identifier les améliorations possibles.

Formulaires (messages, labels...) :

- **Analyse :** Les formulaires de réservation sont clairement structurés avec des labels appropriés pour chaque champ.
- **Observation :** Les champs de formulaire ont des labels associés et des messages d'erreur clairs apparaissent en cas de saisie incorrecte, mais l'utilisation de balises <label> et d'attributs aria-label pour améliorer l'accessibilité pourrait être vérifiée et renforcée.

4. Robuste

Compatibilité avec les technologies d'assistance :

- **Analyse :** Le site semble compatible avec la plupart des navigateurs modernes et est responsive, ce qui est un bon point pour la robustesse.
- **Observation :** Il serait bénéfique de tester le site avec des lecteurs d'écran comme JAWS, NVDA, ou VoiceOver pour s'assurer qu'il est bien interprété par ces technologies.

Résumé et recommandations

1. **Contrastes de couleurs :** Confirmer les contrastes avec des outils spécifiques et ajuster si nécessaire.
2. **Navigation globale :** Bonne, mais l'ajout de plugins d'accessibilité pourrait améliorer l'expérience.
3. **Sémantique et ARIA :** Vérifier et compléter l'utilisation des rôles ARIA pour une meilleure compatibilité.
4. **Formulaires :** Utilisation correcte des labels et des messages, mais pourrait être renforcée par plus d'attributs ARIA.
5. **Compatibilité :** Tester avec des technologies d'assistance pour confirmer l'accessibilité.

En appliquant ces recommandations, Expedia.fr peut améliorer son accessibilité et offrir une expérience utilisateur plus inclusive.

3. Analyse de stratégie

Cibles et cœur de cible

Nous ciblons ici des hommes et des femmes, vivants en France et recherchant au cours de leurs séjours des appartements atypiques, uniques et/ou insolites.

- L'âge

Autrefois, la location d'appartements atypiques était souvent associée à une clientèle jeune, avide de découvertes et d'expériences uniques. Cependant, tout comme Starbucks a élargi son offre pour inclure le thé et attirer un public plus large, nous visons aujourd'hui une clientèle diversifiée.

Notre objectif n'est plus seulement de séduire les jeunes explorateurs urbains, mais aussi d'attirer les amateurs de toutes générations, avides de découvrir des logements insolites, uniques et chargés de caractère. Qu'il s'agisse d'un loft industriel au cœur de Paris, d'une maison troglodyte en

Dordogne ou d'une cabane perchée dans les arbres en Provence, nous offrons des expériences inoubliables qui raviront aussi bien les jeunes curieux que les seniors en quête de nouvelles aventures.

Nous ciblons ainsi une clientèle intergénérationnelle, composée de jeunes aventuriers à la recherche de sensations nouvelles et de personnes plus âgées, passionnées par les séjours raffinés et originaux. En offrant une variété de logements atypiques, nous répondons aux attentes de tous ceux qui souhaitent sortir des sentiers battus et vivre des moments exceptionnels, quelle que soit leur tranche d'âge.

- L'activité

AtypikHouse est une société spécialisée dans la location d'appartements atypiques, uniques et/ou insolites en France. Nous nous engageons à offrir des expériences de séjour inoubliables grâce à notre sélection rigoureuse de logements exceptionnels.

Tous nos appartements sont soigneusement choisis pour leur caractère unique et leur charme particulier. Que vous souhaitiez séjourner dans un loft industriel à Paris, une maison troglodyte en Dordogne, ou une cabane perchée dans les arbres en Provence, AtypikHouse garantit des logements qui sortent de l'ordinaire et captivent l'imagination.

Nous avons également fait le choix stratégique de collaborer avec un réseau de partenaires franchisés et des revendeurs indépendants passionnés par notre vision. Ces experts dévoués assurent la promotion et la location de nos propriétés par le biais de rencontres et d'événements personnalisés, offrant ainsi une approche plus intime et humaine.

Grâce à cette stratégie de distribution, nous parvenons à toucher un public diversifié et à offrir un service de qualité, centré sur la satisfaction de nos clients et la valorisation de nos logements atypiques. Chez AtypikHouse, chaque séjour est une aventure unique, adaptée aux besoins et aux envies de chacun.

- La CSP (Catégorie Socio-Professionnelle)

à la location d'appartements atypiques, uniques et/ou insolites est réservée pour une catégorie de personnes de la classe moyenne à la classe supérieure.

- Habitude de consommation :

AtypikHouse est une société dédiée à la location d'appartements atypiques, uniques et/ou insolites en France. Nous avons observé que nos clients recherchent avant tout des expériences qui stimulent les sens et éveillent la curiosité, en quête de séjours mémorables et distinctifs.

Nos clients sont guidés par le désir de découvrir des logements qui offrent non seulement un hébergement confortable mais aussi une véritable aventure sensorielle. Que ce soit par la vue imprenable depuis une cabane perchée, l'atmosphère unique d'un loft industriel, ou le charme historique d'une maison troglodyte, chaque séjour avec AtypikHouse est conçu pour émerveiller et inspirer.

Nous avons également constaté que la demande pour des logements atypiques progresse avec l'augmentation des revenus, suivant une tendance similaire à celle observée dans la consommation de produits de luxe. En effet, tout comme la consommation de thé de luxe a augmenté en

France et dans d'autres pays émergents, la recherche de séjours uniques et originaux devient de plus en plus populaire.

AtypikHouse s'engage à offrir une sélection exclusive de propriétés qui répondent aux attentes élevées de nos clients. Chaque appartement est minutieusement sélectionné pour son caractère distinctif et son potentiel à offrir une expérience hors du commun. Nous travaillons également avec un réseau de partenaires locaux passionnés qui partagent notre vision et contribuent à promouvoir nos logements exceptionnels.

En choisissant AtypikHouse, vous optez pour un séjour qui va au-delà du simple hébergement, vous plongeant dans une aventure unique où chaque détail est pensé pour offrir un équilibre parfait entre confort et découverte. Nous vous invitons à explorer nos offres et à découvrir des séjours qui marquent les esprits et créent des souvenirs durables.

Cibles

1. Jeunes professionnels (25-35 ans) :

- **Profil :** Célibataires ou couples sans enfants, souvent urbains, avec un pouvoir d'achat moyen à élevé.
- **Motivations :** Recherche d'originalité, désir de se démarquer, attrait pour les expériences uniques.
- **Comportements :** Utilisent fréquemment les plateformes de location en ligne, sont actifs sur les réseaux sociaux, et aiment partager leurs expériences.

2. Touristes étrangers :

- **Profil :** Visiteurs internationaux à la recherche d'expériences uniques en France.
- **Motivations :** Découverte de la culture française de manière authentique, volonté de séjourner dans des lieux non conventionnels.
- **Comportements :** Planifient souvent leurs voyages à l'avance et utilisent des sites de comparaison pour trouver des logements uniques.

3. Familles avec enfants (35-50 ans) :

- **Profil :** Familles cherchant à vivre des expériences différentes lors de leurs vacances.
- **Motivations :** Besoin d'espace et d'activités adaptées aux enfants, désir de sortir des sentiers battus.
- **Comportements :** Privilégient les locations offrant des commodités spécifiques (cuisine équipée, chambres multiples, etc.) et des environnements sûrs pour les enfants.

4. Travailleurs à distance et nomades numériques :

- **Profil :** Professionnels pouvant travailler depuis n'importe où, souvent dans la tranche d'âge 25-45 ans.
- **Motivations :** Combiner travail et voyage, découvrir de nouveaux lieux tout en maintenant leur productivité.
- **Comportements :** Recherchent des logements avec une bonne connexion Internet, des espaces de travail dédiés, et des environnements inspirants.

Cœur de cible

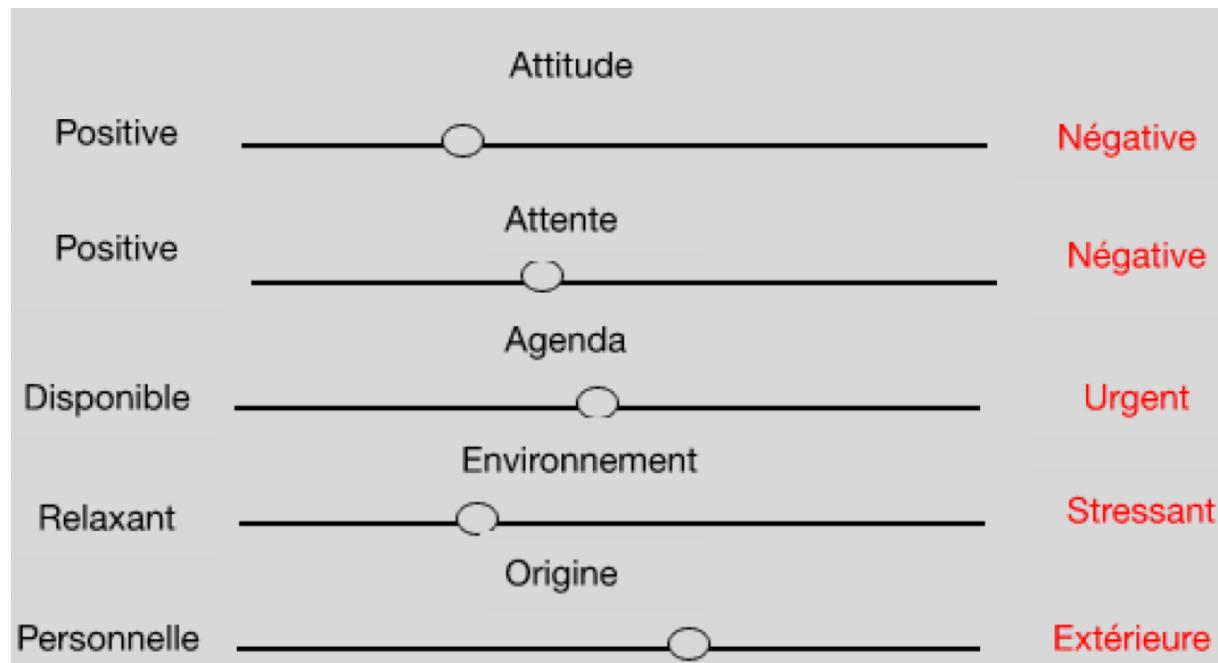
1. Millennials et Gen Z (25-35 ans) :

- **Profil** : Célibataires ou jeunes couples, souvent urbains, adeptes de l'économie de partage et des expériences uniques.
- **Motivations** : Fort désir d'authenticité, besoin de se différencier, importance des réseaux sociaux pour partager leurs expériences.
- **Comportements** : Grands utilisateurs de plateformes comme Airbnb, Booking.com, et Instagram pour découvrir et réserver des logements atypiques.

2. Touristes européens (30-45 ans) :

- **Profil** : Individus ou petits groupes de voyageurs européens, souvent ayant déjà visité la France auparavant et cherchant des expériences nouvelles et uniques.
- **Motivations** : Immersion culturelle, découverte de la France sous un angle différent, valorisation de l'authenticité.
- **Comportements** : Préférence pour les locations offrant une immersion locale, utilisation des réseaux sociaux et des blogs de voyage pour trouver des recommandations.

Grille d'analyse d'état d'esprit



Interviews

Dans le cadre de notre enquête sur les comportements des consommateurs envers la location d'appartements atypiques, nous avons interrogé un échantillon de 24 personnes âgées de 25 à 60 ans. Voici les principaux résultats de cette enquête :

- **Préférences pour les logements atypiques :**
 - Plus de 80 % des participants recherchent des expériences de séjour uniques et sont attirés par les logements atypiques comme les cabanes perchées, les maisons troglodytes et les lofts industriels.
 - La majorité des répondants indiquent qu'ils préfèrent ces types de logements pour l'originalité et l'expérience qu'ils offrent, loin des hôtels traditionnels.
- **Fréquence et budget des séjours :**
 - En moyenne, les participants réservent ce type de logement deux à trois fois par an, généralement pour des escapades de week-end ou des vacances courtes.
 - Le budget moyen consacré à ces séjours varie de 150 € à 300 € par nuit, avec une disposition à payer plus pour des services de haute qualité et des équipements supplémentaires.
- **Canaux de réservation :**
 - Plus de 70 % des participants préfèrent réserver en ligne via des plateformes spécialisées comme Airbnb, Booking.com, ou directement sur des sites dédiés comme AtypikHouse.
 - Parmi les répondants, seuls 20 % se rendent en agence de voyage pour leurs réservations, tandis que la majorité apprécie la commodité et la flexibilité des réservations en ligne.
- **Facteurs influençant la décision :**
 - Les avis des autres utilisateurs et les notes sur les plateformes de réservation jouent un rôle crucial dans la décision de choisir un logement.
 - La présence de photos de haute qualité et de descriptions détaillées des logements est également un facteur déterminant pour les réservations.
- **Satisfaction et fidélité :**
 - Plus de 60 % des personnes interrogées ont déclaré qu'elles seraient prêtes à recommander un logement atypique à leurs amis et leur famille après une expérience positive.
 - La fidélité à la marque ou à la plateforme de réservation est renforcée par la qualité du service client et des offres promotionnelles régulières.

Ces résultats indiquent une forte demande pour les logements atypiques et soulignent l'importance de la qualité et de l'originalité dans ce marché.

Personas



Sophie Martin

Nom : Sophie Martin

Âge : 32 ans

Profession : Consultante en marketing digital

Localisation : Paris, France

Caractéristiques :

Sophie travaille dans une agence de marketing digital à Paris depuis 7 ans. Passionnée par son métier, elle a gravi les échelons pour devenir consultante senior en marketing digital. Toujours à la recherche de nouvelles tendances, Sophie aime explorer de nouveaux horizons tant dans sa vie professionnelle que personnelle. Chaque année, elle prend le temps de découvrir des destinations insolites en France, cherchant des expériences uniques et photogéniques pour alimenter son compte Instagram très suivi.

Devices : Utilise un MacBook Pro pour le travail et un iPhone 12 pour les usages personnels

Réseaux sociaux : Très active sur Instagram et Pinterest, utilise également LinkedIn pour des raisons professionnelles

Habitudes de navigation : Consulte régulièrement des blogs de voyage et des plateformes de réservation comme Airbnb et Booking.com

Motivations : Recherche d'originalité et d'esthétique, aime les expériences uniques et photogéniques

Budget : Disposée à payer jusqu'à 200 € par nuit pour un logement exceptionnel

Produits achetés : Lofts industriels, cabanes perchées, maisons troglodytes

Comportements d'achat : Lit attentivement les avis, compare les options avant de réserver, préfère les logements avec des photos de haute qualité et des descriptions détaillées



Pierre Dubois

Nom : Pierre Dubois

Âge : 45 ans

Profession : Directeur financier

Localisation : Lyon, France

Caractéristiques :

Pierre est directeur financier dans une grande entreprise lyonnaise depuis 20 ans. Rigoureux et méthodique, il a su s'imposer comme un pilier indispensable de son entreprise. Pendant ses congés, Pierre

aime s'évader avec sa famille dans des lieux atypiques qui offrent confort et authenticité. Il prend soin de choisir des destinations qui permettent à ses enfants de découvrir de nouvelles cultures tout en profitant d'activités ludiques et éducatives.

Devices : Utilise un ordinateur portable Dell pour le travail et un iPad pour les usages personnels.

Réseaux sociaux : Actif sur Facebook et LinkedIn, utilise aussi TripAdvisor pour lire les avis.

Habitudes de navigation : Consulte des sites de voyage et des forums pour planifier ses vacances.

Motivations : Besoin de se détendre et de découvrir des lieux nouveaux avec sa famille, apprécie les logements confortables et spacieux

Budget : Jusqu'à 300 € par nuit, particulièrement pendant les vacances scolaires

Produits achetés : Villas avec piscine, maisons de campagne, appartements spacieux avec plusieurs chambres

Comportements d'achat : Réserve longtemps à l'avance, recherche des logements avec des équipements pour enfants, préfère les options avec annulation gratuite



Anna Lopez

Âge : 28 ans

Profession : Nomade numérique / Freelance en design graphique

Localisation : Barcelone, Espagne (souvent en déplacement)

Caractéristiques :

Anna est une nomade numérique, travaillant comme freelance en design graphique depuis 5 ans. Basée à Barcelone, elle voyage à travers l'Europe, alliant travail et découverte de nouvelles cultures. Anna est toujours à la recherche de logements avec une bonne connexion Internet et des environnements inspirants pour stimuler sa créativité. Chaque destination est pour elle une opportunité de renouveler son inspiration et de partager ses découvertes avec sa communauté en ligne.

Devices : Utilise un MacBook Air et un iPhone 13 Pro

Réseaux sociaux : Très active sur Instagram et Twitter, utilise également Behance pour son portfolio professionnel

Habitudes de navigation : Utilise des applications comme Nomad List et des plateformes de co-working pour planifier ses séjours

Motivations : Recherche de logements avec une bonne connexion Internet et des espaces de travail dédiés, aime les environnements inspirants

Budget : Jusqu'à 150 € par nuit, avec des séjours prolongés de plusieurs semaines

Produits achetés : Appartements avec espace de travail, lofts urbains, tiny houses

Comportements d'achat : Privilégie les options avec de bonnes critiques sur la connectivité Internet, recherche des offres pour les séjours prolongés, utilise souvent des plateformes comme Airbnb et Workfrom



Jean et Marie Dubois

Nom : Jean et Marie Dubois

Âge : 60 et 58 ans respectivement

Profession : Retraités

Localisation : Bordeaux, France

Caractéristiques :

Jean et Marie sont retraités et vivent à Bordeaux depuis 10 ans. Jean a été ingénieur en informatique et Marie, institutrice. Depuis leur retraite, ils profitent de leur temps libre pour explorer la France, cherchant des logements qui allient charme et tranquillité. Ils aiment passer plusieurs semaines dans chaque lieu, prenant le temps de s'immerger dans la culture locale et de nouer des relations avec les habitants. Pour eux, chaque séjour est une nouvelle aventure à savourer ensemble.

Devices : Utilisent un ordinateur portable HP et un iPad

Réseaux sociaux : Actifs sur Facebook et WhatsApp pour rester en contact avec leur famille et amis

Habitudes de navigation : Utilisent des sites comme Leboncoin et Airbnb, lisent des blogs de voyage pour retraités

Motivations : Désir de découvrir de nouveaux lieux tout en ayant un confort semblable à la maison, aiment les séjours longs pour bien explorer les régions

Budget : Jusqu'à 100 € par nuit, avec une préférence pour les séjours d'une semaine ou plus

Produits achetés : Chambres d'hôtes de charme, petites maisons de campagne, appartements dans des villages pittoresques

Comportements d'achat : Planifient longtemps à l'avance, préfèrent les logements avec cuisine équipée et proximité des commodités locales, recherchent des avis positifs sur la tranquillité et le confort

Tableau des acteurs

Le tableau des acteurs clés identifie les personnes influentes et détaille le traitement spécifique à leur accorder pour garantir le succès du projet.

Acteur Clé	Rôle	Enjeux	Atouts	Handicaps	Stratégie
Direction d'AtypikHouse	Prise de décisions stratégiques	Assurer la vision à long terme et la viabilité financière du projet	Expérience en gestion et connaissance approfondie du marché	Résistance au changement et aux nouvelles idées	Impliquer dans toutes les étapes importantes, obtenir leur approbation pour les initiatives majeures.
Équipe Marketing	Promotion et visibilité du service	Augmenter la notoriété et attirer de nouveaux clients	Créativité et expertise en marketing digital	Budget limité pour les campagnes publicitaires	Fournir des ressources suffisantes, encourager l'innovation dans les campagnes.
Propriétaires de logements	Fournir des hébergements atypiques	Maintenir des standards élevés et satisfaire les clients	Expertise locale et passion pour l'hospitalité	Variabilité dans la qualité des services	Maintenir une communication régulière, offrir des incentives pour des services de haute qualité.
Clients	Utilisateurs finaux du service	Expérience de séjour unique et satisfaisante	Diversité des besoins et attentes	Risque d'insatisfaction et de critiques négatives	Réaliser des enquêtes de satisfaction, offrir des promotions et des programmes de fidélité.
Partenaires de distribution	Agences de voyages, plateformes de réservation	Augmenter les ventes et la portée de l'offre	Réseau de distribution étendu	Dépendance et compétition avec d'autres offres	Négocier des partenariats bénéfiques, offrir des supports de formation et des incentives.
Développeurs web et IT	Maintenance et développement du site internet	Assurer la performance et la sécurité du site	Compétences techniques et expérience	Dépendance à la technologie et aux mises à jour régulières	Assurer un budget adéquat, offrir des formations continues et valoriser les contributions techniques.
Réseaux sociaux et influenceurs	Promotion et engagement sur les réseaux sociaux	Augmenter la visibilité et l'engagement en ligne	Large audience et capacité d'influence	Risque d'image négative et de publicité non contrôlée	Fournir du contenu exclusif, collaborer sur des campagnes spécifiques et mesurer l'impact.

Acteur Clé	Rôle	Enjeux	Atouts	Handicaps	Stratégie
Fournisseurs de services locaux	Offrir des expériences locales (guides, activités)	Enrichir l'expérience client et ajouter de la valeur au séjour	Connaissance locale et services diversifiés	Coordination et intégration des services avec l'offre principale	Créer des partenariats win-win, intégrer leurs services dans les offres de séjour.
Investisseurs	Financement et soutien stratégique	Assurer un retour sur investissement et une croissance stable	Ressources financières et conseils stratégiques	Pression pour des résultats rapides et une rentabilité immédiate	Maintenir une communication transparente, présenter des rapports réguliers sur les progrès du projet.

Zone de chalandise

La zone de chalandise représente la zone géographique d'où provient la majorité des clients d'un service ou d'un point de vente. Il s'agit de la zone d'attractivité du service proposé.

La majeure partie des activités d'AtypikHouse, spécialisée dans la location d'habitats alternatifs en France, se concentre sur les régions attractives pour les séjours insolites. Le siège d'AtypikHouse est situé à Pierrefonds, dans le département de l'Oise, ce qui offre une position stratégique pour attirer divers types de clients.

Sur la carte ci-dessous, les différentes zones de chalandise d'AtypikHouse sont représentées :

Zone primaire (en rouge) : Cette zone couvre les régions proches de Pierrefonds, y compris l'Île-de-France. Elle représente la principale source de clientèle en raison de la proximité géographique et de l'accessibilité. Les clients de cette zone sont principalement des jeunes professionnels et des familles à la recherche d'escapades de week-end.

Zone secondaire (en vert) : Cette zone englobe les grandes villes environnantes telles que Lille, Amiens, et Rouen, ainsi que les régions adjacentes. Les clients de cette zone sont souvent des familles et des retraités qui recherchent des séjours prolongés dans des logements atypiques et confortables.

Zone tertiaire : Elle couvre les grandes villes françaises et les pays limitrophes comme la Belgique et le Luxembourg.

En analysant et ciblant ces zones, AtypikHouse peut optimiser ses stratégies de marketing et de communication pour mieux répondre aux attentes de ses différents

segments de clientèle. Les actions marketing peuvent inclure des campagnes publicitaires locales, des partenariats avec des agences de voyage et une présence accrue sur les plateformes en ligne populaires auprès des résidents de ces zones.

En visualisant la zone de chalandise de manière claire et détaillée, AtypikHouse est en mesure de mieux comprendre sa clientèle et d'ajuster ses offres pour maximiser l'attractivité et la satisfaction client.

