

PARTIE 1 : L'agence Marketing

1. Définir le nom de votre agence ainsi qu'un logo simple

Nom de l'agence : SPARK digital service

Pourquoi le nom : « SPARK » est un nom anglais, qui signifie en français « Etincelle ». Nous avons choisi ce nom car notre raison d'être est de mettre en valeur nos clients. Nous sommes cette étincelle qui va leur permettre de briller parmi les autres concurrents.

Logo de l'agence :



Couleur de fond : le Noir qui représente l'environnement concurrentiel rude du client, le noir qui se traduit par l'angoisse.

Couleur blanche : c'est la couleur du possible, la page blanche sur laquelle l'histoire s'écrit.

Nous avons tout d'abord le symbole de l'interrupteur qui s'allie avec l'ampoule. Cet interrupteur blanc est le départ, symbole d'espoir dans l'obscurité et va guider le client vers la voie du succès.

Couleur jaune : couleur du dynamisme, de la nouvelle technologie aussi, nous l'avons accompagnée avec l'ampoule qui est porteur de lumière et va éradiquer le sombre.

2. Organisation dans votre équipe

- Les tâches de chacun dans le projet : Comment avez-vous divisé les tâches ?
Comment avez-vous priorisé les tâches ?

Nous avons divisé l'équipe en deux : l'équipe Marketing digitale et celle du Marketing traditionnel.

Ainsi, chacun aura son périmètre bien défini. L'équipe digitale se chargera de toutes les parties SEO, Audit SEO et SEA, Google Analytics. Quant à l'équipe Marketing traditionnel, tous les travaux d'études concurrentielles, analyse environnementale seront sous leurs responsabilités.

La partie rédaction web, par contre, est un travail concernant tous les collaborateurs. C'est un travail qui nécessite l'expertise des digital marketers, mais aussi une tâche qui doit être sous la supervision de tous les membres de l'équipe marketing.

Pour récapituler, ci-dessous la répartition des tâches :

- b. Les outils de communication (Teams, Google Meet, Discord, etc.), outils de gestion de projet et outils d'organisation (Trello, Asana, Notion, etc.) pour coordonner vos actions d'équipe.

Outils de communication : Google meet et Discord.

Outils d'organisation : Trello.

PARTIE 2 : Le client et son entreprise

1. Démarcher le client

J'ai regardé son film « à la belle étoile ». Puis, en lisant ses plaquettes sur son entreprise YI, je l'ai contacté par mail : Mail.contact@yigestion.com en lui expliquant non seulement ma passion pour la pâtisserie, mais aussi mon intérêt pour son parcours et que j'ai visualisé plusieurs fois son film ,que j'ai énormément apprécié. Puis je lui ai présenté mon agence en lui offrant nos services pour améliorer davantage son image de marque et le positionner au top du SEO .Puis il m'accorde un appel vidéo avec Google meet et il accepte de travailler avec nous.

2. Présentation du client

- Qui est-il ? Quelle est l'histoire de son entreprise ?

Yazid Ichemrahen est un chef pâtissier et entrepreneur .Il a été Champion du monde des desserts glacés en 2014 à 22 ans et sa Pâtisserie Vernet à Avignon, classée par le magazine Forbes dans les 10 meilleures pâtisseries de France en 2016.Il a été placé dans des familles d'accueil et des foyers. Puis à force de travail et de persévérance, il a travaillé comme commis en cuisine jusqu'à devenir le Champion de monde en pâtissier en 2014.

Il crée sa marque YI en 2014.Il a travaillé dans des palaces, et est devenu entrepreneur en collaboration avec Bernard Blachère .Puis il a décidé de faire cavalier seul.il ouvre des boutiques de luxe dans lesquelles il vend ses pâtisseries haut de gamme en France et à l'étranger notamment au Qatar, en Grèce ou en Suisse, lance des licences de marque et fait des missions de consulting à travers le monde. Mais après la période du Covid, il rouvre une boutique à Paris .Il continue l'entrepreneuriat de luxe en partenariat avec les marques de luxe comme Guerlain, Vuitton et Dior.

- Que fait-il ?

Il est entrepreneur et pâtissier. Il crée et vend des pâtisseries de luxe, vend sa licence pour signer les pâtisseries de ses apprenants à son nom .Il donne des formations et des accompagnements en management. Il anime des shows dans des événements et des séminaires.

Il est écrivain .Il a écrit deux livres « Un rêve d'enfant étoilé » et « créer pour survivre, vivre pour ne pas sombrer ».

- Qui sont ses clients ?

La jet set du monde, les entreprises de luxe, des chefs d'entreprises et des investisseurs, stars du cinéma.

Voici quelques exemples de clients célèbres de Yazid Ichemrahen:

Pierre Gagnaire: Chef cuisinier français trois étoiles Michelin

Alain Ducasse: Chef cuisinier français trois étoiles Michelin

Yannick Alléno: Chef cuisinier français trois étoiles Michelin

Christophe Michalak: Pâtissier français renommé

- Où se situe-t-il ?

À Paris mais il a su s'implanter à l'international aussi.

- Que propose-t-il (Services, produits ...) ? Pour les produits et les services proposés, donnez les prix et les spécifications

Il est entrepreneur et pâtissier. Il crée et vend des pâtisseries de luxe, vend sa licence pour signer les pâtisseries de ses apprenants à son nom .Il donne des formations et des accompagnements en pâtisseries et en management. Il anime des shows dans des évènements et des séminaires.

Il est écrivain .Il a écrit deux livres « Un rêve d'enfant étoilé » et « créer pour survivre, vivre pour ne pas sombrer ».

Il ne publie pas les tarifs de ses pâtisseries sur son site mais ses partenaires (Ambassadeurs, influenceurs, collaborateurs) font sa publicité avec les prix de quelques gâteaux.

La forêt noire, qui se présente sous la forme d'une cerise géante coûte 16€.



source: https://www.yazid-ichemrahen.com/project/foret_noire_yazid_ichemrahen/

Ses pâtisseries se vendent aujourd'hui jusqu'à 10 000 dollars l'unité.

Source :<https://sosoir.lesoir.be/de-la-rue-aux-etoiles-yazid-ichemrahen-le-patissier-star-dont-tout-le-monde-parle>

Un rêve d'enfant étoilé – Version anglaise
40,00 €

Ce livre, c'est l'histoire d'un rêveur devenu le plus jeune champion du monde de pâtisserie grâce à l'âge de 22 ans qui traverse la vie dans un habit mélange de fer et de candeur et qui très tôt a des étoiles gourmandes dans les yeux.

« Dans un monde et une époque où l'on a trop tendance à voir le verre à moitié vide, j'ai vraiment eu envie de faire passer un message fort, d'espoir et de courage à ceux qui sont dans une situation difficile, ce qui a été mon cas, il n'y a pas si longtemps. »

Ça n'est en aucun cas un livre de recettes mais juste mon récit émaillé de rencontres qui m'ont permis d'être ce que je suis aujourd'hui. J'ai illustré chacune de ces rencontres par une recette de gâteau ou de plat réalisé par quelques uns des plus grands chefs de la planète mais ce livre est avant tout un chemin de vie, de remise en question, de simplicité, de partage et d'humilité, un signe de reconnaissance envers chacune de ces extraordinaires rencontres et un témoignage de ce qu'elles m'ont apporté. »



Source ; <https://www.ycone.lys-martagon.com/yazid-ichemrahen/>

Cet hôtel de luxe, Lys Martagon, publie des tarifs de pâtisseries du Chef Yazid Ichemrahen car c'est un de ses partenaires.

COEURCHEVEL.

Ce gâteau de voyage vous suivra partout, emblématique de la ville de Courchevel réalisé spécialement en partenariat par le Chef Yazid Ichemrahen. Vous découvrirez le fondant de la mousse accompagné des concrétions de fruits secs et myrtille.

Pour 3 personnes.

35,00 €

- 1 + Ajouter Au Panier



Le gâteau de voyage vous suivra partout, entremets emblématique de la ville de Courchevel réalisé spécialement en partenariat par le Chef

Yazid Ichemrahen.

Vous découvrirez le fondant de la noisette accompagné des concentrés de fruits poire et myrtille.

Pour 3 personnes

35€

[Commander](#)

BOUTIQUE



100% VANILLE
25,00€

[Ajouter au panier](#)



AMANDE INTENSE
25,00€

[Ajouter au panier](#)



BUCHE DE NOEL LYS MARTAGON
149,00€

[Ajouter au panier](#)

Donc, il semblerait que les tarifs soient fixés entre 25 et 35 Euros sauf la bûche.

Il publie juste ses fiches produit sans les tarifs: il donne les tarifs au moment de la commande faite par le client donc en privé.

On clique sur chaque diapo pour découvrir les produits sous tous les angles.

Sunrise Musique paix | Discord | Boîte de réception (120) | les tarifs des gâteaux de... | Messenger | Ycone Paris - Recherche | À propos hotel Raffles A... |

yazid-ichemrahen.com/project/chou_playtime_yazid_ichemrahen/

CHOU PLAYTIME

Un grand classique de la pâtisserie, simplement remis au goût du jour avec ma sensibilité du moment.

Une fine association entre le côté légèrement boisé de la vanille d'Inde et la banane de Madagascar, le tout relevé par une fine acidité apportée par le citron de Menton, qui va permettre de rincer le palais afin de rendre chaque bouchée unique.

Pour moi, l'équilibre d'un gâteau est donné par sa texture. J'ai donc fait le choix d'ajouter une mousse supplémentaire grâce au côté croquant de la couche de Meringue, qui va apporter un supplément de gourmandise mais surtout une longueur en bouche incomparable par rapport à un chou classique.

COMPOSITION

- Choux croustillant
- Crème onctueuse vanille d'Inde
- Insert liquide banane citron
- Meringue Alain Ducasse

SUIVEZ-NOUS SUR

Facebook icon, Instagram icon, YouTube icon

Sunrise Musique paix | Discord | Boîte de réception (120) | les tarifs des gâteaux de... | Messenger | Ycone Paris - Recherche | À propos hotel Raffles A... |

yazid-ichemrahen.com/concept_cles_en_main_yazid_ichemrahen/

YAZID ICHEMRAHEN

CONNNAître YAZID | NOS CONCEPTS | CONTACT | BOUTIQUE | 0 ARTICLE - 0,00 €

EN FR

UN CONCEPT CLÉS EN MAIN

Travailler avec un professionnel de la gastronomie et un entrepreneur affirmé vous garantit une expérience terrain et une réflexion adaptée tant sur la structure et la faisabilité que sur la gestion globale de votre projet. Fort de son parcours de passionné et de ses expériences entrepreneuriales, Yazid Ichemrahen

vous propose un accompagnement unique pour la réalisation et le développement de vos futurs projets à partir du local de votre choix et dans le pays souhaité.

ÉTAPE 1
QUALITÉ-COÛT-DELAI : DÉFINIR VOS AMBITIONS ET OBJECTIFS

ÉTAPE 2
UN SAVOIR-FAIRE AU SERVICE DE VOS PROJETS

ÉTAPE 3
UN ACCOMPAGNEMENT SUR-MESURE

ÉTAPE 4
LA VIE DE PROJET OU L'ENGAGEMENT VERS UN PROJET RÉUSSI



LE CONSULTING PÂTISSERIE

Vous êtes industriel dans l'agroalimentaire, ou acteur dans l'hôtellerie, la restauration, ou la pâtisserie haut de gamme, vous souhaitez optimiser le développement d'un ou plusieurs produits, d'une carte de pâtisseries ou de desserts. Yassine Ichemrahen, Champion du Monde 2014 de glace pâtissière, met à votre disposition son savoir-faire et son expérience. Soit après étude de votre cahier des charges, soit en libre inspiration, Yassine Ichemrahen saura répondre à votre demande de création.

Vous aurez également la possibilité de signer, sous conditions, les produits de la marque YI+ by Yassine Ichemrahen.

Offrez à vos projets le savoir faire et la créativité d'un Champion du Monde. Cliquez sur « contact » et remplissez le formulaire, nous vous répondrons dans les meilleurs délais.



Windows taskbar showing search bar, pinned icons, and system status.

<https://www.yassine-ichemrahen.com>

- Chiffre d'affaires de l'entreprise.

Évolution durant les 3 dernières années (Selon la volonté de l'entreprise à communiquer sur ses résultats ou non)

Non mentionné

3. Réunion de brief avec votre client, quels sont les besoins de votre client en termes de marketing ou de communication digitale ?

Yassine Ichemrahen doit consolider sa crédibilité et son image de marque d'une notoriété élevée en tant que Champion du monde .il veut définir ses activités comme engagées et authentiques. Sa stratégie marketing et de communication doit donc générer des clients et surtout les fidéliser :

Développer et maintenir un site web personnel attrayant et informatif, présentant son parcours, ses réalisations, ses offres et ses coordonnées.

Promouvoir ses activités : ses ateliers de show culinaire, ses collaborations avec les marques de luxe, ses livres, ses consulting pour les accompagnements et les concepts de boutiques et ses formations en management.

Établir des liens privilégiés avec son audience : diffuser régulièrement des contenus à forte valeur ajoutée tels que des visuels de haute qualité, des vidéos de tutoriels de pâtisserie, des articles et des stories captivantes et motivantes. Diffusion des contenus dans les

réseaux sociaux, les médias sociaux, les blogs et émissions télévisées de lifestyle pour attirer plus de visiteurs et créer une communauté engagée qui interagit avec lui.

Élargir sa portée et accroître sa visibilité en établissant des partenariats stratégiques avec des influenceurs.

Mener des campagnes publicitaires ciblées sur les plateformes en ligne et hors ligne pour atteindre une audience qualifiée en fonction de ses intérêts et de ses comportements.

4. Faites une analyse de la communication existante de votre client

- a. Réseaux sociaux : nombre d'abonnés, taux d'engagement, type de contenus publiés, sujet sur lesquels l'entreprise publie.

TikTok :

The screenshot shows the TikTok profile of a user named yazid.ichemrahen. The profile picture is a black and white portrait of a man in a suit. The bio reads: "yazid.ichemrahen 2117 Abonnés Chef pâtissier 🎉 Champion du monde à Rimini 🎉 (DIFFÉRENT) YI". The profile has four tabs: Haut (selected), Comptes, Vidéos, and EN DIRECT. Below the tabs, there's a section for "Comptes suivis" (Followed accounts) which is currently empty. On the left sidebar, there are links for Verse toi, Abonnements, Amis, Explorateur (Nouveau), EN DIRECT, and Profil. At the bottom, there are sections for Société, Programmes, and Faire de la publicité.

type de contenus : Des vidéos courtes



lemachin69
C69 · 2023-3-21

Suivre

Une très belle histoire#fyp #viral #reportage #influenceur #fy
#TIC Tac #amusantfête 8 ????

♪ Défaite - Jeck

1866 51 191

Copier le lien

Exemple :

Commentaires (51)

Vidéos du créateur



lemachin69
C69 · 2023-3-21

Suivre

Une très belle histoire#fyp #viral #reportage #influenceur #fy
#TIC Tac #amusantfête 8 ????

♪ Défaite - Jeck

1866 51 191

Copier le lien

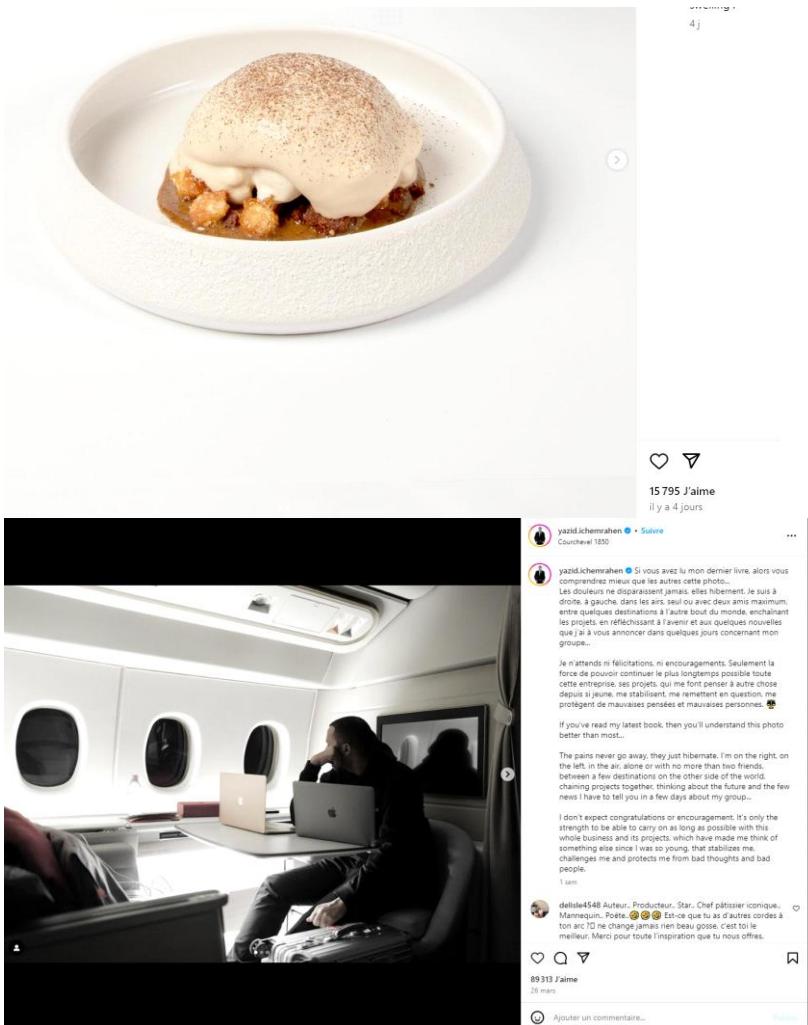
Commentaires (51)

Vidéos du créateur

Sujets : story, recettes, astuces...

Instagram : de belles photos sur ses créations, de nombreuses vidéos sur sa vie quotidienne et professionnelle, sur les villes visitées où il travaille, des conseils.

Exemple de : Réactions des visiteurs sur une publication :



Instagram

Instagram

[Se connecter](#)
[S'inscrire](#)

yazid_ichemrahen_officiel
Suivre
Contacter

15 publications
2 419 followers
712 suivis(e)s

Yazid Ichemrahen
 ART. Pastry chef/ fashion addict. Yazid Ichemrahen» Champion du monde» world champion
 @ www.yazid-ichemrahen.com

PUBLICATIONS
IDENTIFIÉ(E)

yazid.ichemrahen • 311 publications • 1.5 M followers • 376 suivis(e)s

YI
Entrepreneuriat
YI GROUP :
Paris-Courchevel-Barbey-Doha
www.yazid-ichemrahen.com

Ibiza LE FILM Courchevel 2... Moon a co Balmian YCONE FOOD... Gvra Priv

PUBLICATIONS **REELS** **IDENTIFIÉ(E)**

LinkedIn ; des articles.

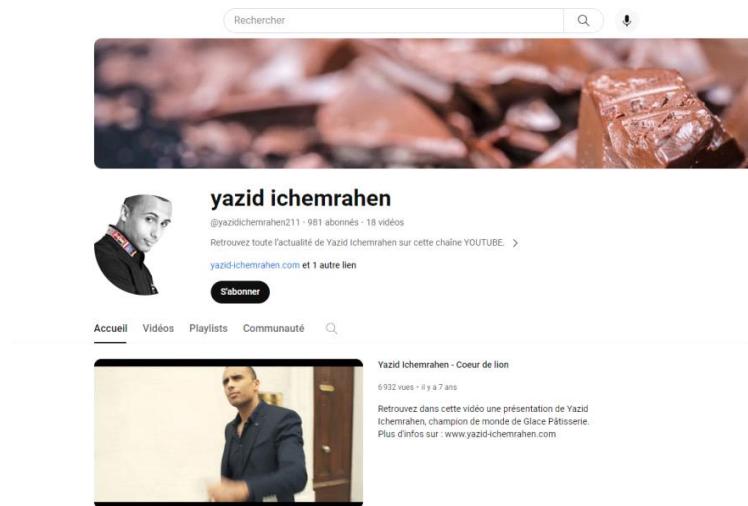
Yazid Ichemrahen
Entrepreneur
France - Coordonnées
1569 abonnés • Plus de 500 relations

[+ Suivre](#) [Message](#) [Plus](#)

Sélection

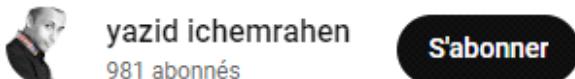
Lien	Lien	Lien
De famille d'accueil à plus jeune champion du monde : le destin... elle.fr	CLIQUE TALK : le pâtissier Yazid Ichemrahen, 25 ans, champion ... Clique.tv	Avignon. Le pâtissier Yazid Ichemrahen, « une course... ledauphine.com
La vie n'a pas toujours été tendre avec Yazid Ichemrahen. À de nombreuses reprises, il aurait pu se perdre mais heureusement la pâtisserie l'a toujours sauvé. Rencontre avec un jeune homme...	Parfois, en tant que journaliste, on prépare une interview en ayant l'intuition de l'orientation que va prendre la discussion. Et parfois, on est complètement pris de court, voire même absurdi par...	Il est sur tous les plateaux télé. Ses créations régale les stars du monde entier et jusqu'à la table de l'Elysée. Mais derrière ce génie de la pâtisserie se cache un cœur fragile. Yazid Ichemrahen, qui a...

Youtube



The screenshot shows the YouTube channel page for 'yazid icemrahen'. At the top, there's a search bar with 'Rechercher' and a magnifying glass icon. Below it is a large thumbnail image of a chocolate cake. The channel name 'yazid icemrahen' is displayed in bold black text, followed by the handle '@yazidicemrahen211', '981 abonnés', and '18 vidéos'. A small profile picture of a man is to the left of the name. Below this, a description reads: 'Retrouvez toute l'actualité de Yazid Ichemrahen sur cette chaîne YOUTUBE.' with a link, and 'yazid-icemrahen.com et 1 autre lien'. A 'S'abonner' button is present. Below the channel info, a navigation bar has tabs for 'Accueil', 'Vidéos', 'Playlists', 'Communauté', and a search icon. A video thumbnail for 'Yazid Ichemrahen - Coeur de lion' is shown, featuring a man in a suit. The video stats are '6932 vues · il y a 7 ans'. Below the video, a description reads: 'Retrouvez dans cette vidéo une présentation de Yazid Ichemrahen, champion du monde de Glace Pâtisserie. Plus d'infos sur : www.yazid-icemrahen.com ...afficher |'. The video player interface includes a play button and volume controls.

Yazid Ichemrahen - Coeur de lion



6,9 k vues il y a 7 ans

Retrouvez dans cette vidéo une présentation de Yazid Ichemrahen, champion du monde de Glace Pâtisserie. Plus d'infos sur : www.yazid-icemrahen.com ...afficher |

9 commentaires

Trier par

Sur Youtube, ses vidéos racontent sa vie, montrent des tutos, son art de vivre.

<https://www.youtube.com/@yazidicemrahen211/playlists>

b. Site : construction du menu, SEO

Son site : <https://yazid.icemrahen.com>

Audit du site avec Semrush :

Vue d'ensemble du domaine : [yazid-ichemrahen.com](#)

⚠ Nous affichons les données pour **yazid-ichemrahen.com**. Les données pour les URL, les sous-domaines et les sous-dossiers ne sont disponibles que pour les sites Web.

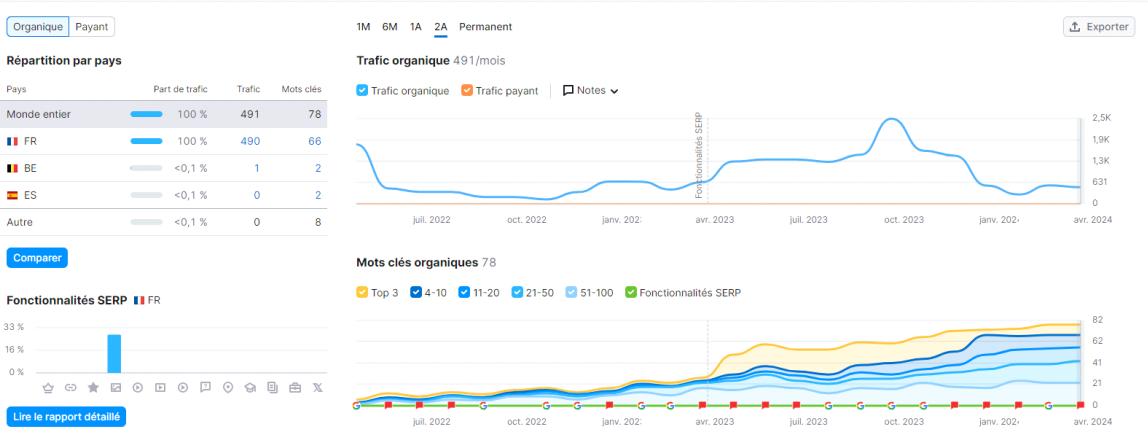
Monde entier US UK FR ...