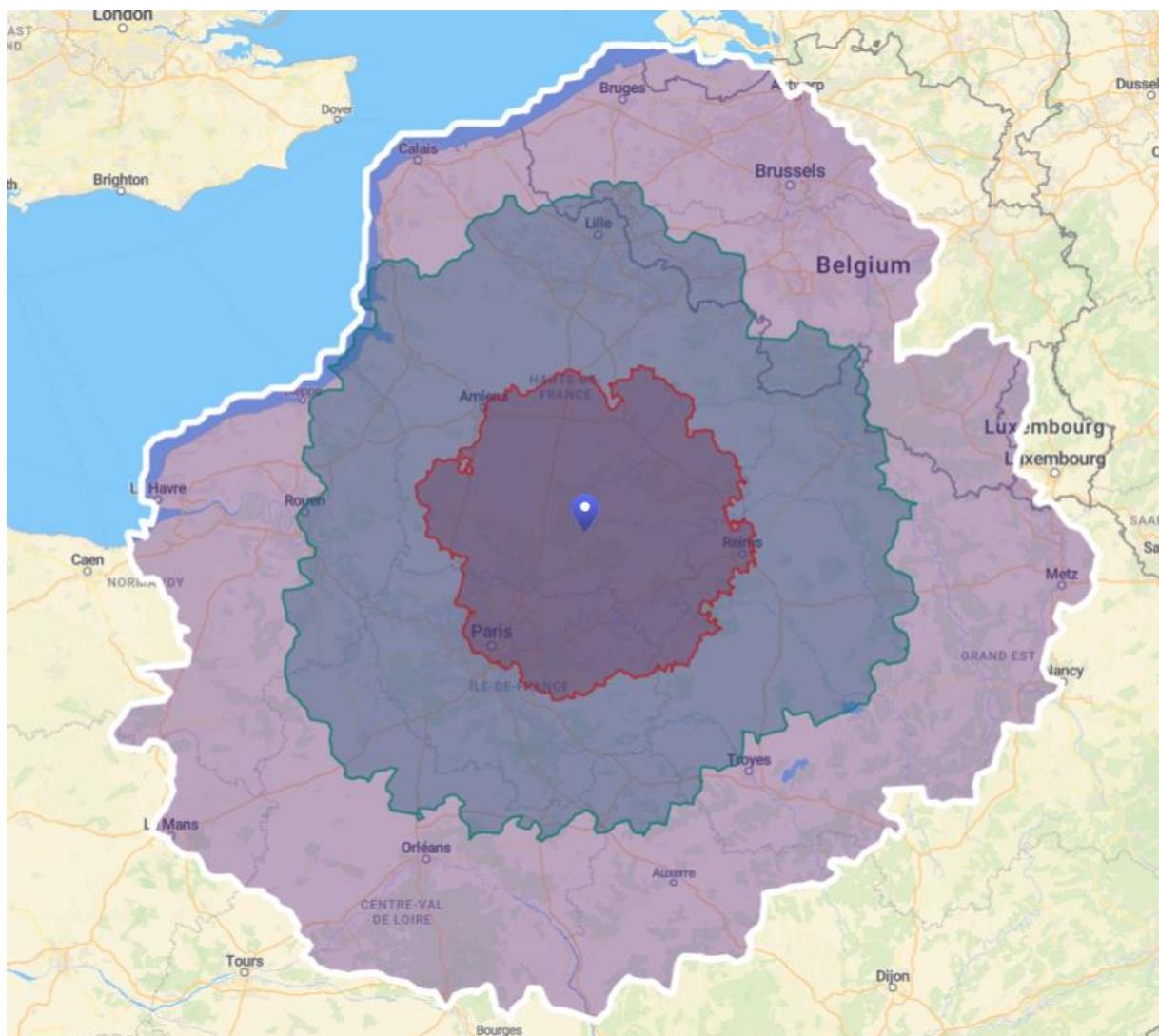


Figure 17: Screen de la zone de chalandise réalisée par smappen

C. Stratégie de communication digitale

1. SEO

Le SEO (Search Engine Optimization), ou optimisation pour les moteurs de recherche, est l'ensemble des techniques utilisées pour améliorer la visibilité et le classement d'un site web sur les pages de résultats des moteurs de recherche (SERP). L'objectif du SEO est d'attirer un trafic organique qualifié, c'est-à-dire des visiteurs pertinents et intéressés par le contenu du site, sans passer par des publicités payantes.

Pourquoi se baser sur les algorithmes de Google ?

Google est le moteur de recherche le plus utilisé au monde, avec une part de marché dépassant souvent les 90% dans de nombreux pays. Ses algorithmes sont constamment mis à jour pour fournir les résultats les plus pertinents et de la plus haute qualité aux utilisateurs. Google utilise plusieurs algorithmes sophistiqués pour positionner les sites web, basés principalement sur des mots-clés. Le moteur de recherche de Google évalue environ 200 critères pour classer les sites, rendant essentiel de comprendre ces critères et de rester informé des dernières mises à jour et filtres.

Selon les études, les sites les plus visités sont ceux figurant sur la première page des résultats de recherche, avec les trois premières positions capturant près de 60 % des clics :

- Première position : 33 % des clics
- Deuxième position : 15,6 % des clics
- Troisième position : 10 % des clics

Pour améliorer le référencement gratuit de notre client, nous allons mettre en place les actions suivantes :

- Installer un certificat SSL Let's Encrypt : Pour garantir une navigation sécurisée en HTTPS.
- Structurer le site avec les mots-clés pertinents : En lien avec les activités de l'entreprise.
- Assurer la responsivité du site : Pour une adaptabilité optimale sur tous les supports (smartphones, tablettes, ordinateurs).
- Optimiser la vitesse de chargement des pages : Pour améliorer l'expérience utilisateur et le classement SEO.
- Orienter les contenus vers des objectifs de notoriété et d'acquisition : En créant du contenu de qualité qui attire et engage les visiteurs.

Il existe aussi ces types de référencements gratuits

- a. Google Analytics :

- **Description :** Outil gratuit de Google pour analyser le trafic de votre site web.
- **Fonctionnalités :** Permet de connaître le nombre de visites, les pages les plus visitées, les appareils utilisés pour se connecter, l'origine géographique des visiteurs, et bien plus.

b. Answer the Public :

- **Description :** Outil de recherche de mots-clés basé sur les questions et requêtes des internautes.
- **Fonctionnalités :** Analyse les mots-clés les plus recherchés, permettant d'identifier les questions courantes et les préoccupations des utilisateurs.

c. Ubersuggest :

- **Description :** Outil de recherche de mots-clés et d'analyse SEO développé par Neil Patel.
- **Fonctionnalités :** Offre des suggestions de mots-clés, analyse la concurrence, et propose des idées de contenu.

d. Dareboost :

- **Description :** Outil d'analyse de performance et de qualité de site web.
- **Fonctionnalités :** Évalue la performance, la rapidité, le temps de chargement, et la qualité du site par rapport aux concurrents.

e. Yoast SEO :

- **Description :** Plugin SEO pour WordPress.
- **Fonctionnalités :** Aide à optimiser le référencement en améliorant les titres, les meta descriptions, les mots-clés, la lisibilité et le contenu.

f. Test My Site with Google :

- **Description :** Outil de Google pour tester les performances des sites web mobiles.
- **Fonctionnalités :** Évalue la performance d'une application mobile en termes de vitesse et d'expérience utilisateur avec une connexion mobile.

g. Copyscape :

- **Description :** Outil de détection de contenu dupliqué.
- **Fonctionnalités :** Permet de vérifier si un contenu est dupliqué sur le web, aidant à prévenir le plagiat et à assurer l'originalité du contenu.

h. Outiref :

- **Description :** Outil d'audit SEO pour les sites web.
- **Fonctionnalités :** Analyse les mots-clés, les balises, le contenu, et fournit des recommandations pour améliorer le référencement naturel.

Optimisation SEO pour AtypikHouse

Pour optimiser le référencement naturel (SEO) du site AtypikHouse, il est crucial de choisir les mots-clés appropriés et d'utiliser des balises HTML efficacement. Voici une stratégie détaillée pour améliorer la visibilité du site.

a. Mots-clés

Les mots-clés doivent être pertinents et spécifiques à l'activité de location d'appartements atypiques. Voici quelques exemples de mots-clés à utiliser :

- Location d'appartements atypiques
- Séjours insolites en France
- Logements uniques
- AtypikHouse
- Appartements originaux à louer
- Cabanes perchées
- Maisons troglodytes
- Lofts industriels à louer
- Séjour atypique Pierrefonds
- Expériences de séjour uniques

b. Balises HTML

Un code clair et lisible est essentiel pour un bon référencement. Voici quelques exemples de balises à utiliser pour structurer le contenu du site AtypikHouse :

- *Titre principal*

```
<h1 class="title-main" style="font-size: 63px;">Bienvenue chez AtypikHouse</h1>
```

- *Balises d'en-tête*

```
<h2 class="text-center">Nos Offres Actuelles</h2>
```

- *Méta-description*

```
<meta
name="description"
content="AtypikHouse propose des locations d'appartements atypiques et insolites en France,
offrant des expériences de séjour uniques.">
```

- *Paragraphes*

```
<p>
Découvrez notre sélection de logements atypiques pour vivre une expérience unique en famille ou entre
Explorerez nos offres pour des séjours inoubliables.
</p>
```

- *Corps du document*

```
<body
class="homepage template-default page-id-98 wp-custom-logo wp-embed-responsive"
data-link="type-2"
data-prefix="single_page"
data-header="type-1"
data-footer="type-1"
itemscope itemtype="http://schema.org/WebPage"
>
```

c. Actions complémentaires à réaliser

1. **Certificat SSL** : Installer un certificat SSL Let's Encrypt pour garantir une navigation sécurisée en HTTPS.
2. **Responsivité** : Assurer que le site est adaptable à tous les supports (smartphones, tablettes, ordinateurs) pour offrir une expérience utilisateur optimale.
3. **Vitesse de chargement** : Optimiser la vitesse de chargement des pages en compressant les images, en utilisant la mise en cache et en minimisant les fichiers CSS et JavaScript.
4. **Contenus orientés SEO** : Créer du contenu de qualité axé sur des objectifs de notoriété et d'acquisition, incluant des articles de blog sur des sujets pertinents, des guides de voyage, et des témoignages de clients.
5. **Liens internes et externes** : Utiliser des liens internes pour améliorer la navigation sur le site et des liens externes de qualité pour renforcer l'autorité du site.

2. SEA

Le SEA (Search Engine Advertising), également connu sous le nom de publicité sur les moteurs de recherche, est une méthode de publicité en ligne qui permet de diffuser des annonces sur les pages de résultats des moteurs de recherche, ainsi que sur des sites partenaires. L'objectif principal du SEA est de générer du trafic qualifié vers un site web grâce à des annonces payantes.

Pour AtypikHouse, il est essentiel d'utiliser des mots-clés pertinents et spécifiques à l'activité de location d'appartements atypiques parmi lesquels :

- Location d'appartements atypiques
- Séjours insolites en France
- Logements uniques en location
- Expériences de séjour atypiques
- Appartements originaux à louer
- Cabanes perchées en location
- Maisons troglodytes à louer
- Lofts industriels en location
- Séjour atypique Pierrefonds
- Vacances dans des logements insolites
- Hébergements insolites en France
- Location de maisons atypiques
- Séjours uniques et originaux
- Appartements de caractère à louer
- Locations insolites en Europe

Il existe différents types de campagnes SEA comme :

1. Campagnes de recherche : (Search Campaigns)
 - Les annonces apparaissent sur les pages de résultats des moteurs de recherche lorsqu'un utilisateur tape des mots-clés spécifiques.
 - Format : Annonces textuelles.
2. Campagnes display : (Display Campaigns)
 - Les annonces apparaissent sur des sites web partenaires du réseau de Google.
 - Formats : Bannières, images, vidéos, annonces textuelles.
3. Campagnes shopping : (Shopping Campaigns)
 - Utilisées pour promouvoir des produits de détail avec des images de produits, des prix et des informations de marchand.
 - Format : Annonces de produit avec image.
4. Campagnes vidéo : (Video Campaigns)
 - Les annonces apparaissent sur YouTube et les sites partenaires.
 - Formats : Annonces vidéo TrueView, annonces in-stream.
5. Campagnes pour applications : (App Campaigns)
 - Promouvoir les applications mobiles sur Google Search, Google Play, YouTube et le Réseau Display.
 - Format : Annonces pour installation et engagement d'application.

Types de référencements payants :

CPC

Le Coût Par Clic (CPC) est une technique publicitaire en ligne où les annonceurs paient chaque fois qu'un internaute clique sur leur publicité pour accéder à leur site web. Cette méthode permet de diffuser des campagnes publicitaires sur Internet et les réseaux sociaux de manière ciblée. L'objectif principal est d'obtenir un trafic de qualité, de favoriser les conversions sur le site web et de mesurer facilement la rentabilité des investissements.

Pour notre stratégie publicitaire, nous avons décidé de mettre en place des campagnes sur divers réseaux, comme détaillé ci-dessous :

- **Publicités sur les réseaux sociaux :** Utiliser des plateformes telles que Facebook, Instagram, et LinkedIn pour atteindre une audience ciblée, en tirant parti des capacités de ciblage précis de ces réseaux.
- **Campagnes Google Ads :** Lancer des campagnes publicitaires avec Google Ads, profitant d'un crédit initial de 400 €. Le coût des campagnes ultérieures sera déterminé par le taux de clics (CPC). Google Ads permet une grande flexibilité et un suivi détaillé des performances, ce qui est crucial pour optimiser les campagnes et maximiser le retour sur investissement.

Voici l'aperçu de la campagne que nous allons mettre en place :

Google Ads | Nouvelle campagne | Rechercher une page ou une campagne | Apparence | Aide | Notifications | 840-722-9364 | dollyrahelariso@gmail.com | S

Quel est l'objectif de votre campagne ?

Choisissez votre objectif

Sélectionnez un objectif pour adapter votre expérience aux objectifs et paramètres les plus efficaces pour votre campagne

Ventes Générer des ventes en ligne, via une application, par téléphone ou en magasin	Prospects Atteindre les prospects et générer d'autres conversions en encourageant les clients à passer à l'action	Trafic vers le site Web Atteindre les bonnes personnes sur votre site Web	Promotion d'une application Générer plus d'installations, d'engagement et de préinscriptions pour votre application
Notoriété et considération Toucher une audience large et susciter l'intérêt pour vos produits ou votre marque	Promotions et visites en magasin Atteindre des visiteurs dans votre établissement (y compris un restaurant ou une concession automobile)	Créer une campagne sans objectif spécifique Choisir directement un type de campagne sans passer par les recommandations basées sur vos objectifs	

Google Ads | Nouvelle campagne | Rechercher une page ou une campagne | Apparence | Aide | Notifications | 840-722-9364 | dollyrahelariso@gmail.com | S

Recherche Touchez les clients à fort potentiel au bon moment dans la recherche Google	Performance Max Touchez des audiences partout sur Google via une seule campagne.	Réseau Display Touchez les clients sur trois millions de sites et d'applications grâce à des créations attrayantes	Shopping Présentez vos produits aux utilisateurs en quête de leur prochain achat
Vidéo Touchez les utilisateurs sur YouTube et enregistrez des conversions	Génération de la demande Gérez la demande et des conversions sur YouTube, Discover et Gmail avec des annonces illustrées et vidéo		

Indiquez comment vous souhaitez atteindre votre objectif ⓘ

- Visites sur le site Web
- Appels téléphoniques
- Visites en magasin
- Téléchargements de l'application

Indiquez comment vous souhaitez atteindre votre objectif ⓘ

- Visites sur le site Web
- Appels téléphoniques
- Visites en magasin
- Téléchargements de l'application

Nom de la campagne

Locations Insolites - Search

Annuler Continuer

Mots clés et annonces

Les groupes d'annonces vous permettent d'organiser vos annonces autour d'un thème commun. Pour optimiser les résultats, les mots clés et les annonces doivent cibler un seul produit ou service.

Cabane dans les arbres



Mots clés



Obtenir des suggestions de mots clés (facultatif)

Google Ads peut vous aider à trouver des mots clés en analysant une page Web, ou en identifiant ce qui fonctionne pour des produits ou services similaires

Saisissez une URL pour rechercher des mots clés

Saisissez des produits ou services à promouvoir

Saisir des mots clés

Les mots clés sont des mots ou des expressions qui permettent de faire correspondre vos annonces aux termes de recherche utilisés par les internautes

"location cabane dans les arbres"

"cabane dans les arbres Insolite"

Les types de correspondance des mots clés vous permettent de mieux contrôler quelles recherches sont susceptibles de déclencher la diffusion de vos annonces.
mot clé = requête large "mot clé" = expression exacte [mot clé] = mot clé exact [En savoir plus](#)

The screenshot shows the Google Ads interface for creating a search campaign titled "Locations Insolites - Search". The top navigation bar includes "Toutes les campagnes > Locations Insolites - Search", a search bar, and account information (840-722-9364, dolyrahellarisosa@gmail.com). The main area is divided into two sections: "Titres 8/15" (Titles 8/15) and "Prévisualiser" (Preview).

Titres 8/15:

- Efficacité de l'annonce Moyenne
- Essayer d'ajouter d'autres titres spécifiques ou de retirer certains éléments
- Idées basées sur votre site Web et vos annonces existantes
- + Un site utilisant WordPress + WordPress
- Plus d'idées >
- Bienvenue sur notre site (Obligatoire, 24/30)
- Voyagez Différemment (Obligatoire, 20/30)
- Découvrez Nos Offres Uniques (Obligatoire, 28/30)
- Séjour Insolite en Cabane (25/30)
- Location Cabane Insolite (24/30)
- Cabanes Insolites à Louer (25/30)
- Louez une Cabane Insolite (25/30)

Prévisualiser:

- Ajoutez d'autres titres : Afficher les idées
- Incluez des mots clés populaires dans vos titres : Afficher les idées
- Personnalisez davantage vos titres : Afficher les idées
- Personnalisez davantage vos descriptions : Afficher les idées

The preview window shows a smartphone displaying a placeholder screen with the text "Cet aperçu présente des annonces potentielles assemblées à l'aide de vos composants. Toutes les combinaisons ne sont pas affichées. Les composants peuvent s'afficher dans n'importe quel ordre. Par conséquent, assurez-vous qu'ils sont pertinents individuellement ou une fois combinés, et qu'ils respectent nos règles ou la réglementation locale. Il se peut également que le contenu soit raccourci dans le cas de certains formats. Vous pouvez vérifier qu'un texte donné apparaît bien dans votre annonce. [En savoir plus](#)".

The screenshot shows the Adwords interface with two main sections:

- Step 4/4: Ajoutez d'autres titres pour augmenter vos chances d'améliorer vos performances**
- Step 5/5: Prévisualiser**

Efficacité de l'annonce: Médiocre

Options:

- Ajoutez des titres [Afficher les idées](#)
- Incluez des mots clés populaires [Afficher les idées](#)
- Créez des titres uniques [Afficher les idées](#)
- Créez des descriptions uniques [Afficher les idées](#)

Descriptions (4/4):

- Séjournez dans une cabane dans les arbres insolite pour une expérience unique et mémorable. Obligatoire 90/90
- Offrez-vous une escapade dans une cabane dans les arbres insolite, en pleine nature. Obligatoire 84/90
- Découvrez nos cabanes dans les arbres insolites, parfaites pour un séjour exceptionnel. 87/90
- Profitez d'une location de cabane dans les arbres insolite pour un moment unique. 81/90

Nom et logos de l'entreprise:

Si vous n'ajoutez pas de nom ou de logo, Google utilisera votre URL pour vous.

[Obtenir l'accès](#)

Liens annexes (2):

Ajoutez-en au moins quatre pour maximiser vos performances

[+ Liens annexes](#)

Prévisualiser: Mettre l'annonce en surbrillance

Note: Cet aperçu présente des annonces potentielles assemblées à l'aide de vos composants. Toutes les combinaisons ne sont pas affichées. Les composants peuvent s'afficher dans n'importe quel ordre. Par conséquent, assurez-vous qu'ils sont pertinents individuellement ou une fois combinés, et qu'ils respectent nos règles ou la réglementation locale. Il se peut également que le contenu soit raccourci dans le cas de certains formats. Vous pouvez vérifier qu'un texte donné apparaît bien dans votre annonce. [En savoir plus](#)

Budget

Sélectionnez le montant moyen que vous souhaitez dépenser chaque jour.

111,17 €

92,64 € **Recommandé**

74,11 €

Définir un budget personnalisé

Définissez votre budget quotidien moyen pour cette campagne

2,00 €

Clics (par semaine) CPC moy. Coût hebdomadaire
87 0,16 € 14,00 €

(i) Votre budget est inférieur à ceux des autres annonceurs, ce qui peut avoir un impact sur vos performances. Définissez un budget d'au moins 92,64 € par jour.

Les frais facturés pour le mois ne dépasseront pas le montant de votre budget quotidien multiplié par le nombre moyen de jours par mois. Certains jours, vous pourrez enregistrer des dépenses inférieures à votre budget quotidien, et d'autres, dépenser jusqu'à deux fois plus. [En savoir plus](#)

Suivant

The screenshot shows the Google Ads interface. At the top, there are filters for 'Toutes les campagnes' (All campaigns), 'Locations Insolites - Search', and 'Groupe d'annonces (1) Sélectionnez un groupe d'annonces'. Below this, the 'Activée' (Active) status is shown, along with the campaign name 'Stratégie d'encheres en apprentissage', search type, budget of 2,00 €/jour, and an optimization rate of 74,1 %. The 'Informations supplémentaires' (Additional information) section is open. The main area displays 'Annonces' (Ads) for the date range 7-11 juin 2024. A chart shows the number of ads over time, with a single ad listed below. The ad details a stay in a treehouse for unique experiences. The table below shows the ad's performance across various metrics like Clicks, Impressions, CTR, CPC moy., and Cost.

Announce	Groupe d'annonces	Etat	Efficacité de l'annonce	Type d'annonce	Clicks	Impr.	CTR	CPC moy.	Coût	Taux de conv.	Conversion
Bienvenue sur notre site. Voyagez différemment ! Découvrez nos offres Unique... www.dspp-dev022b-jp-sr-mi-my.fr Séjournez dans une cabane dans les arbres insolite pour une expérience unique et... Afficher le détail des composants	Cabane dans les arbres	Eligible	Moyenne	Annonce réponse sur le Réseau de Rech	0	0	—	—	0,00 €	0,00 %	0,00
Total : annonces dans votre vue actuelle					0	0	—	—	0,00 €	0,00 %	0,00
Total : campagne					0	0	—	—	0,00 €	0,00 %	0,00

This screenshot shows a broader view of the campaign performance. It includes a summary card with the optimization score of 74,1 %, a list of recommendations, and a 'Mots clés' (Keywords) section showing two keywords with zero cost and zero clicks. To the right, there are three panels: 'Annonces' (Ads) showing a single ad for a treehouse; 'Zones' (Geographic location) showing a map of France and surrounding countries with various cities labeled; and 'Résumé des performances de vos mots clés' (Summary of your keyword performance) showing the same two keywords again.

Recherche web :

Afin que les utilisateurs puissent retrouver notre site plus facilement il faut adopter les bons gestes c'est pourquoi nous devons utiliser des mots clés de longue traîne comme :

- Location logement insolite
- Hébergement insolite haute savoie
- Location nuit insolite
- Location vacances insolite
- Logement insolite ardennes belge
- Week end insolite charente maritime
- Location hébergement insolite

- Location lieu insolite

The screenshot shows the Google Ads Keyword Planner interface. The main area displays a table of search results with columns for Mot-clé (par ordre de pertinence), Nombre moy. de recherches mensuelles, Variation sur trois mois, Variation YoY, Concurrence, Taux d'impressions des annonces, Enrichie de haut de page (fourchette basse), Enrichie de haut de page (fourchette haute), and Etat du compte. The table lists 15 rows of data, with some rows having checkboxes next to them. The sidebar on the right is titled 'Affiner vos mots clés' and contains several dropdown menus for refining keyword search results.

Nous pouvons également ajouter le nom de notre ville à ces mots-clés :

- Location maison insolite Paris
- Location week end insolite Paris
- Nuit insolite en charente maritime Paris
- Location vacances insolite en famille Paris
- Location cabane insolite Paris
- Location insolite famille Paris
- Logement insolite week end Paris

3. SMO

Le SMO (Social Media Optimization) est l'ensemble des techniques et stratégies visant à augmenter la visibilité et l'engagement d'une marque sur les réseaux sociaux. Cela comprend l'optimisation des profils sociaux, la création de contenu engageant, l'interaction avec les utilisateurs et l'utilisation des publicités payantes pour atteindre des objectifs spécifiques.

Pourquoi une Stratégie SMO pour AtypikHouse ?

1. **Améliorer la visibilité** : En optimisant la présence sur les réseaux sociaux, AtypikHouse peut atteindre un public plus large et se démarquer de ses compétiteurs.
2. **Engagement client** : Les réseaux sociaux permettent une interaction directe avec les clients, renforçant ainsi la relation client et augmentant la fidélité.
3. **Augmenter le trafic vers le site web** : Les publications sociales peuvent attirer des visiteurs vers le site d'AtypikHouse, augmentant ainsi les chances de conversions (réservations, inscriptions).

4. **Réputation en ligne** : Une présence active sur les réseaux sociaux aide à construire et maintenir une bonne réputation en ligne.
5. **SEO** : Une stratégie SMO bien exécutée peut également améliorer le SEO, car les moteurs de recherche prennent en compte l'activité et l'engagement sur les réseaux sociaux.

Dispositif Social Complet pour AtypikHouse



Figure 18: https://www.mediametrie.fr/sites/default/files/styles/scale_800/public/2024-03/2024_03_infographie_com_internet_V6.jpg?itok=ItNHOqPU



Choix des Plateformes

Réseau social Objectif Cible Ligne éditoriale

Réseau	Objectif	Cible	Actions
Facebook	Augmenter la notoriété de la marque et interagir avec les clients potentiels.	Adultes de 25 à 45 ans cherchant des vacances uniques et insolites.	Publications sur les offres spéciales, témoignages clients, articles de blog, photos et vidéos des habitats disponibles, événements et promotions.
Instagram	Inspirer et attirer visuellement les utilisateurs vers les offres d'AtypikHouse.	Jeunes adultes de 18 à 35 ans intéressés par le voyage, les expériences uniques et les belles photographies.	Photos haute qualité et vidéos courtes des habitats, stories quotidiennes montrant la vie dans les cabanes, concours photo, hashtags spécifiques (#AtypikHouse, #StayUnique).
Pinterest	Attirer des visiteurs intéressés par des idées de vacances originales et générer du trafic vers le site.	Utilisateurs majoritairement féminins de 25 à 40 ans à la recherche d'inspiration pour des séjours insolites.	Pins avec des photos des logements, infographies sur les avantages de séjourner dans des habitats atypiques, guides de voyage.

LinkedIn	Construire des partenariats professionnels et améliorer la réputation de la marque.	Professionnels du secteur du tourisme, investisseurs, propriétaires potentiels.	Articles sur les tendances du tourisme, études de cas, opportunités de partenariat,
-----------------	---	---	---

Calendrier de Publication

Réseau social	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
Facebook	Témoignage client avec photos		Article de blog sur une destination ou type d'habitat		Vidéo promotionnelle d'une cabane disponible		Concours ou offre spéciale
Instagram		Photo d'une cabane avec légende inspirante		Story "Une journée dans la vie..." dans une cabane		Vidéo courte montrant une activité locale près des habitats	Concours photo
Pinterest	Pin d'une infographie sur les avantages des habitats atypiques		Pin d'un guide de voyage pour une destination spécifique		Pin d'une photo d'habitat avec description détaillée		
LinkedIn		Article sur les tendances du tourisme		Témoignage d'un propriétaire	Opportunité de partenariat ou étude de cas		

Autres Outils Sociaux

1. e-RP (Relations Publiques en ligne)

- Objectif:** Améliorer la visibilité en ligne à travers des articles et mentions sur des blogs et sites web pertinents.
- Exemple:** Publier des articles sur des blogs de voyage influents décrivant des expériences uniques dans les cabanes AtypikHouse.

2. Influenceurs

- Objectif:** Utiliser la portée des influenceurs pour atteindre un public plus large et plus engagé.
- Exemple:** Collaborer avec des influenceurs de voyage pour des séjours gratuits en échange de publications sur leurs réseaux sociaux.

3. Blogueurs

- Objectif:** Générer du contenu authentique et de qualité sur des plateformes de blogs.
- Exemple:** Inviter des blogueurs à séjourner dans les cabanes et à écrire des articles détaillés sur leur expérience.

Événements Sociaux

1. Jeux-Concours

- **Exemple:** Organiser un concours sur Instagram où les participants doivent partager une photo de leur séjour dans une cabane AtypikHouse pour gagner une nuit gratuite.

2. Événements Blogueurs

- **Exemple:** Inviter des blogueurs de voyage à un événement exclusif dans une des cabanes les plus populaires, avec des activités spéciales et des présentations sur les services d'AtypikHouse.

Publicités Payantes sur les Réseaux Sociaux

1. Facebook Ads

- **Objectif:** Promouvoir les offres spéciales et les nouveaux habitats disponibles.
- **Exemple:** Campagne ciblée avec des annonces montrant des promotions de dernière minute pour attirer les réservations rapides.

2. Instagram Ads

- **Objectif:** Atteindre un public visuel avec des annonces attrayantes.
- **Exemple:** Publicités vidéo dans les stories montrant des séjours en cabane avec un lien direct pour réserver.

3. Pinterest Ads

- **Objectif:** Attirer des utilisateurs recherchant de l'inspiration pour leurs vacances.
- **Exemple:** Promouvoir des pins sponsorisés avec des guides de voyage et des photos d'habitats pour diriger du trafic vers le site.

En suivant ce dispositif social complet, AtypikHouse pourra non seulement accroître sa visibilité et son engagement sur les réseaux sociaux, mais aussi attirer plus de visiteurs qualifiés vers son site web et augmenter ses réservations.

4. Emailing

L'emailing ou mailing, ou campagne d'emailing, consiste à envoyer des emails ciblés à une liste de destinataires pour atteindre divers objectifs marketing et commerciaux. Ces emails peuvent inclure des promotions, des nouvelles, des mises à jour de produits, des confirmations de transactions, et plus encore.

Pourquoi une Stratégie de Mailing pour AtypikHouse ?

1. **Communication Directe:** Les emails permettent une communication directe avec les clients potentiels et existants.
2. **Personnalisation:** Les campagnes d'emailing peuvent être personnalisées en fonction des intérêts et des comportements des utilisateurs.
3. **Engagement:** L'emailing est un excellent moyen de maintenir l'engagement des clients avec des mises à jour régulières et des contenus pertinents.
4. **Conversion:** Les emails promotionnels et transactionnels peuvent augmenter les conversions en incitant les destinataires à effectuer des actions spécifiques (réservation, inscription, etc.).
5. **Fidélisation:** Une stratégie de mailing bien exécutée aide à fidéliser les clients en leur offrant des informations et des offres exclusives.

Préconisations en termes de Mailing

1. Emails Promotionnels

- **Objectif:** Promouvoir les offres spéciales, les nouvelles cabanes disponibles, et les promotions saisonnières.
- **Base de données:** Utilisation d'une base de données de clients existants et de leads acquis via des inscriptions sur le site et les réseaux sociaux. En cas de besoin, acheter des listes de contacts ciblées via des prestataires de confiance.
- **Contenu:** Offres exclusives, promotions de dernière minute, annonces de nouvelles cabanes, et événements spéciaux.
- **Fréquence:** Mensuelle, avec des envois supplémentaires pour des promotions spéciales.
- **Exemple de contenu:**
 - Objet: "Découvrez nos nouvelles cabanes et bénéficiez de 10% de réduction!"
 - Contenu: Description des nouvelles cabanes, photos, lien vers le site pour réserver, code promo.

2. Emails Transactionnels

- **Objectif:** Confirmer les transactions et fournir des informations essentielles liées aux réservations.
- **Base de données:** Automatisation via le système de gestion des réservations du site.
- **Contenu:** Confirmation de réservation, détails de paiement, rappels de séjour, instructions pour l'arrivée, etc.
- **Fréquence:** Envoi automatique à chaque transaction.
- **Exemple de contenu:**
 - Objet: "Votre réservation chez AtypikHouse est confirmée!"
 - Contenu: Détails de la réservation, informations sur l'habitat, instructions pour l'arrivée, contact du propriétaire.

3. Newsletters

- **Objectif:** Informer les abonnés des dernières actualités, des articles de blog, des témoignages, et des guides de voyage.
- **Base de données:** Liste d'abonnés au blog et aux newsletters via le site.
- **Contenu:** Articles de blog récents, témoignages clients, conseils de voyage, annonces de nouveaux articles et événements.
- **Fréquence:** Bimensuelle.
- **Exemple de contenu:**
 - Objet: "Les dernières nouvelles d'AtypikHouse - Découvrez nos histoires et conseils de voyage!"
 - Contenu: Résumé des nouveaux articles de blog, témoignages, promotions en cours, lien vers le site.

Prestataire Préconisé pour l'Envoi des Mails

Mailchimp

- **Justification:** Mailchimp est une plateforme populaire pour la gestion des campagnes d'emailing, offrant une interface intuitive, des outils de personnalisation avancés, et une excellente capacité d'automatisation. Il permet de segmenter facilement les listes de contacts, de créer des emails attrayants avec des modèles prédéfinis, et d'analyser les performances des campagnes.

- **Coût:** Mailchimp propose plusieurs plans tarifaires, y compris un plan gratuit pour les petites listes et des plans payants à partir de 10 USD par mois pour des fonctionnalités avancées et des listes de contacts plus importantes. Pour AtypikHouse, un plan à 29,99 USD par mois serait approprié pour gérer une base de données de taille moyenne avec des fonctionnalités d'automatisation et de personnalisation.

Offlines

Les stratégies offlines peuvent être utilisées pour renforcer la présence d'AtypikHouse et attirer des visiteurs vers le site web. Voici quelques exemples d'initiatives offlines à mettre en place :

1. Publicité Traditionnelle

- **Médias:** Magazines de voyage, journaux locaux, affiches publicitaires, et brochures.
- **Objectif:** Augmenter la notoriété et attirer un public qui pourrait ne pas être actif en ligne.
- **Exemple:** Annonces dans des magazines de voyage présentant des séjours dans les cabanes d'AtypikHouse avec un lien vers le site pour réserver.

2. Participation à des Salons et Événements

- **Médias:** Salons du tourisme, foires locales, et événements de l'industrie du voyage.
- **Objectif:** Promouvoir directement les offres auprès des visiteurs, nouer des partenariats et obtenir des inscriptions à la newsletter sur place.
- **Exemple:** Tenir un stand à un salon du tourisme avec des brochures, des vidéos de présentation, et un formulaire d'inscription à la newsletter.

3. Flyers et Cartes de Visite

- **Médias:** Distribution de flyers et de cartes de visite dans des lieux stratégiques tels que les cafés, les bibliothèques, et les centres communautaires.
- **Objectif:** Informer un public local sur les offres et les inciter à visiter le site web.
- **Exemple:** Flyers avec une offre spéciale pour une première réservation, incluant un code promo et l'URL du site.



Dispositifs Digitaux

En plus de la stratégie de mailing, les dispositifs digitaux jouent un rôle crucial dans la promotion d'AtypikHouse. Voici quelques dispositifs à mettre en place :

1. Publicité sur les Réseaux Sociaux (Social Media Advertising)

- **Objectif:** Atteindre un public ciblé sur des plateformes comme Facebook, Instagram, Pinterest, et LinkedIn.
- **Exemple:** Campagnes de publicités sur Facebook et Instagram mettant en avant des photos et des vidéos des cabanes, avec des appels à l'action pour réserver.

2. SEO (Search Engine Optimization)

- **Objectif:** Améliorer le positionnement du site sur les moteurs de recherche pour des requêtes pertinentes.
- **Exemple:** Optimisation des pages du site avec des mots-clés liés aux séjours insolites, création de contenus de qualité (articles de blog sur les avantages des séjours atypiques).

3. SEA (Search Engine Advertising)

- **Objectif:** Générer du trafic qualifié via des annonces payantes sur Google Ads.
- **Exemple:** Campagnes Google Ads ciblant des mots-clés spécifiques comme "réservation cabane dans les arbres" avec des annonces textuelles et visuelles.

4. Content Marketing

- **Objectif:** Attirer et engager les visiteurs en fournissant des contenus intéressants et informatifs.
- **Exemple:** Création de blog posts, vidéos, infographies sur les expériences uniques proposées par AtypikHouse, partage de guides de voyage et d'itinéraires.

5. Marketing d'Influence (Influencer Marketing)

- **Objectif:** Collaborer avec des influenceurs pour promouvoir les offres et toucher un public plus large.
- **Exemple:** Inviter des influenceurs de voyage à séjourner dans les cabanes et à partager leur expérience sur leurs réseaux sociaux avec des liens vers le site.

6. Marketing d'Affiliation (Affiliate Marketing)

- **Objectif:** Encourager des partenaires (sites web, blogueurs) à promouvoir AtypikHouse en échange de commissions sur les réservations générées.
- **Exemple:** Mise en place d'un programme d'affiliation où les partenaires reçoivent un pourcentage sur chaque réservation effectuée via leurs liens.

5. Analyse de performance

L'analyse de performance est cruciale pour évaluer l'efficacité des actions marketing et de communication mises en place. Pour chaque action, il est important de définir des KPI (Key Performance Indicators) spécifiques et d'utiliser des outils appropriés pour mesurer les performances.

Définir les KPI Spécifiques

Les KPI's (Key Performance Indicators) permettent d'évaluer l'efficacité d'un site web en analysant divers aspects tels que le nombre de visiteurs, le panier moyen, le volume de clics, le pourcentage de visites, le nombre de sessions, et bien plus encore.

Détermination des KPI Spécifiques et Outils de Mesure pour AtypikHouse

1. Augmenter le Nombre de Visiteurs

- **KPI à suivre :**
 - Nombre de visiteurs uniques
 - Nombre de sessions
 - Taux de nouveaux visiteurs
- **Outils :**
 - Google Analytics : Pour suivre les visiteurs uniques, les sessions, et les nouveaux visiteurs.
 - Google Search Console : Pour analyser les impressions et les clics organiques.

2. Améliorer le Taux de Conversion

- **KPI à suivre :**
 - Taux de conversion par objectif
 - Nombre de conversions (réservations complétées)
 - Valeur des conversions
- **Outils :**
 - Google Analytics : Pour mesurer le taux de conversion, le nombre de conversions et la valeur des conversions.

- Hotjar : Pour analyser le comportement des utilisateurs et identifier les obstacles à la conversion.

3. Optimiser le Taux de Rebond

- **KPI à suivre :**
 - Taux de rebond
 - Durée moyenne des sessions
 - Pages par session
- **Outils :**
 - Google Analytics : Pour suivre le taux de rebond, la durée des sessions et les pages par session.
 - Crazy Egg : Pour analyser les cartes de chaleur et comprendre comment les utilisateurs interagissent avec le site.

4. Augmenter l'Engagement sur les Réseaux Sociaux

- **KPI à suivre :**
 - Nombre de mentions J'aime, de partages et de commentaires
 - Taux d'engagement (likes, partages, commentaires par publication)
 - Portée et impressions des publications
- **Outils :**
 - Hootsuite : Pour planifier, publier et analyser les performances des publications sur les réseaux sociaux.
 - Facebook Insights, Instagram Insights : Pour obtenir des analyses détaillées sur les performances des publications.

5. Augmenter le Taux d'Ajout au Panier

- **KPI à suivre :**
 - Taux d'ajout au panier
 - Nombre de produits ajoutés au panier
 - Abandons de panier
- **Outils :**
 - Google Analytics : Pour suivre le taux d'ajout au panier et les abandons de panier.
 - Shopify Analytics (si applicable) : Pour obtenir des données détaillées sur le comportement des acheteurs.

6. Réduire le Taux d'Abandon

- **KPI à suivre :**
 - Taux d'abandon
 - Nombre de sessions abandonnées avant la conversion
- **Outils :**
 - Google Analytics : Pour analyser le taux d'abandon.
 - Hotjar : Pour identifier les raisons d'abandon à travers les enregistrements de sessions et les enquêtes de satisfaction.

En suivant ces KPI spécifiques et en utilisant les outils appropriés, AtypikHouse pourra mieux comprendre et améliorer les performances de son site web et de ses campagnes marketing.

D. Cahier des charges fonctionnel

1. Use Case

Titre : Réserver un appartement sur un site en ligne

Acteurs : Client, Système de réservation en ligne, Propriétaire de l'appartement

Description : Ce cas d'utilisation décrit le processus de réservation d'un appartement par un client sur un site de réservation en ligne.

Préconditions :

- Le client est connecté au site de réservation en ligne.
- L'appartement souhaité est disponible aux dates désirées.

Scénario principal :

1. Le client recherche des appartements disponibles en spécifiant ses critères de recherche (dates, nombre de chambres, emplacement, etc.).
2. Le système affiche une liste d'appartements disponibles correspondant aux critères de recherche du client.
3. Le client sélectionne un appartement et consulte ses détails (prix, description, photos, etc.).
4. Le client confirme sa réservation en spécifiant les dates de séjour et en fournissant les informations requises (coordonnées, mode de paiement, etc.).
5. Le système vérifie la disponibilité de l'appartement pour les dates choisies.
6. Si l'appartement est disponible, le système confirme la réservation et envoie une confirmation au client et au propriétaire de l'appartement.
7. Le client reçoit une confirmation de réservation par e-mail ou via le site web.

Postconditions :

- La réservation est enregistrée dans le système.
- L'appartement est bloqué pour les dates réservées.
- Le paiement est traité avec succès.

Extensions :

- Si l'appartement n'est pas disponible pour les dates choisies, le système informe le client et lui propose des alternatives.
- Si le paiement est refusé, le système informe le client et lui donne la possibilité de réessayer ou d'utiliser un autre mode de paiement.

Titre : S'authentifier avec JWT sur un site en ligne

Acteurs : Utilisateur, Système d'authentification en ligne

Description : Ce cas d'utilisation décrit le processus d'authentification d'un utilisateur sur un site en ligne en utilisant JSON Web Tokens (JWT).

Préconditions :

- L'utilisateur accède à une partie sécurisée du site nécessitant une authentification.
- Le système d'authentification en ligne est opérationnel et utilise JWT pour gérer les sessions utilisateur.

Scénario principal :

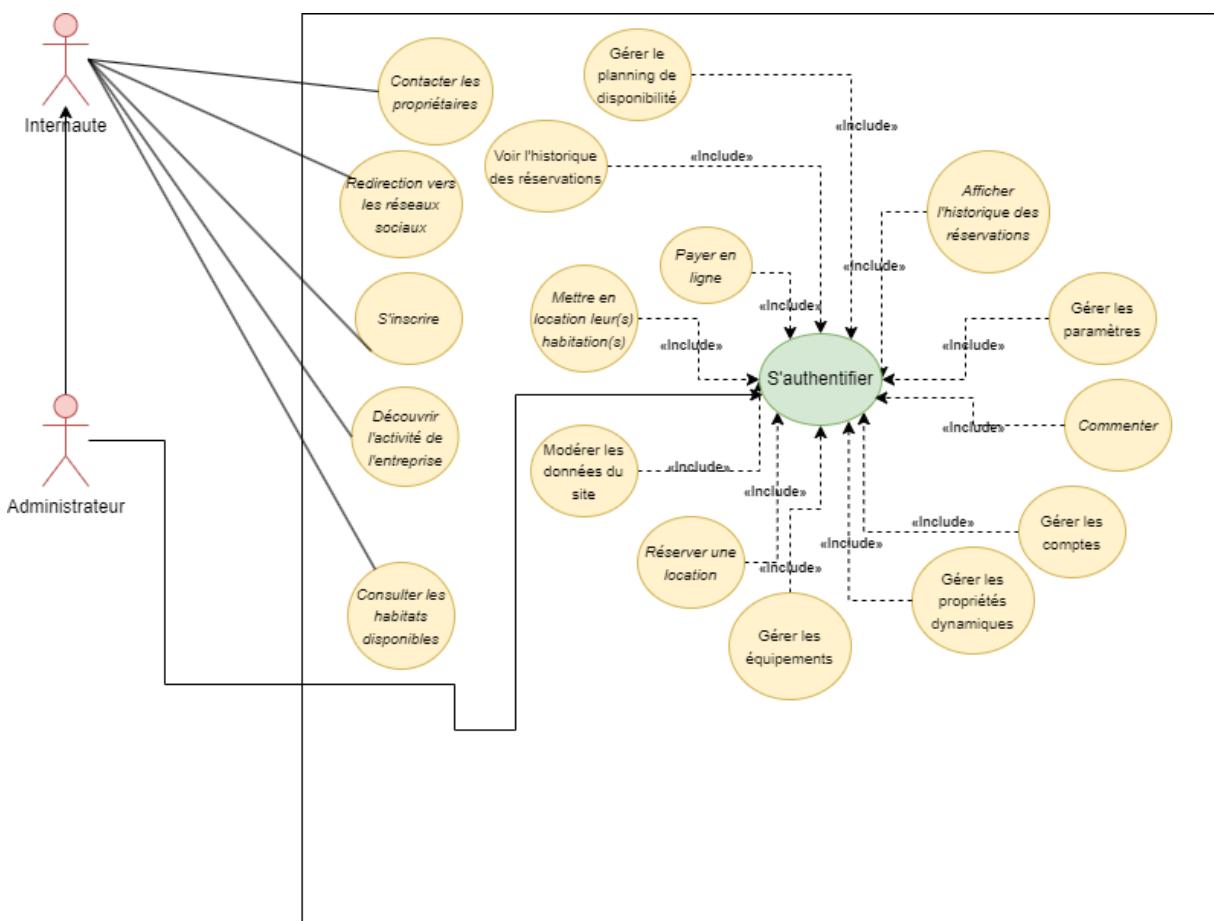
1. L'utilisateur accède à une page nécessitant une authentification.
2. Le système redirige l'utilisateur vers la page de connexion où il est invité à saisir ses identifiants (nom d'utilisateur et mot de passe).
3. L'utilisateur soumet ses identifiants.
4. Le système valide les identifiants de l'utilisateur et génère un JWT contenant les informations d'authentification.
5. Le système renvoie le JWT à l'utilisateur.
6. L'utilisateur stocke le JWT localement (généralement dans le stockage local du navigateur).
7. L'utilisateur utilise le JWT pour accéder aux ressources protégées en l'incluant dans l'en-tête des requêtes HTTP sortantes.
8. Le système vérifie la validité du JWT à chaque demande et autorise l'accès aux ressources protégées si le JWT est valide.

Postconditions :

- L'utilisateur est authentifié et peut accéder aux ressources protégées tant que le JWT est valide.
- Le système maintient la session de l'utilisateur tant que le JWT est valide.

Extensions :

- Si les identifiants de l'utilisateur sont invalides, le système affiche un message d'erreur et invite l'utilisateur à réessayer.
- Si le JWT expire ou devient invalide pour une autre raison, le système invite l'utilisateur à se reconnecter.



2. Tris de cartes et arborescence

Le tri de cartes est une technique de conception centrée sur l'utilisateur qui aide à organiser et structurer le contenu d'un site web de manière intuitive et logique.

Pour AtypikHouse, cette méthode permet de :

1. Comprendre la Perception des Utilisateurs :

- Identifier comment les utilisateurs perçoivent et classifient les différentes catégories de logements, d'expériences et d'informations proposées sur le site.

2. Optimiser l'Architecture de l'Information :

- Créer une arborescence de site qui reflète la logique des utilisateurs, facilitant ainsi la navigation et l'accès rapide aux informations recherchées.

3. Améliorer l'Expérience Utilisateur (UX) :

- Assurer que les utilisateurs trouvent facilement ce qu'ils cherchent, réduisant ainsi les taux de rebond et augmentant les conversions.

Choix Proposés pour le Tri de Cartes

Pour effectuer le tri de cartes, les participants ont été invités à organiser différentes catégories et éléments du site AtypikHouse. Voici les choix proposés :

1. Catégories de Logements :

- Cabanes perchées
- Maisons troglodytes
- Lofts industriels
- Autres logements atypiques

2. Destinations :

- Pierrefonds et ses environs
- Régions populaires en France
- Destinations en Europe

3. Expériences et Activités :

- Randonnées
- Visites culturelles
- Ateliers et événements

4. Informations Utiles :

- Avis Clients
- Blog et Articles de Voyage
- À Propos
- Contact

5. Fonctionnalités du Site :

- Recherche et Réservation
- Mon Compte
- FAQ

Photos des Tris de Cartes Effectués

(Les photos des tris de cartes effectués seraient insérées ici. Malheureusement, je ne peux pas générer ou insérer des photos directement dans ce texte, mais voici comment vous pouvez les organiser.)



Figure 19: Voici une photo représentant des tris de cartes effectués pour organiser le site web de AtypikHouse. Les participants classent les cartes dans différentes catégories, telles que "Cabanes perchées", "Maisons troglodytes", "Lofts industriels", "Pierrefo

Conclusions du Tri de Cartes

1. Cohérence et Intuitivité :

- Les utilisateurs ont tendance à regrouper les catégories de logements et les destinations de manière logique, ce qui confirme que l'architecture de l'information proposée est intuitive.

2. Priorisation des Informations :

- Les participants ont placé la section "Recherche et Réservation" en haut de la liste, indiquant son importance pour les utilisateurs souhaitant réserver rapidement.