Ordinateur 5 avr. 2024 USD

[Vue d'ensemble](#) [Comparaison des domaines](#) [Croissance](#) [Comparaison par pays](#)

Authority Score 1515Rang de domaine Semrush **337,6K** ↓Trafic Organique 491**491** -9,9% [Voir les détails](#)Mots clés **78**Trafic Payant 0

Il se peut que le domaine soit nouveau ou qu'il ne soit pas encore classé. Pour obtenir des données sur le trafic payé, créez une campagne Suivi de position.

[Vers Suivi de position](#)Backlinks 68**68**Domaines référents **40**

Projets > Vue d'ensemble des mots clés > Keyword Magic Tool

[Cours sur la recherche de mots clés](#) [Manuel de l'utilisateur](#) [Envoyer des commentaires](#)

Keyword Magic Tool: yazid ichemrahen boutique

Base de données: [France](#) Devise: [USD](#)

[Voir l'historique de recherche](#)

Filtres: [Tous](#) [Questions](#) [Tous les mots clés](#) [Requête large](#) [Expression exacte](#) [Mot clé exact](#) [Mots-clés associés](#) [Langues](#) [Volume](#) [KD %](#) [Intention](#) [CPC \(USD\)](#) [Inclure les mots clés](#) [Exclure les mots clés](#) [Filtres avancés](#)

Par nombre Par volume

Tous les mots clés: 9 Volume total: 1030 KD moyen: 24 %

+ Ajouter à la liste de mots clés Mettre à jour les métriques Gérer les colonnes (7/10) Exporter

Mot clé	Inten...	Volume	KD %	CPC (USD)	Fonctionnalités SERP	Mise à jour
avignon	I T	590	29	0,00	La semaine dernière	C
yazid ichemrahen boutique	I T	170	24	0,00	La semaine dernière	C
yazid ichemrahen boutique paris	C	110	23	0,00	3 semaines	C
yazid ichemrahen boutique avignon	I T	50	22	0,00	2 semaines	C
yazid ichemrahen boutique paris	I T	n/a	40	0,00	Pour afficher les métriques, actua...	C
yazid ichemrahen boutique de noel	n/a	40	n/a	0,00	Pour afficher les métriques, actua...	C
yazid ichemrahen boutique paris	n/a	30	n/a	0,00	Pour afficher les métriques, actua...	C
yazid ichemrahen boutique paris	n/a	0	n/a	0,00	Pour afficher les métriques, actua...	C
yazid ichemrahen boutique de noel 2019	n/a	0	n/a	0,00	Pour afficher les métriques, actua...	C
yazid ichemrahen boutique avignon	n/a	0	n/a	0,00	Pour afficher les métriques, actua...	C

Recherche organique [FR](#)

Meilleurs mots clés organiques 66

Mot clé	Inten...	Pos.	Volume	CPC (USD)	Trafic (%)
yazid ichemrahen boutique	I T	1	590	0	29,79
yazid ichemrahen boutique	I T	2	590	0	15,71
yazid ichemrahen	I	10	12,1K	0	12,24
yazid ichemrahen boutique paris	C	1	170	0	8,57
patisserie yazid ichemrahen paris	I T	2	480	0	6,32

[Voir les détails](#)

Répartition des positions organiques

Tendance des trafic avec marque

Nous n'avons pas de données à afficher.

Trafic avec marque et sans marque

Avec marque: 0 % (0 mots clés)
Sans marque: 100 % (66 mots clés)

Voir les détails

Principaux concurrents organiques 122

Concurrent	Niveau de c...	Mots clés com.	Mots clés SE
bruitdetable.com	13	243	
lys-martagon.com	10	163	
ykone.com	1	92	
collectiondesphotographies.com	2	239	
y-con-france.com	1	121	

[Voir les détails](#)

Carte de positionnement de la concurrence

Legend: bruitdetable.com (blue), lys-martagon.com (green), ykone.com (orange), collectiondesphotographies.com (pink), y-con-france.com (yellow)

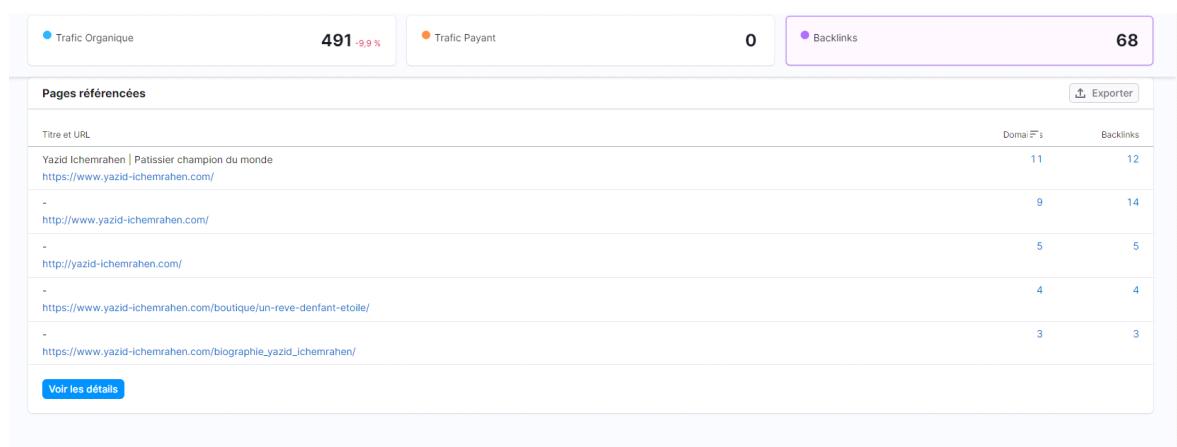
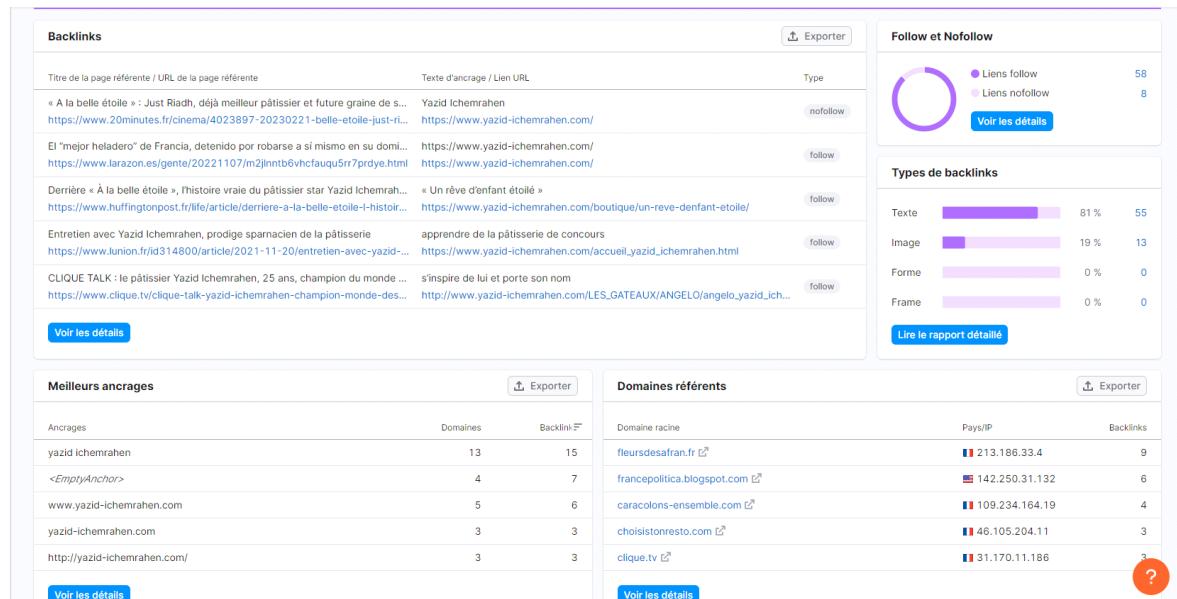
Liste des mots clés internes et actuels

Keyword Magic Tool: yazid icemrahen boutique

Base de données: France Devise: USD

Voir l'historique de recherche

Par nombre		Par volume	Tous les mots clés: 151 Volume total: 51290 KD moyen: 26 %	+ Ajouter à la liste de mots clés	Mettre à jour les métriques	Gérer les colonnes 7/10	Exporter						
Tous les m...	151			<input type="checkbox"/> Mot clé	Inte...	Volume	KD %						
> cook	62		<input checked="" type="checkbox"/> + yazid icemrahen >	12100	38	0,00							La semaine ...
> paris	55		<input checked="" type="checkbox"/> + cookies paris >	3600	30	0,00							La semaine ...
> yazid	48		<input checked="" type="checkbox"/> + cookie paris >	1600	29	0,00							La semaine ...
> icemrahen	36		<input checked="" type="checkbox"/> + creme cookie paris >	1600	21	0,00							La semaine ...
> patissier	24		<input checked="" type="checkbox"/> + cookie creme paris >	1000	25	0,00							La semaine ...
> meilleur	21		<input checked="" type="checkbox"/> + gateau courchevel >	1000	19	0,00							La semaine ...
> patisserie	15		<input checked="" type="checkbox"/> + yazid icemrahen en couple >	1000	31	0,00							La semaine ...
> courchevel	14		<input checked="" type="checkbox"/> + meilleur cookie paris >	880	28	0,00							La semaine ...
> boutique	13		<input checked="" type="checkbox"/> + meilleurs cookie paris >	880	28	0,00							La semaine ...
> creme	12		<input checked="" type="checkbox"/> + meilleurs cookies paris >	880	26	0,00							La semaine ...
Afficher plus													



Audit du site avec Ubersuggest :

Découvrez les problèmes SEO qui affectent l'URL de votre site ou de votre page

www.yazid-ichemrahen.com

Domaine

CHERCHER

Vous utilisez la version gratuite d'Ubersuggest avec 1 recherche | Démarrer votre essai gratuit avec plus de 150 recherches quotidiennes

COMMENCER L'ESSAI GRATUIT

Audit de site : www.yazid-ichemrahen.com

Dernier Crawl : April 6, 2024 1:41 PM

RECRAWLER LE SITE

EXPORTER EN FORMAT CSV

SCORE SEO ON-PAGE 65

TRAFFIC ORGANIQUE MENSUEL 902 TRÈS BON

MOTS-CLÉS ORGANIQUES 94 TRÈS BON

BACKLINKS 73 TRÈS BON

PAGES TROUVÉES	
41	Nous avons crawlé 39 pages et détecté 2 pages bloquées pour un total de 41 pages trouvées.
STATUT DE LA PAGE	
Succès	38
Redirection	1
Brisée	0
Bloquée	2
Voir toutes les pages →	

PROBLÈMES SEO TROUVÉS	
125	
PROBLÈMES SEO PRINCIPAUX	
27 pages	avec un faible nombre de mots Voir les détails →
2 pages	sont bloquées pour ne pas apparaître dans les résultats des moteurs de recherche Voir les détails →
31 pages	sans titre H1 Voir les détails →
Voir toutes les erreurs SEO →	

VITESSE DU SITE

[Aperçu de l'audit du site](#) / [Problèmes SEO](#) / Détails des problèmes SEO

Problème SEO : Nombre de mots faible [Qu'est-ce que c'est et comment le corriger ?](#)

CE PROBLÈME EST SUR 27 PAGES

[EXPORTER EN FORMAT CSV](#)

RECRAWLER LA/LES PAGE(S)

IGNORER LE(S) PROBLÈME(S)

0 sur 27 sélectionnés

<input type="checkbox"/>	URL DE LA PAGE	NOMBRE DE MOTS
<input type="checkbox"/>	https://www.yazid-ichemrahen.com/	0
<input type="checkbox"/>	https://www.yazid-ichemrahen.com/accueil_yazid_ichemrahen/	177
<input type="checkbox"/>	https://www.yazid-ichemrahen.com/realisation_yazid_ichemrahen/	47
<input type="checkbox"/>	https://www.yazid-ichemrahen.com/concept_ycone_paris_yazid_ichemrahen/	132
<input type="checkbox"/>	https://www.yazid-ichemrahen.com/concept_cles_en_main_yazid_ichemrahen/	129

Problème SEO : Empêchée d'apparaître dans les moteurs de recherche [Qu'est-ce que c'est et comment le corriger ?](#)

CE PROBLÈME EST SUR 2 PAGES

[EXPORTER EN FORMAT CSV](#)

IGNORER LE(S) PROBLÈME(S)

0 sur 2 sélectionnés

<input type="checkbox"/>	URL DE LA PAGE	STATUS
<input type="checkbox"/>	https://www.yazid-ichemrahen.com/mon-compte/	Bloquée [balise meta robots]
<input type="checkbox"/>	https://www.yazid-ichemrahen.com/panier/	Bloquée [balise meta robots]

<< Page 1 sur 1

Problème SEO : Pas de balise H1 [Qu'est-ce que c'est et comment le corriger ?](#)

CE PROBLÈME EST SUR 31 PAGES

[EXPORTER EN FORMAT CSV](#)



RECRWLER LA/LES PAGE(S)



IGNORER LE(S) PROBLÈME(S)

0 sur 31 sélectionnés



URL DE LA PAGE



<https://www.yazid-ichemrahen.com/>



https://www.yazid-ichemrahen.com/accueil_yazid_ichemrahen/



https://www.yazid-ichemrahen.com/biographie_yazid_ichemrahen/



https://www.yazid-ichemrahen.com/realisation_yazid_ichemrahen/



https://www.yazid-ichemrahen.com/demonstration_yazid_ichemrahen/

Correction de 27 pages avec un faible nombre de mots

« 2 pages sont bloquées pour ne pas apparaître dans les résultats des moteurs de recherche

QU'EST-CE QUE C'EST ? Si vous préférez que certaines pages n'apparaissent pas dans les résultats de recherche, vous pouvez utiliser le fichier robots.txt, la balise meta robots et la balise X-Robots dans l'en-tête HTTP pour indiquer aux moteurs de recherche que vous ne voulez pas qu'une URL spécifique apparaisse dans les résultats. Il est crucial que vous sachiez quelles pages vous voulez que les moteurs de recherche trouvent et celles que vous ne voulez pas voir apparaître. En bloquant vos pages à l'aide de l'une des méthodes ci-dessus, vous indiquez aux crawlers des moteurs de recherche que vous ne voulez pas que votre contenu apparaisse dans les résultats de recherche.

COMMENT LE CORRIGER ? Assurez-vous que toutes les pages de votre site que vous souhaitez voir indexées par les moteurs de recherche ne sont pas accidentellement bloquées. Si vous trouvez des pages bloquées involontairement, supprimez la balise meta robots, la balise X-Robots ou la directive du fichier robots.txt actuellement en place.

31 pages sans titre H1

QU'EST-CE QUE C'EST ? Les crawlers des moteurs de recherche préfèrent le contenu qui est structuré correctement et qui hiérarchise les tags titres. Le tag H1 est le plus important et indique aux moteurs de recherche la thématique de contenu de votre page. Il ne doit y avoir qu'un seul tag H1 par page.

COMMENT LE CORRIGER ? Ajoutez à vos pages un tag H1 qui soit pertinent avec le contenu que vous publiez. Essayez d'inclure des mots-clés dans votre tag H1 et de limiter chaque page à uniquement un tag H1

34 pages Sans meta-description

QU'EST-CE QUE C'EST ? Les meta-descriptions peuvent augmenter de manière considérable la probabilité que quelqu'un clique sur votre contenu dans les résultats de recherche. La meta description permet aux internautes de savoir à quoi s'attendre sur la page qu'ils s'apprêtent à ouvrir. Si vous choisissez de ne pas ajouter de meta-description optimisée et convaincante, le moteur de recherche ajoutera par défaut la première phrase de texte de la page. De manière général, cela ne sera pas suffisant pour attirer l'intérêt de la personne réalisant une recherche et elle pourrait ne pas cliquer sur votre lien.

COMMENT LE CORRIGER ? Parcourez le contenu de votre site et ajoutez des meta-descriptions pertinentes et uniques à chaque page afin d'améliorer vos chances d'inciter les internautes à cliquer sur votre contenu. Pour apprendre comment écrire une meta description performante.

2 pages avec un tag <title> trop court

Qu'est-ce que c'est et comment le corriger ?

QU'EST-CE QUE C'EST ? Les tags titres doivent faire passer une idée importante à vos lecteurs potentiels en seulement quelques mots. Le tag titre ne doit pas être trop court et ne peut pas faire moins de 30 caractère. Si c'est le cas, il sera difficile pour les moteurs de recherche de comprendre de quoi parle le contenu de la page, ce qui diminuera la probabilité de votre site à bien se positionner.

COMMENT LE CORRIGER ? Vérifiez que vos tags titres soient suffisamment longs afin d'être reconnus par les moteurs de recherche et ce afin que vous puissiez inciter les visiteurs potentiels à cliquer sur votre page. »

Source :Ubersuggest

Problèmes SEO : www.yazid-ichemrahen.com

TOUS LES PROBLÈMES | ERREURS CRITIQUES | ALERTES | RECOMMANDATIONS

EXPORTER EN FORMAT CSV

PROBLÈMES SEO TROUVÉS	DIFFICULTÉ	IMPACT SEO	
27 pages avec un faible nombre de mots Qu'est-ce que c'est et comment le corriger ?	Voir les détails →	Modéré	Elevé
2 pages sont bloquées pour ne pas apparaître dans les résultats des moteurs de recherche	Qu'est-ce que c'est et comment le corriger ? Voir les détails →	Modéré	Elevé
31 pages sans titre H1 Qu'est-ce que c'est et comment le corriger ?	Voir les détails →	Facile	Moyen
34 pages sans meta-description Qu'est-ce que c'est et comment le corriger ?	Voir les détails →	Modéré	Moyen
2 pages avec un tag <title> trop court Qu'est-ce que c'est et comment le corriger ?	Voir les détails →	Facile	Moyen

Profitez d'un aperçu détaillé du SEO d'un site ou de l'URL d'une page

<https://www.yazid-ichemrahen.com/>

Langue / Pays

Domaine

Malgache / Madagascar

CHERCHER

Vous utilisez la version gratuite d'Ubersuggest avec 1 recherche | Démarrez votre essai gratuit avec plus de 150 recherches quotidiennes

[COMMENCER L'ESSAI GRATUIT](#)

Analyse du trafic : https://www.yazid-ichemrahen.com/

MOTS-CLÉS ORGANIQUES

94

TRAFFIC ORGANIQUE MENSUEL

902

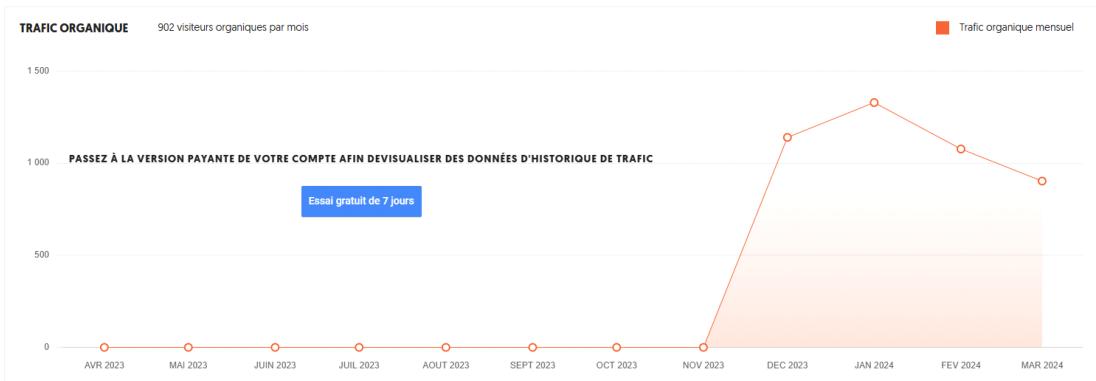
DOMAIN AUTHORITY

19

BACKLINKS

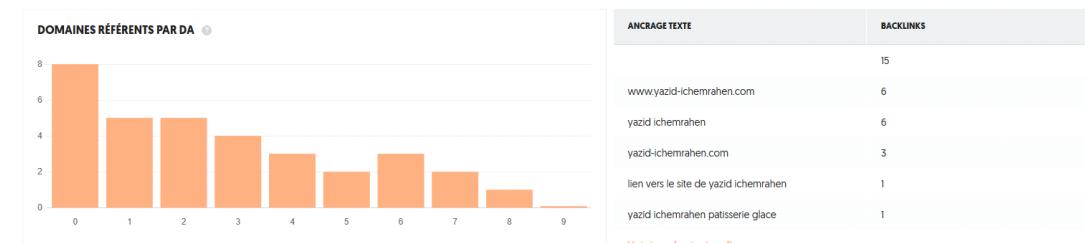
73

NoFollow: 19



Backlinks : <https://www.yazid-ichemrahen.com/>

DOMAIN AUTHORITY	DOMAINES RÉFÉRENTS	BACKLINKS
19	33	73 NoFollow: 19



BACKLINKS 1- 33 [73]

[EXPORTER EN FORMAT CSV](#)

TITRE & URL DE LA PAGE SOURCE PAGE CIBLE	DOMAIN AUTHORITY	PAGE AUTHORITY	SPAM SCORE	ANCRAGE TEXTE	PREMIÈRE DÉTECTION	DERNIÈRE DÉTECTION
Demière « A la belle étoile », l'histoire vraie du pâtissier star Yazid Ichemrahen Source huffingtonpost.fr/life/article/demiere-a-la-belle-etoile-l-histoire-vraie-du-patissier-star-yazid-ichemrahen/ ↗ Cible yazid-ichemrahen.com/boutique/un-reve-d-enfant-etoile/ ↗	88	46	1%	« un rêve d'enfant étoile »	01/03/2023	08/03/2024
La star des réseaux sociaux Just Rudi au cinéma pour « A la belle étoile » - La Voix du Nord Source lavoixdunord.fr/1292829/article/2023-02-17-la-star-des-reseaux-sociaux-just-rudi-... ↗ Cible yazid-ichemrahen.com/biographie_yazid_ichemrahen/ ↗	77	38	13%	le rôle de yazid ichemrahen	19/02/2023	05/03/2024
Dijon Sébastien Tulard : « L'idée était que le film soit gourmand » Source bilenpublic.com/culture-loisirs/2023/02/08/sebastien-tulard-l-idee-était-que-... ↗ Cible yazid-ichemrahen.com/ ↗	75	34	1%	yazid ichemrahen	13/02/2023	26/01/2024
Seo.Domains - The top list of SEO domains for sale Source best-seo-domains.com/af/deaf787ef7d6b8fc6d5470017e14da08ffef/taa85b... ↗ Cible yazid-ichemrahen.com/ ↗	68	22	12%	yazid-ichemrahen.com	09/03/2022	28/02/2024
Ecouter La Roche Source feed.ausha.co/bvY9nt6D3Le/ ↗ Cible yazid-ichemrahen.com/ ↗	67	37	3%	yazid ichemrahen	02/03/2024	02/03/2024
CLIQUE TALK : le pâtissier Yazid Ichemrahen, 25 ans, champion du monde et ancien enfant de... Source clique.tv/clique-talk-yazid-ichemrahen-champion-monde-desserts/ ↗ Cible yazid-ichemrahen.com/accueil_yazid_ichemrahen.html ↗	62	38	3%	son site internet	24/08/2017	24/03/2024
Classement Source classementatabula.com/20-23-yazid-ichemrahen-2018/ ↗ Cible yazid-ichemrahen.com/ ↗	58	27	12%	lien vers le site de yazid ichemrahen	07/01/2019	21/02/2022
Patisserie Vernet, pâtisserie Avignon - Yazid le magnifique Le blog de Gilles Pudlowski - Les Pl... Source gillespudlowski.com/156768/produits/avignon-yazid-le-magnifique/ ↗ Cible yazid-ichemrahen.com/ ↗	56	31	5%	www.yazid-ichemrahen.com	08/04/2017	16/02/2024
Source plus.wikimonde.com/wiki/Yazid_Ichemrahen ↗ Cible yazid-ichemrahen.com/accueil_yazid_ichemrahen.html ↗	48	33	11%	« yazid ichemrahen pâtisserie et glaces »	26/12/2021	04/09/2023

Growth / yazid.ichemrahen / Instagram / PandaRank Source pandarank.com/instagram/yazid.ichemrahen/growth?period=all Cible yazid.ichemrahen.com/	20	22	10%	http://www.yazid.ichemrahen.com/	02/01/2020	04/07/2022
Le Sac du Berger - Caracolons ensemble Source caracolons-ensemble.com/nos-partenaires/aveyron/30-commer%C3%A7an...	17	22	4%		22/10/2018	23/03/2024
Yazid Ichemrahen - Festival La Gourmandise Source lagourmandisefestival.com/les-chefs/yazid-ichemrahen/	14	12	1%	www.yazid.ichemrahen.com	01/01/2018	10/02/2024
Source connexiongulder.com/yazid-ichemrahen-www-clique-tv/	12	16	1%	yazid ichemrahen – chef pâtissier champion du ...	03/12/2022	03/12/2022
Source iconexionfr.com/yazid-ichemrahen/	10	17	1%	yazid ichemrahen – chef pâtissier champion du ...	06/07/2022	19/10/2023
WEB Agence communication M Communication Source agence-mcom.com/site_web_responsive/	9	15	15%		06/11/2020	23/01/2024
Source europeandude.com/en/la-patisserie-vernet-par-yazid-ichemrahen-avignon-...	8	12	41%	yazid-ichemrahen.com	10/02/2022	26/02/2024
Source bergisel.over-blog.com/2016/05/il-faut-aller-rechercher-les-talents.html	5	8	9%	yazid ichemrahen patisserie glace	24/04/2021	16/06/2022
france politica odyssea.info Source francopolitica.blogspot.com/2016/08/odysseainfo.html	4	6	21%	http://yazid.ichemrahen.com/blog/buche-de-n..._	19/02/2022	24/03/2024
Partenaires M communication Source sani-loc.fr/webmaster.php	2	6	25%	yazid ichemrahen	25/07/2021	26/01/2022
Mu Concept - création de site internet et application iphone et android Source davicoborateur.com/webmaster.php	1	5	N/A		18/07/2016	15/01/2018
Mu Concept - création de site internet et application iphone et android Source lesagardsdofficial.com/webmaster.php	1	1	14%		01/10/2019	01/01/2022

Source :Ubersuggest

c. Autres présences dans le numérique

MÉDIAS

Parution du livre "UN RÊVE D'ENFANT ÉTOILÉ" vendu à 58 000 exemplaires

Réseaux sociaux : plus de 160K abonnés

Un film tiré de l'histoire de la vie de Yazid Ichemrahen, inspiré de son livre "Un rêve d'enfant étoilé" : « A la belle étoile » réalisé par une des plus importantes sociétés de production française, CADP.