3. Accessibilité des Expériences et Activités :

- Les utilisateurs souhaitent un accès rapide aux expériences et activités, ce qui suggère de les mettre en avant sur la page d'accueil.

4. Importance des Avis Clients :

- Les avis clients sont souvent regroupés avec les expériences et activités, soulignant leur rôle crucial dans la décision de réservation.

5. Simplification des Informations Utiles :

- Les sections "À Propos" et "Contact" doivent être facilement accessibles, mais ne doivent pas dominer la navigation principale.

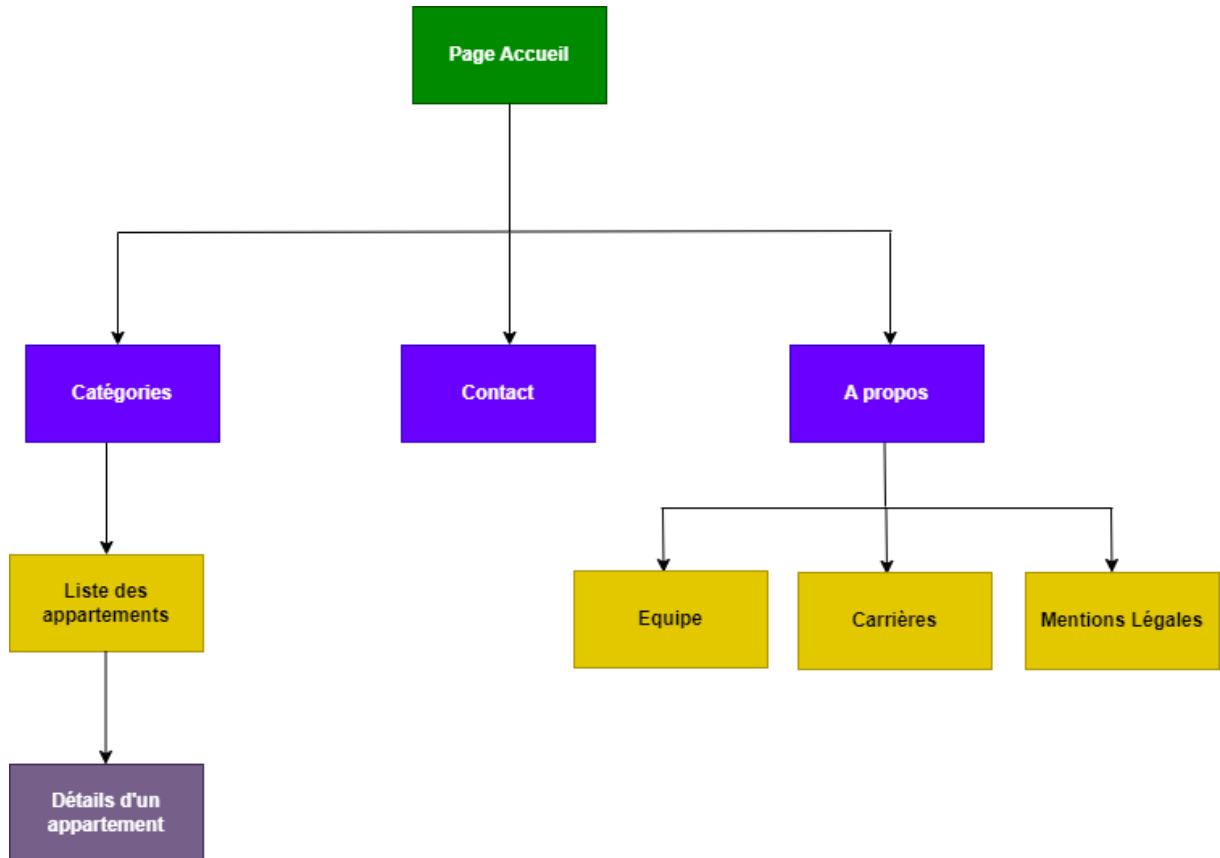
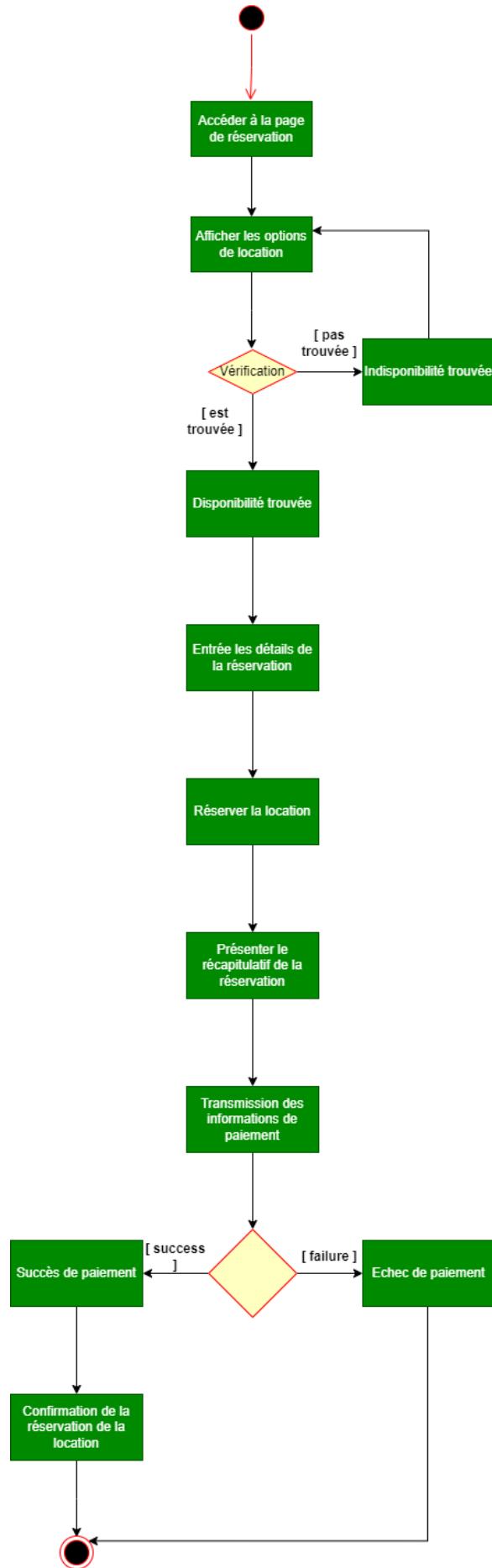
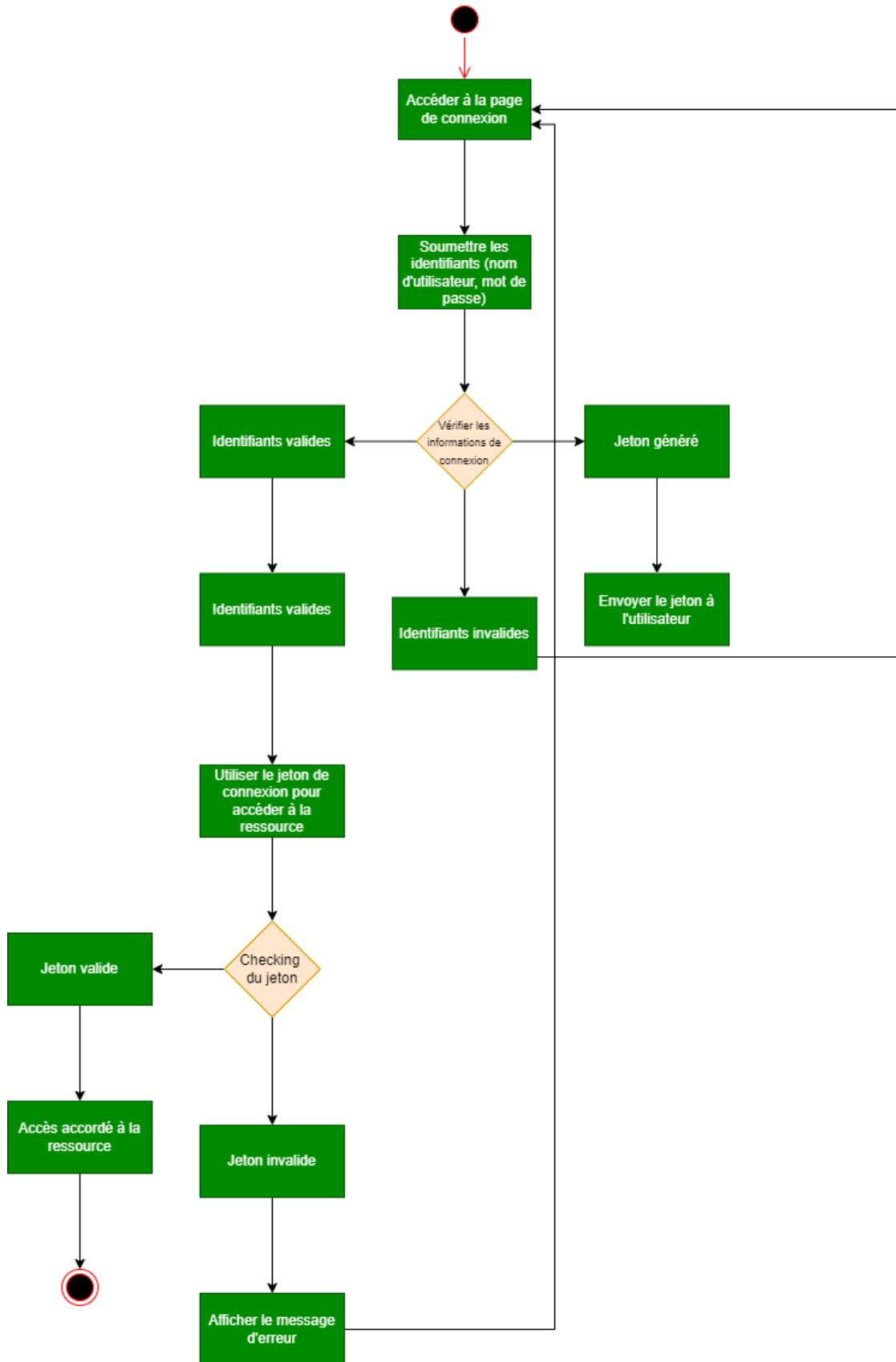


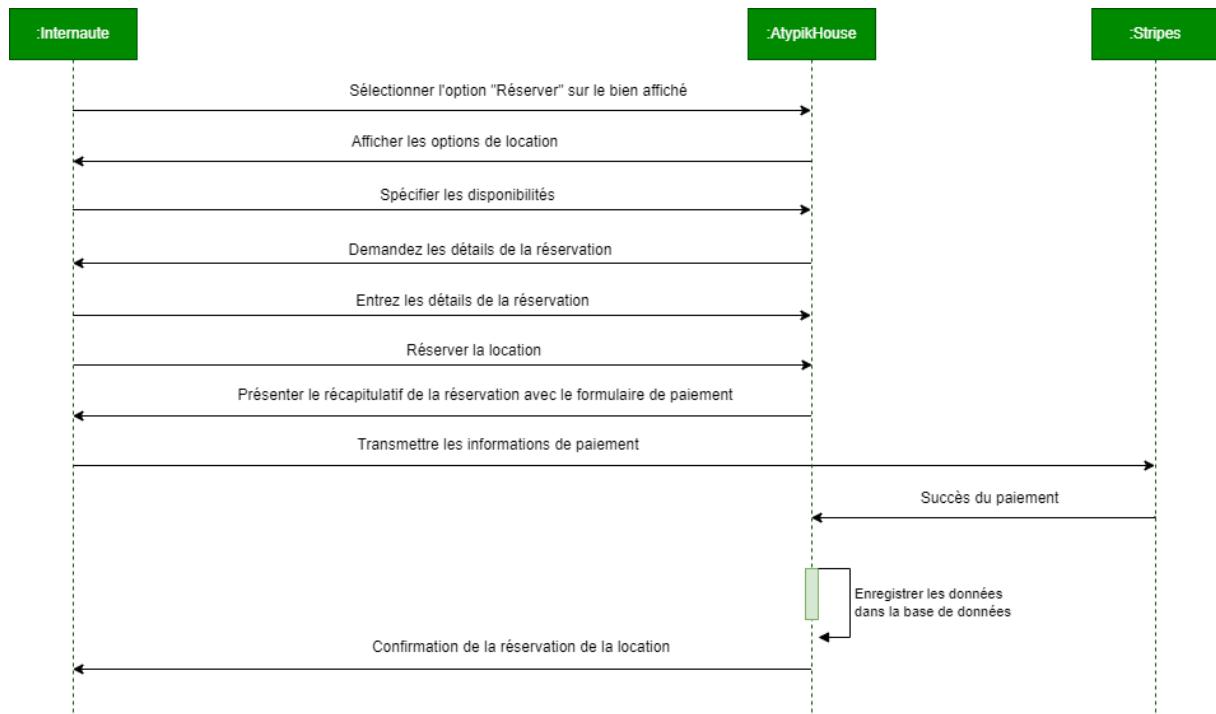
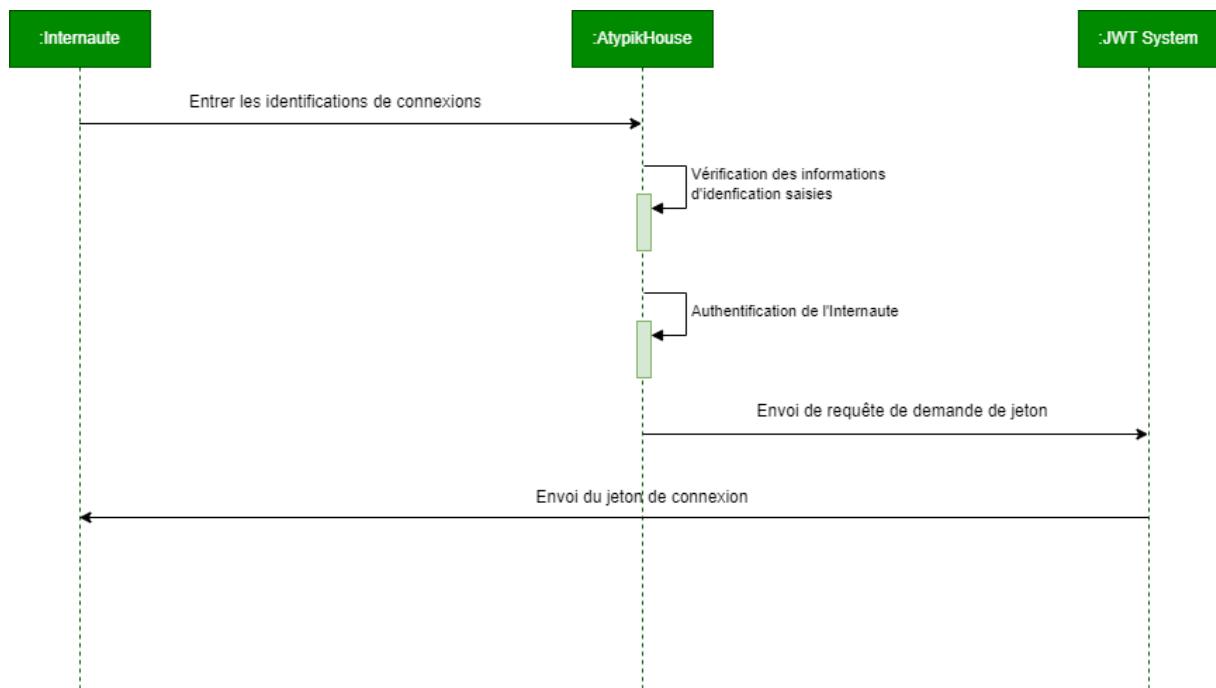
Figure 20: Screen de l'arborescence du site

3. Diagrammes d'activité

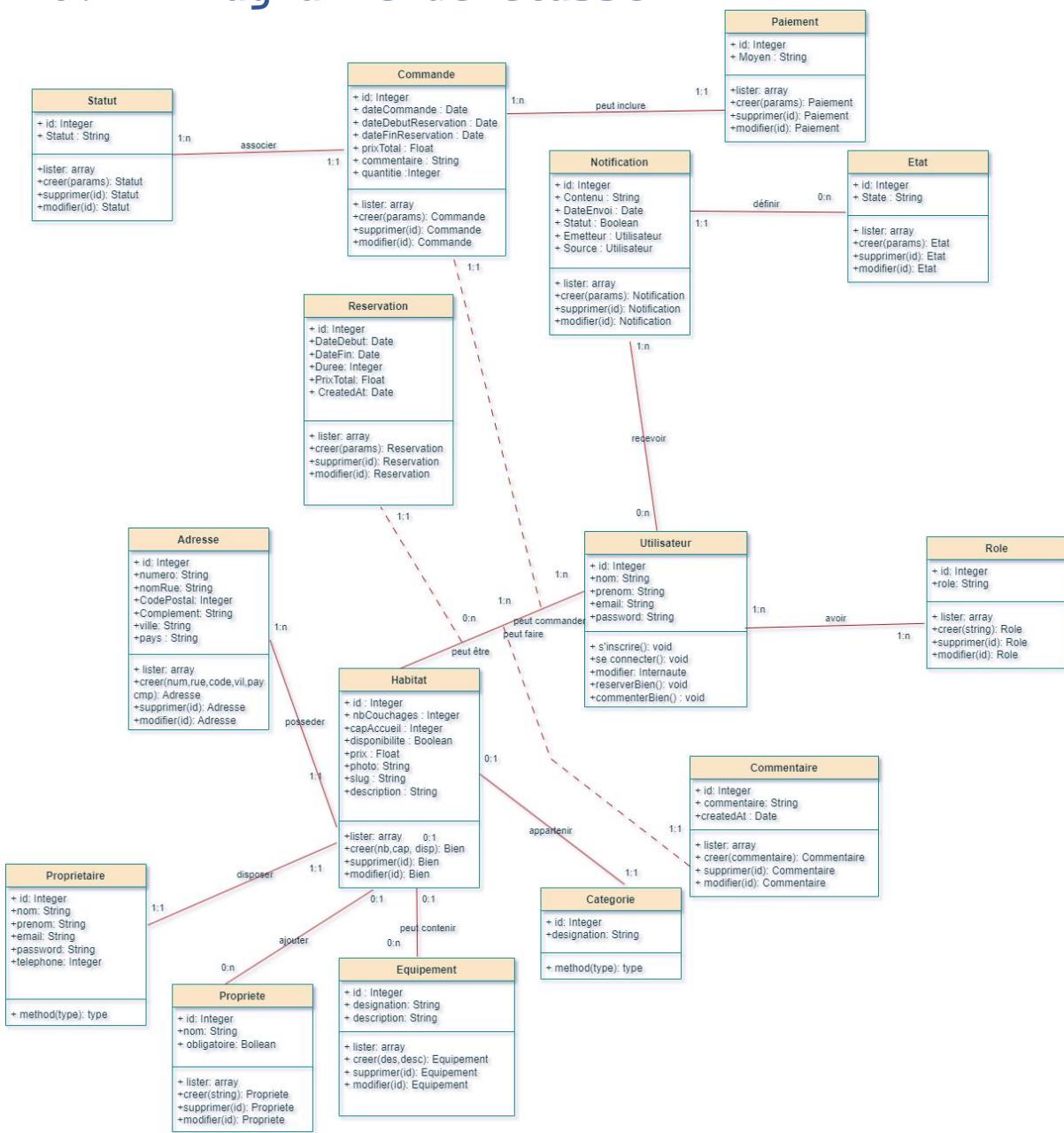




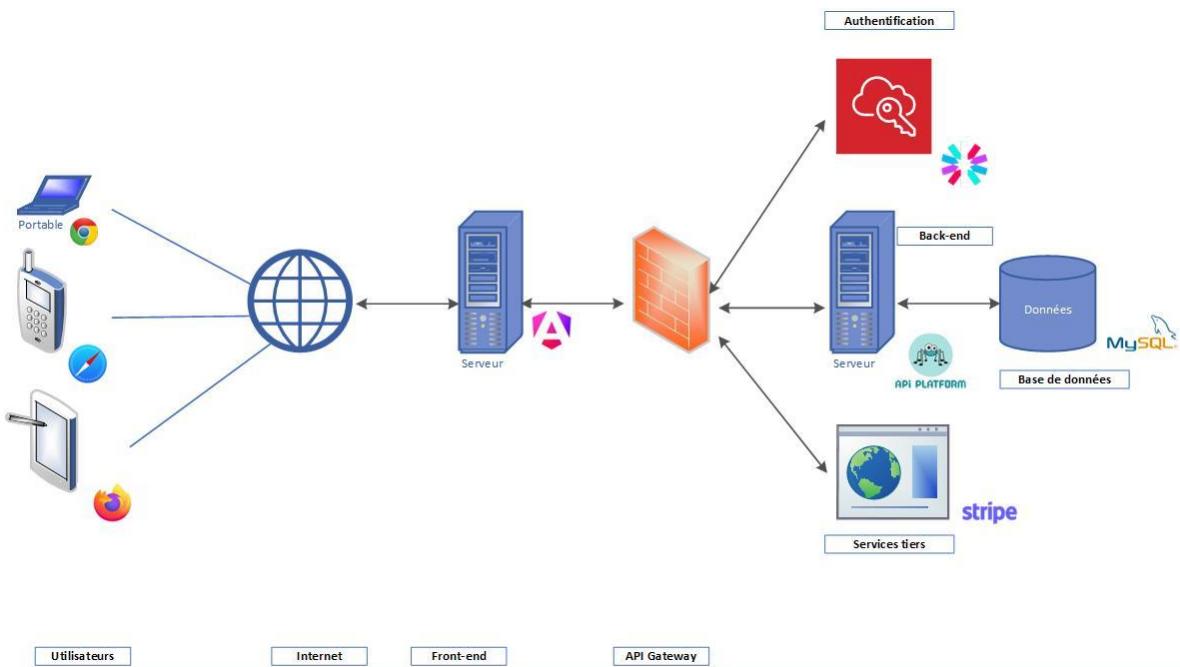
4. Diagrammes de séquence



5. Diagramme de classe



6. Diagramme représentation infrastructure



E. Cahier des clauses techniques détaillées

1. Technologies et compatibilité

- Front-end

Angular	
Le choix s'est porté sur Angular JS car c'est une technologie que nous maîtrisons bien. Elle est rapide et son fonctionnement nous permet d'offrir une expérience fluide et agréable pour nos visiteurs : PWA ou progressive Web App. Il réputé pour la construction d'applications modulaires et complexes.	

Bootstrap	
Bootstrap est un framework CSS open-source développé par Twitter pour faciliter le développement de sites web réactifs et mobiles. Il offre une collection de composants et d'outils préconçus tels que des grilles flexibles, des boutons, des formulaires, et des navbars, permettant aux développeurs de créer rapidement des interfaces utilisateur cohérentes et attrayantes. Utilisant des technologies comme HTML, CSS, et JavaScript, Bootstrap assure une compatibilité avec tous les navigateurs modernes. En plus de sa simplicité d'utilisation, il est largement documenté et soutenu par une vaste communauté de développeurs.	

Node.js	
Node.js est un environnement bas niveau qui nous permet d'utiliser le langage JavaScript sur le serveur, Il nous permet donc de faire du JavaScript en dehors du navigateur ! Node.js bénéficie de la puissance de JavaScript et par extension du typescript pour proposer une toute nouvelle façon de développer des sites web dynamiques.	

- Back-end

Symfony Api Plateform	
Symfony API Platform est un framework open-source basé sur Symfony, conçu pour créer des API robustes et performantes rapidement. Il offre une architecture REST et GraphQL, facilite l'implémentation des opérations CRUD et gère automatiquement la documentation de l'API avec des outils comme Swagger et OpenAPI. API Platform supporte nativement les formats JSON-LD, HAL, JSONAPI, et permet une intégration facile avec des frontends modernes comme React ou Vue.js. Utilisé par de nombreux développeurs pour sa flexibilité et ses fonctionnalités avancées, il est soutenu par une large communauté et bénéficie d'une documentation complète.	

- Base de données

MySQL	
MySQL est un système de gestion de base de données relationnelle open-source largement utilisé. Développé par Oracle Corporation, il est connu pour sa performance, sa fiabilité et sa facilité d'utilisation. MySQL est souvent utilisé dans des applications web pour gérer des bases de données de manière efficace et sécurisée. Il supporte le langage SQL (Structured Query Language) pour les opérations de gestion de données. Grâce à sa compatibilité avec de nombreux systèmes d'exploitation et environnements de développement, MySQL est un choix populaire parmi les développeurs et les entreprises.	