Et dans des blogs d'influenceur comme la blogueuse culinaire Caroline avec son blog:
<https://www.gourmicom.fr/>

d. Il est possible que l'entreprise choisie, ne possède aucune présence dans le digital.
Dans ce cas, essayez de relever cela et de le justifier (manque de moyen, manque de temps, etc.)

5. Faites un récapitulatif de ce qui existe et ce qui manque à votre client en termes de communication digitale.

Le design est sobre avec des images de haute qualité. Le ton est poétique et élégant comme le design de ses pâtisseries. Les couleurs dominantes sont le noir et blanc. Cependant, il faudrait ajouter un peu plus d'animation comme des Call to Action à chaque fiche-produit pour convertir les leads en clients. Ses fiches -produit ne contiennent pas assez de détails comme les modes de livraison, les tarifs, les allergènes et les conseils de conservation. Il

faudrait aussi en ajouter à chaque article pour inciter les visiteurs à agir, créer un abonnement à une newsletter. Il faudrait ajouter un menu défilant pour dynamiser la page d'accueil.

Il faudrait aussi insérer des liens de backlinks pour optimiser le SEO et un blog pour permettre au Chef d'interagir avec son audience en partageant ses idées avec son audience. Ce blog publierait aussi les témoignages de clients sur ses produits.

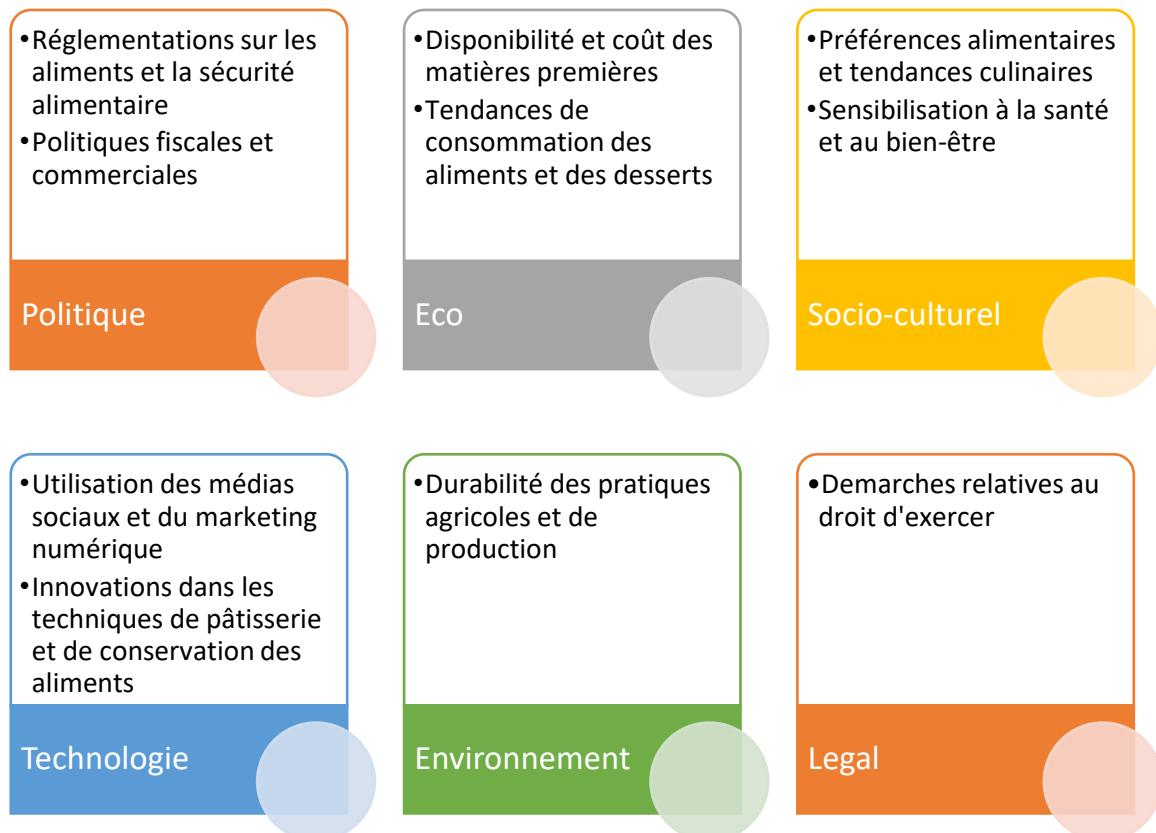
Il faudrait aussi que les textes soient plus optimisés en ajoutant plus de contenus longs. Ses pages ne comportent en moyenne que 200 mots au lieu de 800mots minimum comme l'exige le SEO.

Enfin, il y a encore des lacunes techniques qui empêchent au mieux l'optimisation en SEO (la longueur des contenus, l'absence des balises importantes.

PARTIE 3 : Audit et étude de marché

1. À travers les différentes matrices, étude du marché

a. PESTEL : détermination des facteurs au niveau macro environnemental.



b. Déterminez les forces de Porter.



Analyse des 5 forces de PORTER pour Yazid Ichemrahen

✓ Pouvoir de négociation des clients :

Clients haut de gamme : Les clients de Yazid Ichemrahen sont des individus fortunés et exigeants, ce qui leur donne un certain pouvoir de négociation.

Sensibilité au prix : Bien que les clients soient prêts à payer des prix élevés pour des produits de qualité, ils restent sensibles au prix, surtout en période de crise économique.

✓ Pouvoir de négociation des fournisseurs :

Fournisseurs spécialisés : Yazid Ichemrahen utilise des ingrédients de haute qualité provenant de fournisseurs spécialisés, ce qui lui donne un certain pouvoir de négociation limité.

Négociations pour des volumes importants : En augmentant ses volumes d'achat, Yazid Ichemrahen peut obtenir de meilleurs prix de ses fournisseurs.

Dépendance à certains fournisseurs : Yazid Ichemrahen peut être dépendant de certains fournisseurs pour des ingrédients uniques ou difficiles à trouver.

✓ Menace d'entrée de nouveaux concurrents :

Barrières à l'entrée élevées : Le marché de la pâtisserie haut de gamme est caractérisé par des barrières à l'entrée élevées, notamment des coûts d'investissement importants, la nécessité d'un savoir-faire artisanal et une forte image de marque.

Difficulté à se différencier : Il est difficile pour les nouveaux entrants de se différencier des acteurs établis, car le marché est déjà saturé de produits similaires.

Fidélisation des clients : Les clients des pâtisseries haut de gamme sont généralement fidèles à leurs marques préférées, ce qui rend difficile l'acquisition de nouveaux clients pour les nouveaux entrants.

✓ **Menace des produits de substitution :**

Produits de substitution existants : Il existe plusieurs produits de substitution aux pâtisseries haut de gamme, tels que les glaces, les chocolats et les biscuits.

Nouveaux produits de substitution : L'émergence de nouveaux produits de substitution, tels que les desserts à base de plantes ou les desserts imprimés en 3D, pourrait menacer la demande de pâtisseries haut de gamme.

Sensibilité des clients aux produits de substitution : Les clients des pâtisseries haut de gamme sont souvent à la recherche d'expériences uniques et raffinées, ce qui les rend moins sensibles aux produits de substitution moins chers ou plus pratiques.

✓ **Intensité de la concurrence entre les entreprises existantes :**

Concurrence féroce : Le marché de la pâtisserie haut de gamme est très concurrentiel, avec de nombreux acteurs établis qui se disputent les mêmes clients.

Guerre des prix : La concurrence par les prix est courante dans ce secteur, ce qui peut réduire les marges bénéficiaires des entreprises.

Différenciation par l'innovation : Les entreprises doivent constamment innover et proposer de nouveaux produits et expériences pour se différencier de leurs concurrents.

Conclusion :

Yazid Ichemrahen opère dans un marché dynamique et concurrentiel. Son succès continuera à dépendre de sa capacité à se différencier de ses concurrents en offrant des produits et des expériences uniques et de haute qualité, tout en gérant efficacement ses relations avec ses clients et ses fournisseurs. La diversification de ses activités vers des partenariats de luxe et des missions de consulting pourrait également lui permettre de réduire sa dépendance au marché de la pâtisserie haut de gamme.

c. À l'aide de la matrice SWOT, déterminez les facteurs au niveau micro environnemental.

SWOT / FFOM

FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none">• Success Story inspirant• Dynamisme• Entreprise très jeune	<ul style="list-style-type: none">• Notoriété de la marque par rapport aux stars internationaux• Gamme de produits un peu limitée• Expérience client• Marketing et communication
OPPORTUNITES	MENACES
<ul style="list-style-type: none">• Demandes internationales• Nouvelles technologies	<ul style="list-style-type: none">• Concurrents professionnels• Produits substituables• Situation géopolitique tendue

d. Faites un résumé récapitulant les différents éléments à prendre en compte pour la mise en place de votre stratégie.

Afin de mener à bien la stratégie, il est prioritaire de considérer tout d'abord la tendance gastronomique et le comportement des clients sur leur choix de pâtisseries haut de gamme, leur mode de consommation. Toutes les actions stratégiques s'y baseront.

Ensuite, le comportement des concurrents et leur utilisation des outils de communication sont aussi à surveiller.

Enfin, une analyse des opportunités que vont offrir les nouvelles technologies mais aussi les préoccupations actuelles sur le régime alimentaire.

2. Analyse des concurrents de l'entreprise sur le marché local / national / voir international selon le client ainsi que son ambition de développement

a. Déterminez 2 concurrents directs et 1 concurrent indirect de votre client.

Deux concurrents directs : le Chef pâtissier Christophe Michalack, Champion du monde en 2005 et le Chef pâtissier YusakuShibata, Champion du monde en 2023.

Un concurrent indirect : le Supermarché de luxe Carrefour .

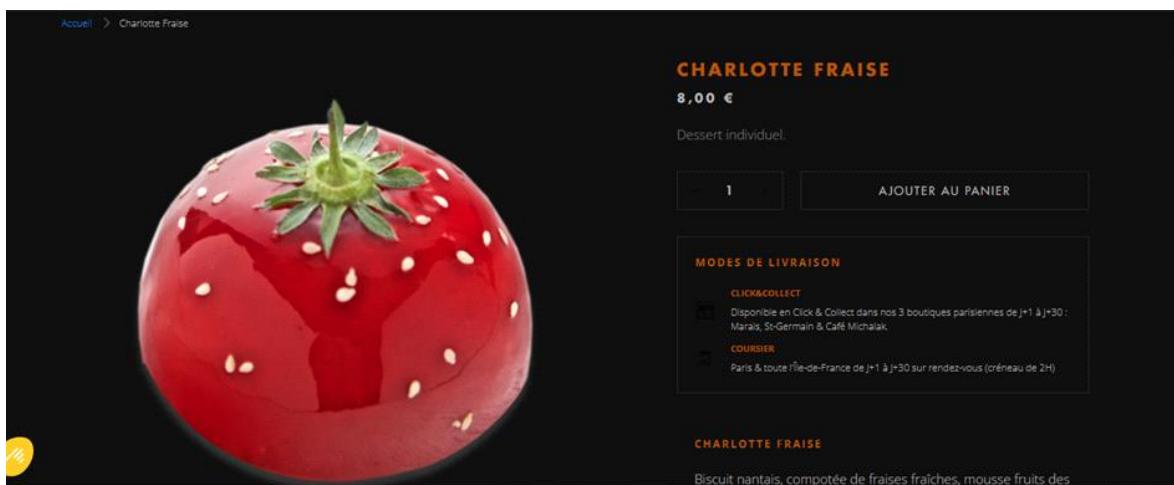
b. Pour chacun des concurrents, faites un paragraphe présentant l'entreprise et ses différentes gammes de produits/services.

le Chef pâtissier Christophe Michalack ,Champion du monde en 2005 français.

En 2013 : « Michalak Paris », Christophe Michalack prône une pâtisserie moderne et dynamique « rocknroll » en créant une Masterclass. Parallèlement, il propose des pâtisseries devenues aujourd’hui incontournables (Kosmik, Koonie, Klassik...) et notamment le Fantastik, mi-gâteau, mi-tarte, réalisé chaque matin avec des produits de saison et frais. Au total, ce seront plus de 700 créations uniques en deux ans.

Il aime aussi utiliser des colorants naturels à base de fruits et de légumes, des sucres bruts, tels que le sucre de canne, la vergeoise ou encore le sucre Muscovado. Il préfère la pectine à la gélatine.

Ses pâtisseries :



CHARLOTTE FRAISE

Biscuit nantais, compotée de fraises fraîches, mousse fruits des bois, enrobage craquant.

130 grammes. Fabriqué en France.
Laboratoire Christophe Michalak - 3 rue Gabriel Laumain 75010 Paris.

ALLERGENES
Gluten, œuf, lait, fruits à coques (amande), poisson, soja, peut contenir des traces de graines de sésame.

CONSEILS DE CONSERVATION

8,00 €
Dessert individuel
Sans farine de blé.

AJOUTER AU PANIER

MODES DE LIVRAISON

CLICK&COLLECT
Disponible en Click & Collect dans nos 3 boutiques parisiennes de J+1 à J+30 : Marais, St-Germain & Café Michalak.

COURIERS
Paris & toute l'Île-de-France de J+1 à J+30 sur rendez-vous (créneau de 2H).

MERINGUE IMPERIALE

Meringue française craquante, praliné noisette du Piémont, ganache montée allégée au chocolat au lait.
ganache montee aliegee au chocolet au lait.

110 grammes. Fabriqué en France.
Laboratoire Christophe Michalak - 3 rue Gabriel Laumain 75010 Paris.

ALLERGENES
Œuf, lait, fruits à coques (noisette), poisson, soja.
Peut contenir des traces de graines de sésame.

COMPOSITION

CONSEILS DE CONSERVATION

Ses chocolats et épicerie :



TABLETTE MENDIANT - CHOCOLAT NOIR 66% / GIANDUJA PISTACHE

10,50 €

Des Masterclass

NOUVEAUTÉS PÂTISSERIE CHOCOLAT & ÉPICERIE CADEAU MASTERCLASS

Accueil > Masterclass > Autour Du Caramel



AUTOUR DU CARAMEL
140,00 €
Animé par un chef de la Michalak Masterclass

12/04/2024

NOMBRE DE PARTICIPANTS

Nom du participant (ou d'un des participants si vous réservez plusieurs places) 1

 
Français 5 - 12

MODES DE LIVRAISON

 EMAIL
Vous recevez votre confirmation d'inscription par e-mail !

 CONCEPT & DÉROULÉ DU COURS

Ce sont des cours à thèmes toujours animés par un des membres de l'équipe du Chef Christophe Michalak (Le Chef guide les élèves vers

Des cadeaux



The screenshot shows a dark-themed website menu with categories: NOUVEAUTÉS, PÂTISSERIE, CHOCOLAT & ÉPICERIE, CADEAU, and MASTERCLASS. Below the menu, three products are displayed:

- BON CADEAU - MASTERCLASS DE 3 HEURES AVEC UN CHEF DE LA...**
140,00 €
AJOUTER AU PANIER
- COFFRET CADEAU - CONSTELLATION**
125,00 €
AJOUTER AU PANIER
- 20 ANS DE PÂTISSERIE DE CHRISTOPHE MICHALAK**
50,00 €
AJOUTER AU PANIER

le Chef pâtissier Yusaku Shibata, Champion du monde en 2023.

Son entreprise Prism a un thème commun :

``Pionnier'' ``Revitalisation des territoires'' ``Création qui inspire'' ``Simple'' ``Création qui a du sens''. C'est une équipe qui crée en connectant les régions, l'histoire, les personnes et les matériaux.

Ses pâtisseries et chocolats :

Il présente ses produits avec l'historique en plus.



PRISM Chocolat Sélection 8

3 500 ¥ (taxine)

8 types de chocolats dont le premier gagnant du concours

Best-seller

- 1 +

Ajouter au panier

Une boîte de huit types de chocolats, dont « Twilight » et « Sunburst », pour lequel le chef Yusaku Shibata a remporté le premier prix dans la catégorie chocolat lors d'un concours international de pâtissiers.

HISTOIRE

Meilleur Chef Pâtissier EN ASIE 2019
Meilleure Œuvre Chocolatière « Twilight »



Café : Chocolat au lait à base d'un mélange original de grains de café torréfiés foncé

Praline Amande : Un chocolat noir un peu plus affiné à base de praliné amande maison

Praline Noisette : Praliné maison aux noisettes torréfiées agrémenté de fleur de sel

« Twilight » créé à base de cacao de Madagascar à l'arôme de framboise et floral a été sélectionné comme meilleure œuvre chocolatée au concours international des pâtissiers 2019 « Top of Pastry Chef IN ASIA »

Carrefour :

Carrefour est un groupe français, pionnier de la grande distribution alimentaire depuis plus de 60 ans. Son premier hypermarché de luxe en 2012 avec la création de Rob à Bruxelles(Belgique) suit la stratégie : « proposer l'excellence à nos clients. »Le magasin propose un assortiment de 13 000 références uniquement des spécialités des grandes maisons .Exemples: le rayon pâtisserie offre une sélection unique de grandes marques (Wittamer, Nihoul, Mahieu, etc.).

Exemples de pâtisseries :

Courses Promotions Catalogues Pain, lait, oeufs... Panier

Drive Retrait gratuit en magasin Livraison Votre plein de course en 24h Livraison Express Vos courses livrées en 1h

244 résultats

Nouveauté	NOUVEAUTÉ	NOUVEAUTÉ	NOUVEAUTÉ
16,00€	2,09€	9,99€	11,99€
Fraisier le gâteau de 6 parts 24.62 € / KG	Roulés milka les 2 pièces 11.00 € / KG	Vu en catalogue Gâteau Macaron framboise	Vu en catalogue L'assistant intelligent Gâteau Entremet café

Fraisier
Nouveauté

le gâteau de 6 parts

24.62 € / KG

Ingrédients (dont ALLERGÈNES)

génoise (amidon de BLE, OEUFS entiers pasteurisés issus de poules élevées en plein air, sucre, eau, farine de BLE, hydrolysat de protéine (LAIT), glucose, fibres végétales, sel), eau, fraise enrobée 14,9% (fraise 14,8%, amidon de pois et de pomme de terre, fibres de lin et de pomme de terre), cubes de fraise 9,3%, sucre, préparation pour crème pâtissière (sucre, amidon de maïs, LACTOSERUM, pou..)

Drive ou Livraison

16,00€

Le prix de ce produit dépend de votre mode de retrait (Drive ou Livraison) et de votre magasin.

L'assistant intelligent

Valeurs nutritionnelles

Valable pour : 100 g

Valeurs nutritionnelles pour 100 g	
Valeur énergétique (kJ)	851 kJ / 100 g
Valeur énergétique (kcal)	203 kcal / 100 g
Matières grasses	8.6 g / 100 g
Dont acides gras saturés	5.1 g / 100 g

[Voir tous les produits du rayon >](#)

Paiement 100% sécurisé

Satisfait ou remboursé

Caractéristiques

Ingrédients

génoise (amidon de BLE, OEUFS entier pasteurisé issu de poules élevées en plein air, sucre, eau, farine de BLE, hydrolysat de protéine (LAIT), glucose, fibres végétales ,sel), eau, fraise enrobée 14,9% (fraise 14,8%, amidon de pois et de pomme de terre, fibres de lin et de pomme de terre), cubes de fraise 9,3%, sucre, préparation pour crème pâtissière (sucre, amidon de maïs, LACTOSERUM, poudre de LAIT entier), BEURRE, purée de fraise 5%, CREME (CREME, stabilisant : carraghénanes), chocolat blanc (sucre, beurre de cacao, LAIT entier en poudre, LACTOSERUM en poudre, émulsifiant : lécithine de SOJA, arôme naturel de vanille), pâte de praliné (AMANDES 59%, sucre, émulsifiant : lécithine de SOJA), sirop de glucose, jus de citron, épaississant : pectines, extrait de vanille, plaquettes décors (sucre, beurre de cacao, poudre de LAIT entier, arôme naturel de vanille, cacao maigre en poudre, pâte de cacao, colorant : curcumine), concentré (concentré de radis, citron e...

- c. Analyse de la communication de chacun des concurrents.
 - i. Réseaux sociaux : nombre d'abonnés, taux d'engagement, type de contenus publiés, sujet sur lesquels l'entreprise publie
 - ii. Site : construction du menu, SEO → s'appuyer sur la ressource "Audit SEO - Évaluation finale.xlsx"
 - iii. Autres présences dans le numérique

Christophe Michalak :

Stratégie de communication de Christophe Michalak

Message : la pâtisserie est une source de gourmandise et de plaisir. Il démontre que la pâtisserie est un art créatif et innovant que les amateurs passionnés peuvent reproduire.

Son public cible :

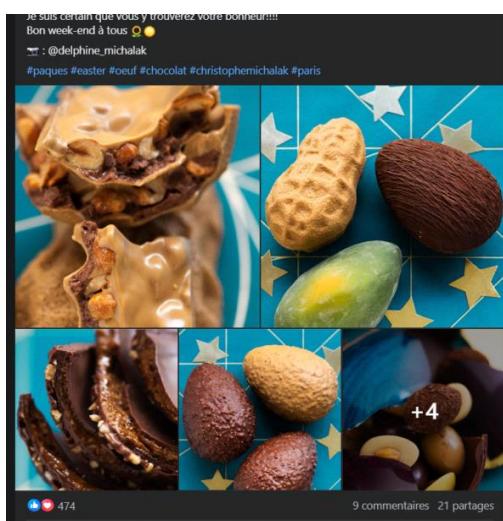
Les passionnés de pâtisseries innovantes et de luxe, les amateurs passionnés de desserts.

Réseaux de communication:

- Les réseaux sociaux :

Facebook

The screenshot shows Christophe Michalak's Facebook profile. At the top, there is a banner featuring various nuts and chocolates on a blue background with gold stars. Below the banner, the Michalak logo is displayed with a star above the brand name and 'PARIS' underneath. The profile picture is a circular portrait of Christophe Michalak smiling. His name, 'Christophe Michalak', is followed by a blue verification checkmark. Below his name, it says '654 K J'aime • 683 K followers'. There are two small profile pictures under this information. To the right, there is a blue button with the text 'Regarder'. Below the profile picture, there are several navigation links: 'Publications' (which is highlighted in blue), 'À propos', 'Mentions', 'Abonnements', 'Photos', 'Vidéos', and 'Plus ▾'. In the bottom left corner of the profile section, there is a box labeled 'Intro' containing the text: 'Christophe Michalak - Chef Pâtissier, Champion du Monde de Pâtisserie'. In the bottom right corner, there is another box labeled 'Publications' with some text and a small profile picture.



Instagram

The image shows a screenshot of an Instagram profile for Christophe Michalak (@christophe_michalak). The profile picture is a portrait of a smiling man with short brown hair. The bio reads: "Christophe Michalak Pâtisserie Pâtisseries Michalak & Boulangerie Michalak". Below the bio are three circular icons: "Pâtisseries" (with a pie icon), "Boulangerie" (with a wheat icon), and "Masterclass" (with a pencil icon). The main post shown is a close-up photograph of a slice of cake with a dark chocolate glaze and crushed nuts. The caption reads: "Waouh... ça y est on l'a fait... vous adorerez la tarte , et bien voici enfin...le Cake Delphine ❤️✿❤️ Tout ce dont raffole ma délicieuse femme, du chocolat au lait et du caramel à la fleur de sel! Biscuit amande (sans farine de blé) : Ganache chocolat lait Caramel à la fleur de sel Enrobage craquant avec amandes caramélisées Bon j'avoue, moi aussi je craque aussi totalement ☺ Vraiment hâte de savoir ce que vous en pensez!!!". The post has 3,277 likes and was posted on March 15. There are 49 comments visible below the post.

49 commentaires

Ses réseaux sociaux postent de belles photos de ses produits, sa famille, ses collègues. Il ajoute des CTA.

Youtube



Des vidéos de recettes et de démonstrations faciles et rapides.

- Emissions à la télévision comme « L'Extra Interview », « le Meilleur Pâtissier »
- Formation en ligne et présentielle
- Partenariats de marque : Michalak collabore avec diverses marques, telles que des entreprises d'ustensiles de cuisine et des détaillants alimentaires, pour promouvoir ses produits et élargir la portée de sa marque.
- Les médias sociaux : Son site web : <https://www.christophemichalak.com/>

<https://aiscora.com/channels/7424250009042/74508/114426/4059090810>
expédition à domicile en France métropolitaine (hors Corse) disponible en J+1 pour nos créations chocolats & épicerie avec frais de livraison offerts à partir de 70€ d'achats.

MICHALAK PARIS

La Maison Espace entreprise Nos boutiques BOULANGERIE 0

NOUVEAUTÉS PÂTISSERIE CHOCOLAT & ÉPICERIE CADEAU MASTERCLASS

MANGO

Accueil > Nouveautés

Découvrez les dernières créations gourmandes du chef Christophe Michalak !

FILTRER PAR : Parfums Modes de livraison Taille

RÉSULTATS: 26 PRODUITS

CHARLOTTE FRAISE 8,00 € AJOUTER AU PANIER

CHARLOTTE FRAISE (6 PERS.) 45,00 € AJOUTER AU PANIER

MERINGUE IMPERIALE 8,00 € AJOUTER AU PANIER

Accueil > Charlotte Fraise



CHARLOTTE FRAISE
8,00 €
Dessert individuel.

- **1** +

AJOUTER AU PANIER

MODES DE LIVRAISON

CLICK&COLLECT
Disponible en Click & Collect dans nos 3 boutiques parisiennes de J+1 à J+30 : Marais, St-Germain & Café Michalak.

COURIERS
Paris & toute l'Ile-de-France de J+1 à J+30 sur rendez-vous (créneau de 2H)

CHARLOTTE FRAISE

Biscuit nantais, compotée de fraises fraîches, mousse fruits des bois, enrobage craquant.



130 grammes. Fabriqué en France.
Laboratoire Christophe Michalak - 3 rue Gabriel Laumain 75010 Paris.

ALLERGENES

Gluten, œuf, lait, fruits à coques (amande), poisson, soja, peut contenir des traces de graines de sésame.

CONSEILS DE CONSERVATION

Le visiteur clique sur une image pour la zoomer



8,00 €

Dessert individuel

Sans farine de blé.

— 1 —

AJOUTER AU PANIER

MODES DE LIVRAISON

CLICK&COLLECT
Disponible en Click & Collect dans nos 3 boutiques parisiennes de J+1 à J+30 : Marais, St-Germain & Café Michalak.

COURIERS
Paris & toute l'Île-de-France de J+1 à J+30 sur rendez-vous (créneau de 2H).

MERINGUE IMPERIALE

Meringue française craquante, praliné noisette du Piémont, ganache montée allégée au chocolat au lait.

garniture montée allégée au chocolat au lait.

110 grammes. Fabriqué en France.

Laboratoire Christophe Michalak - 3 rue Gabriel Laumain 75010 Paris.

⚠ ALLERGENES

Oeuf, lait, fruits à coques (noisette), poisson, soja.
Peut contenir des traces de graines de sésame.

⌚ COMPOSITION

❄ CONSEILS DE CONSERVATION

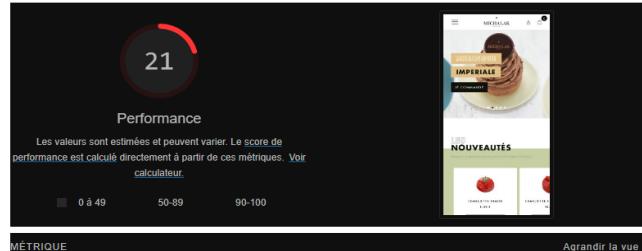
Des blogs d'influenceurs :

<https://cuisine.journaldesfemmes.fr/>

<https://www.elle.fr/Elle-a-Table/Les-dossiers-de-la-redaction/News-de-la-redaction/Les-5-produits-stars-de-Christophe-Michalak-2992547>

<https://paulinelaigneau.com/76-christophe-michalak-chef-pâtissier-et-entrepreneur-le-jour-où-jai-décidé-de-ne-plus-être-une-victime/>

Audit de SEO de son site : <https://www.christophemichalak.com/>



- ▲ Première peinture de contenu
13,6 s
- ▲ Temps de blocage total
1 260 ms
- ▲ Indice de vitesse
18,4 s
- ▲ La plus grande peinture de contenu
33,8 s
- Changement de disposition cumulatif
0,207

[Voir l'arborescence](#)



■ Réduire CSS — Économies potentielles de 12 Ko
■ Réduire les CSS inutilisés — Économies potentielles de 107 Ko
■ Encodez efficacement les images — Économies potentielles de 24 197 Ko

Avertissements:

- Impossible de localiser la ressource /img/btn1_bg2.jpg
- Impossible de localiser la ressource /img/btn2_bg2.jpg

■ Servir des images dans des formats de nouvelle génération — Économies potentielles de 27 393 Ko

Avertissements:

- Impossible de localiser la ressource /img/btn1_bg2.jpg
- Impossible de localiser la ressource /img/btn2_bg2.jpg

■ Réduire le temps de réponse initial du serveur — Le document racine a pris 610 ms
■ Évitez une taille DOM excessive — de 1 727 éléments
■ Réduisez le temps d'exécution de JavaScript — de 3,9 s
■ Minimiser le travail du thread principal — 9,5 s
■ Réduire l'impact du code tiers — Le code tiers a bloqué le thread principal pendant 800 ms
■ Le plus grand élément Contentful Paint — 33 830 ms
■ Évitez les changements de mise en page importants — 15 changements de mise en page trouvés
Réduire JavaScript — Économies potentielles de 83 Ko
Réduire le JavaScript inutilisé — Économies potentielles de 421 Ko
Activer la compression de texte — Économies potentielles de 87 Ko



GÉNÉRAL

- Utilise des API obsolètes — 1 avertissement trouvé
- Enregistre un `unload` auditeur
- Bibliothèques JavaScript détectées

EXPÉRIENCE UTILISATEUR

- Affiche des images avec un rapport hauteur/largeur incorrect

CONFiance ET SÉCURITé

- Assurez-vous que CSP est efficace contre les attaques XSS

AUDITS RÉUSSIS (11)

Montrer

EXPÉRIENCE UTILISATEUR

- Affiche des images avec un rapport hauteur/largeur incorrect

Les dimensions d'affichage de l'image doivent correspondre au rapport hauteur/largeur naturel. [En savoir plus sur les proportions de l'image](#).

URL

Rapport
hauteur/largeur
(affiché) Rapport
hauteur/largeur
(réel)

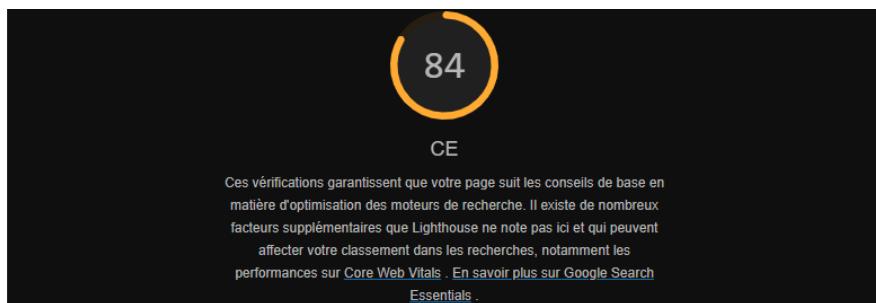
christophemichalak.com 1ère Fête

```
div.kl-mx-auto > div#coursier > p > img

```

...

... cms/VISUEL_SHIPPR_PRIX.jpg (www.christophemichalak.com) 400 x 400 (1,00) (0,92) 2717 x 2953



EXPLORATION ET INDEXATION

- robots.txt n'est pas valide — 2 erreurs trouvées

Pour apparaître dans les résultats de recherche, les robots doivent accéder à votre application.

ADAPTÉ AUX MOBILES

- Le document n'utilise pas de tailles de police lisibles — 18,86 % de texte lisible
- Les cibles tactiles ne sont pas de taille appropriée — 82 % des cibles tactiles de taille appropriée

Assurez-vous que vos pages sont adaptées aux appareils mobiles afin que les utilisateurs n'aient pas besoin de pincer ou de zoomer pour lire les pages de contenu. [Découvrez comment rendre les pages adaptées aux mobiles](#)

ÉLÉMENTS SUPPLÉMENTAIRES À VÉRIFIER MANUELLEMENT (1)

Montrer

Exécutez ces validateurs supplémentaires sur votre site pour vérifier d'autres bonnes pratiques de référencement.

Principaux concurrents organiques 3 235

Concurrent	Niveau de co... ncurrent	Mots clés com.	Mots clés SE
boulangerie-mic...	40	446	
ocf.fr	16	968	
foudepatisserie...	65	3 206	
pierreherme.com	212	16 642	
philippeconticini.fr	111	4 385	

[Voir les détails](#)

Carte de positionnement de la concurrence

The chart displays the relationship between organic traffic (Y-axis, 0 to 216,7K) and organic keywords (X-axis, 0 to 18K). Five data points represent different websites:

- boulangerie-mic... (green bubble, low traffic, low keywords)
- ocf.fr (orange bubble, moderate traffic, moderate keywords)
- christophemichalak.com (yellow bubble, high traffic, high keywords)
- foudepatisserie... (purple bubble, very high traffic, very high keywords)
- philippeconticini.fr (dark purple bubble, highest traffic and keywords)

Backlinks

Monde entier Toute la période

Backlinks

Titre de la page référente / URL de la pa...	Texte d'ancrage / Lien URL	Type
Délices et Pâtisseries – Pâtonsso... https://delicesetpatisseries.wordpress.com/	Michalak https://www.christophemichalak.co...	follow
【公式】ミシャラク・パリ MICH... https://michalak.jp/	MICHALAK PARIS https://www.christophemichalak.co...	follow
cqiar https://cqiar.blogspot.com/	fr https://fr.christophemichalak.com/	nofollow
bscis https://bscisc.blogspot.com/	christophemichalak https://christophemichalak.com/	nofollow
bscis https://bscisc.blogspot.com/%C2...	christophemichalak https://christophemichalak.com/	nofollow

Follow et Nofollow

Liens follow: 13,56K
Liens nofollow: 1,45K

[Voir les détails](#)

Types de backlinks

Type	Pourcentage	Nombre
Texte	74 %	11,1K
Image	26 %	3,9K
Forme	<1 %	13
Frame	0 %	

Meilleurs ancrages			Domaines référents		
Ancrages	Domaines	Backlinks	Domaine racine	Pays/IP	Backlinks
christophe michalak	509	7 231	pinellaorgiana.it ↗	USA 142.251.179.12	5 260
www.christophemichalak.c...	118	555	iletaitunefoislapatisserie.... ↗	USA 142.251.167.12	559
christophemichalak	48	378	cqiar.blogspot.com ↗	USA 172.253.115.13	375
fr	1	375	bscisc.blogspot.com ↗	USA 142.250.31.132	311
coffret cadeau - comète - c...	189	344	femmeactuelle.fr ↗	USA 23.47.24.174	264

Voir les détails	Voir les détails
----------------------------------	----------------------------------

Pages référencées			Exporter	
Pages référencées			Exporter	
Titre et URL	Domaines	Backlinks	Domaines	Backlinks
Christophe MICHALAK http://www.christophemichalak.com/	566	1 746		
Christophe Michalak - La boutique en ligne https://www.christophemichalak.com/	353	1 679		
Christophe MICHALAK http://christophemichalak.com/	147	325		
- https://christophemichalak.com/	58	429		
Apache2 Debian Default Page: It works http://fr.christophemichalak.com/	48	123		

Voir les détails

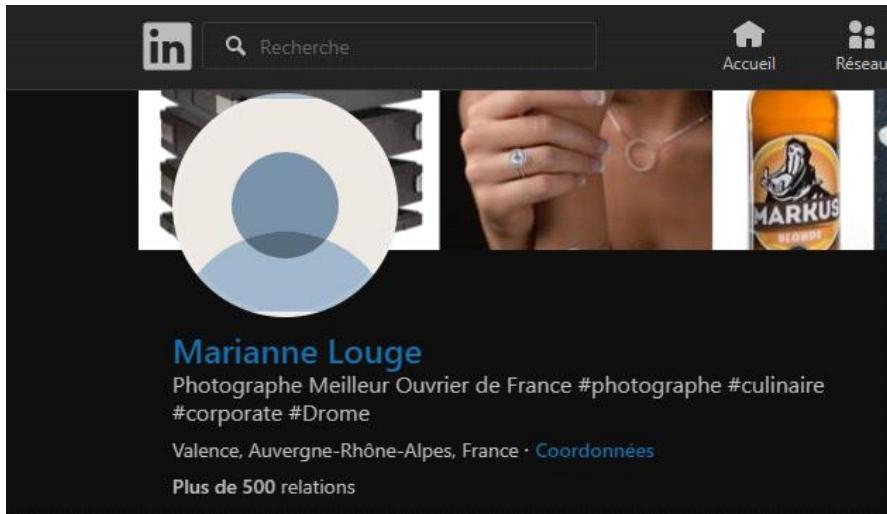
Stratégie de communication de YUSAKU SHIBATA :

Les réseaux sociaux : il ne publie pas régulièrement dans les réseaux sociaux et n'a donc pas d'autorité. Il est presque inexistant.

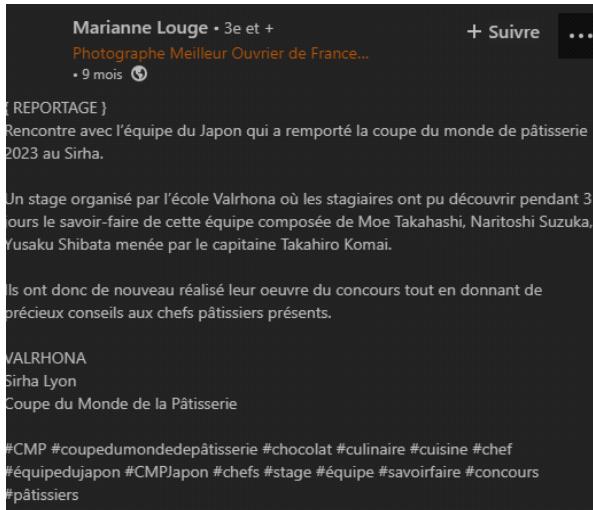
Facebook :



Pas de compte LinkedIn mais d'autres en parlent comme le photographe culinaire :



The screenshot shows Marianne Louge's LinkedIn profile. At the top, there's a search bar with 'Recherche' and icons for 'Accueil' and 'Réseau'. Below the search bar is a circular profile picture placeholder. To the right of the placeholder are three small images: a hand holding a small object, a bottle of Markus beer, and another small image. Below these images, Marianne Louge's name is displayed in bold blue text: **Marianne Louge**. Underneath her name, her title is listed as 'Photographe Meilleur Ouvrier de France #photographe #culinaire #corporate #Drome'. Her location is given as 'Valence, Auvergne-Rhône-Alpes, France' with a link to 'Coordonnées'. At the bottom of the profile, it says 'Plus de 500 relations'.



This is a post from Marianne Louge's LinkedIn feed. The post header includes her name, '3e et +', a 'Suivre' button, and an ellipsis. It also shows a timestamp of '• 9 mois'. The main content of the post is a reportage about a Japanese pâtisserie team that won the World Pâtisserie Cup in 2023. It includes several paragraphs of text, a photo of the team, and a caption. The post ends with hashtags related to the event and pâtissiers.

<https://kankitsulabo.com/blogs/featured-chefs/yusaku-shibata>

Pâtissier Yusaku Shibata



Les médias sociaux :

Son site : <https://prism-lab.jp/>

Et des blogs d'influenceurs : <https://www.laradiodugout.fr/portraits/2023/01/moe-takahashinaritoshi-suzukayusaku-shibata-meilleurs-patissiers-du-monde/>

<https://francesushi.fr/le-japon-remporte-la-coupe-du-monde-de-la-patisserie-2023/>

Audit SEO :

Seo :

The screenshot shows the SEMRUSH interface for the domain `prism-lab.jp`. The main dashboard displays the following key metrics:

- Authority Score:** 6
- Traffic Organique:** 212 (+4140 %)
- Traffic Payant:** 23
- Backlinks:** 13
- Mots clés:** 9
- Rang de domaine Semrush:** 0
- Organic Traffic Insights:** 1M, 6M, 1A, 2A, Permanent
- Traffic organique:** 212/mois

The "Répartition par pays" section shows the breakdown of traffic by country:

Pays	Part de trafic	Trafic	Mots clés
Monde entier	100 %	212	9
JP	100 %	212	9

Répartition par pays			
Pays	Part de trafic	Trafic	Mots clés
Monde entier	100 %	212	9
JP	100 %	212	9

Backlinks

Exporter

Titre de la page référente / URL de la page	Texte d'ancre / Lien URL	Type
【徳島市】数々の賞を獲得! 有名パ... https://tokushima.goguyonet.jp/20...	公式ホームページ https://prism-lab.jp/	follow
【徳島市】数々の賞を獲得! 有名パ... https://tokushima.goguyonet.jp/20...	スイーツの店「PRISM-LAB」が、20... https://prism-lab.jp/blogs/news/%E...	follow
【徳島市】セルフサーキット型ピラ... https://tokushima.goguyonet.jp/20...	PRISM-LAB https://prism-lab.jp/	follow
世界大会優勝パティシエ 柴田勇作... https://www.sanyonews.jp/article...	https://prism-lab.jp/pages/contact https://prism-lab.jp/pages/contact	nofollow
世界大会優勝パティシエ 柴田勇作... https://www.sanyonews.jp/article...	https://prism-lab.jp/collections/ https://prism-lab.jp/collections/	nofollow

Voir les détails

Follow et Nofollow

Liens follow	12
Liens nofollow	11

Voir les détails

Types de backlinks

Type	Nombre	Pourcentage
Texte	22	100 %
Image	0	0 %
Forme	0	0 %
Frame	0	0 %

Lire le rapport détaillé

Meilleurs ancrages

Exporter

Ancrages	Domaines	Backlinks
https://prism-lab.jp/collection...	6	6
https://prism-lab.jp/pages/c...	6	6
prism-tks.com	2	2
<EmptyAnchor>	2	2
https://prism-lab.jp/pages/lab	1	2

Voir les détails

Domaines référents

Exporter

Domaine racine	Pays/IP	Backlinks
goguyonet.jp	163.43.240.6	3
prtimes.jp	151.101.193.55	3
aun-ethical.com	18.160.41.91	2
awawa.app	54.249.220.90	2
ehime-np.co.jp	18.160.41.30	2

Voir les détails

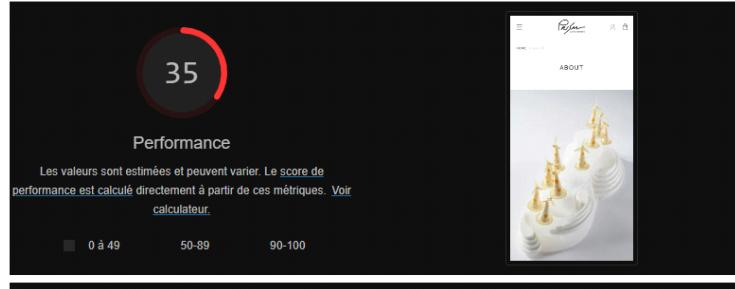
Pages référencées

Exporter

Titre et URL	Domaines	Backlinks
-	6	6
https://prism-lab.jp/collections/	6	6
PRISM https://prism-lab.jp/	6	7
CONTACT – PRISM https://prism-lab.jp/pages/contact	6	6
PRISM LAB https://prism-lab.jp/pages/lab	2	3
『PRISM LAB』徳島県徳島市万代町にグランドオープン https://prism-lab.jp/blogs/news/%E3%82%AA%E3%83%B3%E3%83%A9%E3%82%A4%E3%83%B3%E3%82...	1	1

Voir les détails

Lighthouse pour analyse technique :



MÉTRIQUE

[Agrandir la vue](#)

▲ Première peinture de contenu
5,9 s

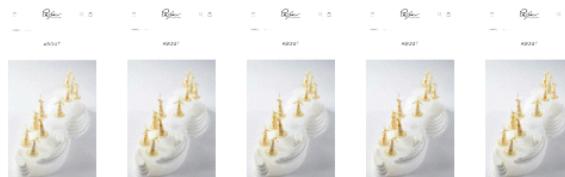
▲ La plus grande peinture de contenu
6,4 s

▲ Temps de blocage total
1 250 ms

● Changement de disposition cumulatif
0

▲ Indice de vitesse
8,7 s

[Voir l'arborescence](#)



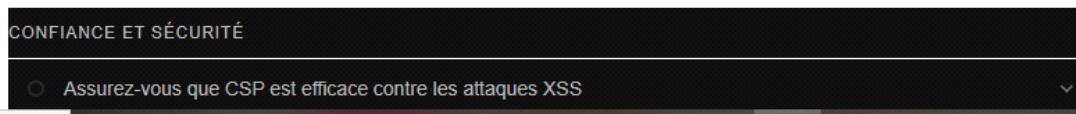
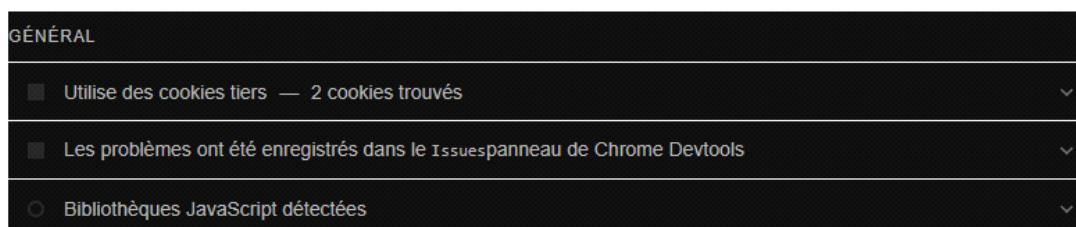
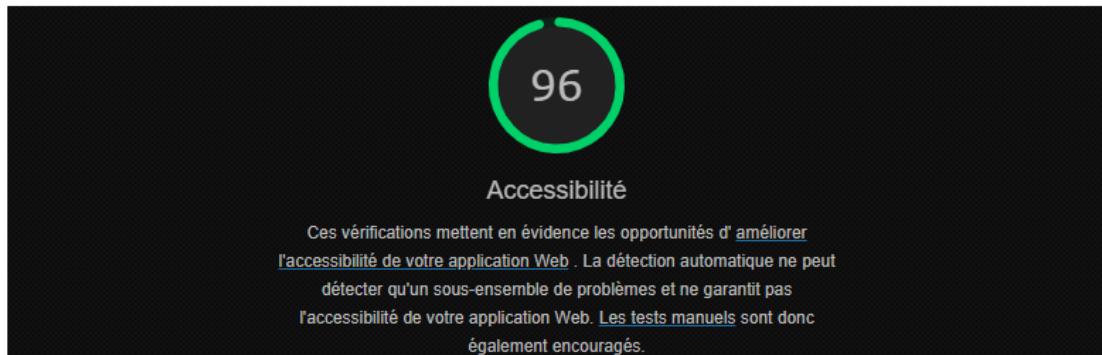
DIAGNOSTIQUE

■ Élimine les ressources bloquant le rendu. — Économies potentielles de 4 920 ms	▼
■ Dimensionner correctement les images — Économies potentielles de 215 Ko	▼
■ Réduire les CSS inutilisés — Économies potentielles de 60 Ko	▼
■ Réduisez le temps d'exécution de JavaScript — de 2,5 s	▼
■ Minimiser le travail du thread principal — 5,4 s	▼
■ Réduire l'impact du code tiers — Le code tiers a bloqué le thread principal pendant 800 ms	▼
■ Le plus grand élément Contentful Paint — 6 440 ms	▼
Réduire CSS — Économies potentielles de 12 Ko	▼
Réduire le JavaScript inutilisé — Économies potentielles de 396 Ko	▼
Activer la compression de texte — Économies potentielles de 187 Ko	▼
Évitez de diffuser du JavaScript existant sur les navigateurs modernes. — Économies potentielles de 0 Ko	▼
■ Évitez les énormes charges utiles du réseau. — La taille totale était de 2 938 Ko.	▼
■ Servir des actifs statiques avec une politique de cache efficace — 8 ressources trouvées	▼
■ Assurez-vous que le texte reste visible pendant le chargement de la police Web	▼
■ Les éléments de l'image n'ont pas d'informations explicites width& height	▼
○ Le temps de réponse initial du serveur était court. — Le document racine a pris 190 ms.	▼
○ Évitez une taille DOM excessive de — 376 éléments	▼
○ Évitez d'enchaîner les demandes critiques. — 37 chaînes trouvées	▼
○ Le timing utilisateur marque et mesure — 12 timings utilisateur	▼
○ Évitez les longues tâches du thread principal — 16 tâches longues trouvées	▼

Plus d'informations sur les performances de votre application. Ces chiffres n'affectent pas [directement](#) le score de performance.