- Compatibilités navigateur

Navigateurs compatibles	
Chaque navigateur dispose de son propre « moteur d'affichage », ce qui peut entraîner des différences significatives dans l'affichage et le comportement d'un même site web selon le navigateur utilisé. La	

compatibilité multi-navigateurs vise à garantir un affichage et une expérience utilisateur cohérents quel que soit le navigateur.

Le code d'une application universelle doit être exécuté à la fois côté serveur et côté client. Cela nécessite une spécification JavaScript uniforme des deux côtés. Cependant, Node.js et le JavaScript des navigateurs ont leurs propres particularités. Par exemple, l'objet document utilisé dans les navigateurs n'existe pas en Node.js, tandis que le module require de Node.js n'est pas nativement supporté dans les navigateurs (bien qu'il soit intégré dans ES2015 avec import).

Pour harmoniser ces deux environnements, une étape de build est nécessaire pour rendre le code compatible avec les navigateurs. Des outils comme Browserify ou Webpack peuvent être utilisés pour transformer et bundler le code afin de garantir sa compatibilité avec les navigateurs.

Liste des navigateurs compatibles avec leurs versions minimales		
n°	Navigateur	Version
1	Google Chrome	80+
2	Mozilla Firefox	78 (version ESR)
3	Microsoft Edge	79+
4	Apple Safari	12+
5	Opera	67+
6	Internet Explorer	11
7	Navigateur Android	Android 5.0 (Lollipop)
8	iOS Safari	iOS 10+

Sources :

- [Angular Official Documentation - Browser Support](#)
- [DevExtreme Angular Documentation - Supported Browsers](#)

2. Software

Visual studio code		Visual Studio Code est un éditeur de code source open-source développé par Microsoft, disponible gratuitement sur Windows, macOS et Linux. Connue pour sa légèreté et sa rapidité, il prend en charge de nombreuses extensions permettant d'ajouter des fonctionnalités telles que le débogage, le contrôle de version intégré, et la complétion de code intelligente. Il offre une interface utilisateur intuitive et personnalisable, facilitant ainsi le développement de logiciels dans divers langages de programmation. Grâce à sa communauté active, de nombreuses extensions et plugins sont disponibles pour améliorer l'expérience de codage
--------------------	---	--

Postman Api Plateform	 POSTMAN	Postman est un outil populaire de collaboration pour les API qui permet aux développeurs de concevoir, tester, documenter et surveiller les API. Initialement développé comme une extension de navigateur,
-----------------------------	---	--

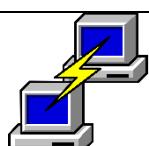
Postman est désormais une application autonome disponible sur Windows, macOS et Linux. Il offre une interface conviviale pour envoyer des requêtes HTTP, inspecter les réponses et organiser les collections de tests. Postman simplifie le processus de développement d'API en offrant des fonctionnalités avancées telles que les environnements variables, les scripts de pré-requête et de test, et l'automatisation des tests.

Github

GitHub est une plateforme de développement collaboratif et de gestion de version de code source, basée sur Git, un système de contrôle de version distribué. Créé en 2008, GitHub permet aux développeurs de stocker, gérer et suivre les modifications de leur code, tout en facilitant la collaboration grâce à des fonctionnalités comme les pull requests, les issues et les discussions. Il offre également des outils pour l'intégration continue et le déploiement automatisé, rendant le développement de logiciels plus efficace et structuré. GitHub héberge des millions de projets open-source et est un élément clé de la communauté des développeurs.

OVHCloud

OVHCloud est une entreprise française spécialisée dans les services de cloud computing et d'hébergement web. Fondée en 1999, OVHCloud propose une large gamme de solutions, allant des serveurs dédiés et de l'hébergement mutualisé aux infrastructures cloud complexes, telles que le cloud privé et le cloud public. La société se distingue par son approche écologique, avec des centres de données éco-énergétiques, et son innovation technique, comme ses systèmes de refroidissement par eau. OVHCloud est un acteur majeur du marché européen du cloud, offrant des services à des millions de clients à travers le monde.

PuTTY

PuTTY est un logiciel open-source de terminal émulateur qui permet d'établir des connexions sécurisées à distance via SSH, Telnet, et d'autres protocoles de réseau. Développé initialement pour les systèmes Windows, PuTTY est maintenant disponible pour diverses plateformes, y compris Unix. Il est largement utilisé par les administrateurs système et les développeurs pour accéder à des serveurs distants, configurer des réseaux et exécuter des commandes à distance. Sa simplicité d'utilisation et sa fiabilité en font un outil indispensable pour la gestion des systèmes et des infrastructures réseau.

PhpMyAdmin

phpMyAdmin est une application web open-source qui permet de gérer les bases de données MySQL et MariaDB via une interface graphique conviviale. Crée en PHP, elle offre une multitude de fonctionnalités pour l'administration de bases de données, telles que l'exécution de requêtes SQL, la gestion des utilisateurs et des permissions, la création et la modification de tables, ainsi que l'importation et l'exportation de données. phpMyAdmin est largement utilisé par les développeurs et les

administrateurs système pour simplifier les tâches de gestion des bases de données, et il est disponible dans plusieurs langues, rendant son utilisation accessible à une audience globale.

Docker	
Docker est une plateforme open-source qui automatise le déploiement d'applications dans des conteneurs logiciels, garantissant leur portabilité et leur isolation. Les conteneurs permettent d'encapsuler une application et toutes ses dépendances dans une unité standardisée pour s'assurer qu'elle fonctionne de manière cohérente dans différents environnements. Développé initialement par Docker Inc., cet outil est largement utilisé pour le développement, les tests et la production grâce à sa capacité à simplifier la configuration et la gestion des infrastructures. Docker facilite la mise en place de pipelines CI/CD et améliore l'efficacité des équipes de développement grâce à une infrastructure légère et rapide à déployer.	

3. Tests applicatifs

Jasmine	
Jasmine est un framework de test comportemental open-source pour JavaScript. Il est conçu pour tester le code JavaScript en exécutant des suites de tests automatisées, permettant ainsi aux développeurs de vérifier que leur code fonctionne comme prévu. Jasmine utilise une syntaxe simple et lisible, facilitant la rédaction et la compréhension des tests. Il ne dépend d'aucune autre bibliothèque JavaScript et fonctionne bien avec tous les navigateurs modernes. Jasmine est souvent utilisé en combinaison avec des outils d'intégration continue pour assurer la qualité du code tout au long du cycle de développement.	

Behat	
Behat est un framework de test comportemental pour PHP, basé sur la spécification Gherkin, qui permet de décrire les comportements des applications dans un langage compréhensible par les non-développeurs. Utilisé principalement pour le développement piloté par le comportement (BDD, Behavior-Driven Development), Behat permet d'écrire des scénarios de test sous forme de spécifications fonctionnelles, facilitant ainsi la collaboration entre les développeurs, les testeurs et les parties prenantes non techniques. Il s'intègre bien avec d'autres outils comme Mink pour les tests d'interface utilisateur et Symfony pour les projets PHP. Behat aide à garantir que les applications répondent aux exigences définies par les utilisateurs finaux tout au long du cycle de développement.	

PHPUnit	
PHPUnit est un framework de test unitaire pour PHP, largement utilisé pour automatiser les tests de code PHP afin de garantir sa qualité et sa fiabilité. Il permet aux développeurs d'écrire et d'exécuter des tests unitaires, qui vérifient le bon fonctionnement des composants individuels du code, tels que les	

fonctions et les classes. PHPUnit offre une syntaxe simple pour définir des tests, des assertions pour vérifier les résultats attendus et des outils pour générer des rapports détaillés sur les tests exécutés. Il s'intègre bien avec les outils d'intégration continue et est un élément clé du développement piloté par les tests (TDD). Grâce à PHPUnit, les développeurs peuvent détecter et corriger les erreurs rapidement, améliorant ainsi la maintenance et l'évolution du code.

4. Hébergement et nom de domaine

Hébergement

Pour l'hébergement du site AtypikHouse, je recommande l'utilisation des services d'OVHcloud, un fournisseur français réputé pour sa fiabilité, sa performance et ses options flexibles adaptées à divers besoins.

Offre Préconisée : OVHcloud Performance 1

- **Caractéristiques :**
 - **Espace disque :** 500 Go SSD
 - **Trafic mensuel :** Illimité
 - **Certificat SSL gratuit :** Let's Encrypt
 - **Sauvegardes automatiques :** Quotidiennes
 - **Bases de données :** MySQL/MariaDB illimitées
 - **Nombre de sites :** Hébergement multi-site possible
 - **Support :** Assistance 24/7
- **Coût :**
 - **Prix mensuel :** 13,99 € HT
 - **Prix annuel :** Environ 167,88 € HT (souscription annuelle avec un mois gratuit)

Justification :

1. **Performance :**
 - Les disques SSD garantissent des vitesses de chargement rapides, essentielles pour une bonne expérience utilisateur et un meilleur référencement SEO.
2. **Fiabilité :**
 - OVHcloud est reconnu pour sa stabilité et ses sauvegardes automatiques, assurant la sécurité des données.
3. **Flexibilité :**
 - La possibilité d'héberger plusieurs sites et la gestion illimitée des bases de données permettent une grande flexibilité pour les futures expansions.
4. **Support :**
 - Un support client disponible 24/7 est crucial pour résoudre rapidement tout problème technique.

Nom de Domaine

Pour le nom de domaine, je recommande de rester avec OVHcloud pour la gestion du domaine, ce qui facilite la configuration et la gestion de l'hébergement.

Nom de Domaine Préconisé : atypikhouse.fr

- **Coût :**

- **Prix annuel :** 8,99 € HT

Justification

1. **Cohérence :**
 - Un nom de domaine en .fr renforce la crédibilité et la localisation française de l'entreprise, ce qui est avantageux pour le SEO local et la reconnaissance de la marque.
2. **Gestion Simplifiée :**
 - Avoir l'hébergement et le nom de domaine chez le même fournisseur simplifie la gestion DNS et la configuration des services.

En combinant l'offre d'hébergement OVHcloud Performance 1 et le nom de domaine atypikhouse.fr, AtypikHouse bénéficie d'une solution complète et optimisée pour la mise en ligne de son site internet. Cette configuration assure une haute performance, une grande fiabilité et une gestion simplifiée, tout en étant économiquement viable.

Coût Total Annuel :

- Hébergement : 167,88 € HT
- Nom de Domaine : 8,99 € HT
- **Total : 176,87 € HT par an**

F. Identité visuelle et charte graphique

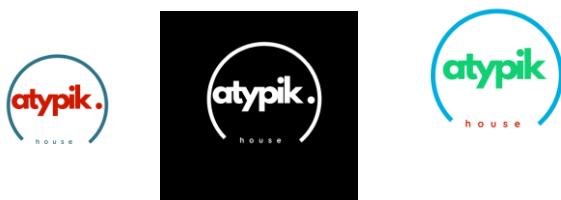
1. Personas de design

- Nom de la marque : AtypickHouse
- Aperçu : AtypikHouse est une entreprise de réservation et mise en location d'habitats hors du commun. Elle représente une marque insolite qui vise à laisser des souvenirs mémorables aux visiteurs et à permettre aux propriétaires de rentabiliser leurs créations artistiques dans l'habitat.
- Image de personnalité : AtypikHouse humanifiée serait Mélanie, une jeune femme de 34 ans, avanturière avec un goût prononcé pour le non conventionnel, explorant de nouvelles voies créatives. Elle est innovante, amicale et projette à la fois la beauté, la bonne expérience ainsi qu'une grande sensation de sécurité.
- Traits de marque : AtypikHouse est axé sur la créativité, la sécurité, l'accessibilité.
- Carte de la personnalité :
 - Valeur : les valeurs d'AtypikHouse sont entre autre la satisfaction client, la sécurité et le non conventionnel
 - Mission : Permettre aux propriétaires de biens locatifs insolites de tirer profit de leurs possessions tout en offrant une expérience hors du commun aux occupants
 - Vision : Devenir le leader mondial en tant que plateforme de location de biens insolites toutes destinations confondues.

- Voix et exemple(s) de texte(s) : AtypikHouse communique sur un ton enthousiaste et amical. Incitant son interlocuteur à passer à l'action pour soit réserver un bien ou en mettre un en location, dès l'instant qu'il est atypique.
Exemple de texte : "Des vacances Atypiques, c'est avec AtypikHouse"
- Lexique visuel : (Voir Figma)
- Méthodes de communication : AtypikHouse compte utiliser les canaux instagram, tiktok, youtube et pinterest pour toucher son audience sur les réseaux sociaux à travers des posts vidéos, des photos en organique et/ou en publicité.

2. Recherche de logos :

Propositions Jules



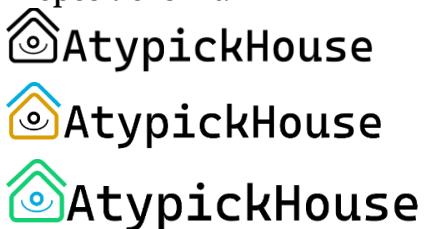
Propositions Mériack



Propositions Sitraka



Propositions Malik



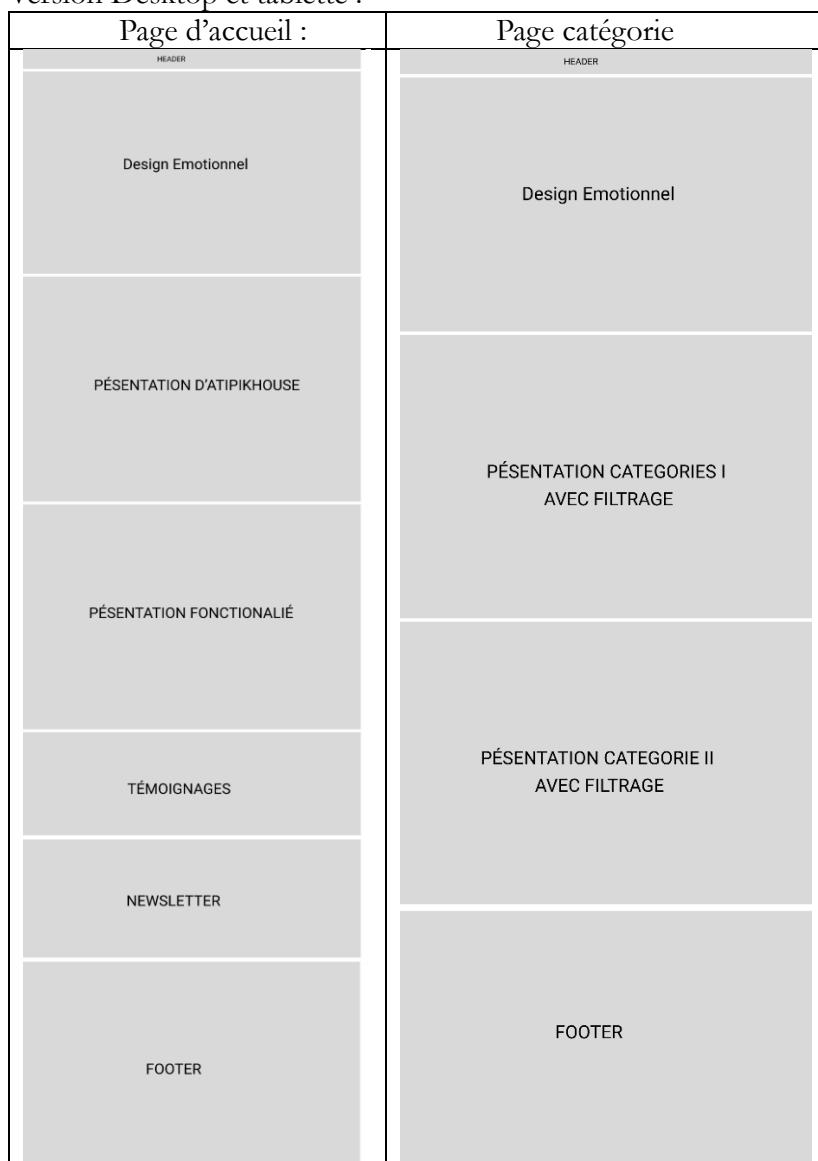
3. Logo



4. Zoning

Le zoning détermine la structure générale des pages clés du futur site web. Sous forme de schémas très simples, il indique l'emplacement des principaux éléments qui composent le site web tels que : le menu, le logo, les visuels, la sidebar, footer, etc.

Version Desktop et tablette :



Page Liste des Appartements :	Page contact :
<p>HEADER</p> <p>Design Emotionnel</p> <p>LISTE D'APPARTEMENTS SOUS FORME E-COMMERCE</p> <p>PÉSENTATION FONCTIONALIÉ STATISTIQUES SUR LES LOGEMENTS</p> <p>CTA POUR LOUER UN APPART</p> <p>CTA POUR METTRE UN APPART EN LOCATION</p> <p>FOOTER</p>	<p>HEADER</p> <p>CTA CONTACT POUR RÉSERVER</p> <p>FORMULAIRE DE CONTACT</p> <p>INFORMATIONS DE CONTACT</p> <p>FOOTER</p>

Version mobile :

Page d'accueil	Page catégorie :
<p>Design Emmotionnel</p> <p>PRÉSENTATION D'ATIPKHOUSE</p> <p>PRÉSENTATION FONCTIONNALITÉS</p> <p>PRÉSENTATION FONCTIONNALITÉS</p> <p>TÉMOIGNAGES</p> <p>NEWSLETTER</p> <p>FOOTER</p>	<p>Design Emmotionnel</p> <p>PRÉSENTATION CATGORIE I AVEC FILTRAGE</p> <p>PRÉSENTATION CATGORIE II AVEC FILTRAGE</p> <p>FOOTER</p>

Page Liste d'appartements :	Page Contact :
<p>Menu</p> <p>Design Emmotionnel</p> <p>LISTE D'APPARTEMENTS SOUS FORME E-COMMERCE</p> <p>PRÉSENTATION STATISTIQUE SUR LES LOGEMENTS</p> <p>CTA POUR LOUER UN APPART</p> <p>CTA OUR METTRE UN APPART EN LOCATION</p> <p>FOOTER</p>	<p>Menu</p> <p>CTA CONTACT POUR RÉSERVER</p> <p>FORMULAIRE DE CONTACT</p> <p>INFORMATIONS DE CONTACT</p> <p>LOCALISATION</p> <p>FOOTER</p>

5. Prototypes Papier

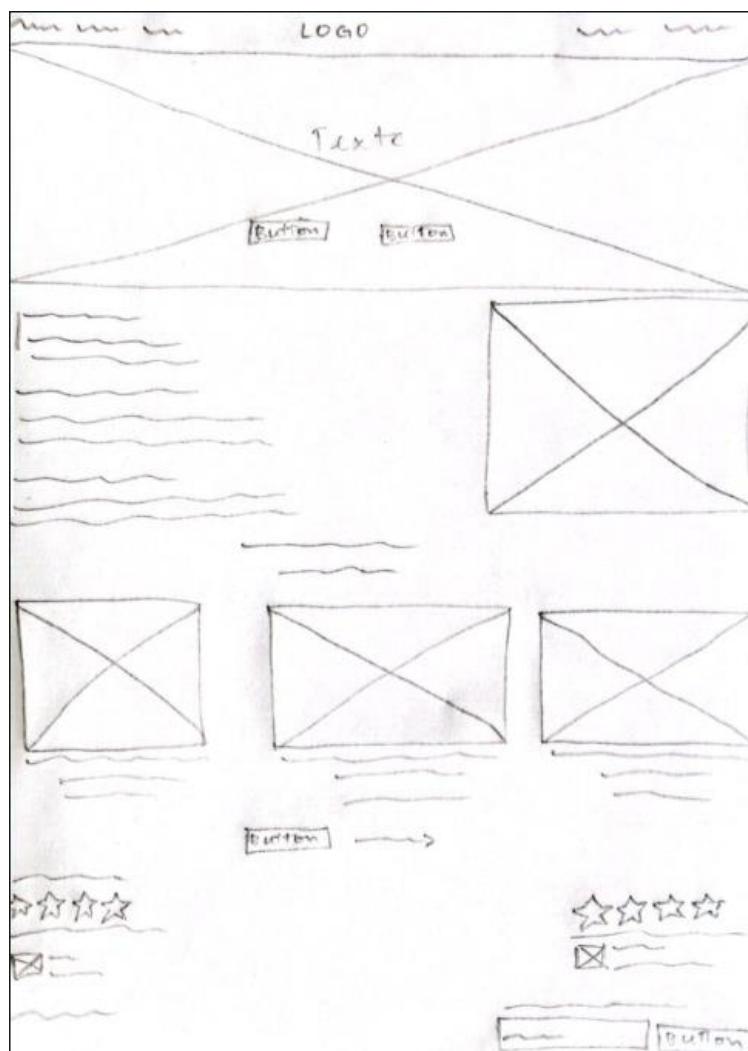
Les prototypes papiers servent essentiellement à examiner des problématiques de conception (design, maquettage, etc.), de positionnement sur un marché, d'écosystème interne, de communauté, de profil de clientèle, de modèle d'organisation, de nouveaux processus et à évaluer les solutions proposées. Ils n'ont pas besoin d'être téléchargés ou déployés. Ils ne dépendent pas de l'accès à Internet et ne plantent pas. Ils aident à débusquer en temps réel les problèmes, très vite et à faible coût.

Fonctionnalité testée : navigation fluidifiée sur la page d'accueil.

Nombre de tests effectués :

50

Parcours réalisés : Visualisation des images de hauts en bas, expérience agréable.