AUDITS RÉUSSIS (17)

Montrer





DIAGNOSTIQUE

■ Élimine les ressources bloquant le rendu. — Économies potentielles de 4 920 ms

Les ressources bloquent la première peinture de votre page. Envisagez de fournir du JS/CSS critique en ligne et de différer tous les JS/styles non critiques. [Découvrez comment éliminer les ressources bloquant le rendu](#). FCP PCL

URL	Taille du transfert	Économies potentielles
prisme-lab.jp 1ère Fête	2,9 Ko	160 ms
...actifs/section-footer.css?v=7927581... (prism-lab.jp)	2,9 Ko	160 ms

Le temps de réponse initial du serveur était court. Le document racine a pris 190 ms.

Gardez le temps de réponse du serveur court pour le document principal, car toutes les autres requêtes en dépendent. En savoir plus sur la métrique Délai jusqu'au premier octet .FCPPCL

URL	Temps passé
prisme-lab.jp	
<u>1ère Fête</u>	<u>190 ms</u>
/pages/à propos (prism-lab.jp)	<u>190 ms</u>

Carrefour :

Stratégie de communication :

Carrefour utilise une stratégie de communication multicanale en combinant la communication traditionnelle avec la communication numérique :

Le marketing traditionnel : Carrefour utilise des publicités télévisées, des publicités imprimées dans des dépliants et des journaux, ainsi que des panneaux d'affichage pour maintenir une notoriété élevée de la marque.

Les réseaux sociaux :



Avec des vidéos, des tutos, de belles photos qui publient de nombreuses promotions.

A screenshot of Carrefour's official Twitter profile (@CarrefourFrance). The profile picture is the blue Carrefour logo. The bio reads: "Oui, oui, c'est bien un C." with a pointing arrow at the logo. The account has 54,8 k posts and 1162 abonnements. A pinned tweet from January 18, 2023, with 531 likes, 66 retweets, 511 favorites, and 223k impressions, reads: "Bonjour à tous, sauf à ceux qui ne voient toujours pas le C dans notre logo".

Youtube



<https://www.youtube.com/watch?v=ckEBsE2sSws> HYPERLINK

"<https://www.youtube.com/watch?v=ckEBsE2sSws>" HYPERLINK

"[&
HYPERLINK](https://www.youtube.com/watch?v=ckEBsE2sSws&ab_channel=CarrefourFrance)

"ab_channel=CarrefourFrance">HYPERLINK" HYPERLINK

"[&
HYPERLINK](https://www.youtube.com/watch?v=ckEBsE2sSws&ab_channel=CarrefourFrance)

"[HYPERLINK](https://www.youtube.com/watch?v=ckEBsE2sSws&ab_channel=CarrefourFrance)"
[HYPERLINK](https://www.youtube.com/watch?v=ckEBsE2sSws)" HYPERLINK

"[&
HYPERLINK](https://www.youtube.com/watch?v=ckEBsE2sSws&ab_channel=CarrefourFrance)

"ab_channel=CarrefourFrance">HYPERLINK" ab_channel=CarrefourFrance

Carrefour collabore avec des influenceurs comme le Chef Verrecchia sur Youtube. Il poste des tutos de recettes à partir des produits de Carrefour.

https://www.youtube.com/watch?v=_tR4oGgrbu0 HYPERLINK

"https://www.youtube.com/watch?v=_tR4oGgrbu0" HYPERLINK

"[&
HYPERLINK](https://www.youtube.com/watch?v=_tR4oGgrbu0&t=537s&ab_channel=Messecretsdenana)

"[t=537s
HYPERLINK](https://www.youtube.com/watch?v=_tR4oGgrbu0&t=537s&ab_channel=Messecretsdenana)

"[&
HYPERLINK](https://www.youtube.com/watch?v=_tR4oGgrbu0&t=537s&ab_channel=Messecretsdenana)

"[ab_channel=Messecretsdenana
HYPERLINK](https://www.youtube.com/watch?v=_tR4oGgrbu0&t=537s&ab_channel=Messecretsdenana)"

"https://www.youtube.com/watch?v=_tR4oGgrbu0&t=537s&ab_channel=Messecretsdenana"

& [HYPERLINK](#)
["https://www.youtube.com/watch?v=_tR4oGgrbu0&t=537s&ab_channel=Messecretsdenana"](https://www.youtube.com/watch?v=_tR4oGgrbu0&t=537s&ab_channel=Messecretsdenana) [HYPERLINK](#) "https://www.youtube.com/watch?v=_tR4oGgrbu0&t=537s&ab_channel=Messecretsdenana" [HYPERLINK](#)
["https://www.youtube.com/watch?v=_tR4oGgrbu0&t=537s&ab_channel=Messecretsdenana"](https://www.youtube.com/watch?v=_tR4oGgrbu0&t=537s&ab_channel=Messecretsdenana) & [HYPERLINK](#)
["https://www.youtube.com/watch?v=_tR4oGgrbu0&t=537s&ab_channel=Messecretsdenana"](https://www.youtube.com/watch?v=_tR4oGgrbu0&t=537s&ab_channel=Messecretsdenana) t=537s [HYPERLINK](#)
["https://www.youtube.com/watch?v=_tR4oGgrbu0&t=537s&ab_channel=Messecretsdenana"](https://www.youtube.com/watch?v=_tR4oGgrbu0&t=537s&ab_channel=Messecretsdenana) & [HYPERLINK](#)
["https://www.youtube.com/watch?v=_tR4oGgrbu0&t=537s&ab_channel=Messecretsdenana"](https://www.youtube.com/watch?v=_tR4oGgrbu0&t=537s&ab_channel=Messecretsdenana) ab_channel=Messecretsdenana"t=537s [HYPERLINK](#)
["https://www.youtube.com/watch?v=_tR4oGgrbu0](https://www.youtube.com/watch?v=_tR4oGgrbu0) [HYPERLINK](#)
["https://www.youtube.com/watch?v=_tR4oGgrbu0&t=537s&ab_channel=Messecretsdenana"](https://www.youtube.com/watch?v=_tR4oGgrbu0&t=537s&ab_channel=Messecretsdenana) & [HYPERLINK](#)
["https://www.youtube.com/watch?v=_tR4oGgrbu0&t=537s&ab_channel=Messecretsdenana"](https://www.youtube.com/watch?v=_tR4oGgrbu0&t=537s&ab_channel=Messecretsdenana) t=537s [HYPERLINK](#)
["https://www.youtube.com/watch?v=_tR4oGgrbu0&t=537s&ab_channel=Messecretsdenana"](https://www.youtube.com/watch?v=_tR4oGgrbu0&t=537s&ab_channel=Messecretsdenana) & [HYPERLINK](#)
["https://www.youtube.com/watch?v=_tR4oGgrbu0&t=537s&ab_channel=Messecretsdenana"](https://www.youtube.com/watch?v=_tR4oGgrbu0&t=537s&ab_channel=Messecretsdenana) ab_channel=Messecretsdenana" [HYPERLINK](#)
["https://www.youtube.com/watch?v=_tR4oGgrbu0&t=537s&ab_channel=Messecretsdenana"](https://www.youtube.com/watch?v=_tR4oGgrbu0&t=537s&ab_channel=Messecretsdenana) & [HYPERLINK](#)
["https://www.youtube.com/watch?v=_tR4oGgrbu0&t=537s&ab_channel=Messecretsdenana"](https://www.youtube.com/watch?v=_tR4oGgrbu0&t=537s&ab_channel=Messecretsdenana) [HYPERLINK](#) "https://www.youtube.com/watch?v=_tR4oGgrbu0" [HYPERLINK](#)
["https://www.youtube.com/watch?v=_tR4oGgrbu0&t=537s&ab_channel=Messecretsdenana"](https://www.youtube.com/watch?v=_tR4oGgrbu0&t=537s&ab_channel=Messecretsdenana) & [HYPERLINK](#)
["https://www.youtube.com/watch?v=_tR4oGgrbu0&t=537s&ab_channel=Messecretsdenana"](https://www.youtube.com/watch?v=_tR4oGgrbu0&t=537s&ab_channel=Messecretsdenana) t=537s [HYPERLINK](#)
["https://www.youtube.com/watch?v=_tR4oGgrbu0&t=537s&ab_channel=Messecretsdenana"](https://www.youtube.com/watch?v=_tR4oGgrbu0&t=537s&ab_channel=Messecretsdenana) & [HYPERLINK](#)
["https://www.youtube.com/watch?v=_tR4oGgrbu0&t=537s&ab_channel=Messecretsdenana"](https://www.youtube.com/watch?v=_tR4oGgrbu0&t=537s&ab_channel=Messecretsdenana) ab_channel=Messecretsdenana"ab_channel=Messecretsdenana" [HYPERLINK](#)

L'influenceuse Nana

Tiktok : vidéos avec des jeux drôles

The screenshot shows a TikTok profile page for 'carrefourfrance'. The profile picture is the Carrefour logo. The bio reads: 'Le C de notre logo ça veut aussi dire cool 😊'. Below the bio, there are two tabs: 'Vidéos' and 'A aimé'. The 'Vidéos' tab is selected. At the bottom of the screen, there are three categories: 'LÉQUIPE CARREFOUR 🎯', 'DÉFIS 😊', and 'RECETTES 🍔', each with a thumbnail image and a count of publications (19, 10, and 33 respectively).

TikTok

Rechercher

Pour toi

Abonnements

Amis

Explorer Nouveau

LIVE

Profil

carrefourfrance •
Carrefour France

Suivre

158 Abonnements 1M Abonnés 5.3M J'aime

Le C de notre logo ça veut aussi dire cool 😊

Vidéos A aimé

Listes de lecture

LÉQUIPE CARREFOUR 🎯 19 publications

DÉFIS 😊 10 parutions

RECETTES 🍔 33 publications

Relations publiques : Carrefour collabore avec les médias pour partager l'actualité et les initiatives de l'entreprise.

<https://www.lineaires.com/la-distribution/carrefour-va-ouvrir-un-supermarche-du-luxe-!-33440>

Audit SEO :<https://www.carrefour.fr/>

SEMRUSH Fonctionnalités Tarifs Ressources Entreprise App Center new Outils extras Mettre à niveau FR ▾

Projets carrefour.fr Domaine racine Recherche

SEO Tableau de bord SEO RECHERCHE DE CONCURRENTS Vue d'ensemble du domaine Traffic Analytics Recherche organique Possibilités de mots clés Possibilités de backlinks RECHERCHE DE MOTS CLÉS Vue d'ensemble des mots clés Keyword Magic Tool Keyword Manager Suivi de position

Vue d'ensemble du domaine : carrefour.fr

Monde entier US UK FR ... Ordinateur 7 avr. 2024 USD

Vue d'ensemble Comparaison des domaines Croissance Comparaison par pays

Authority Score 75 Trafic Organique 15,3M -0,6 % Voir les détails Trafic Payant 125,9K -2,8 % Backlinks 55,5M

Rang de domaine Semrush 51 ↑ Mots clés 3,7M ↑ Mots clés 466 ↓ Domaines référents 41,5K

Métriques de l'engagement février 2024 Pages/Visites 6,9 ↑ Durée moy. de la visite 13:11 ↓ Taux de rebond 38,88 % ↑ Tout afficher

Organique Payant 1M 6M 1A 2A Permanent Exporter

Répartition par pays

Pays	Part de trafic	Trafic	Mots clés
Monde entier	100 %	15,3M	3,7M
FR	97 %	14,9M	3,3M
CH	<0,1 %	101,2K	24,6K
BE	<0,1 %	53,3K	48,3K
Autre	1,7 %	267,5K	266K

Comparer

Fonctionnalités SERP FR

Lire le rapport détaillé

Traffic organique 15 309 001/mois

Mots clés organiques 3 666 325

Trafic Organique 15,3M -0,6 % Trafic Payant 125,9K -2,8 % Backlinks 55,5M

Meilleurs mots clés organiques 3 267 789

Mot clé	Inten...	Pos.	Volume	CPC (USD)	Traffic (%)
carrefour >>	N	1	2,7M	0,42	14,72
carrefour mar... >>	N	1	550K	0,35	2,95
carrefour city >>	C N	0	368K	1,66	1,97
carrefour drive >>	N T	1	301K	0,2	1,61
carrefour voy... >>	N	1	301K	0,18	1,61

Voir les détails

Répartition des positions organiques

Position dans les SERP de Google

Position	Nombre
1-3	134513
4-10	252131
11-20	342944
21-50	1109409
51-100	1720522

Trafic Organique **15,3M** -0,6 %

Trafic Payant **125,9K** -2,8 %

Backlinks **55,5M**

Mots clés par Intention

Intention	Mots clés	Traffic
Informationnelle	42 %	2M
Navigationnelle	16,3 %	791,3K
Commerciale	7,4 %	359,5K
Transactionnelle	34,3 %	1,7M

[Voir les détails](#)

Tendance des trafic avec marque

juil. 2023 sept. 2023 nov. 2023 janv. 2024 mars 2024

87 %
44 %
0 %

Trafic avec marque et sans marque

Catégorie	Pourcentage	Nombre de mots clés
Avec marque	82,2 %	665,67K mots clés
Sans marque	17,8 %	2,66M mots clés

[Voir les détails](#)

Meilleurs mots clés payants 410

Mot clé	Pos.	Volume	CPC (USD)	Traffic
drive >>	1	673 000	2,45	25,59
carrefour drive >>	1	301 000	0,2	11,44
carrefour voyage >>	1	301 000	0,18	11,44
carrefour voyage >>	1	301 000	0,18	11,44
carrefour voyage >>	1	301 000	0,18	11,44

[Voir les détails](#)

Répartition des positions payantes

Positions sur les SERP de Google

Position	Pourcentage
1	50 %
2-3	30 %
other	20 %

Backlinks

Exporter [Follow et Nofollow](#)

Titre de la page référente / URL de la pa...	Texte d'ancre / Lien URL	Type	Liens follow	Liens nofollow
Leclerc - Service numérisation	https://www.carrefour.fr/services/n...	follow	54,86M	592,81K
https://numerisation.leclerc/fr/acc...	https://www.carrefour.fr/services/n...	follow		
Votre agence pôle emploi Pôle e...	Carrefour recrute 17 000 jeunes en...	nofollow		
https://www.pole-emploi.fr/annua...	https://recrute.carrefour.fr/liste-des...	nofollow		
PRIX DU JURY – Les Favor'i 2024	https://www.carrefour.fr/boutique/...	follow		
https://favori.fevad.com/prix-du-j...	https://www.carrefour.fr/boutique/...	follow		
GitHub - vuejs/awesome-vue: 🎉 ...	Carrefour	nofollow		
https://github.com/vuejs/awesom...	https://www.carrefour.fr/	nofollow		
Jeu été 2023 - recrutement	* voir conditions	follow		
https://40454613.sibforms.com/s...	https://r.notif.location.carrefour.fr/...	follow		

[Voir les détails](#)

Follow et Nofollow

Type	Nombre
Liens follow	54,86M
Liens nofollow	592,81K

[Voir les détails](#)

Types de backlinks

Type	Pourcentage	Nombre
Texte	5 %	2,8M
Image	95 %	49,6M
Forme	<1 %	999
Frame	<1 %	549

[Lire le rapport détaillé](#)

Meilleurs ancrages			Domaines référents		
Ancrages	Domaines	Backlinks	Domaine racine	Pays/IP	Backlinks
https://carrefour.fr	122	1 290 828	klga.xyz ↗	🇺🇸 172.67.189.175	717 343
<i><EmptyAnchor></i>	2 501	433 839	amco.xyz ↗	🇪🇸 172.64.80.1	369 377
carrefour	2 650	282 171	impacfitness.com ↗	🇪🇸 31.47.78.110	351 941
voir le site web	18	212 690	revampwebsol.com ↗	🇺🇸 199.188.200.19	292 474
logo_carrefour.jpg	2	183 462	gotittasdeilusion.com ↗	🇺🇸 44.202.45.164	285 331

[Voir les détails](#)

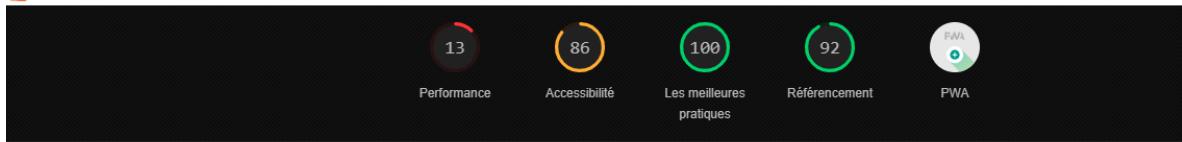
Pages référencées			Exporter	
Pages référencées			Exporter	
Titre et URL	Domaines	Backlinks		
Carrefour http://www.carrefour.fr/	3 253	469 372		
Carrefour https://www.carrefour.fr/	2 597	220 039		
Carrefour http://carrefour.fr/	469	11 217		
Carrefour https://carrefour.fr/	370	28 665		
- https://www.spectacles.carrefour.fr/	259	196 267		

[Voir les détails](#)

Lighthouse :



<https://www.carrefour.fr/r/pains-et-patisseries/patisserie>



▲ Première peinture de contenu
3,5 s

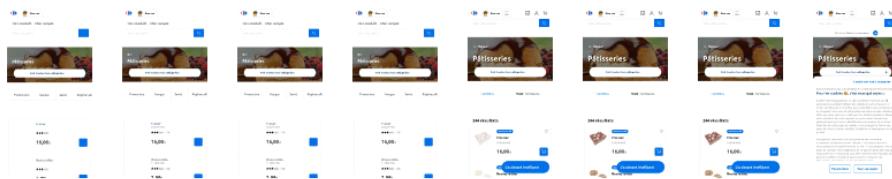
▲ La plus grande peinture de contenu
14,7 s

▲ Temps de blocage total
8 740 ms

▲ Changement de disposition cumulatif
0,323

▲ Indice de vitesse
11,9 s

[Voir l'arborescence](#)



DIAGNOSTIQUE

- Dimensionner correctement les images — Économies potentielles de 107 Ko
- Réduire les CSS inutilisés — Économies potentielles de 254 Ko
- Réduire le JavaScript inutilisé — Économies potentielles de 362 Ko
- Évitez une taille DOM excessive de — 4 673 éléments
- Réduisez le temps d'exécution de JavaScript — de 14,0 s
- Minimiser le travail du thread principal — 22,8 s
- Réduire l'impact du code tiers — Le code tiers a bloqué le thread principal pendant 270 ms
- Le plus grand élément Contentful Paint — 14 680 ms
- La plus grande image Contentful Paint a été chargée paresseusement
- Évitez les changements de mise en page importants — 15 changements de mise en page trouvés

Activer la compression de texte — Économies potentielles de 5 Ko
Évitez de diffuser du JavaScript hérité sur les navigateurs modernes. — Économies potentielles de 7 Ko
Servir des actifs statiques avec une politique de cache efficace — 89 ressources trouvées
Assurez-vous que le texte reste visible pendant le chargement de la police Web
Les éléments de l'image n'ont pas d'informations explicites width& height
<ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Le temps de réponse initial du serveur était court. — Le document racine a pris 80 ms. <input type="radio"/> Évite d'énormes charges utiles réseau. — La taille totale était de 2 348 Ko. <input type="radio"/> Évitez les longues tâches du thread principal — 20 tâches longues trouvées <input type="radio"/> Évitez les animations non composées — 4 éléments animés trouvés

Activer la compression de texte Économies potentielles de 5 Ko

Les ressources textuelles doivent être servies avec une compression (gzip, deflate ou brotli) pour minimiser le nombre total d'octets du réseau. [En savoir plus sur la compression de texte](#) .FCPPCL

URL	Taille du transfert	Économies potentielles
Services Web Azure Cdn ..90062a1.../data1.json	6,0 Ko	5,3 Ko
(beyableprodrt.blob.core.windows.net)	6,0 Ko	5,3 Ko

Le temps de réponse initial du serveur était court. Le document racine a pris 80 ms.

Gardez le temps de réponse du serveur court pour le document principal, car toutes les autres requêtes en dépendent. [En savoir plus sur la métrique Délai jusqu'au premier octet](#) .FCPPCL

URL	Temps passé
carrefour.fr 1ère Fête	80 ms
...pains-et- HYPERLINK	80 ms

["https://www.carrefour.fr/r/pains-HYPERLINK](https://www.carrefour.fr/r/pains-HYPERLINK)
["https://www.carrefour.fr/r/pains-et-patisseries/patisserie" et-patisseries/patisserie](https://www.carrefour.fr/r/pains-et-patisseries/patisserie)
[www.carrefour.fr\)](http://www.carrefour.fr)

86

Accessibilité

Ces vérifications mettent en évidence les opportunités d'améliorer l'accessibilité de votre application Web. La détection automatique ne peut détecter qu'un sous-ensemble de problèmes et ne garantit pas l'accessibilité de votre application Web. Les tests manuels sont donc également encouragés.

CONTRASTE

- Les couleurs d'arrière-plan et de premier plan n'ont pas un rapport de contraste suffisant.

Ce sont des opportunités pour améliorer la lisibilité de votre contenu.

NOMS ET ÉTIQUETTES

- Les éléments de formulaire n'ont pas d'étiquettes associées

- Les couleurs d'arrière-plan et de premier plan n'ont pas un rapport de contraste suffisant.

Ce sont des opportunités pour améliorer la lisibilité de votre contenu.

NOMS ET ÉTIQUETTES

- Les éléments de formulaire n'ont pas d'étiquettes associées

Ce sont des opportunités pour améliorer la sémantique des contrôles de votre application. Cela peut améliorer l'expérience des utilisateurs de technologies d'assistance, comme un lecteur d'écran.

TABLEAUX ET LISTES

- Les éléments de liste (``) ne sont pas contenus dans ``, `n` ni `<menu>` dans les éléments parents.

Il s'agit d'opportunités pour améliorer l'expérience de lecture de données tabulaires ou de listes à l'aide d'une technologie d'assistance, comme un lecteur d'écran.

LA NAVIGATION

- Certains éléments ont une `[tabindex]` valeur supérieure à 0

Ce sont des opportunités pour améliorer la navigation au clavier dans votre application.



ÉLÉMENTS SUPPLÉMENTAIRES À VÉRIFIER MANUELLEMENT (10)

Montrer

Ces éléments concernent des domaines qu'un outil de test automatisé ne peut pas couvrir. Apprenez-en davantage dans notre guide sur [la réalisation d'un examen d'accessibilité](#).

AUDITS RÉUSSIS (24)

Montrer

92

Référencement

Ces vérifications garantissent que votre page suit les conseils de base en matière d'optimisation des moteurs de recherche. Il existe de nombreux facteurs supplémentaires que Lighthouse ne note pas ici et qui peuvent affecter votre classement dans les recherches, notamment les performances sur [Core Web Vitals](#). En savoir plus sur [Google Search Essentials](#).

EXPLORATION ET INDEXATION

- Les liens ne sont pas explorables



Pour apparaître dans les résultats de recherche, les robots doivent accéder à votre application.

ADAPTÉ AUX MOBILES

- Les cibles tactiles ne sont pas de taille appropriée — 92 % des cibles tactiles sont de taille appropriée



Assurez-vous que vos pages sont adaptées aux appareils mobiles afin que les utilisateurs n'aient pas besoin de pincer ou de zoomer pour lire les pages de contenu. [Découvrez comment rendre les pages adaptées aux mobiles](#).