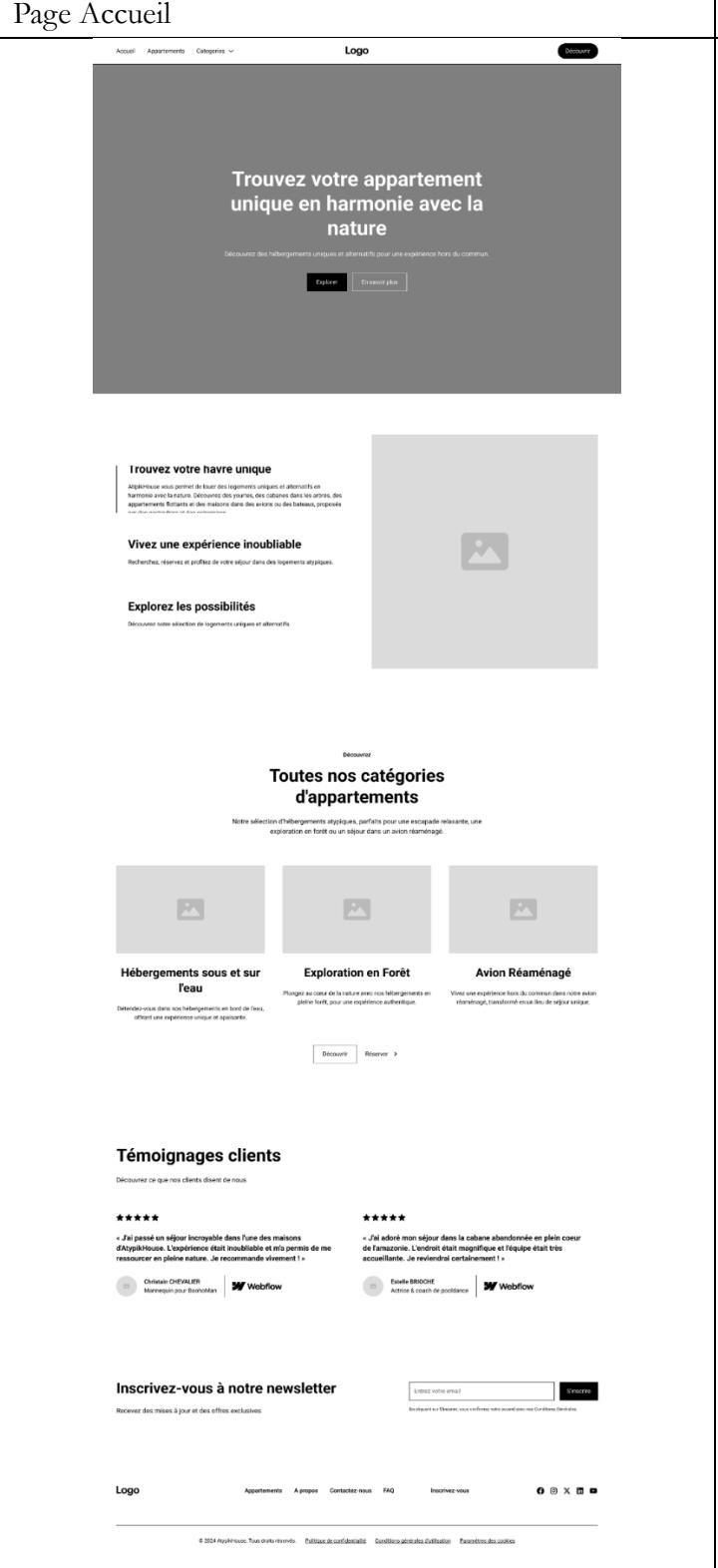
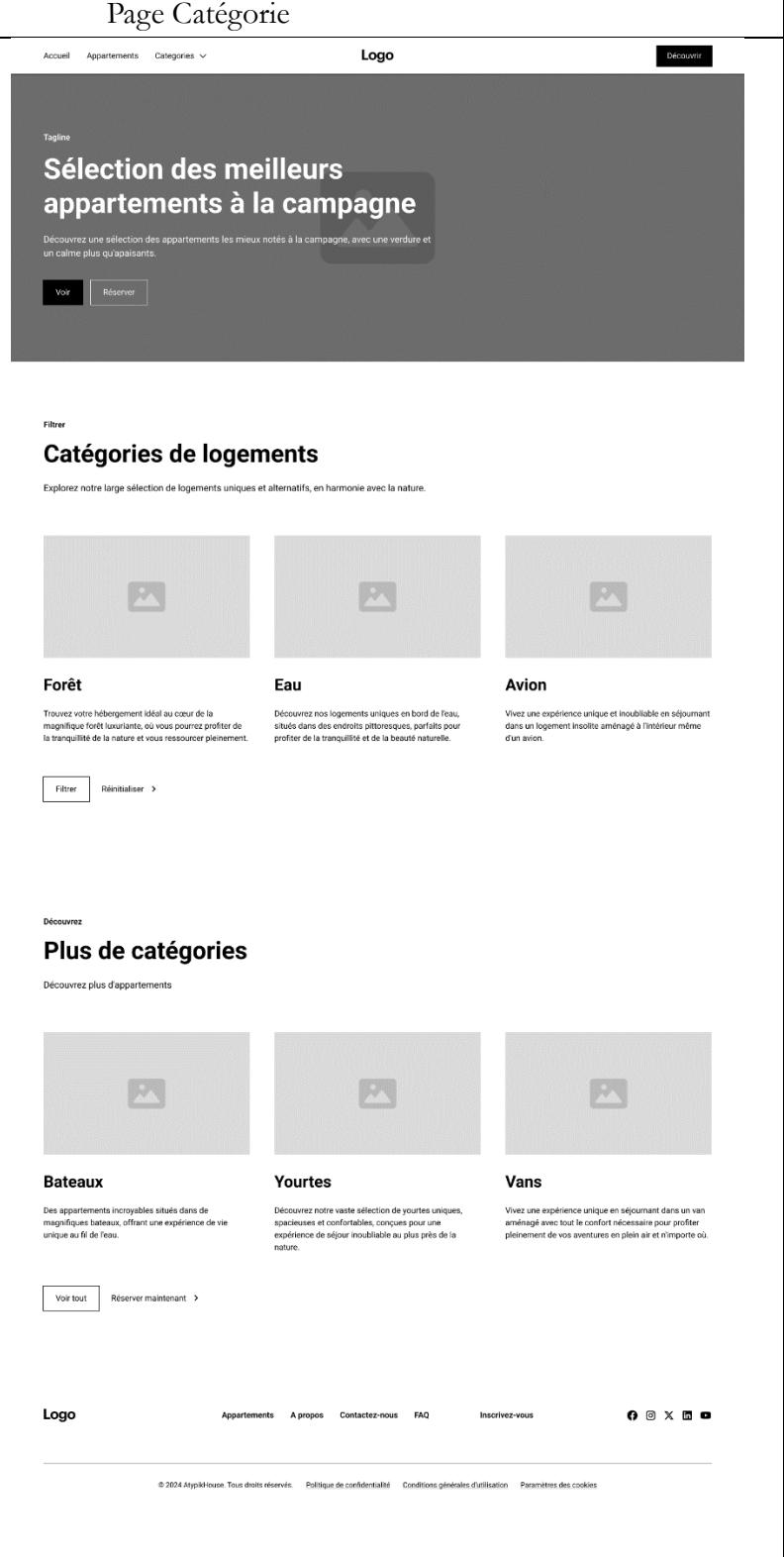


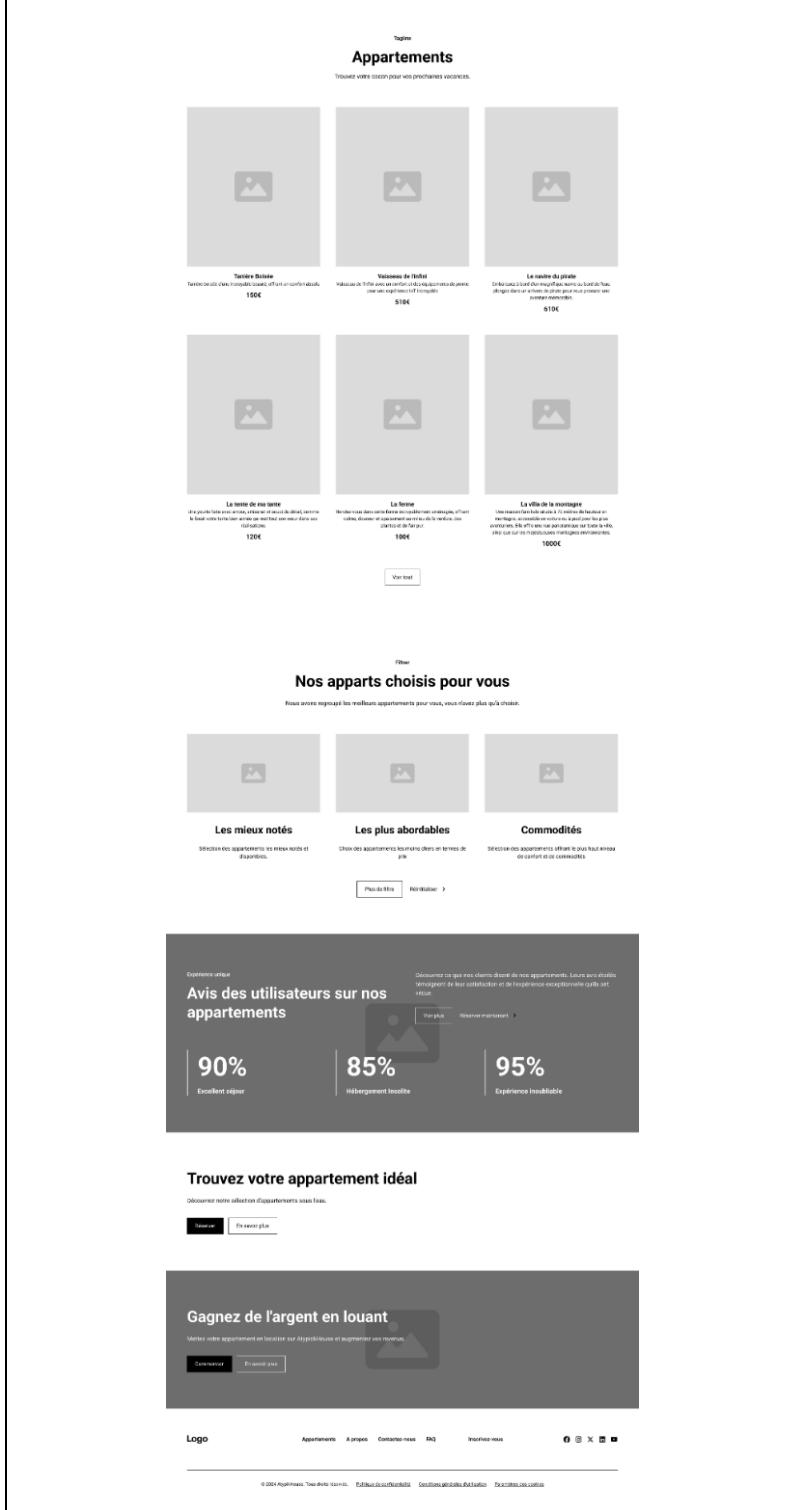
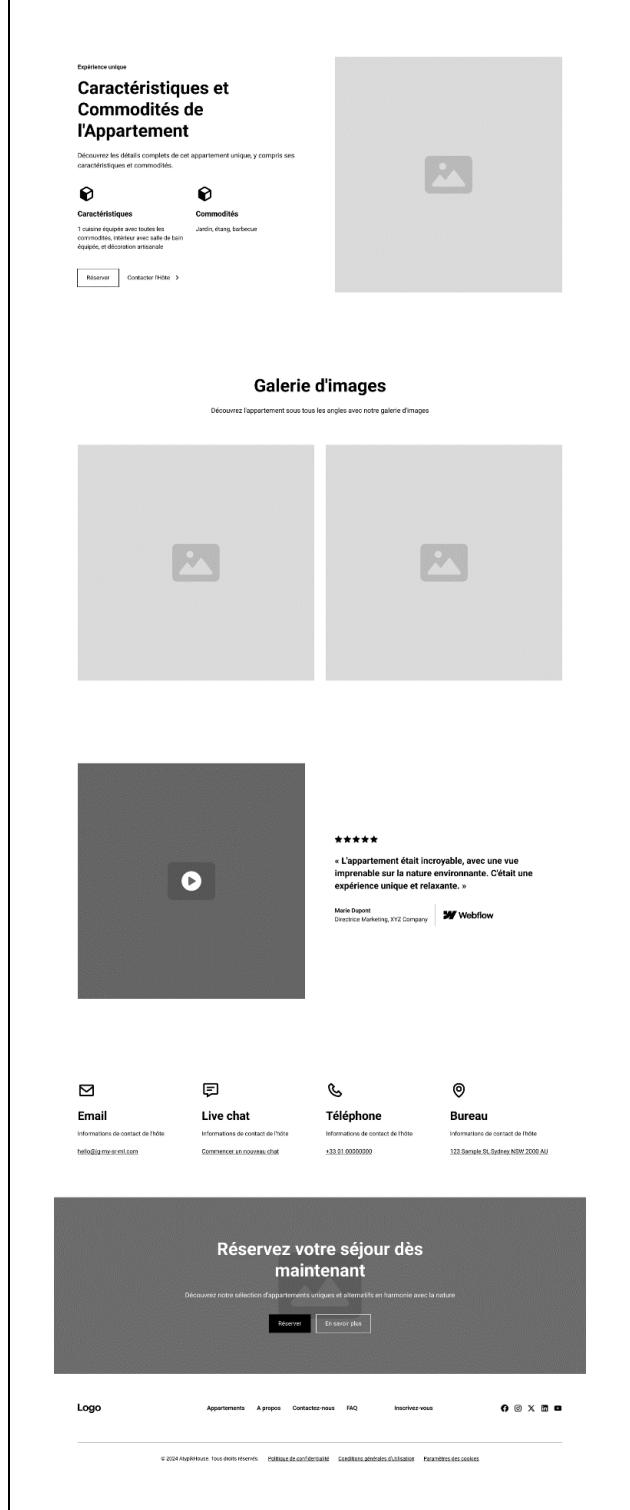
Conclusion :

Les utilisateurs ont apprécié l'emplacement général des images, texte et boutons, tout semble clair et aéré.

6. Wireframes

Wireframes Desktop et tablette

<p>Page Accueil</p> 	<p>Page Catégorie</p> 
--	--

<h3>Page Liste Appartements</h3> 	<h3>Page détails Appartement</h3> 
<p>Page Liste Appartements</p> <p>Accueil Appartements Catégories > Logo Rechercher</p> <p>Plus qu'un appart, une expérience Découvrez notre sélection d'appartements uniques et insolites.</p> <p>Tags Appartements Trouvez votre option pour vos prochaines vacances.</p> <p>Tendre Bohème 150€ Tendre Bohème chaleureuse, douce, offrant un confort absolu. 150€</p> <p>Valeureuse de l'île 510€ Valeureuse de l'île avec ses pierres et ses couleurs de pierre, une atmosphère magique.</p> <p>Le jardin à la grange 610€ Un bel espace à l'île de Ré magnifique avec un jardin de 1000m², dégagé dans un environnement naturel et préservé avec beaucoup d'efforts.</p> <p>La tente de ma tante 120€ La tente de ma tante, une tente, un peu de décalage, un peu de folie, une belle tente avec une décoration, une belle tente.</p> <p>La ferme 100€ Découvrir une vraie ferme dans les plus beaux villages de France, découvrir un véritable mode de vie, une vraie ferme.</p> <p>La villa de la plage 1000€ Une maison à la plage avec une vue imprenable sur la baie de l'île de Ré, avec une grande terrasse et une piscine privée avec une belle décoration.</p> <p>Filtrer</p> <p>Nos apparts choisis pour vous Nous avons regroupé les meilleurs appartements pour vous, vous n'aurez plus qu'à choisir.</p> <p>Les mieux notés Découvrez nos appartements les mieux notés et appréciés.</p> <p>Les plus abordables Choisir des appartements les moins chers en termes de prix.</p> <p>Commodités Sélectionnez des appartements offrant le plus haut niveau de confort et de commodités.</p> <p>Plus de filters Rechercher ></p> <p>Expérience unique Caractéristiques et Commodités de l'Appartement Découvrez les détails complets de cet appartement unique, y compris ses caractéristiques et commodités.</p> <p>Caractéristiques 1 chambre équipée avec toutes les commodités, intérieur avec salle de bain équipée, décoration artisanales.</p> <p>Commodités Jardin, étagère, barbecue</p> <p>Réserver Contacter l'hôte ></p> <p>Galerie d'images Découvrez l'appartement sous tous les angles avec notre galerie d'images.</p> <p>Avis des utilisateurs sur nos appartements Découvrez ce que nos clients disent de nos appartements. Tous ont été évalués en fonction de leur satisfaction et de l'expérience exceptionnelle qu'ils ont vécue.</p> <p>90% Excellent séjour 85% Hébergement incroyable 95% Expérience inoubliable</p> <p>Trouvez votre appartement idéal Découvrez notre sélection d'appartements sous forme.</p> <p>Gagnez de l'argent en louant Mettez votre appartement en location sur AtypikHouse et augmentez vos revenus.</p> <p>Reserver En savoir plus</p> <p>Logo Appartements A propos Contactez-nous FAQ Inscrivez-vous</p> <p>© 2024 AtypikHouse. Tous droits réservés. Politique de confidentialité Conditions générales d'utilisation Politique des cookies</p>	<p>La tente de ma tante Située à Giverny, découvrez une jolie tente avec amour, artisanat et souci du détail, comme le ferait votre tante bien aimée qui met tout son cœur dans ses réalisations.</p> <p>Expérience unique Caractéristiques et Commodités de l'Appartement Découvrez les détails complets de cet appartement unique, y compris ses caractéristiques et commodités.</p> <p>Caractéristiques 1 chambre équipée avec toutes les commodités, intérieur avec salle de bain équipée, décoration artisanales.</p> <p>Commodités Jardin, étagère, barbecue</p> <p>Réserver Contacter l'hôte ></p> <p>Galerie d'images Découvrez l'appartement sous tous les angles avec notre galerie d'images.</p> <p>★★★★★ « L'appartement était incroyable, avec une vue imprenable sur la nature environnante. C'était une expérience unique et relaxante. »</p> <p>Marie Dupont Directrice Marketing, XYZ Company </p> <p>Email Informations de contact de l'hôte hello@atypikhouse.com</p> <p>Live chat Informations de contact de l'hôte Commencer un nouveau chat</p> <p>Téléphone Informations de contact de l'hôte +33 31 0000000</p> <p>Bureau Informations de contact de l'hôte 123 Demain St, Sydney NSW 2000 AU</p> <p>Réservez votre séjour dès maintenant Découvrez notre sélection d'appartements uniques et alternatifs en harmonie avec la nature.</p> <p>Reserver En savoir plus</p> <p>Logo Appartements A propos Contactez-nous FAQ Inscrivez-vous</p> <p>© 2024 AtypikHouse. Tous droits réservés. Politique de confidentialité Conditions générales d'utilisation Politique des cookies</p>

Page Contact

Page A propos

Logo

Découvrir

Réservez

Contactez-nous dès maintenant

Pour réserver un appartement, contactez-nous dès maintenant. Nous sommes là pour vous aider à trouver l'hébergement parfait pour votre prochaine aventure.

[Contactez-nous](#) [En savoir plus](#)

Envoyez-nous un message

Merci de remplir les champs ci-dessous

Nom

Email

Message
Saisissez votre message...

J'accepte les conditions

[Envoyer](#)

Email
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Suspendisse varius enim in eros.

contact@atypikhouse.com

Téléphone
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Suspendisse varius enim in eros.
+33 01000000

Bureau
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Suspendisse varius enim in eros.
123 Rue de l'Exemple, Paris, France

Logo

[Appartements](#) [A propos](#) [Contactez-nous](#) [FAQ](#) [Inscrivez-vous](#)

[Facebook](#) [Twitter](#) [Instagram](#) [X](#) [LinkedIn](#)

© 2024 AtypikHouse. Tous droits réservés. [Politique de confidentialité](#) [Conditions générales d'utilisation](#) [Paramètres des cookies](#)

AtypikHouse

Logo

Découvrir

Expérience

À Propos de Nous

Chez AtypikHouse, notre mission est de créer une expérience unique, conviviale et insolite de vie en harmonie avec la nature. Nous croyons en la magie des lieux inégalés tels que les vallées, les collines dans les arbres, les espaces ouverts flanqués par la nature. Notre vision est de connecter les voyageurs à ces hébergements uniques, offrant ainsi des souvenirs inoubliables et une connexion profonde avec la nature.

[En savoir plus](#) [Contactez-nous](#)

Notre histoire

Notre histoire est celle d'une SARL avec un capital de 10 000€, formée par 3 associés passionnés de voyages, désireux de procurer à autrui des expériences mémorables, à l'image de celles qu'ils ont vécues.

Chez AtypikHouse nous sommes convaincus que vivre dans des lieux de séjour hors du commun, apporte une touche de magie à la vie. Notre mission est de faire découvrir à nos clients ces endroits uniques, afin qu'ils repartent avec des souvenirs imprévisibles et une connexion profonde avec la nature.

À Propos

Notre équipe

Rencontrez les membres de notre équipe dévouée.

Jean Dupont
Responsable marketing
Jean est un expert en marketing avec une passion pour la créativité.

Marie Martin
Designer graphique
Marie est une designer talentueuse qui apporte une touche artistique à nos projets.

Pierre Dubois
Développeur web
Pierre est un développeur expérimenté qui transforme nos idées en réalité numérique.

We're hiring!

Lore ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

[Open positions](#)

Engagement

Notre Engagement vers la Durabilité et l'Éco-responsabilité

Chez AtypikHouse, nous sommes déterminés à promouvoir des pratiques durables et responsables de l'environnement. Nous croyons en l'importance de préserver la nature et de limiter notre empreinte écologique. C'est pourquoi nous nous engageons à offrir des hébergements uniques qui sont en harmonie avec la nature et à encourager nos hôtes et nos clients à adopter des comportements responsables.

[En savoir plus](#) [Recevez nos news](#)

Restez informé avec notre newsletter

Abonnez-vous pour recevoir nos dernières nouvelles et offres spéciales

Entrer votre email [S'inscrire](#)

En entrant votre adresse e-mail, vous acceptez nos termes et conditions de service.

Logo

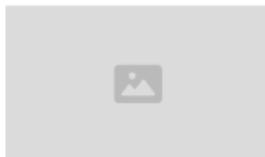
[Appartements](#) [A propos](#) [Contactez-nous](#) [FAQ](#) [Inscrivez-vous](#)

[Facebook](#) [Twitter](#) [Instagram](#) [X](#) [LinkedIn](#)

© 2024 AtypikHouse. Tous droits réservés. [Politique de confidentialité](#) [Conditions générales d'utilisation](#) [Paramètres des cookies](#)

Wireframes Mobiles

Page d'accueil	Page catégorie
<p>Logo</p> <p>Accueil</p> <p>Appartements</p> <p>Catégories</p> <p>Découvrir</p> <p>Trouvez votre appartement unique en harmonie avec la nature</p> <p>Découvrez des hébergements uniques et alternatifs pour une expérience hors du commun.</p> <p>Explorer En savoir plus</p>	<p>Logo</p> <p>Accueil</p> <p>Appartements</p> <p>Catégories</p> <p>Découvrir</p> <p>Tagline</p> <p>Sélection des meilleurs appartements à la campagne</p> <p>Découvrez une sélection des appartements les mieux notés à la campagne, avec une verdure et un calme plus qu'apaisants.</p> <p>Voir Réserver</p> <p>Filtrer</p> <p>Catégories de logements</p> <p>Explorez notre large sélection de logements uniques et alternatifs, en harmonie avec la nature.</p>

Page liste d'appartements	Details d'un appartement
<p>Tagline</p> <h2>Sélection des meilleurs appartements à la campagne</h2> <p>Découvrez une sélection des appartements les mieux notés à la campagne, avec une verdure et un calme plus qu'apaisants.</p> <p>Voir Réserver</p> <p>Filtrer</p> <h3>Catégories de logements</h3> <p>Explorez notre large sélection de logements uniques et alternatifs, en harmonie avec la nature.</p> <p></p> <p>Forêt</p> <p>Trouvez votre hébergement idéal au cœur de la magnifique forêt luxuriante, où vous pourrez profiter de la tranquillité de la nature et vous ressourcer pleinement.</p> <p></p> <p>Eau</p> <p>Découvrez nos logements uniques en bord de l'eau, situés dans des endroits pittoresques, parfaits pour profiter de la tranquillité et de la beauté naturelle.</p>	<p>Plus qu'un appart, une expérience</p> <p>Découvrez notre sélection d'appartements uniques et inspirants.</p> <p>Tagline</p> <h2>Appartements</h2> <p>Trouvez votre cocon pour vos prochaines vacances.</p> <p></p> <p>Tanière Boisée</p> <p>Tanière boisée d'une incroyable beauté, offrant un confort absolu</p> <p>150€</p> <p></p> <p>Vaisseau de l'infini</p> <p>Vaisseau de l'infini avec un confort et des équipements de pointe pour une expérience IoT</p>

Page contact	Page A propos
--------------	---------------

Réservez

Contactez-nous dès maintenant

Pour réserver un appartement, contactez-nous dès maintenant. Nous sommes là pour vous aider à trouver l'hébergement parfait pour votre prochaine aventure.

[contactez-nous](#) [En savoir plus](#)

Contactez-nous

Envoyez-nous un message

Merci de remplir les champs ci-dessous

Nom

Email

Message
Saisissez votre message...

J'accepte les conditions

[Envoyer](#)

À Propos de Nous

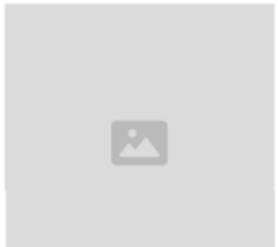
Chez AtypikHouse, notre mission est de créer une expérience unique, iconique et insolite de vie en harmonie avec la nature. Nous croyons en la magie des lieux inhabituels tels que les yurtes, les cabanes dans les arbres, les appartements flottants, les maisons dans les avions ou les bateaux. Notre vision est de connecter les voyageurs à ces hébergements uniques, offrant ainsi des souvenirs inoubliables et une connexion profonde avec la nature.

[En savoir plus](#) [Contactez-nous](#)



Notre histoire est celle d'une SARL avec un capital de 10 000€, formée par 3 associés passionnés de voyages, désireux de procurer à autrui des expériences mémorables, à l'image de celles qu'ils ont vécues.