ÉLÉMENTS SUPPLÉMENTAIRES À VÉRIFIER MANUELLEMENT (1)

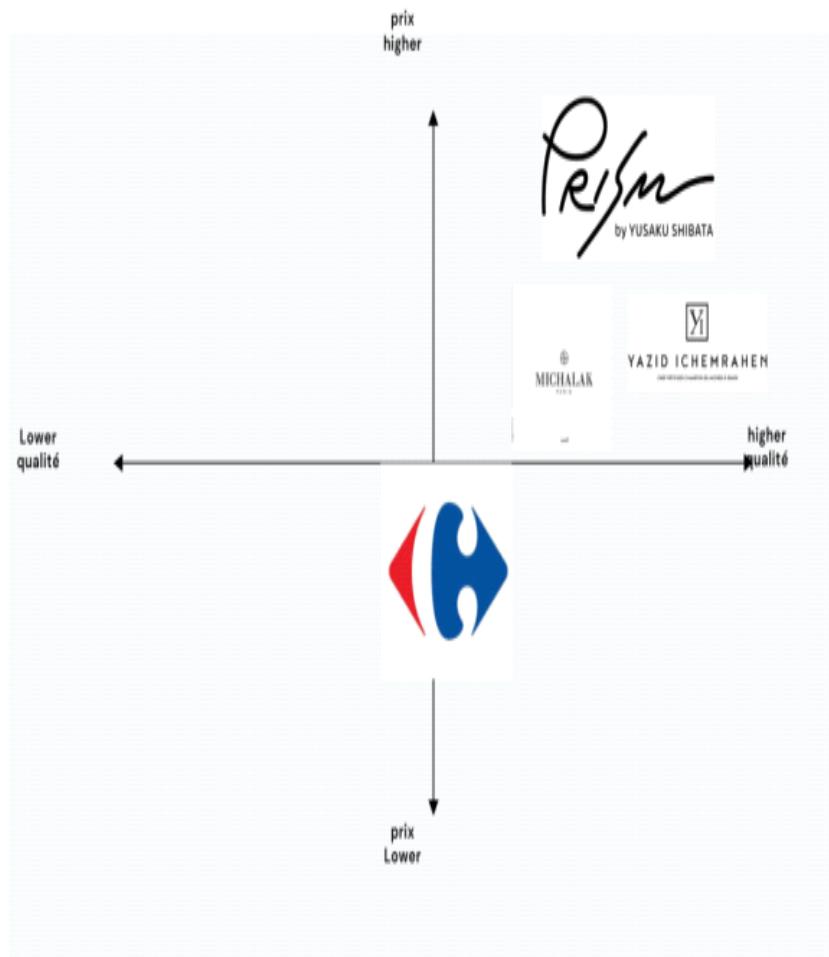
Montrer

Exécutez ces validateurs supplémentaires sur votre site pour vérifier d'autres bonnes pratiques de référencement.

AUDITS RÉUSSIS (12)

Montrer

d. Un mapping concurrentiel



e. Construire le Marketing Mix de votre client (Produit, Prix, Distribution,

Communication) → Matrice marketing mix

Politique produit :

Une qualité de produit supérieure, des créations uniques de pâtisseries

Vente de :

Pâtisseries de luxe : Pâtisseries de qualité exceptionnelle et fraîches avec des ingrédients sélectionnés.

Consulting dans des ateliers de formations et de conception de boutiques

Animation de shows culinaires

Vente de Licence

Politique prix : un prix élevé basé sur le rapport qualité-prix

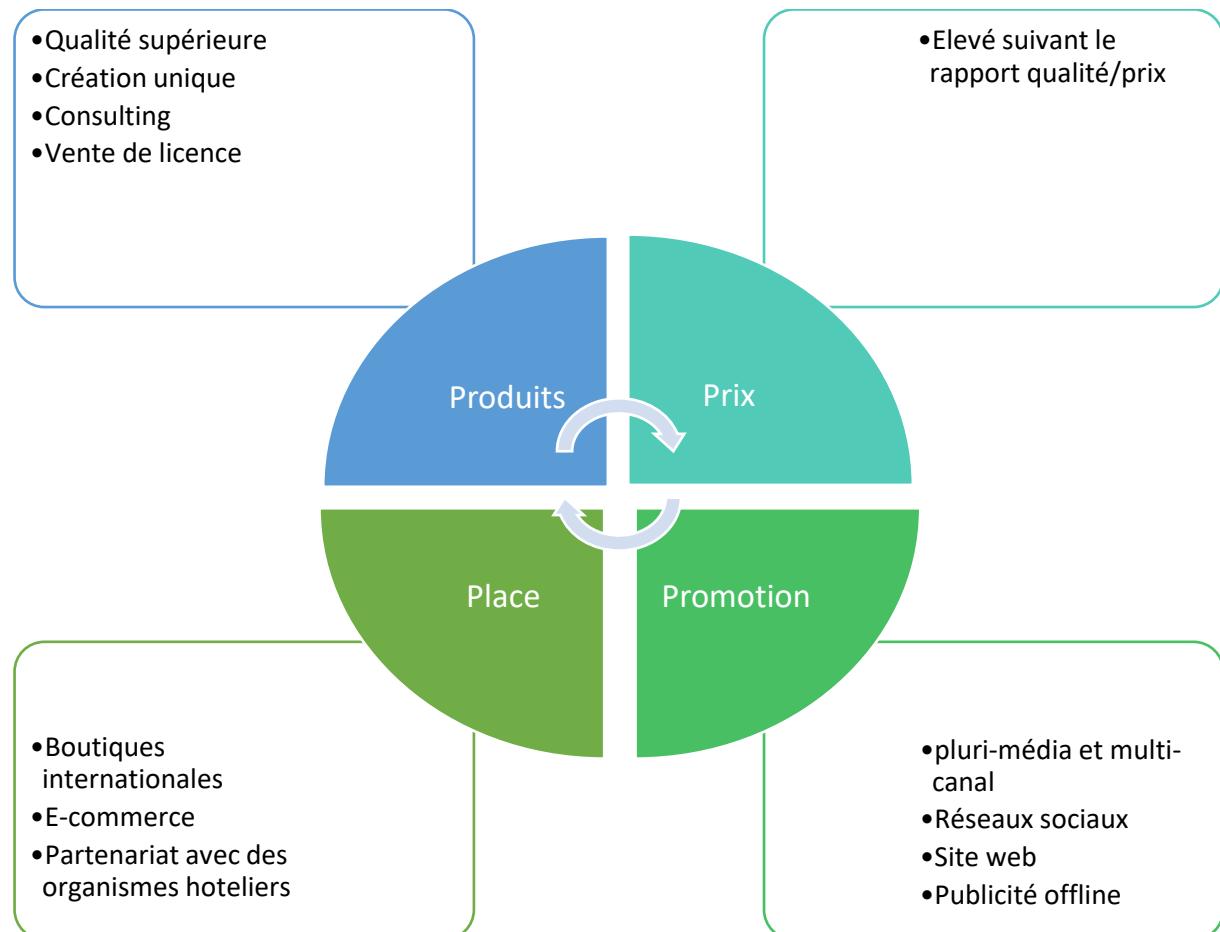
Politique distribution : une distribution très sélective : en France et aussi dans l'international.

- boutiques physiques
- des boutiques en ligne ou phygital
- partenariat avec des hôtels et boutiques de luxe qui achètent sa signature

Politique de communication :

Une communication pluri-média et multi-canal: Les réseaux sociaux (partage de conseils sur la santé des yeux), un site internet, des documents PDF, la publicité off-line (la presse, magazines spécialisées, télévision, ses boutiques)

Yazid Ichemrahen noue des partenariats avec des médias, des influenceurs pour lancer ses campagnes publicitaires.



3. Les clients de l'entreprise (de votre client)

- a. Déterminez les cibles de votre client. (Cœur de Cible, Cible primaire et cible secondaire).
 - ✓ La cible primaire de Yazid Ichemrahen comprend deux groupes principaux :

Les particuliers :

Clients au détail (les locaux, les touristes, les amateurs et passionnés de pâtisseries.) qui achètent les pâtisseries.

Les artisans, les étudiants en pâtisserie qui veulent se former auprès de lui.

Personnes morales :

Organisateurs d'événements et les grandes structures hôtelières et de restauration

Entreprises dans l'évènementiel qui proposent des démonstrations culinaires et des conférences.

Les grandes structures hôtelières et restauration : qui souhaitent proposer des pâtisseries haut de gamme à leurs clients.

- ✓ La cible secondaire de Yazid Ichemrahen

Médias et influenceurs :

Magazines culinaires et blogs et émissions télévisées. Yazid Ichemrahen est interviewé ou présente ses créations dans des magazines culinaires ou des blogs.

Influenceurs culinaires sur les réseaux sociaux et médias sociaux pour promouvoir ses produits et ses services. Cela lui permettrait de toucher un public plus large.

- ✓ Le cœur cible de Yazid Ichemrahen

Les particuliers

Passionnés de pâtisserie et les gourmets : qui recherchent des pâtisseries fraîches haut de gamme et innovantes pour des occasions spéciales ou pour se faire plaisir.

Les artisans pâtissiers et Les palaces prêts à investir dans la consultance du Chef pour offrir le meilleur service à ses clients. Appréciant le savoir-faire artisanal qui veulent améliorer leurs compétences. Ils sont prêts à payer plus cher pour des expériences pâtissières exceptionnelle

- b. Construire le persona pour le cœur de cible et la cible Primaire.

La cible Primaire.

Pascal



Intitulé de poste
comptable

Âge

Entre 55 et 64 ans

Niveau d'études

Licence ou diplôme équivalente

Réseaux sociaux



Secteur d'activité

Comptabilité

Moyen de communication préféré

Saisissez un texte

Outils nécessaires au quotidien

- CRM
- Système de gestion et de comptabilité

Responsabilités

la caisse et la comptabilité

Indicateurs de performance

revenus générés

Supérieur hiérarchique

directeur financier

Objectifs

devenir le directeur financier

Le cœur de cible

Lila



Intitulé de poste

cadre commercial

Âge

Entre 45 et 54 ans

Niveau d'études

Doctorat

Réseaux sociaux



Secteur d'activité

Technologie

Moyen de communication préféré

mail, téléphone, internet

Outils nécessaires au quotidien

- Système de gestion et de comptabilité
- Applications de stockage et de partage de dossiers en ligne
- Logiciel de traitement de texte
- Tableaux de bord de données commerciales

Responsabilités

gestion de l'équipe, développer le portefeuille client

Indicateurs de performance

productivité de l'équipe

Supérieur hiérarchique

directeur marketing

Objectifs

revenus et clients

René



Intitulé de poste

artisan pâtissier chocolatier

Age

Entre 35 et 44 ans

Niveau d'études

Master ou diplôme équivalent

Réseaux sociaux



Secteur d'activité

alimentaire

Moyen de communication préféré

- Face à face
- E-mail

Outils nécessaires au quotidien

- Système de gestion et de comptabilité
- Système de gestion de contenu

Responsabilités

création de pâtisseries et chocolat en oeuvre d'art

Indicateurs de performance

revenus générés

Supérieur hiérarchique

lui même

Objectifs

améliorer ses pâtisseries,gagner une notoriété grâce à la signature de yazid Ichemrahen

Taille de l'entreprise

Travailleur indépendant

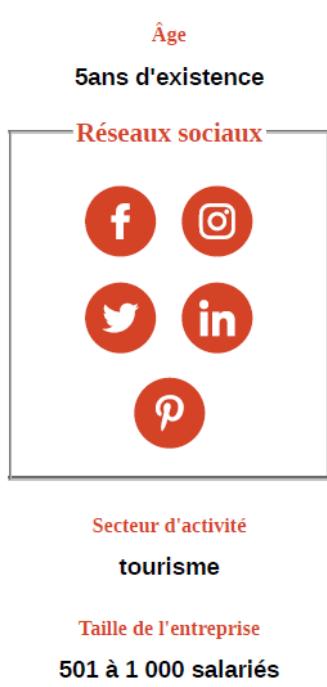
Sources d'information

ateliers,séminaires,démonstrations

Principaux défis

- Collaboration et créativité
- Développement professionnel

un palace "le Merveilleux"



Moyen de communication préféré

canaux de traditionnels et numériques

Outils nécessaires au quotidien

- Outil de gestion de projet
- Outil d'e-mailing
- Logiciel de reporting
- Système de gestion de contenu
- Logiciel de planning des salariés
- Tableaux de bord de données commerciales

Responsabilités

gestion de l'équipe, développer le palace

Indicateurs de performance

revenus générés

Sources d'information

séminaires, formation en ligne, ateliers

Objectifs

générer plus de clients, gagner en notoriété

implantation

Europe

Principaux défis

- Communications et relations avec les clients
- Motivation des salariés
- Collaboration et créativité
- Gestion des changements

services proposés

spa,bien-être,loisirs,restaurant,pâtisseries,piscine,conciergerie,blanchisserie,navette

clientèle

internationale

exigences

toujours innover,offrir des services authentiques et exceptionnels

PARTIE 4 : Marketing et Communication Digital

Si votre client a déjà entamé des dynamiques dans le marketing digital et la communication digitale.

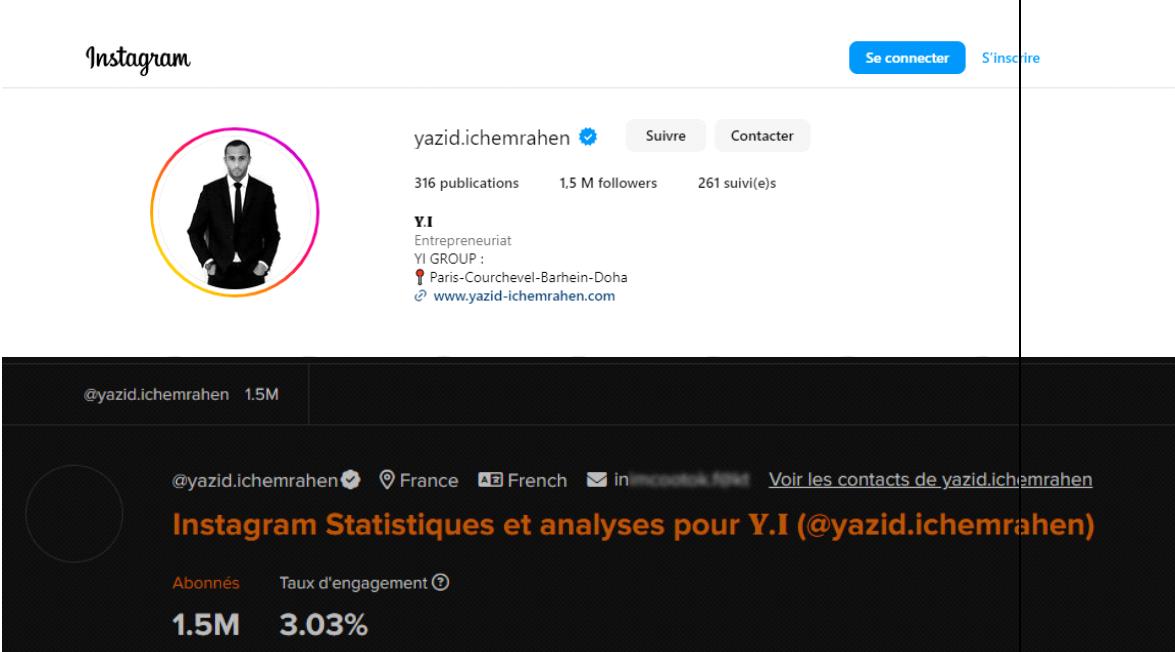
1. Quels sont les objectifs que vous vous êtes fixés avec votre client ?

Améliorer la notoriété de sa marque pour mériter de garder le titre de Champion du monde à long terme, élargir son audience et fidéliser ses clients.

2. Quels sont les moyens de communication existant de votre client ?

Paid media	
Ou i : 0 No n: X	
Display (Affiche, pub dans magaz ine...)	<p>Les médias sociaux qui parlent de lui comme :Wikipédia, https://www.gala.fr/, lematin.ch/...</p> <p>La Publicité sur les réseaux sociaux :</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=PU0g538-4ME HYPERLINK</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=PU0g538-4ME&ab_channel=LaBo%C3%A9te%C3%A0Questions HYPERLINK</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=PU0g538-4ME&ab_channel=LaBo%C3%A9te%C3%A0Questions&ab_channel=LaBo%C3%A9te%C3%A0Questions HYPERLINK</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=Q2tFxRDCMHs HYPERLINK</p>

	<p>https://www.youtube.com/watch?v=Q2tFxRDCMHs HYPERLINK</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=Q2tFxRDCMHs&ab_channel=Jet%27ai HYPERLINK</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=Q2tFxRDCMHs&ab_channel=Jet%27ai HYPERLINK</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=Q2tFxRDCMHs&ab_channel=Jet%27ai HYPERLINK</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=Q2tFxRDCMHs&ab_channel=Jet%27ai HYPERLINK "https://www.youtube.com/watch?v=Q2tFxRDCMHs" HYPERLINK</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=Q2tFxRDCMHs&ab_channel=Jet%27ai HYPERLINK</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=Q2tFxRDCMHs&ab_channel=Jet%27ai HYPERLINK</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=Q2tFxRDCMHs&ab_channel=Jet%27ai HYPERLINK</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=svow-uR3oHE HYPERLINK</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=svow-uR3oHE HYPERLINK</p> <p>& HYPERLINK</p> <p>"ab_channel=TV5MONDEInfo" ab_channel=TV5MONDEInfo HYPERLINK</p> <p>"ab_channel=TV5MONDEInfo" ab_channel=TV5MONDEInfo HYPERLINK</p> <p>"ab_channel=TV5MONDEInfo" ab_channel=TV5MONDEInfo HYPERLINK</p> <p>"ab_channel=TV5MONDEInfo" ab_channel=TV5MONDEInfo HYPERLINK</p> <p>... https://fr.news.yahoo.com/</p>
Owned media	
Ou i : 0 No	

	n: X	
Site Interne t de la marqu e	0	<p>Site web: Le site web https://www.yazid-ichemrahen.com</p>
Résea ux sociau x (précis er lesquel s)	0	<p>Youtube :</p>  <p>Instagram</p>  <p>LinkedIn</p>

Post de Yazid Ichemrahen

Matthias Blachere
Directeur de centre de profit chez Fnac | Expertise en retail
1 an

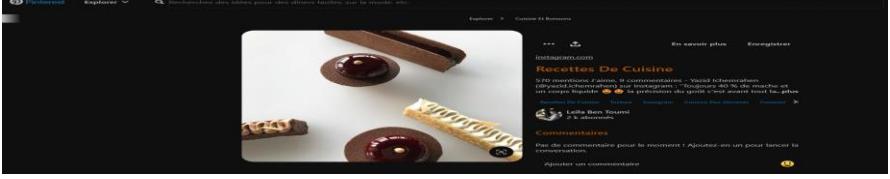
La Fnac Avignon Le Pontet est ravie d'accueillir Yazid Ichemrahen, prodige de la pâtisserie qui a inspiré le film actuellement en salle « A la belle étoile ». Le champion du monde de pâtisserie dédicacera son autobiographie « Crée pour survivre, vivre pour ne pas sombrer », juste avant la projection du film au cinéma Capitole.

Rendez-vous le jeudi 9 mars de 17h à 19h en magasin pour le rencontrer et échanger !

YAZID ICHEMRAHEN Sophie Queval Olivier Lebled Anaïs Bourguin Jacques Léze Luc Emmanuel

1580 abonnés
43 posts
[Voir le profil](#) + Suivre

Earned media

	Oui : 0 Non:X	
Infl u- en- - ce ur s	0	<p>Le compte des influenceurs comme Azzeddine Ahmed-Chaouch sur Pinterest</p>  <p>et https://www.telerama.fr/sortir/patisserie-les-20-comptes-sucres-a-suivre-sur-instagram,142339.php</p>

3. Quels sont ceux que vous souhaiteriez lui créer ?

Paid media	
Marketing traditionnel	<ul style="list-style-type: none"> Publicités télévisées Affichage publicitaire: Affichage de posters et panneaux publicitaires dans les lieux stratégiques. Participation à des salons et événements Sponsoring: le Chef devrait s'associer à des événements sportifs étant un sportif et culturels pour accroître sa visibilité.
Display (Affiche, pub dans magazine...)	Publier des annonces dans les magazines, les journaux et les publications spécialisées

Article sponsorisé (blog)	Publier des articles dans les magazines, les journaux et les publications spécialisées
Owned media	
site	Il faudrait aussi dynamiser son site : mettre plus de boutons CTA à chaque rubrique, mettre une liste défilante des produits avec un abonnement à une newsletter et Incrire les tarifs sur les fiches produits et ajouter les CTA « ajouter au panier ».
Blog de la marque	Nous souhaiterions l'inciter à fonder sa communauté en créant son blog dans lequel il pourrait partager des contenus. Il récolte les questions en y insérant une Faq pour mieux connaître les besoins de ses clients .Il lancerait des live pour donner des conseils ou faire des démonstrations de recettes de pâtisseries.
Réseaux sociaux	Il doit redynamiser ses réseaux sociaux avec des vidéos dans lesquelles il serait mis en scène avec des tutos par exemple, de superbes photos commentées d'anecdotes pour émouvoir les abonnés. Ajouter Facebook
Newsletter/e-mailing Vidéo	Email marketing: Envoi régulier de newsletters pour informer les clients des actualités, offres et promotions.
Earned media	
Lien ou mention sur un blog	Insérer des backlinks pour garder et agrandir sa crédibilité
Avis de consommateurs	Assurer sa crédibilité
influenceurs	Nous souhaiterions lui trouver plus de partenariat avec différents influenceurs qui lui donnent plus de crédibilité en postant ses storytelling de sa vie quotidienne mais surtout de ses créations de pâtisseries haut de gamme sur leurs réseaux sociaux et leurs blogs.

Sur les réseaux sociaux, les posts doivent réveiller des émotions .Il doit toucher donc une large audience pour se faire démarquer.

Il doit se mettre en scène sur tous les médias pour imposer une relation de confiance avec sa communauté et une relation de proximité.

Il pourra ainsi convertir en clients les leads via les plateformes de partage.

Les vidéos publieront des tutos, des lives durant lesquels, le Chef réalise une pâtisserie. Ce qui fait interagir les visiteurs.

4. Construire la ligne éditoriale de votre stratégie de communication.

Les thématiques :

- la persévérance pour se dépasser
- partage et échange des compétences
- la culture de l'excellence en tant que passionné

La cible :

Tous les passionnés de pâtisseries, tous les jeunes qui veulent s'en sortir en concrétisant leurs rêves.

Le format de contenu :

Des visuels, des vidéos, des articles, des infographies selon les réseaux de communication.

La fréquence de diffusion ;

Il fait appel à notre agence pour diffuser tout type de contenus sur internet 3 fois par semaine.

5. Construire le Tunnel de conversion d'Inbound Marketing en sélectionnant pour chaque phase de moyen de communication.

Attirer le visiteur : attirer le cœur cible en créant du contenu pertinent qui soit bien référencé sur Google. Le contenu peut prendre la typologie d'articles, de blog et de spot publicitaire diffusé sur Google, les réseaux sociaux et les publicités offline.

Moyens de communication : le paid média et le owned media :

Le Marketing traditionnel combiné au marketing digital : Affichage publicitaire un dispositif puissant d'affichage national et d'une importante campagne sur les réseaux sociaux (Affichage de posters et panneaux publicitaires dans les lieux stratégiques.)

Publicités télévisées (émissions)

Participation à des salons et événements

Sponsoring: le Chef devrait s'associer à des événements sportifs étant un sportif et culturels pour accroître sa visibilité.

Post dans les réseaux sociaux et sur son site internet et blogs

Paid media

Display (Affiche, pub dans magazine...) Publier des annonces dans les magazines, les journaux et les publications spécialisées

Article sponsorisé (blog) Publier des articles dans les magazines, les journaux et les publications spécialisées

Convertir le visiteur en leads : Moyens de communication : l'owned média :

une fois que le visiteur est arrivé sur le site, inviter le à s'abonner à la newsletter et à remplir des formulaires pour récupérer ses données. En cliquant sur le bouton « téléchargement » il est orienté sur la landing page. Mettre plus de boutons CTA à chaque rubrique, mettre une liste défilante des produits avec un abonnement à une newsletter et Incrire les tarifs sur les fiches produits et ajouter les CTA « ajouter au panier ».

Sur tous les réseaux sociaux : publier régulièrement des contenus pertinents pour inviter le visiteur à interagir et l'orienter vers le site. Par exemple, participation à des événements et inscription sur le site.

Blog de la marque Nous souhaiterions l'inciter à fonder sa communauté en créant son blog dans lequel il pourrait partager des contenus. Il récolte les questions en y insérant une Faq pour mieux connaître les besoins de ses clients .Il lancerait des live pour donner des conseils ou faire des démonstrations de recettes de pâtisseries.

Il doit redynamiser ses réseaux sociaux avec des vidéos dans lesquelles il serait mis en scène avec des tutos par exemple, de superbes photos commentées d'anecdotes pour émouvoir les abonnés.

Email marketing: Envoi régulier de newsletters pour informer les clients des actualités, offres et promotions.

Conclure : leads en client : Convaincre les leads d'acheter via le lead nurturing par des mails personnalisés en fonction du comportement du lead.

Moyens de communication : le owned media et les réseaux sociaux.

L'entreprise offre aussi des avantages consommateurs comme réduction sur les prix et facilités de paiement. Pour convaincre, l'entreprise offre des services à forte valeur ajoutée comme la dégustation des nouveautés ou une réduction des tarifs.

Fidéliser le client en ambassadeur : la priorité de YI est la satisfaction du client.

Moyens de communication : Le earned média

Pour cela, elle offre une variété de priviléges. Elle envoie des mails avec des tutos des conseils, des promotions de nouveaux produits avec une réduction pour garder le contact et les inciter à devenir ambassadeur.

6. Déterminez les actions mises en place selon le tunnel de conversion de l'inbound Marketing afin de promouvoir l'activité de votre client. Pour chaque action, déterminez l'objectif SMART.
7. Quelles sont les KPI que vous prendrez en compte dans votre stratégie à chaque niveau du tunnel de conversion d'inbound Marketing.