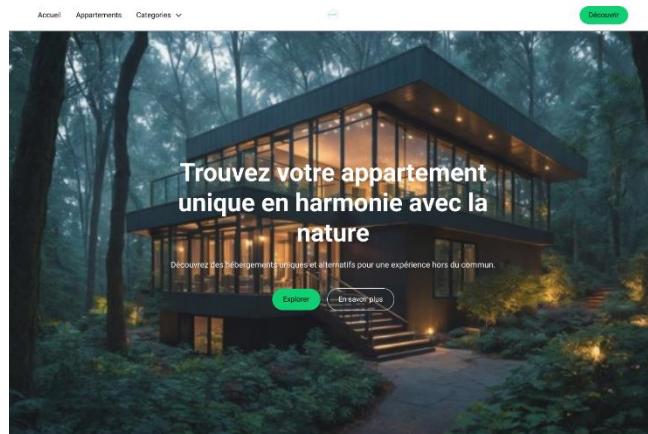
Chez AtypikHouse, nous sommes convaincus que vivre dans des lieux de séjour hors du commun, apporte une touche de magie à la vie. Notre mission est de faire découvrir à nos clients ces endroits uniques, afin qu'ils repartent avec des souvenirs impérissables et une connexion profonde avec la nature.



7. Maquettes

Une maquette pour un site ou une application est un prototype visuel qui représente l'organisation, la structure et l'apparence des éléments d'une interface utilisateur, utilisé pour planifier et tester l'expérience utilisateur avant le développement final.

Desktop et tablette
Page d'accueil



Trouvez votre havre unique

AtypikHouse vous permet de louer des logements uniques et alternatifs en harmonie avec la nature. Découvrez des yurtes, des cabanes dans les arbres, des appartements flottants et des maisons dans des avions ou des bateaux, proposés par des particuliers et des entreprises.

Vivez une expérience inoubliable

Recherchez, réservez et profitez de votre séjour dans des logements atypiques.

Explorez les possibilités

Découvrez notre sélection de logements uniques et alternatifs.



Découvrez

Toutes nos catégories d'appartements

Notre sélection d'hébergements atypiques, parfaits pour une escapade relaxante, une exploration en forêt ou un séjour dans un avion réaménagé.



Hébergements sur l'eau

Détendez-vous dans nos hébergements en bord de l'eau, offrant une expérience unique et apaisante.



Exploration en Forêt

Plongez au cœur de la nature avec nos hébergements en pleine forêt, pour une expérience authentique.



Avion Réaménagé

Vivez une expérience hors du commun dans notre avion réaménagé, transformé en un lieu de séjour unique.

Découvrir Réserver >

Témoignages clients

Découvrez ce que nos clients disent de nous

★★★★★

« J'ai passé un séjour incroyable dans l'une des maisons d'AtypikHouse. L'expérience était inoubliable et m'a permis de me ressourcer en pleine nature. Je recommande vivement ! »

 Christain CHEVALIER
Minnequin pour BohoMan

★★★★★

« J'ai adoré mon séjour dans la cabane abandonnée en plein cœur de l'Amazonie. L'endroit était magnifique et l'équipe était très accueillante. Je reviendrai certainement ! »

 Estelle BROCHE
Actrice & coach de performance

Inscrivez-vous à notre newsletter

Recevez des mises à jour et des offres exclusives

Entrez votre email

Découvrir

En cliquant sur « Découvrir », vous confirmez votre accord avec nos Conditions Générales d'utilisation.

Appartements A propos Contactez-nous FAQ Inscrivez-vous



© 2024 AtypikHouse. Tous droits réservés. Politique de confidentialité Conditions générales d'utilisation Paramètres des cookies

Page catégorie

Accueil Appartements Catégories Découvrir

Tagline

Sélection des meilleurs appartements à la campagne

Découvrez une sélection des appartements les mieux notés à la campagne, avec une verdure et un calme plus qu'apaisants.

Voir Réserver

Filtrer

Catégories de logements

Explorez notre large sélection de logements uniques et alternatifs, en harmonie avec la nature.

**Forêt**

Trouvez votre hébergement idéal au cœur de la magnifique forêt luxuriante, où vous pourrez profiter de la tranquillité de la nature et vous ressourcer pleinement.

**Eau**

Découvrez nos logements uniques en bord de eau, situés dans des endroits pittoresques, parfaits pour profiter de la tranquillité et de la beauté naturelle.

**Avion**

Vivre une expérience unique et inoubliable en séjournant dans un logement insolite aménagé à l'intérieur même d'un avion.

Filtrer Réinitialiser >

Découvrez

Plus de catégories

Découvrez plus d'appartements

**Bateaux**

Des appartements incroyables situés dans de magnifiques bateaux, offrant une expérience de vie unique au fil de l'eau.

**Yurtes**

Découvrez notre vaste sélection de yurtes uniques, spacieuses et confortables, conçues pour une expérience de séjour inoubliable au plus près de la nature.

**Vans**

Vivre une expérience unique en séjournant dans un van aménagé avec tout le confort nécessaire pour profiter pleinement de vos aventures en plein air et n'importe où.

Voir tout Réserver maintenant >

Appartements A propos Contactez-nous FAQ Inscrivez-vous



© 2024 AtypikHouse. Tous droits réservés. Politique de confidentialité Conditions générales d'utilisation Paramètres des cookies

Page liste des appartements

The screenshot shows a search results page for "Appartements". It features a header with a search bar and a "Rechercher" button. Below the header is a banner with the text "Plus qu'un appart, une expérience" and a subtext "Découvrez notre sélection d'appartements uniques et inspirants". The main content area displays a grid of 12 apartment listings, each with a thumbnail image, a title, a short description, and a price. The titles include "Tanière Boisée", "Vallées de l'Isère", "Le hameau du lac", "La tente de ma tante", "La ferme", and "La ville de la montagne". The descriptions provide details about the unique features of each apartment, such as being off-grid or having a swimming pool.

Nos apparts choisis pour vous

This section highlights three curated lists of apartments:

- Les mieux notés**: Apartments selected based on reviews and ratings.
- Les plus abordables**: Apartments selected based on price.
- Commodes**: Apartments offering the most comfort and convenience.

This section displays user reviews and statistics:

- Excellent séjour: 90%
- Hébergement insolite: 85%
- Expérience inoubliable: 95%

A testimonial from a user named "Mélanie" is shown, stating: "Découvrir ce que nos clients disent de nos appartements. Leurs avis étoiles témoignent de leur satisfaction et de l'expérience exceptionnelle qu'ils ont vécue."

Trouvez votre appartement idéal

This section encourages users to list their apartments on the platform:

- Text: "Gagnez de l'argent en louant"
- Text: "Mettez votre appartement en location sur AtypikHouse et augmentez vos revenus."
- Buttons: "Garder", "En savoir plus", and "Louer maintenant >"

Détails d'un appartement

Accueil · Appartements · Catégories

Détails

La tente de ma tante

Situé à Giverny, découvrez une yourte faite avec amour, artisanat et souci du détail, comme le ferait votre tante bien aimée qui met tout son cœur dans ses réalisations.

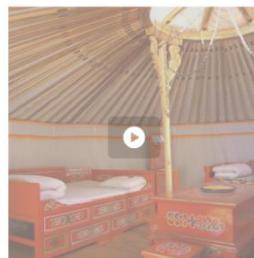
Caractéristiques et Commodités de l'Appartement

Découvrez les détails complets de cet appartement unique, y compris ses caractéristiques et commodités.

Caractéristiques	Commodités
1 cuisine équipée avec toutes les commodes, intérieur avec salle de bain équipée, et décoration artisanale	Jardin, étang, barbecue

[Réserver](#) [Contacter l'hôte >](#)
**Galerie d'images**

Découvrez l'appartement sous tous les angles avec notre galerie d'images

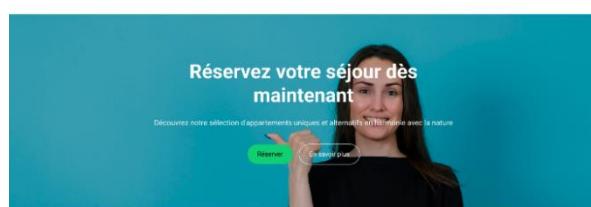


★★★★★

« L'appartement était incroyable, avec une vue imprenable sur la nature environnante. C'était une expérience unique et relaxante. »

Marie Dupont
Directrice Marketing, Société Nomades Pour Tous NFT

- [Email](#)
- [Live chat](#)
- [Téléphone](#)
- [Bureau](#)



Appartements · A propos · Contactez-nous · FAQ · Inscrivez-vous · [Politique de confidentialité](#) · [Conditions générales d'utilisation](#) · [Paramètres des cookies](#)

Page contact

Accueil Appartements Catégories ▾



Découvrir

Réservez

Contactez-nous dès maintenant

Pour réserver un appartement, contactez-nous dès maintenant. Nous sommes là pour vous aider à trouver l'hébergement parfait pour votre prochaine aventure.

[contactez-nous](#)[En savoir plus](#)

Contactez-nous

Envoyez-nous un message

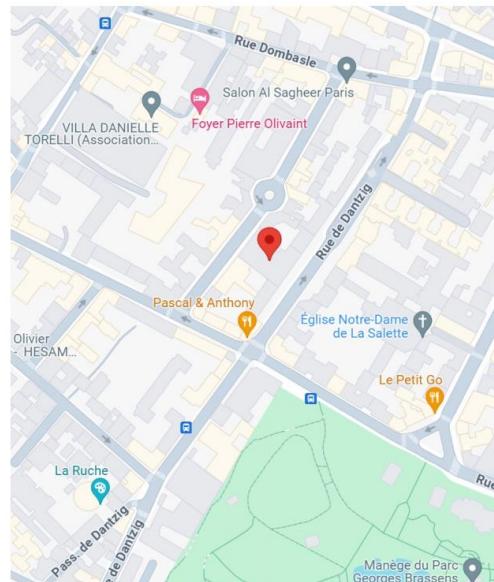
Merci de remplir les champs ci-dessous

Nom

Email

Message

Saisissez votre message...

 J'accepte les conditions[Envoyer](#)

Email

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.
Suspendisse varius enim in ero.

contact@atypikhouse.com


Téléphone

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.
Suspendisse varius enim in ero.

[+33 01000000](tel:+3301000000)


Bureau

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.
Suspendisse varius enim in ero.

123 Rue de l'Exemple, Paris, France

[Appartements](#)
[A propos](#)
[Contactez-nous](#)
[FAQ](#)
[Inscrivez-vous](#)


Page A propos

Exposition
À Propos de Nous

Chez AtypikHouse, notre mission est de créer une expérience unique, conviviale et inspirante de vie en harmonie avec la nature. Nous croyons en la magie des lieux inhérente au fait que les jeunes, les enfants, les personnes âgées et les adultes peuvent tous trouver leur place dans nos hébergements. Notre vision est de connecter les voyageurs à ces hébergements uniques, offrant ainsi des souvenirs inoubliables et une connexion profonde avec la nature.

[En savoir plus](#)[Contactez-nous](#)

Notre histoire est celle d'une SARL avec un capital de 10 000€, formée par 3 associés passionnés de voyages, désireux de procurer à autrui des expériences mémorables, à l'image de celles qu'ils ont vécues.

C'est pourquoi nous sommes convaincus que venir dans des lieux de repos lors du confinement apporte une touche de magie à la vie. Notre vision est de faire découvrir à nos clients ces endroits uniques, afin qu'ils repartent avec des souvenirs imprévisibles et une connexion profonde avec la nature.

À Propos
Notre équipe

Rencontrez les membres de notre équipe dévouée.



Jean Dupont
Directeur marketing



Marie Martin
Designer graphique



Pierre Dubois
Développeur web

Pierre est un développeur expérimenté qui transforme nos idées en réalité numérique.

Engagement
Notre Engagement envers la Durabilité et l'Éco-responsabilité

Chez AtypikHouse, notre mission est de promouvoir des pratiques durables et respectueuses de l'environnement. Nous attachons une importance de préservé la nature et de minimiser notre empreinte écologique. C'est pourquoi nous nous engageons à offrir des hébergements uniques qui sont en harmonie avec la nature et à encourager nos hôtes et nos clients à adopter des comportements responsables.



Restez informé avec notre newsletter

Abonnez-vous pour recevoir nos dernières nouvelles et offres spéciales.

Abonnez-vous et recevez une réduction de 10% sur votre première réservation.



Maquette Mobile

Page d'accueil



Page catégorie



Catégories de logements

Explorez notre large sélection de logements uniques et alternatifs, en harmonie avec la nature.



Forêt

Trouvez votre hébergement idéal au cœur de la magnifique forêt luxuriante, où vous pourrez profiter de la tranquillité de la nature et vous ressourcer pleinement.



Eau

Découvrez nos logements uniques en bord de l'eau, situés dans des endroits pittoresques, pour une expérience de la tranquillité et de la beauté naturelle.



Avion

Vivez une expérience unique et inoubliable en séjournant dans un logement mobile aménagé à l'intérieur même d'un avion.

[Voir tout](#) [Réserver maintenant >](#)

Plus de catégories

Découvrez plus d'appartements



Bateaux

Des appartements incroyables situés dans de magnifiques bateaux, offrant une expérience de vie unique au fil de l'eau.



Yurtes

Découvrez notre vaste sélection de yurtes uniques, spacieuses et confortables, conçues pour une expérience et séjour inoubliable au plus près de la nature.



Vans

Vivez une expérience unique en séjournant dans un van aménagé avec tout le confort nécessaire pour profiter pleinement de vos aventures ou pour un arrêt impromptu sur

[Voir tout](#) [Réserver maintenant >](#)



Appartements

A propos

Contactez-nous

FAQ

Inscrivez-vous



[Politique de confidentialité](#)
[Conditions générales d'utilisation](#)
[Prix et tarifs des locations](#)

© 2024 AtypikHouse. Tous droits réservés.

Page liste des appartements



Appartements



100€



100€



100€



100€



100€



100€

Nos apparts choisis pour vous



Les plus coquets



Les plus abordables



Confortables



Avis des utilisateurs sur nos appartements



Rechercher

Appartements

Locations saisonnières

Locations

Services

Page détail d'un appartement

La tente de ma tante

Site à louer : découvrez une superbe Tente
avec un vrai mobilier et tout du début.
Tente en bois avec un mobilier qui reflète
tout son cœur dans ses réalisations.

Expérience unique

Caractéristiques et Commodités de l'Appartement

Découvrez les atouts constants qui sont
évidemment unique, confortables et
confortables et conviviales.

Caractéristiques
Tente équipée avec toutes les commodités.
Intérieur avec table de base déplaçable, et
cuisinière à gaz et barbecue.

Commodités

Jardin, terrasse, barbecue

[Découvrir](#) [Découvrir Profil](#)



Galerie d'images

Découvrez l'appartement sous tous les angles
avec notre galerie d'images.



L'appartement était incroyable,
avec une vue imprenable sur la
nature environnante. C'était une
expérience unique et relaxante. »

Marie-Dragot
Découvrir Maillot de Bain Nomade Pour
Tout le Monde



Email

Informations de contact de Frédéric
frédéric.morand@orange.fr



Live chat

Informations de contact de Frédéric
frédéric.morand@orange.fr



Téléphone

Informations de contact de Frédéric

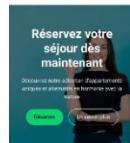
+33 01 3600000



Bureau

Informations de contact de Frédéric

22 rue des éclusiers, 94600



Appartements

A propos

Contactez-nous

FAD

Inscrivez-vous

[Découvrir](#) [Découvrir Profil](#)

[Politique de confidentialité](#)

[Glossaire terminologique](#)

[FAQs sur nos locations](#)

© 2024 AtypikHouse. Tous droits réservés.

Page contact

Réservez

Contactez-nous dès maintenant

Pour réserver un appartement, contactez-nous dès maintenant. Nous sommes là pour vous aider à trouver l'hébergement parfait pour votre prochaine aventure.

[Contactez-nous](#)

[En savoir plus](#)

Contactez-nous

Envoyez-nous un message

Merci de remplir les champs ci-dessous

Nom

Email

Message

Saisissez votre message...

J'accepte les conditions

[Envoyer](#)



Email

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Suspendisse varius enim in eros.

contact@atypikhouse.com



Téléphone

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Suspendisse varius enim in eros.

[+33 01000000](tel:+3301000000)



Bureau

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Suspendisse varius enim in eros.

123 Rue de l'Exemple, Paris, France



[Appartements](#)

[A propos](#)

[Contactez-nous](#)

[FAQ](#)

[Inscrivez-vous](#)



[Politique de confidentialité](#)

[Conditions générales d'utilisation](#)

[Paramètres des cookies](#)

© 2024 AtypikHouse. Tous droits réservés.

Page a propos

Résumé

À Propos de Nous

Notre agence immobilière AtypikHouse est née d'un rêve : créer un lieu où les personnes peuvent trouver leur place dans la ville et dans le monde. Nous croyons que l'immobilier doit être plus qu'un investissement financier, il doit être une source d'inspiration et de bien-être pour tous. Nous sommes convaincus que l'immobilier peut faire partie d'une vie épanouie et durable, où les personnes peuvent se sentir à l'aise et en sécurité.

Notre histoire est celle d'une SARL avec un capital de 10 000€, formée par 3 associés passionnés de voyages, désireux de procurer à autrui des expériences mémorables, à l'image de celles qu'ils ont vécues.

Notre agence immobilière AtypikHouse a été créée pour répondre aux besoins spécifiques des personnes qui cherchent à vivre dans des lieux de qualité dans des conditions apaisantes. Nous croyons que l'immobilier doit être un moyen de faire évoluer nos sociétés et nos vies, en nous offrant des opportunités de croissance et de développement avec la nature.



À Propos

Notre équipe

Notre équipe est composée de trois experts :



Jean-Baptiste
Directeur marketing
Jean est un expert en marketing digital et passionné de nouvelles technologies.



Marine Martin
Directrice créative
Marine a une délicate intuition pour dénicher les meilleures idées et les mettre en œuvre.



Pierre Balleste
Directeur commercial
Pierre est un expert en vente et négociation, avec une grande expérience dans l'immobilier.

Engagement

Notre Engagement envers la Durabilité et l'Éco-responsabilité

Notre engagement envers la durabilité et l'éco-responsabilité est fondamental pour nous. Nous croyons que l'immobilier doit être un moyen de faire évoluer nos sociétés et nos vies, en nous offrant des opportunités de croissance et de développement avec la nature.



Restez informé avec notre newsletter

Abonnez-vous à notre newsletter pour recevoir les dernières actualités.

Entrer votre email

Notre newsletter vous informera sur les dernières tendances et opportunités immobilières.



- Appartements
- A louer
- Contactez-nous
- FAQ
- Rejoignez-nous

[Politique de confidentialité](#)

[Conditions générales d'utilisation](#)

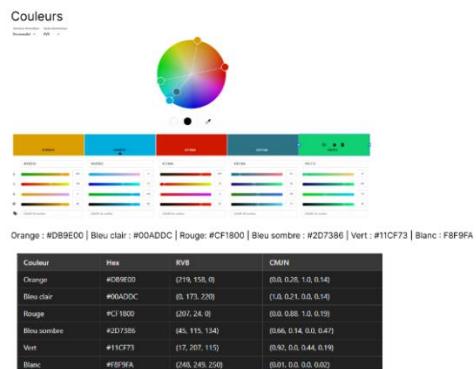
[Politique de cookies](#)

[Glossaire](#)

8. Charte Graphique

La charte graphique est un document regroupant l'ensemble des règles et des normes visuelles qui définissent l'identité graphique d'une marque, d'une entreprise ou d'un projet. Elle assure la cohérence visuelle de toutes les communications et supports de l'entité concernée.

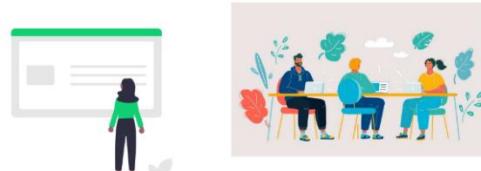
Lexique Visuel



Typographie

Element	Typographie
Titre	Cave
Logos	Cave
Paragraphe	Propri
Boutons	Propri

Images



Boutons



Icons
Réseaux Sociaux

G. Cahier de légalité

■ Mentions Légales

1. **Identité du propriétaire du site :**
 - **Nom de l'entreprise :** AtypikHouse SARL
 - **Adresse du siège social :** 12 Rue de la Liberté, 60350 Pierrefonds, France
 - **Numéro de téléphone :** +33 1 23 45 67 89
 - **Adresse e-mail :** contact@atypikhouse.fr
 - **Numéro SIRET :** 123 456 789 00012
 - **Numéro de TVA intracommunautaire :** FR12 345678900
2. **Directeur de la publication :**
 - **Nom et prénom :** Jean Dupont
3. **Hébergeur du site :**
 - **Nom de l'hébergeur :** OVHcloud
 - **Adresse de l'hébergeur :** 2 rue Kellermann, 59100 Roubaix, France
 - **Numéro de téléphone de l'hébergeur :** +33 9 72 10 10 07
4. **Propriété intellectuelle :**
 - **Droits d'auteur :** Tous les contenus présents sur le site www.atypikhouse.fr (textes, images, graphismes, logo) sont protégés par le droit d'auteur. Toute reproduction est interdite sans autorisation préalable.
5. **Responsabilité :**
 - AtypikHouse s'efforce d'assurer l'exactitude et la mise à jour des informations diffusées sur ce site. Toutefois, AtypikHouse ne peut garantir l'exactitude, la précision ou l'exhaustivité des informations mises à disposition sur ce site.

■ Conditions générales d'utilisations (C.G.U)

1. **Objet des C.G.U :**
 - Les présentes conditions générales d'utilisation ont pour objet de définir les modalités de mise à disposition des services du site www.atypikhouse.fr et les conditions d'utilisation du service par l'Utilisateur.
2. **Accès au site :**
 - Le site est accessible gratuitement à tout utilisateur disposant d'un accès à internet. Tous les coûts afférents à l'accès au service (matériel informatique, logiciels, connexion Internet, etc.) sont à la charge de l'utilisateur.
3. **Responsabilité de l'utilisateur :**
 - L'utilisateur s'engage à utiliser le site et les informations mises à sa disposition dans un but conforme à l'ordre public, aux bonnes mœurs et aux droits des tiers.
4. **Contenu du site :**
 - Le site contient des informations protégées par le droit de la propriété intellectuelle. Toute reproduction, représentation, modification, publication, adaptation de tout ou partie des éléments du site, quel que soit le moyen ou le procédé utilisé, est interdite.
5. **Protection des données personnelles :**

- AtypikHouse s'engage à protéger les données personnelles de ses utilisateurs. Les informations recueillies sont nécessaires pour le traitement des réservations et l'amélioration des services.

6. Modification des C.G.U :

- AtypikHouse se réserve le droit de modifier les présentes conditions générales d'utilisation à tout moment. Les utilisateurs sont invités à consulter régulièrement ces conditions.

7. Droit applicable et juridiction compétente :

- Les présentes conditions générales d'utilisation sont soumises au droit français. En cas de litige, les tribunaux français seront seuls compétents.

■ Conditions Générales de Vente (C.G.V)

1. Identité du vendeur :

- **Nom de l'entreprise :** AtypikHouse SARL
- **Adresse :** 12 Rue de la Liberté, 60350 Pierrefonds, France
- **Numéro de téléphone :** +33 1 23 45 67 89
- **Adresse e-mail :** contact@atypikhouse.fr

2. Caractéristiques des biens et services :

- AtypikHouse propose la location de logements atypiques et insolites en France et en Europe. Les caractéristiques principales des logements sont décrites sur le site.

3. Prix :

- Les prix des logements sont indiqués en euros, toutes taxes comprises. AtypikHouse se réserve le droit de modifier ses prix à tout moment, tout en garantissant l'application du prix en vigueur au moment de la réservation.

4. Commande :

- Les commandes de location se font exclusivement sur le site www.atypikhouse.fr. La validation de la commande implique l'acceptation des présentes conditions générales de vente.

5. Paiement :

- Le paiement se fait en ligne par carte bancaire via une plateforme sécurisée. Les informations de paiement ne sont pas stockées par AtypikHouse.

6. Livraison et exécution des services :

- Une fois la réservation confirmée, l'utilisateur reçoit un e-mail de confirmation avec les détails de la location. Les logements sont disponibles aux dates réservées, sous réserve de disponibilité.

7. Droit de rétractation :

- Conformément à l'article L. 221-28 du Code de la consommation, le droit de rétractation ne s'applique pas aux services d'hébergement, de transport, de restauration ou de loisirs qui doivent être fournis à une date ou à une période déterminée.

8. Garanties et responsabilité :

- AtypikHouse s'engage à fournir les logements conformes aux descriptions présentes sur le site. En cas de non-conformité, l'utilisateur pourra contacter le service client pour trouver une solution amiable.