Marketing digital :

MOYEN DE COMMUNICATION	ACTION RÉALISÉE	OBJECTIF SMART	KPI
Création de contenu sur le Site sur Google et Les réseaux sociaux	Création de contenu sur des thématiques comme motivations, le partage, le sport. Publier régulièrement des contenus Optimiser le contenu sur Google.	Réalistes et atteignables Temporellement définis	Le taux d'engagement Indicateur de visibilité

	Avec le SEO Inviter les leads à interagir sur les médias sociaux.		
Spots sur TV Site et réseaux sociaux	Récupérer les coordonnées du lead en les invitant à télécharger les newsletters, à remplir des formulaires. suivi de remerciement.	Mesurables	Le taux de conversion
E-mailing Avis de clients FAQ	E-mailing : avec le lead nurturing. envoi de mail personnalisé en fonction des différents comportements des leads.	Temporellement définis Spécifiques	Indicateur d'engagement
E-mailing newsletter	La satisfaction des clients après l'achat. Envoi des mails pour conseiller, pour faire une offre de promo. Des tutos. Offre de parrainage, enquête de satisfaction.	Réalistes et Spécifiques	Le ROI(Retour sur investissement) Indicateur de recommandation

8. Construire un calendrier éditorial sur 2 mois



Calendrier Mensuel editorial.pdf

AVRIL 2024

LUN.	MAR.	MER.	JEU.	VEN.	SAM.	DIM.
					1 20h 23h	
					Pinterst	
2 07h-09h	3	4	5 11h-13h	6	7 7h 9h	8
instagram			Instagram		article dans blog	
9	10 12h 13h	11 12h 13h	12	13	14 7h 9h	15
	twitter	twitter			article dans site	
16	17	18	19 12h 16h	20 12h 16h	21	22 07h 09h
			youtube	youtube		articcle dans site
23 17h 18h	24 17h 18h	25	26	27 07h 09h	28	29

MAI 2024

LUN.	MAR.	MER.	JEU.	VEN.	SAM.	DIM.
					1 12h-13h	
					facebook	
2 9h-16h	3	4	5 9h-16h	6	7 7h 9h	8
facebook			facebook		article dans site	
9 20h 00h	10 20h 00h	11	12	13	14 7h 9h	15
TikTok	TikTok				article dans blog	
16 7h 9h	17	18	19	20	21 20h 23h	22 20h 23h
article dans blog					Pinterest	Pinterest
23	24	25 11h-13h	26 11h-13h	27 7h 9h	28	29
		Instagram	Instagram	article dans site		

9. Créez différents types de contenus que vous avez proposés à votre client (vidéo, newsletter, posts, stories, articles, etc.).

Post sur Facebook et Instagram



Des recettes comme articles dans le site ou blog



SALADE DE FRUITS

Ingredients:
des bananes, des oranges, un ananas, des avocats, des mangues et juste une cuillère de sucre cassonnade

Procedure:
1. mixer le tout
2. saupoudrer de sucre et mettez au frais



Newsletter :



10. À combien évaluez-vous le budget de votre stratégie de marketing / communication digitale ?

35 621€ (Source: <https://www.sortlist.fr/blog/budget-marketing/>)

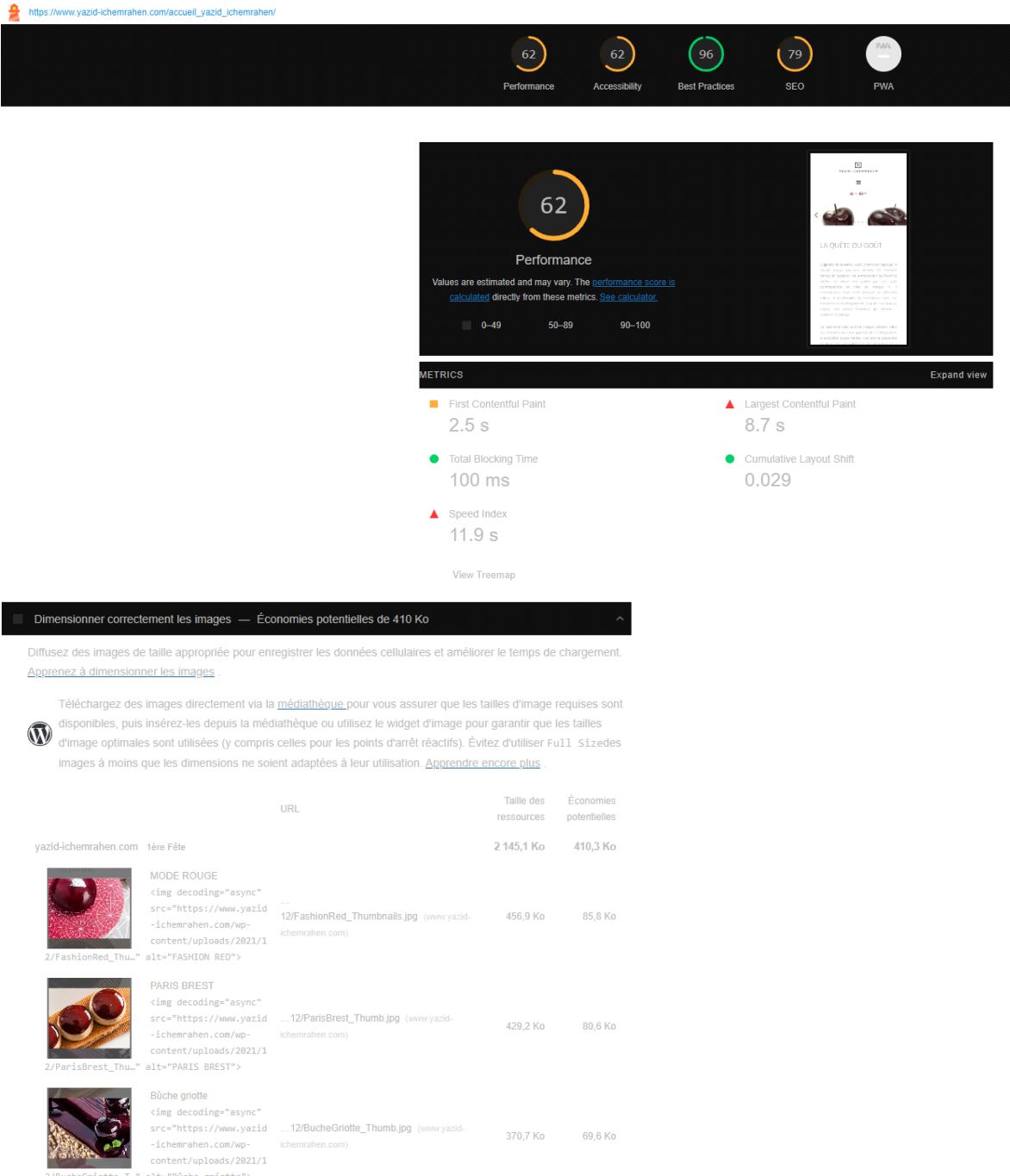
PARTIE 5 : Audit SEO

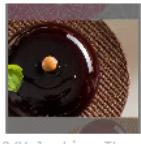
Yazid Ichemrahen a son site internet : <https://www.yazid-ichemrahen.com>

1. Analyser la concurrence (reprendre l'analyse concurrentielle de la partie marketing digital et la reporter au SEO)

(Voir **la partie 3** : 2)

2. Analyser les points techniques les plus importants à respecter lors de la création d'un site internet (respect des balises les plus importantes, structure des URLs, robots.txt, sitemap, etc.) et vérifier leur présence. Si ce n'est pas le cas, suggérer une solution.





MODE ROUGE

```

```

332,0 Ko

62,3 Ko



ANGELO

```

```

285,5 Ko

53,6 Ko



FINGER FRAMBOISE

```




```
div.et_pb_gallery_item >
div.et_pb_gallery_image >
a > img.wp-image-34

```

12/IMG\_01-980x220.jpg (www.yazid-
ichemrahen.com)

27,6 Ko

12,7 Ko

## Servir des images dans des formats de nouvelle génération — Économies potentielles de 1 795 Ko

Les formats d'image tels que WebP et AVIF offrent souvent une meilleure compression que PNG ou JPEG, ce qui signifie des téléchargements plus rapides et une consommation de données moindre. [En savoir plus sur les formats d'image modernes](#)

 Pensez à utiliser le plugin [Performance Lab](#) pour convertir automatiquement vos images JPEG téléchargées en WebP, partout où elles sont prises en charge.

| URL                                                                                                                                                                                                                                                    | Taille des ressources | Économies potentielles |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|------------------------|
| yazid-ichemrahen.com 1ère Fête                                                                                                                                                                                                                         | 2 159,2 Ko            | 1 794,8 Ko             |
| <br>MODE ROUGE<br><img decoding="async" ...<br>src="https://www.yazid-ichemrahen.com/wp-content/uploads/2021/12/FashionRed_Thumbnails.jpg" (www.yazid-ichemrahen.com) | 456,9 Ko              | 375,2 Ko               |
| <br>PARIS BREST<br><img decoding="async" ...<br>src="https://www.yazid-ichemrahen.com/wp-content/uploads/2021/12/ParisBrest_Thumb.jpg" (www.yazid-ichemrahen.com)     | 429,2 Ko              | 354,2 Ko               |
| <br>Bûche griotte<br><img decoding="async" ...<br>src="https://www.yazid-ichemrahen.com/wp-content/uploads/2021/12/BucheGriotte_Thumb.jpg" (www.yazid-ichemrahen.com) | 370,7 Ko              | 304,7 Ko               |
| <br>MODE ROUGE<br><img decoding="async" ...<br>src="https://www.yazid-ichemrahen.com/wp-content/uploads/2021/12/Valentino_Thumb.jpg" (www.yazid-ichemrahen.com)      | 332,0 Ko              | 275,3 Ko               |

## Réduire le temps de réponse initial du serveur — Le document racine a pris 3 470 ms

Gardez le temps de réponse du serveur court pour le document principal, car toutes les autres requêtes en dépendent. [En savoir plus sur la métrique Délai jusqu'au premier octet](#). FCP PCL

Les thèmes, les plugins et les spécifications du serveur contribuent tous au temps de réponse du serveur.

 Pensez à trouver un thème plus optimisé, à sélectionner soigneusement un plugin d'optimisation et/ou à mettre à niveau votre serveur.

| URL                                                                                            | Temps passé |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| yazid-ichemrahen.com 1ère Fête                                                                 | 3 470 ms    |
| <a href="/accueil_yazid_ichemrahen/">/accueil_yazid_ichemrahen/</a> (www.yazid-ichemrahen.com) | 3 470 ms    |



62

## Accessibilité

Ces vérifications mettent en évidence les opportunités d'améliorer l'accessibilité de votre application Web. La détection automatique ne peut détecter qu'un sous-ensemble de problèmes et ne garantit pas l'accessibilité de votre application Web. Les tests manuels sont donc également encouragés.

### NOMS ET ÉTIQUETTES

- Les éléments d'image n'ont pas [alt]d'attributs
- Les liens n'ont pas de nom perceptible
- Les éléments d'image ont [alt]des attributs qui sont du texte redondant.

Ce sont des opportunités pour améliorer la sémantique des contrôles de votre application. Cela peut améliorer l'expérience des utilisateurs de technologies d'assistance, comme un lecteur d'écran.

### LES MEILLEURES PRATIQUES

- [user-scalable="no"]est utilisé dans l' <meta name="viewport">élément ou l' [maximum-scale]attribut est inférieur à 5.

Ces éléments mettent en évidence les meilleures pratiques courantes en matière d'accessibilité.

### CONTRASTE

- Les couleurs d'arrière-plan et de premier plan n'ont pas un rapport de contraste suffisant.

Ce sont des opportunités pour améliorer la lisibilité de votre contenu.

### ÉLÉMENTS SUPPLÉMENTAIRES À VÉRIFIER MANUELLEMENT (10)

Montrer

Ces éléments concernent des domaines qu'un outil de test automatisé ne peut pas couvrir. Apprenez-en davantage dans notre guide sur [la réalisation d'un examen d'accessibilité](#).

### AUDITS RÉUSSIS (9)

Montrer

### SANS OBJET (45)

Montrer

**NOMS ET ÉTIQUETTES**

Les éléments d'image n'ont pas `[alt]`d'attributs

Les éléments informatifs doivent viser un texte alternatif court et descriptif. Les éléments décoratifs peuvent être ignorés avec un attribut alt vide. [En savoir plus sur l' `alt` attribut](#).

Éléments défaillants

 div.et\_pb\_gallery\_item > div.et\_pb\_gallery\_image > a > img.wp-image-34  


Les liens n'ont pas de nom perceptible

Les éléments d'image ont `[alt]`des attributs qui sont du texte redondant.

Ce sont des opportunités pour améliorer la sémantique des contrôles de votre application. Cela peut améliorer l'expérience des utilisateurs de technologies d'assistance, comme un lecteur d'écran.

## ■ Les liens n'ont pas de nom perceptible

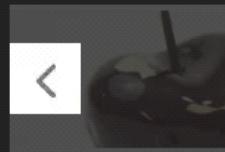
Le texte du lien (et le texte alternatif pour les images, lorsqu'il est utilisé comme liens) qui est perceptible, unique et focalisable améliore l'expérience de navigation pour les utilisateurs de lecteurs d'écran. [Apprenez à rendre les liens accessibles](#).

### Éléments défaillants



```
div.et_pb_row > div.et_pb_column > div.et_pb_module > a

```



```
div.et_pb_column > div.et_pb_module > div.et_pb-slider-arrows > a.et-pb-arrow-prev

```



```
div.et_pb_column > div.et_pb_module > div.et_pb-slider-arrows > a.et-pb-arrow-next

```

### CONTRASTE

## ■ Les couleurs d'arrière-plan et de premier plan n'ont pas un rapport de contraste suffisant.

Le texte à faible contraste est difficile, voire impossible, à lire pour de nombreux utilisateurs. [Apprenez à fournir un contraste de couleurs suffisant](#).

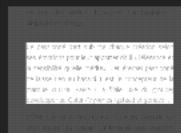
### Éléments défaillants



Originaire de la Marne, Yazid Ichemrahen parcourt le monde depuis plusieurs ann...  
<envergure>



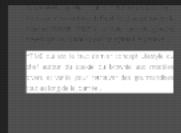
LA QUÊTE DU GOÛT Originaire de la Marne, Yazid Ichemrahen parcourt le monde de...  
<div class="et\_pb\_section et\_pb\_section\_1 et\_section\_regular">



Ce passionné d'art sublime chaque création selon ses émotions pour leur apporte...  
<envergure>



LA QUÊTE DU GOÛT Originaire de la Marne, Yazid Ichemrahen parcourt le monde de...  
<div class="et\_pb\_section et\_pb\_section\_1 et\_section\_regular">



YTIME qui est le tout dernier concept Lifestyle du chef autour du cookie du bro...  
<p>



LA QUÊTE DU GOÛT Originaire de la Marne, Yazid Ichemrahen parcourt le monde de...  
<div class="et\_pb\_section et\_pb\_section\_1 et\_section\_regular">

79

CE

Ces vérifications garantissent que votre page suit les conseils de base en matière d'optimisation des moteurs de recherche. Il existe de nombreux facteurs supplémentaires que Lighthouse ne note pas ici et qui peuvent affecter votre classement dans les recherches, notamment les performances sur Core Web Vitals. [En savoir plus sur Google Search Essentials](#).

#### MEILLEURES PRATIQUES EN MATIÈRE DE CONTENU

- Le document n'a pas de métadescription
- Les éléments d'image n'ont pas [alt] d'attributs

Formatez votre code HTML de manière à permettre aux robots d'exploration de mieux comprendre le contenu de votre application.

#### EXPLORATION ET INDEXATION

- Les liens ne sont pas explorables

Pour apparaître dans les résultats de recherche, les robots doivent accéder à votre application.

#### ÉLÉMENTS SUPPLÉMENTAIRES À VÉRIFIER MANUELLEMENT (1)

Montrer

Exécutez ces validateurs supplémentaires sur votre site pour vérifier d'autres bonnes pratiques de référencement.

#### MEILLEURES PRATIQUES EN MATIÈRE DE CONTENU

- Le document n'a pas de métadescription

Des métadescriptions peuvent être incluses dans les résultats de recherche pour résumer de manière concise le contenu de la page. [En savoir plus sur la métadescription](#).

## ■ Les éléments d'image n'ont pas [alt] d'attributs

Les éléments informatifs doivent viser un texte alternatif court et descriptif. Les éléments décoratifs peuvent être ignorés avec un attribut alt vide. [En savoir plus sur l' alt attribut](#).

### Éléments défaillants



```
div.et_pb_gallery_item > div.et_pb_gallery_image > a > img.wp-image-34

```

Formatez votre code HTML de manière à permettre aux robots d'exploration de mieux comprendre le contenu de votre application.

## EXPLORATION ET INDEXATION

### ■ Les liens ne sont pas explorables

Les moteurs de recherche peuvent utiliser href des attributs sur les liens pour explorer des sites Web. Assurez-vous que l' href attribut des éléments d'ancre renvoie à une destination appropriée, afin que davantage de pages du site puissent être découvertes. [Apprenez à rendre les liens explorables](#)

#### Lien inexplorable

```
div.lb-outerContainer > div.lb-container > div.lb-loader > a.lb-cancel

div.lb-dataContainer > div.lb-data > div.lb-closeContainer > a.lb-close

```

Pour apparaître dans les résultats de recherche, les robots doivent accéder à votre application.

## AUDITS RÉUSSIS (11)

Cacher

A une <meta name="viewport"> étiquette avec width ou initial-scale

Le document comporte un <title> élément

La page a un code d'état HTTP réussi

Les liens ont un texte descriptif

L'indexation de la page n'est pas bloquée

robots.txt est valide

Le document a un valide hreflang

Le document a un valide rel canonical

Le document utilise des tailles de police lisibles. — Texte lisible à 99,13 %

Le document évite les plugins

Les cibles tactiles sont dimensionnées de manière appropriée. — Cibles tactiles de taille appropriée à 100 %

|                                                                                                  |   |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|---|
| ■ Élimine les ressources bloquant le rendu — Économies potentielles de 260 ms                    | ▼ |
| ■ Dimensionner correctement les images — Économies potentielles de 410 Ko                        | ▼ |
| ■ Réduire les CSS inutilisés — Économies potentielles de 113 Ko                                  | ▼ |
| ■ Encodez efficacement les images — Économies potentielles de 1 373 Ko                           | ▼ |
| ■ Servir des images dans des formats de nouvelle génération — Économies potentielles de 1 795 Ko | ▼ |
| ■ Réduire le temps de réponse initial du serveur — Le document racine a pris 3 470 ms            | ▼ |
| ■ Le plus grand élément Contentful Paint — 8 680 ms                                              | ▼ |
| Différer les images hors écran — Économies potentielles de 8 Ko                                  | ▼ |
| Réduire CSS — Économies potentielles de 2 Ko                                                     | ▼ |
| Réduire le JavaScript inutilisé — Économies potentielles de 45 Ko                                | ▼ |
| Servir des actifs statiques avec une politique de cache efficace — 51 ressources trouvées        | ▼ |
| ○ Évite d'énormes charges utiles réseau. — La taille totale était de 2 580 Ko.                   | ▼ |
| ○ Évite une taille excessive du DOM de — 363 éléments                                            | ▼ |
| ○ Évitez d'enchaîner les demandes critiques. — 39 chaînes trouvées                               | ▼ |
| ○ Temps d'exécution JavaScript — 0,6 s                                                           | ▼ |
| ○ Minimise le travail du thread principal — 1,9 s                                                | ▼ |
| ○ Minimiser l'utilisation de tiers — Le code tiers a bloqué le thread principal pendant 0 ms     | ▼ |
| ○ Évitez les changements de mise en page importants. — 3 changements de mise en page trouvés     | ▼ |
| ○ Évitez les longues tâches du thread principal — 7 tâches longues trouvées                      | ▼ |

3. Analyser la stratégie de contenu actuelle (présence d'un blog, d'une newsletter, d'une landing page). Proposer des solutions (améliorer la structure des pages, ajouter du contenu, revoir les balises h1, h2...)

SEMRUSH

Fonctionnalités Tarifs Ressources Entreprise App Center Outils extras

Mettre à niveau FR

Projets

SEO Tableau de bord SEO RECHERCHE DE CONCURRENTS Vue d'ensemble du domaine Traffic Analytics Recherche organique Possibilités de mots clés Possibilités de backlinks RECHERCHE DE MOTS CLÉS Vue d'ensemble des mots clés Keyword Magic Tool Keyword Manager Suivi de position Organic Traffic Insights CONSTRUCTION DE LIENS Analyse de backlinks Backlink Audit Link Building Tool Analyse groupée SEO ON-PAGE ET TECHNIQUE Audit de site Gestion des répertoires SEO Content Template On Page SEO Checker Comparer

Vue d'ensemble du domaine : [yazid-ichemrahen.com](#)

Vue d'ensemble Comparaison des domaines Croissance Comparaison par pays

Authority Score 15 Trafic Organique 558 +2,4 % Voir les détails Backlinks 68

Rang de domaine Semrush 311,6K Mots clés 80

Traffic Payant 68 Vers Suivi de position Domaines similaires 40

Organique Payant 1M 6M 1A 2A Permanent Exporter

**Répartition par pays**

| Pays         | Part de trafic | Trafic | Mots clés |
|--------------|----------------|--------|-----------|
| Monde entier | 100 %          | 558    | 80        |
| FR           | 100 %          | 557    | 68        |
| BE           | <0,1 %         | 1      | 2         |
| ES           | <0,1 %         | 0      | 2         |
| Autre        | <0,1 %         | 0      | 8         |

**Mots clés organiques 80**

Fonctionnalités SERP FR

34 % 17 % 0 %

Lire le rapport détaillé

**Mots clés organiques 80**

Top 3 4-10 11-20 21-50 51-100 Fonctionnalités SERP

juill. 2022 oct. 2022 janv. 2023 avr. 2023 juill. 2023 oct. 2023 janv. 2024 avr. 2024

Lister les mots clés actuels du site Récupérer les mots clés du site via SEMrush ou Ranxplorer en indiquant l'adresse du site :

yazidichemrahen boutique

yazidichemrahen

yazidichemrahen boutique paris

yazidichemrahen pâtisserie paris

Recherche organique FR

Meilleurs mots clés organiques 68

| Mot clé                              | Inten... | Pos. | Volume | CPC (USD) | Traffic (MF) |
|--------------------------------------|----------|------|--------|-----------|--------------|
| yazid ichemrahen boutique >>         | I T      | 1    | 590    | 0         | 26,21        |
| yazid ichemrahen >>                  | I        | 8    | 12,1K  | 0         | 19,38        |
| yazid ichemrahen boutique >>         | I T      | 2    | 590    | 0         | 13,82        |
| yazid ichemrahen boutique paris >>   | C        | 1    | 170    | 0         | 7,54         |
| yazid ichemrahen pâtisserie paris >> | I T      | 1    | 140    | 0         | 6,10         |

Voir les détails

Répartition des positions organiques

100 % 50 % 0 %

1-3 4-10 11-20 21-50 51-100 SF

Positions sur les SERP de Google

**Backlinks** Monde entier Toute la période

**Backlinks**

Titre de la page référente / URL de la page référente Texte d'ancre / Lien URL Type Exporter

|                                                                                                                                                                          |                                                                                                         |          |  |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|--|
| « A la belle étoile » : Just Riadh, déjà meilleur pâtissier et future graine de star https://www.20minutes.fr/cinema/4023897-20230221-belle-etoile-just-ri...            | Yazid Ichemrahen https://www.yazid-ichemrahen.com/                                                      | nofollow |  |
| El "mejor heladero" de Francia, detenido por robarse a sí mismo en su dom... https://www.larazon.es/gente/20221107/m2jmtb6vhcfauqu5rr7prdye.html                         | https://www.yazid-ichemrahen.com/ https://www.yazid-ichemrahen.com/                                     | follow   |  |
| Derrrière « A la belle étoile », l'histoire vraie du pâtissier star Yazid Ichemrahen https://www.huffingtonpost.fr/life/article/derriere-a-la-belle-etoile-l-histoire... | « Un rêve d'enfant étoilé » https://www.yazid-ichemrahen.com/boutique/un-reve-denfant-etoile/           | follow   |  |
| Entretien avec Yazid Ichemrahen, prodige sparnacien de la pâtisserie https://www.lunion.fr/1d314800/article/2021-11-20/entretien-with-yazid-i...                         | apprendre de la pâtisserie de concours https://www.yazid-ichemrahen.com/accueil_yazid_ichemrahen.html   | follow   |  |
| CLIQUE TALK : le pâtissier Yazid Ichemrahen, 25 ans, champion du monde e... https://www.clique.tv/clique-talk-yazid-ichemrahen-champion-monde-de-s...                    | s'inspire de lui et porte son nom http://www.yazid-ichemrahen.com/LES_GATEAUX/ANGELO/angelo_yazid_ic... | follow   |  |

Voir les détails

**Follow et Nofollow**

| Type           | Liens follow | Liens nofollow |
|----------------|--------------|----------------|
| Liens follow   | 58           | 8              |
| Liens nofollow | 8            | 58             |

Voir les détails

**Types de backlinks**

| Type  | Nombre | Pourcentage |
|-------|--------|-------------|
| Texte | 55     | 81 %        |
| Image | 13     | 19 %        |
| Forme | 0      | 0 %         |
| Frame | 0      | 0 %         |

Lire le rapport détaillé

**Meilleurs ancrages**

Titre et URL Domains Backlink Exporter Domaines référents Pays/IP Backlinks

| Titre et URL                 | Domaines | Backlink | Domaine racine              | Pays/IP        | Backlinks |
|------------------------------|----------|----------|-----------------------------|----------------|-----------|
| yazid ichemrahen             | 13       | 15       | fleursdesafran.fr           | 213.186.33.4   | 9         |
| <EmptyAnchor>                | 4        | 7        | francepolitica.blogspot.com | 142.250.31.132 | 6         |
| www.yazid-ichemrahen.com     | 5        | 6        | caracolons-ensemble.com     | 109.234.164.19 | 4         |
| yazid-ichemrahen.com         | 3        | 3        | choisistonresto.com         | 46.105.204.11  | 3         |
| http://yazid-ichemrahen.com/ | 3        | 3        | clique.tv                   | 31.170.11.186  | 3         |

Voir les détails

**Pages référencées**

Titre et URL Domains Backlinks

| Titre et URL                                                                                                                     | Domaines | Backlinks |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|-----------|
| Yazid Ichemrahen   Pâtissier champion du monde https://www.yazid-ichemrahen.com/                                                 | 11       | 12        |
| - http://www.yazid-ichemrahen.com/                                                                                               | 9        | 14        |
| - http://yazid-ichemrahen.com/                                                                                                   | 5        | 5         |
| Un rêve d'enfant étoilé – Version française   Yazid Ichemrahen https://www.yazid-ichemrahen.com/boutique/un-reve-denfant-etoile/ | 4        | 4         |
| - https://www.yazid-ichemrahen.com/biographie_yazid_ichemrahen/                                                                  | 3        | 3         |

Voir les détails

Exporter

Lister les mots clés en interne Demander au client ses mots clés, en fonction de la thématique et du jargon technique s'il existe.

Elégance, goût, saveur, création, trois textures, équilibre, gâteau, simplicité, émotion, gourmand...

**Übersuggest** EN US Übersuggest CONSULTING PLANS & PRICING

1001-loupes.com

Get a detailed SEO overview of a site or page URL https://www.yazid-ichemrahen.com/accueil\_yazid\_ichemrahen/ URL Language / Country French / France

You're using a free version of Übersuggest. 1 out of 3 free daily searches available UPGRADE

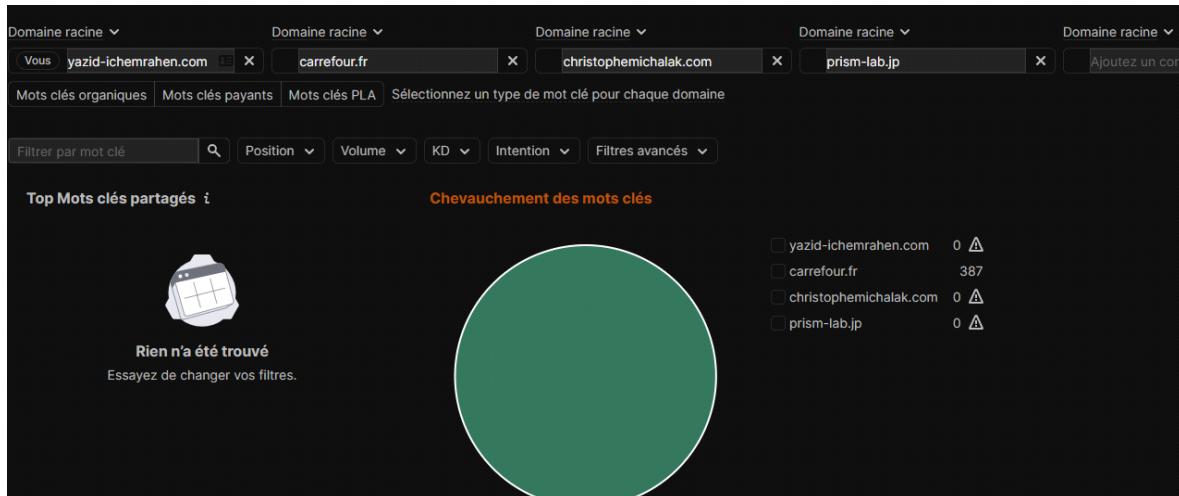
Traffic Overview : https://www.yazid-ichemrahen.com/accueil\_yazid\_ichemrahen/

| ORGANIC KEYWORDS | ORGANIC MONTHLY TRAFFIC | PAGE AUTHORITY | BACKLINKS        |
|------------------|-------------------------|----------------|------------------|
| 6                | 41                      | 14             | 1<br>Nofollow: 0 |

| Keywords by Traffic ● : https://www.yazid-ichemrahen.com/accueil_yazid_ichemrahen/  |        |                   |             |                       |           |             |  |  |
|-------------------------------------------------------------------------------------|--------|-------------------|-------------|-----------------------|-----------|-------------|--|--|
| Volume                                                                              |        | SEO Difficulty    |             | Keyword Filters       |           |             |  |  |
| EXPORT TO CSV                                                                       |        | COPY TO CLIPBOARD |             | UPDATE METRICS [0/10] |           | ADD TO LIST |  |  |
| LOCATIONS FR / FR [4] DE / DE [2] CH / IT [2] CA / FR [1] MORE                      |        |                   |             |                       |           |             |  |  |
| KEYWORDS                                                                            | VOLUME | POSITION          | EST. VISITS | SD                    | UPDATED   |             |  |  |
| patisserie yazid ichemrahen<br>yazid-ichemrahen.com/accueil_yazid_ichemrahen/       | 1,000  | 3                 | 30          | 54                    | 3 months  |             |  |  |
| patisserie yazid ichemrahen<br>yazid-ichemrahen.com/accueil_yazid_ichemrahen/       | 1,000  | 6                 | 10          | 52                    | 2 months  |             |  |  |
| yazid ichemrahen patisserie paris<br>yazid-ichemrahen.com/accueil_yazid_ichemrahen/ | 210    | 7                 | 1           | 48                    | 3 months  |             |  |  |
| pâtissier yazid<br>yazid-ichemrahen.com/accueil_yazid_ichemrahen/                   | 720    | 60                | 0           | 60                    | 3 months  |             |  |  |
| yazid patisserie<br>yazid-ichemrahen.com/accueil_yazid_ichemrahen/                  | 1,300  | 57                | 0           | 59                    | 3 months  |             |  |  |
| yazid ichemrahen courchevel<br>yazid-ichemrahen.com/accueil_yazid_ichemrahen/       | 90     | 76                | 0           | 24                    | Last week |             |  |  |

| KEYWORD IDEAS                         |       | SUGGESTIONS | RELATED | QUESTIONS | PREPOSITIONS | COMPARISONS |
|---------------------------------------|-------|-------------|---------|-----------|--------------|-------------|
| KEYWORD                               | TREND | VOLUME      | CPC     | PD        | SD           |             |
| yazid ichemrahen boutique             | ↑     | 880         | €0,00   | 1         | 55           |             |
| yazid ichemrahen avignon              | ↑     | 170         | €0,00   | 1         | 51           |             |
| patisserie yazid ichemrahen paris     | ↑     | 20          | €0,00   | 1         | 5            |             |
| patisserie yazid ichemrahen avignon   | ↑     | 0           | €0,00   | 1         | 4            |             |
| patisserie yazid ichemrahen prix      | ↑     | 0           | €0,00   | 1         | 4            |             |
| pâtissier yazid ichemrahen courchevel | ↑     | 0           | €0,00   | 1         | 4            |             |
| pâtissier yazid ichemrahen boutique   | ↑     | 0           | €0,00   | 1         | 4            |             |

Lister les mots clés des concurrents Récupérer les concurrents via SEMrush ou Ranxplorer. Récupérer en priorité le SEA, car les requêtes monétisables peuvent ressortir plus facilement, si le mot clé n'a pas forcément un fort volume et qu'il est acheté par la concurrence il y a de fortes chances que celui-ci soit monétisable.



Augmenter le nombre de mots clés pertinents

Cette fois avec Google Adwords et l'outil de prévision

4. Identifier 5 sites d'autorité du domaine de l'entreprise et les suggérer en tant que backlinks.

Les sites d'autorité à suggérer en tant que backlinks.

<https://www.welcometothejungle.com/fr/articles/yazid-ichemrahen-patissier-star-mon-parcours-prouve-que-tout-est-realisable>

[https://www.huffingtonpost.fr/life/article/derriere-a-la-belle-etoile-l-histoire-vraie-du-patissier-star-yazid-ichemrahen\\_214407.html](https://www.huffingtonpost.fr/life/article/derriere-a-la-belle-etoile-l-histoire-vraie-du-patissier-star-yazid-ichemrahen_214407.html)

<https://www.youtube.com/watch?v=0-mcNu73soU>

<https://www.eyrolles.com/Audiovisuel/Livre/creer-pour-survivre-vivre-pour-ne-pas-sombrer-9782701403779/>

<https://www.parismatch.com/vivre/gastronomie/yazid-ichemrahen-la-patisserie-cest-la-seule-chose-que-jai-vu-faire-et-que-je-fais-avec-amour-236397>

## PARTIE 6 : Audit SEA

### Campagne et annonces

Années

Création des annonces

Nouvelle annonce

Pour diffuser votre annonce sur plus d'emplacements, ajoutez une vidéo, ou insérez d'autres images et logos afin de générer une vidéo automatiquement.

[En savoir plus](#)

Efficacité de l'annonce  
Bonne

Images   Titres  
Videos   Descriptions

Afficher les détails

URL finale [\(?\)](#)  
https://www.yazid-ichemrahen.com

Nom de l'entreprise [\(?\)](#)  
YI  
2/25

Images [\(?\)](#)  
2/25

Images [\(?\)](#)  
Ajoutez jusqu'à 15 images [En savoir plus](#)

+6

Modifier

Logos [\(?\)](#)  
Ajoutez jusqu'à 5 logos

YI CHEMRA  
YAZID ICHEMRAHEN

Modifier

Aperçu de votre annonce

valorisation de la simplicité toujours oser

Fermer   Ouvrir

### Vidéos

Facultatif (les vidéos d'environ 30 secondes en mode portrait et paysage sont les plus efficaces)



[+ Vidéos](#)

[Plus](#)

### Titres (?)

Ajoutez jusqu'à 5 titres

Titres suggérés

[Plus d'idées](#)

ⓘ Vous avez saisi le nombre maximal de titres autorisé.

Patissier champion du monde

27/30

la passion de l'excellence

26/30

le dépassement de soi

21/30

valorisation de la simplicité

29/30

le sport et le travail

22/30

### Sélectionner des assets à prévisualiser

Titres (5)

Descriptions (2)

Titres (5)

Descriptions (2)

Images (8)

Logos (2)

[Appliquer](#)

Les aperçus affichés ici sont des exemples et n'incluent pas tous les formats possibles. Vous êtes responsable du contenu de vos annonces. Veuillez vérifier que les éléments fournis n'enfreignent aucune règle (individuellement ou collectivement).

29/30

(individuellement ou collectivement).

le sport et le travail

22/30

### Titre long (?)

Yazid,le Chef pâtissier champion du monde

41/90

### Descriptions (?)

Ajoutez jusqu'à 5 descriptions

Descriptions suggérées

[Plus d'idées](#)

ⓘ Nous n'avons aucune suggestion pour le moment.

Ajoutez jusqu'à 5 descriptions

Descriptions suggérées      [Plus d'idées](#)

ⓘ Nous n'avons aucune suggestion pour le moment.

toujours oser  
13/90

ne jamais abandonner  
20/90

[+ Description](#)

[▼ Options de format supplémentaires](#)

[▼ Options d'URL des annonces](#)

ⓘ Votre compte ne peut pas diffuser d'annonces - Pour commencer à diffuser des annonces, vous devez saisir vos informations de facturation. [Masquer](#) [En savoir plus](#) [Corriger le problème](#)

[Créer](#)

[Campagn...](#)

[Objectifs](#)

[Outils](#)

[Facturati...](#)

[Admin](#)

[Téléchargez l'application mobile Google Ads](#)

**Vue d'ensemble**

Vue (2 filtres) [Toutes les campagnes](#)      Campagne [Awareness and consideration-Display-1](#)      Groupe d'annonces (1) [Sélectionnez un groupe d'annonces](#)

Activée      État : Éligible      Type : Display      Budget : 100,00 \$US/jour      Taux d'optimisation : -      [Informations supplémentaires](#)

**Vue d'ensemble**      Toute la période [15 avr. 2024](#)

**Ad group 1**

**nes\*** NICOLAS RHÔNA

**NICO** Patissier champion du monde

**ANNONCE** Toujours osé!

| Announce          | État       | Impressions | Clicks | CTR    |
|-------------------|------------|-------------|--------|--------|
| En cours d'examen | En attente | 0           | 0      | 0,00 % |

[Annonces](#) [Composants](#)

Situation géographique des personnes ayant interagi avec vos annonces

Ciblage      Tous les pays et territoires

## PARTIE 7 : Rédaction Web

### 1. Article de blog

#### **Comment atteindre l'excellence par la confiance en soi ?**

NOMBREUSES SONT LES PERSONNES QUI VEULENT **ATTEINDRE L'EXCELLENCE**. QUE CE SOIT DANS LE DOMAINES PROFESSIONNEL, SPORTIF, ARTISTIQUE OU PERSONNEL, NOUS ASPIRONS TOUS À L'EXCELLENCE.

L'EXCELLENCE SE GAGNE PAR LA CONFIANCE EN SOI CAR C'EST **LA CONVICTION** EN SES PROPRES CAPACITÉS ET EN SA VALEUR. C'EST **LA FOI** EN SA CAPACITÉ À RÉUSSIR ET À ATTEINDRE SES OBJECTIFS. COMMENT ATTEINDRE L'EXCELLENCE PAR LA CONFIANCE EN SOI ?

POURQUOI NOUS PERDONS LA CONFIANCE EN SOI ?

PARCE QUE NOUS NE CROYONS PLUS EN NOUS-MÊME CAR LA VIE NE NOUS A PAS GÂTÉS.

PARCE QUE NOUS PENSONS ÊTRE UN MOINS QUE RIEN CAR NOUS NE RECEVONS AUCUNE RECONNAISSANCE DE NOS ACTES.

PARCE QUE NOUS ENCHAÎNONS ÉCHECS SUR ÉCHECS, MALHEURS SUR MALHEURS...LA VIE SEMBLE ÊTRE NÉGATIVE POUR NOUS.

PARCE QUE NOUS FRÉQUENTONS DES PERSONNES TOXIQUES QUI NOUS RABAISSENT.

QUELLES SONT LES CONSÉQUENCES DE NOTRE Perte DE CONFIANCE EN SOI SUR NOTRE VIE ?

NOUS PERDONS CONFIANCE À FORCE DE TROP RÉFLÉCHIR.

NOUS **PROCRASTINONS** PAR MANQUE DE CONFIANCE.

NOUS **DÉPRIMONS** ET NOUS SUBISSEZ LE BURNOUT.

NOUS NOUS LAISSEZ FACILEMENT DISTRAIRE PAR DES CHOSES FUTILES QUI NOUS EMPÈCHENT D'ATTEINDRE NOS OBJECTIFS.

IL NOUS EST DIFFICILE DE RESTER MOTIVÉS LORSQUE LES RÉSULTATS NE SONT PAS IMMÉDIATS OU LORSQUE NOUS FAISONS FACE À DES DÉFIS ET DES REVERS. **NOUS ABANDONNONS**.

OR POUR **SURVIVRE**, IL FAUT QUE NOUS AYONS CONFIANCE EN SOI. LA CONFIANCE EN SOI EST IMPORTANTE POUR ATTEINDRE L'EXCELLENCE,

POURQUOI LA CONFIANCE EN SOI EST SI IMPORTANTE POUR ATTEINDRE L'EXCELLENCE ?

**Yazid Ichemrahen, pâtissier star : « Mon parcours prouve que tout est réalisable ».**

Son parcours repris dans le film « **à la belle étoile** ».Yazid en éternel remise en question est pâtissier méticuleux dans ses pâtisseries.Il est aussi un entrepreneur international qui a créé sa marque YI , formateur , écrivain avec un de ses livre « **Créer pour survivre, vivre pour ne pas sombrer** » (ed. Hors Collection), et concepteur de boutiques. Il en est arrivé là après bien de nombreux déboires, une enfance tourmentée mais surtout après être passé par beaucoup de sacrifices et de rigueur. En gagnant la reconnaissance, il a décidé de se former en pâtisserie qui devient **sa passion**. Il a travaillé en s'entourant de **gens positifs** avec les grands pâtissiers dont Thierry Marx, Joël Robuchon, Pierre Hermé et Bernard Blachère qui a été son mentor en entreprenariat.



**Il a travaillé dur en se battant contre lui-même.**Il a développé **l'esprit de compétition** en devenant intransigeant dans sa passion. Sans sa confiance en soi, il n'aurait pas atteint l'excellence. En 2014, seulement à 22 ans, il intègre l'équipe de France et gagne le titre de **Champion du monde en pâtisserie**.



Il excelle aussi dans son **leadership** avec toute son équipe. « Dans l'artisanat de demain, l'entreprise pérenne sera celle qui aura le plus de valeurs humaines car dans toute cette tourmente, on ne suit pas un patron uniquement pour un salaire, mais pour son génie, ses valeurs, son respect »Yazid Ichemrahen.

La pâtisserie l'a sauvé. Il suit toujours ses valeurs : **rigueur, régularité et engagement pour exceller**. La pâtisserie démontre ses valeurs. Son objectif : « **donner le meilleur accompagnement dans le respect des contraintes techniques pour réaliser des créations uniques** »



Le Chef Yazid met l'importance de la passion et de la persévérance dans la confiance en soi pour poursuivre ses objectifs. Il transmet **l'espoir et le positivisme** dans sa leçon de vie.<http://www.yazid-ichemrahen.com>

### Comment garder la confiance en soi pour exceller ?

"Le futur dépend de ce que vous faites aujourd'hui." Mahatma Gandhi

Nous devons garder notre confiance en soi pour atteindre l'excellence !**notre bonheur dépend de nous seuls !** Oscar Wilde a écrit : "Il faut viser la lune, car même en cas d'échec, on atterrit dans les étoiles".

Notre confiance en soi nous donne **la force** de rebondir et d'apprendre de nos erreurs. La vie est un amalgame de challenges. Elle nous forge.

**Le dépassement de soi** améliore nos relations avec les autres.

La confiance en soi nous aide à mieux gérer le stress et l'anxiété.

Elle nous fait découvrir nos valeurs et nos potentialités. "Tout est possible tant que vous croyez en vous-même." Anonyme

Soyons déterminés à ne jamais abandonner en se fixant des objectifs Smart en exerçant **notre passion.**

Sortons de notre zone de confort! Nous pouvons avancer lentement mais **persévérons !**

Déterminons au préalable notre vision qui correspond à nos valeurs. Car être **déterminé** c'est avoir une passion à suivre en appliquant **la discipline et la rigueur**. Ces habitudes nous permettront à rester organisé et à maximiser notre productivité si nous voulons réussir. Comme le dit si bien Idriss Aberkane, vous ne verrez jamais de prix Nobel disant qu'il l'a obtenu parce qu'il était obligé. Il faut avoir un intérêt si fort dans ce que l'on fait qu'on est capable, comme ces personnes excellentes, de consacrer possiblement sa vie à une seule discipline.

La confiance en soi nous apprend à être **flexibles** en nous adaptant aux imprévus.

La confiance en soi nous rend **optimistes** en nous entourant de personnes **positives**. Les relations avec les autres ont un impact sur notre confiance en soi : fréquentons les gens qui nous soutiennent et cherchons l'inspiration auprès de nos modèles de réussite pour nous motiver davantage.

Priorisons ce qui est important en travaillant sur nos qualités.

Le dépassement de soi nous enseigne à nous habituer au rejet tout en gardant nos **rêves ambitieux et audacieux**.

### Comment atteindre l'excellence ?



Soyons **honnêtes avec nous-même**. Remettons nous toujours en cause en cherchant à nous améliorer en permanence. Il faut **nourrir** le talent : l'exploiter, toujours se former et s'informer.

Entrainons-nous fréquemment en nous défiant et de façon cohérente si nous voulons vraiment atteindre l'excellence. **S'auto-challenger** au quotidien en considérant les échecs comme des opportunités d'apprentissage. L'excellence ne peut être obtenue sans effort. Il est essentiel de travailler dur et de manière régulière pour progresser. La discipline et la régularité sont **les clés de la réussite**.

Donnons le maximum de nous-même.

En fixant un objectif clair, nous nous concentrerons sur plusieurs étapes qui nous mènent vers l'excellence.

Notre entourage positif comprend toutes les personnes sans exception qui nous inspirent et soutiennent. Trouvons **des modèles d'excellence** de votre passion. Apprenons de leurs erreurs et de leur réussite.

N'oublions pas de mener une **hygiène de vie saine** dans nos efforts pour atteindre l'excellence. Ne négligeons pas notre régime alimentaire, le sport et le repos.

Enfin, récompensons-nous à chaque succès des étapes.

La pâtisserie est un métier de haute précision qui exige la rigueur scientifique et la créativité, c'est un métier méthodique où il faut s'organiser et prendre des risques [video sur l'excellence et dépassemement de soi\Yazid Ichemrahen \[démocratiser l'excellence\].mp4](#) ,il faut être des artistes pâtissiers pour atteindre l'excellence et on devient le meilleur si on suit les règles de la discipline.

Il faut donner le meilleur de soi-même. On échoue et on recommence car on ne reste pas sur un échec.

L'excellence, c'est s'entraîner quotidiennement sur une activité que nous aimons faire ou que apprenons à aimer faire en y mettant tout notre cœur car il n'y a que les choses fait avec passion qui peuvent offrir un résultat magnifique.



## Conclusion

La confiance en soi est importante pour atteindre l'excellence. La confiance en soi est un élément important de l'estime de soi.

Liée à la persévérance, la confiance en soi permettra d'atteindre nos objectifs de vie plus épanouissante en devenant excellent.

Atteindre l'excellence nécessite un travail constant, une détermination et une discipline sans faille.

Alors soit nous choisissons d'être médiocres et d'échouer, soit nous prenons notre vie en main et décidons de réussir comme le Chef Yazid Ichemrahen.

*"L'excellence, dans quelque domaine que ce soit, exige qu'on s'y consacre entièrement."*

*Monique Corriveau*

## **Laisser un commentaire**

Votre adresse e-mail ne sera pas publiée. Les champs obligatoires sont indiqués avec \*

Vous devez remplir ce champ

Vous devez remplir ce champ

Veuillez saisir une adresse e-mail valide.

Ressources :

<https://fr.quora.com>

<https://fr.wikihow.com/atteindre-l%27excellence>

[https://umvie.com/comment-devenir-le-meilleur-10-astuces-pour-atteindre-l'excellence/#google\\_vignette](https://umvie.com/comment-devenir-le-meilleur-10-astuces-pour-atteindre-l'excellence/#google_vignette)

<https://mieuxvous.com/communication-efficace/perseverance/comment-developper-la-perseverance/>

## 2. Fiche produit

*Valentino*

Une symphonie de chocolat et praliné  
by Yazid Ichemrahen



**16.00 Euros**

**01 pièce** **Ajouter au panier**

 Livraison offerte dans un périmètre de 10Km  
 Paiement sécurisé

Order online via:  <https://www.yazid-ichemrahen.com>  123-456-7890  [client@yazid.com](mailto:client@yazid.com)



### Présentation

Découvrez une création pâtissière hors du commun : le dessert Valentino.

Ce chef-d'œuvre met en scène une alliance audacieuse entre le chocolat noir intense du Venezuela (62%) et le praliné onctueux aux noisettes fumées du Piémont (IGP). La fine pâte sablée au cacao amer sert de base idéale pour laisser s'exprimer les textures contrastées de ce dessert, tandis que l'enrobage de chocolat au lait ivoirien (40%) et les noisettes salées apportent une touche gourmande inattendue.



### Composition

- Mousse chocolat 62%
- Enrobage chocolat lait 40%
- Insert praliné liquide fleur de sel fumée
- Fine pâte linzer chocolat amer



### Dégustation

Le dessert Valentino est un véritable plaisir pour les papilles gustatives. La combinaison du chocolat noir intense, du praliné onctueux et des noisettes fumées crée une expérience gustative unique et raffinée. La pâte sablée au cacao amer apporte une touche de gourmandise.

### 3. Citation sur réseaux sociaux





Si vous voulez atteindre l'excellence  
dans les grandes choses, vous  
développez l'habitude dans les petites  
choses.

l'excellence n'est pas une exception,  
c'est une attitude dominante.

COLIN POWELL