9. Litiges :

- En cas de litige, les parties s'efforceront de trouver une solution amiable. À défaut, le litige sera soumis aux tribunaux compétents de Compiègne.

10. Modification des C.G.V :

- AtypikHouse se réserve le droit de modifier les présentes conditions générales de vente à tout moment. Les utilisateurs sont invités à consulter régulièrement ces conditions.

H. Gantt

Afin d'établir le GANTT, plusieurs matrices aident à déterminer, organiser, prioriser et évaluer les différentes tâches composantes du projets.

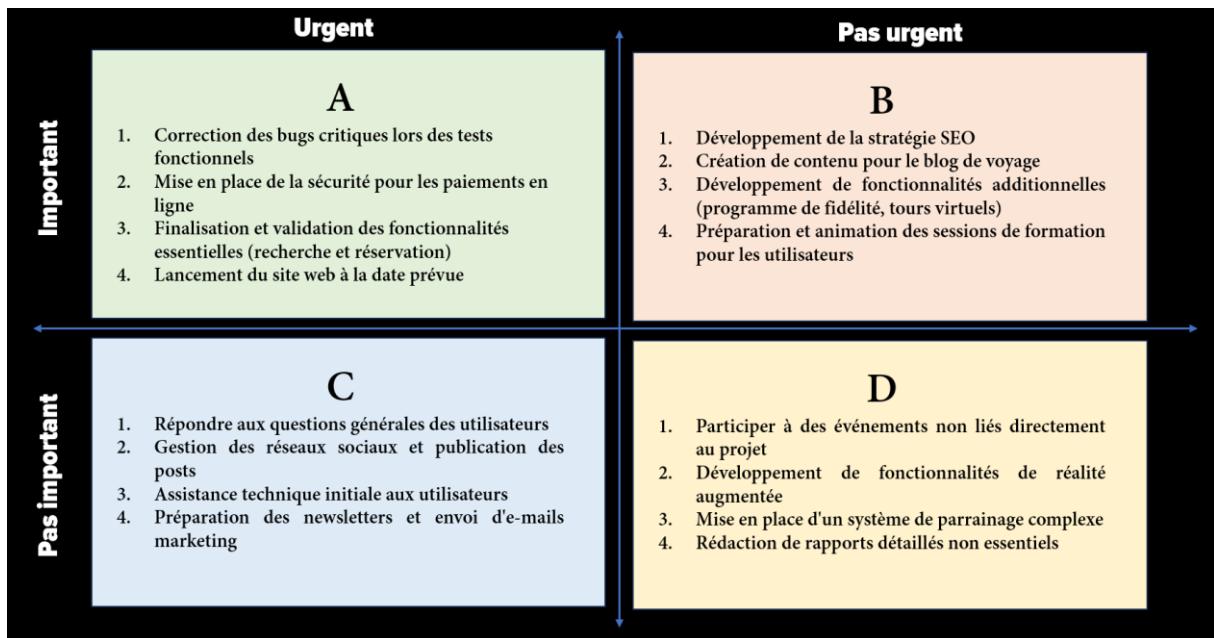
Méthode MoSCoW

La méthode MoSCoW est une technique de priorisation des exigences utilisée pour déterminer les fonctionnalités à inclure dans un projet en les classant en quatre catégories : Must have (Doit avoir), Should have (Devrait avoir), Could have (Pourrait avoir), et Won't have (N'aura pas). Voici comment cette méthode peut être appliquée au projet AtypikHouse.

Mo	Must have
	1. Page d'accueil attrayante 2. Recherche et réservation de logements 3. Descriptions détaillées des logements Responsive design 4. Avis et évaluations des utilisateurs 5. Gestion des utilisateurs
S	Should have
	1. Blog de voyage (Articles sur les destinations, conseils de voyage, histoires de clients.) 2. Intégration avec les réseaux sociaux 3. Programme de fidélité 4. Options multilingues
Co	Could have
	1. Tours virtuels des logements (Visites virtuelles à 360 degrés des logements.) 2. Recommandations personnalisées (Suggestions de logements basées sur les préférences et l'historique de l'utilisateur) 3. Chat en direct avec le service client (Assistance en temps réel pour les questions et problèmes des utilisateurs) 4. Intégration de cartes interactives (Cartes détaillées des environs des logements avec points d'intérêt.)
W	Won't have
	1. Système de parrainage (Récompenses pour les utilisateurs qui invitent d'autres personnes à utiliser le site) 2. Fonctionnalités de réalité augmentée (Utilisation de la réalité augmentée pour visualiser les logements.)

Matrice d'Eisenhower

La matrice d'Eisenhower, également connue sous le nom de matrice d'urgence/importance, est un outil de gestion du temps qui aide à prioriser les tâches en les classant en quatre quadrants selon leur urgence et leur importance. Voici comment appliquer cette méthode au projet AtypikHouse :



Matrice RACI

La matrice RACI est un outil de gestion de projet qui identifie les rôles et responsabilités des différentes parties prenantes dans un projet. RACI signifie Responsable (R), Accountable (A), Consulted (C), et Informed (I). Voici comment appliquer la matrice RACI au projet AtypikHouse :

Définition des Rôles

- Chef de Projet (Jules)
- Développeur Back-end (Malik)
- Développeur Front-end (Mériack)
- Responsable Marketing (Sitraka)
- Testeur (Jules)
- Graphiste (Sitraka)

Tâches et Rôles

Tâche	Chef de Projet (Jules)	Développeur Back-end (Malik)	Développeur Front-end (Mériack)	Responsable Marketing	Testeur (Jules)	Graphiste (Sitraka)
Présentation de votre client	A, R	I	I	I	I	I
Présentation du projet	A, R	I	I	I	I	I
Présentation de votre agence	A, R	I	I	I	I	I
Comité de pilotage	A, R	I	I	I	I	I

Tâche	Chef de Projet (Jules)	Développeur Back-end (Malik)	Développeur Front-end (Mériack)	Responsable Marketing	Testeur (Jules)	Graphiste (Sitraka)
Descriptif rédactionnel fonctionnel	A, R	I	I	I	I	I
Étude de marché et Chiffre clés	A, R	I	I	C	I	I
Analyses concurrentielles	A, R	I	I	C	I	I
Analyse de stratégie	A, R	I	I	C	I	I
SEO	I	I	I	A, R	I	I
SEA	I	I	I	A, R	I	I
SMO	I	I	I	A, R	I	I
Emailing	I	I	I	A, R	I	I
Analyse de performance	I	I	I	A, R	I	I
Use Case	A, R	I	I	I	I	I
Tris de cartes et arborescence	A, R	I	I	I	I	I
Diagrammes d'activité	A, R	I	I	I	I	I
Diagrammes de séquence	A, R	I	I	I	I	I
Diagramme de classe	A, R	I	I	I	I	I
Diagramme représentation infrastructure	A, R	C	I	I	I	I
Technologies et compatibilité	I	A, R	I	I	I	I
Software	I	A, R	I	I	I	I
Tests applicatifs	I	A, R	I	I	I	I
Hébergement et nom de domaine	I	A, R	I	I	I	I
Persona de design	I	I	I	I	I	A, R
Recherche de Logo	I	I	I	I	I	A, R
Logo	I	I	I	I	I	A, R
Zoning	I	I	I	I	I	A, R

Tâche	Chef de Projet (Jules)	Développeur Back-end (Malik)	Développeur Front-end (Mériack)	Responsable Marketing	Testeur (Jules)	Graphiste (Sitraka)
Prototypes papiers	I	I	I	I	I	A, R
Wireframes	I	I	I	I	I	A, R
Maquettes	I	I	I	I	I	A, R
Charte graphique	I	I	I	I	I	A, R
Les mentions légales	A, R	I	I	I	I	I
C.G.U	A, R	I	I	I	I	I
C.G.V	A, R	I	I	I	I	I
Gantt	A, R	I	I	I	I	I
Devis	A, R	I	I	I	I	I
Développement Front-End	I	I	A, R	I	I	I
Développement Back-End	I	A, R	I	I	I	I
Intégration Web	I	A, R	A, R	I	I	I
Tests fonctionnels	I	I	I	I	A, R	I
Corrections et ajustements	I	A, R	A, R	I	I	I
Préparation formation	A, R	I	I	I	I	I
Session de formation	A, R	I	I	I	I	I
Mise en ligne	I	A, R	A, R	I	I	I
Vérification finale	A, R	I	I	I	I	I
Maintenance initiale Web	I	A, R	A, R	I	I	I
Support client	A, R	I	I	I	I	I

Légende RACI :

- **R (Responsible)** : La personne qui exécute la tâche.
- **A (Accountable)** : La personne qui est finalement responsable de la tâche et qui doit rendre des comptes.
- **C (Consulted)** : Les personnes qui sont consultées et dont l'avis est pris en compte.
- **I (Informed)** : Les personnes qui sont tenues informées de l'avancement de la tâche.

Matrice des Risques

La matrice des risques permet d'identifier, d'évaluer et de prioriser les risques potentiels d'un projet en fonction de leur probabilité d'occurrence et de leur impact sur le projet. Voici une matrice des risques pour le projet AtypikHouse.

Identification des Risques

Risque	Description
1. Retards dans le développement	Les délais de développement peuvent être plus longs que prévu.
2. Bugs critiques	Des bugs peuvent affecter les fonctionnalités essentielles du site.
3. Problèmes de sécurité	Vulnérabilités dans le système de paiement ou les données des utilisateurs.
4. Mauvaise communication avec le client	Mauvaise compréhension des besoins du client ou des attentes non satisfaites.
5. Faible adoption par les utilisateurs	Le site peut ne pas attirer autant d'utilisateurs que prévu.
6. Défaillances de l'hébergement	Problèmes avec le fournisseur d'hébergement, entraînant des temps d'arrêt du site.
7. Échec des campagnes marketing	Les campagnes de marketing peuvent ne pas générer le trafic ou les conversions attendus.
8. Dépassement du budget	Les coûts peuvent dépasser le budget initialement prévu.
9. Problèmes de compatibilité	Incompatibilité avec certains navigateurs ou appareils.
10. Concurrence accrue	L'apparition de nouveaux concurrents peut réduire la part de marché.

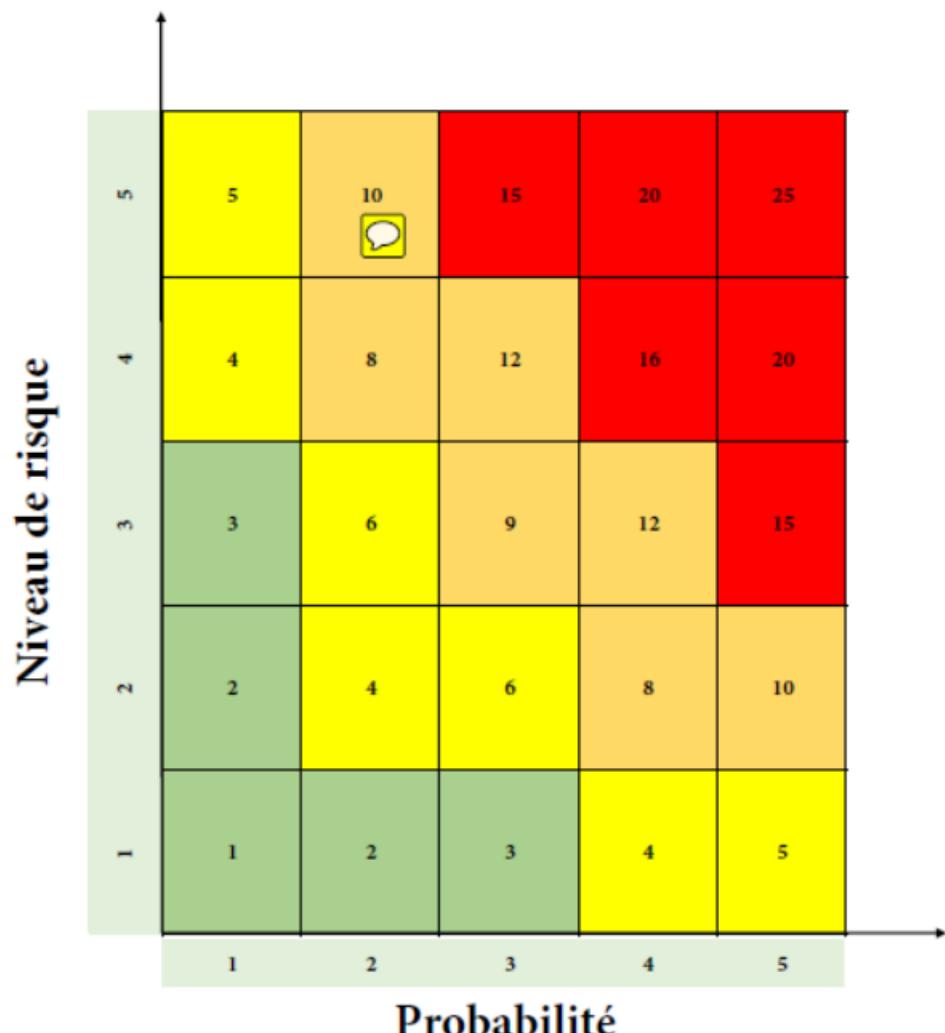
Évaluation de la Probabilité et de l'Impact

Risque	Probabilité (1-5)	Impact (1-5)	Score (P x I)
1. Retards dans le développement	4	4	16
2. Bugs critiques	3	5	15
3. Problèmes de sécurité	2	5	10
4. Mauvaise communication avec le client	3	4	12
5. Faible adoption par les utilisateurs	2	4	8
6. Défaillances de l'hébergement	2	5	10
7. Échec des campagnes marketing	3	4	12
8. Dépassement du budget	4	3	12
9. Problèmes de compatibilité	3	3	9
10. Concurrence accrue	3	3	9

Classement des Risques

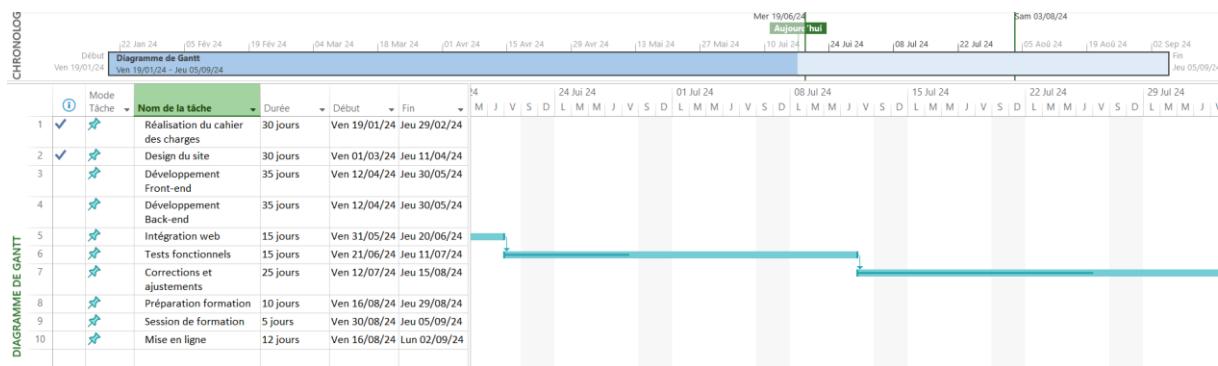
1. Retards dans le développement (Score: 16)
2. Bugs critiques (Score: 15)
3. Mauvaise communication avec le client (Score: 12)
4. Échec des campagnes marketing (Score: 12)
5. Dépassement du budget (Score: 12)
6. Problèmes de sécurité (Score: 10)
7. Défaillances de l'hébergement (Score: 10)

8. Problèmes de compatibilité (Score: 9)
9. Concurrence accrue (Score: 9)
10. Faible adoption par les utilisateurs (Score: 8)



Légende	Niveau	Classement des risques
1 - 3	Faible	
4 - 6	Moyen	
8 - 12	Élevé	R3, R4, R5, R6, R7, R8, R9, R10
15 - 25	Très élevé	R1, R2

Diagramme de Gantt



I. Devis

1. Devis principal

Web Agency  18 Rue des Fleurs Lyon 69000, France Email : contact@webagency.com SIREN 213 856 732 SIRET 213 856 700032 N° TVA FR15324878954	Client AtypikHouse Sarl 12 Rue de la Liberté 60350 Pierrefonds, France Contact : contact@atypikhause.fr SIREN 386 222 007 SIRET 386 222 007 00049 TVA FR 2284012365																																													
Date : 12-juin-24 Numéro de Devis : 2024-006-12 Validité du Devis : 30 jours à compter de la date d'émission																																														
Description du Projet Mise en place du site web pour AtypikHouse incluant la conception, le développement, l'hébergement et le nom de domaine.																																														
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Référence</th> <th>Désignation</th> <th>Quantité</th> <th>Prix Unitaire HT</th> <th>Total HT</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>Cahier des charges</td> <td>30</td> <td>35</td> <td>1050</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>Développement Front-end</td> <td>35</td> <td>300</td> <td>10500</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>Développement Back-end</td> <td>35</td> <td>300</td> <td>10500</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>Développement Mobile</td> <td>20</td> <td>300</td> <td>6000</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>Hébergement OVHcloud Performance</td> <td>12</td> <td>13,99</td> <td>167,88</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>Nom de domaine (atypikhause.fr)</td> <td>1</td> <td>8,99</td> <td>8,99</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>Configuration et intégration</td> <td>10</td> <td>520</td> <td>5200</td> </tr> <tr> <td>8</td> <td>Tests et validation</td> <td>25</td> <td>300</td> <td>7500</td> </tr> </tbody> </table> Total HT : 40926,87 € TVA (20%) : 8185,374 € Total TTC : 49112,244 €		Référence	Désignation	Quantité	Prix Unitaire HT	Total HT	1	Cahier des charges	30	35	1050	2	Développement Front-end	35	300	10500	3	Développement Back-end	35	300	10500	4	Développement Mobile	20	300	6000	5	Hébergement OVHcloud Performance	12	13,99	167,88	6	Nom de domaine (atypikhause.fr)	1	8,99	8,99	7	Configuration et intégration	10	520	5200	8	Tests et validation	25	300	7500
Référence	Désignation	Quantité	Prix Unitaire HT	Total HT																																										
1	Cahier des charges	30	35	1050																																										
2	Développement Front-end	35	300	10500																																										
3	Développement Back-end	35	300	10500																																										
4	Développement Mobile	20	300	6000																																										
5	Hébergement OVHcloud Performance	12	13,99	167,88																																										
6	Nom de domaine (atypikhause.fr)	1	8,99	8,99																																										
7	Configuration et intégration	10	520	5200																																										
8	Tests et validation	25	300	7500																																										
Conditions de Paiement : - 50% à la commande : 24556,122 € TTC - 50% à la livraison du site : 24556,122 € TTC																																														

2. Devis optionnel

Devis pour la stratégie de communication

Web Agency 18 Rue des Fleurs Lyon 69000, France  Email : contact@webagency.com SIREN 213 856 732 SIRET 213 856 700032 N° TVA FR15324878954	Client AtypikHouse Sarl 12 Rue de la Liberté 60350 Pierrefonds, France Contact : contact@atypikhouse.fr SIREN 386 222 007 SIRET 386 222 007 00049 TVA FR 2284012365																									
Date : 12-juin-24 Numéro de Devis : 2024-006-12 Validité du Devis : 30 jours à compter de la date d'émission																										
Description du Projet																										
Mise en place d'une stratégie de communication incluant la création de contenu, le marketing sur les réseaux sociaux et les campagnes publicitaires.																										
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Référence</th><th>Désignation</th><th>Quantité</th><th>Prix Unitaire HT</th><th>Total HT</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td><td>Création de contenu (articles, blogs)</td><td>10</td><td>100</td><td>1000</td></tr> <tr> <td>2</td><td>Gestion des réseaux sociaux (en mois)</td><td>6</td><td>200</td><td>1200</td></tr> <tr> <td>3</td><td>Campagnes publicitaires (Google Ads) (en mois)</td><td>1</td><td>500</td><td>500</td></tr> <tr> <td>4</td><td>Reporting et analyse (en mois)</td><td>6</td><td>100</td><td>600</td></tr> </tbody> </table>		Référence	Désignation	Quantité	Prix Unitaire HT	Total HT	1	Création de contenu (articles, blogs)	10	100	1000	2	Gestion des réseaux sociaux (en mois)	6	200	1200	3	Campagnes publicitaires (Google Ads) (en mois)	1	500	500	4	Reporting et analyse (en mois)	6	100	600
Référence	Désignation	Quantité	Prix Unitaire HT	Total HT																						
1	Création de contenu (articles, blogs)	10	100	1000																						
2	Gestion des réseaux sociaux (en mois)	6	200	1200																						
3	Campagnes publicitaires (Google Ads) (en mois)	1	500	500																						
4	Reporting et analyse (en mois)	6	100	600																						
Total HT : 3300 € TVA (20%) : 660 € Total TTC : 3960 €																										
Conditions de Paiement :																										
- 50% à la commande : 1980 € TTC - 50% à la livraison du site : 1980 € TTC																										

Devis pour la maintenance

Web Agency 18 Rue des Fleurs Lyon 69000, France  Email : contact@webagency.com SIREN 213 856 732 SIRET 213 856 700032 N° TVA FR15324878954	Client AtypikHouse Sarl 12 Rue de la Liberté 60350 Pierrefonds, France Contact : contact@atypikhause.fr SIREN 386 222 007 SIRET 386 222 007 00049 TVA FR 2284012365																				
Date : 12-juin-24 Numéro de Devis : 2024-006-12 Validité du Devis : 30 jours à compter de la date d'émission																					
Description du Projet																					
Services de maintenance pour assurer la mise à jour, la sécurité et le bon fonctionnement du site web AtypikHouse.																					
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Référence</th><th>Désignation</th><th>Quantité</th><th>Prix Unitaire HT</th><th>Total HT</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td><td>Maintenance mensuelle</td><td>12</td><td>100</td><td>1200</td></tr> <tr> <td>2</td><td>Mise à jour de sécurité (en mois)</td><td>12</td><td>50</td><td>600</td></tr> <tr> <td>3</td><td>Support technique (en mois)</td><td>12</td><td>50</td><td>600</td></tr> </tbody> </table>		Référence	Désignation	Quantité	Prix Unitaire HT	Total HT	1	Maintenance mensuelle	12	100	1200	2	Mise à jour de sécurité (en mois)	12	50	600	3	Support technique (en mois)	12	50	600
Référence	Désignation	Quantité	Prix Unitaire HT	Total HT																	
1	Maintenance mensuelle	12	100	1200																	
2	Mise à jour de sécurité (en mois)	12	50	600																	
3	Support technique (en mois)	12	50	600																	
Total HT : 2400 € TVA (20%) : 480 € Total TTC : 2880 €																					
Conditions de Paiement :																					
- Paiement mensuel : 240 € TTC / mois																					

Devis pour la formation

Web Agency  18 Rue des Fleurs Lyon 69000, France Email : contact@webagency.com SIREN 213 856 732 SIRET 213 856 700032 N° TVA FR15324878954	Client AtypikHouse Sarl 12 Rue de la Liberté 60350 Pierrefonds, France Contact : contact@atypikhouse.fr SIREN 386 222 007 SIRET 386 222 007 00049 TVA FR 2284012365															
Date : 12-juin-24 Numéro de Devis : 2024-006-12 Validité du Devis : 30 jours à compter de la date d'émission																
Description du Projet																
Sessions de formation pour le personnel d'AtypikHouse sur l'utilisation du site web et la gestion des contenus.																
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Référence</th><th>Désignation</th><th>Quantité</th><th>Prix Unitaire HT</th><th>Total HT</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td><td>Formation initiale (8 heures)</td><td>1</td><td>800</td><td>800</td></tr> <tr> <td>2</td><td>Formation continue (2 heures / mois)</td><td>6</td><td>200</td><td>1200</td></tr> </tbody> </table>		Référence	Désignation	Quantité	Prix Unitaire HT	Total HT	1	Formation initiale (8 heures)	1	800	800	2	Formation continue (2 heures / mois)	6	200	1200
Référence	Désignation	Quantité	Prix Unitaire HT	Total HT												
1	Formation initiale (8 heures)	1	800	800												
2	Formation continue (2 heures / mois)	6	200	1200												
Total HT : 2000 € TVA (20%) : 400 € Total TTC : 2400 €																
Conditions de Paiement :																
- 50% à la commande : 1200 € TTC - 50% à la livraison du site : 1200 € TTC																