

# **Documentation de Stage en Entreprise**

**Marion TRINH**

## Sommaire

1. Introduction
2. Mise en Place d'un Système de Référencement Web
  - Meta Keywords
  - Meta Description
  - Meta Title
3. Construction des Éléments Front du Site E-commerce
  - Création de Pages
  - Personnalisation des Thèmes
  - Optimisation de l'UX/UI
4. Utilisation de l'Outil Google Tag Manager
  - Création de Balises
  - Déclencheurs et Variables
  - Modifications Front-End
5. Conclusion

# Introduction

Durant mon stage au sein de l'entreprise Orapi, j'ai participé activement à la mise en place et à l'amélioration du système de référencement web pour notre site e-commerce développé avec Adobe Commerce (Magento). Ce document vise à présenter les différentes missions réalisées, les méthodologies employées, ainsi que les compétences acquises au cours de cette expérience enrichissante.

## 1. Mise en Place d'un Système de Référencement Web

L'objectif principal de cette mission était d'optimiser notre site e-commerce pour les moteurs de recherche en mettant à jour les métadonnées de nos pages produits et catégories.

- **Meta Keywords** : J'ai procédé à une analyse des mots-clés pertinents pour chaque page en utilisant l'outil Google Keyword Planner, afin de compléter le champ "Meta Keywords" pour améliorer la visibilité de nos pages sur les moteurs de recherche.
- **Meta Description** : Pour chaque page, j'ai rédigé une description concise et attrayante, incorporant les principaux mots-clés, avec pour objectif d'augmenter le taux de clics depuis les pages de résultats de recherche.
- **Meta Title** : J'ai créé des titres uniques et descriptifs pour chaque page, en intégrant les mots-clés stratégiques pour améliorer notre classement sur les moteurs de recherche.

## 2. Construction des Éléments Front du Site E-commerce

En utilisant le système de gestion de contenu (CMS) de Magento, j'ai contribué à la construction et à l'amélioration de l'expérience utilisateur sur le site e-commerce.

- **Création de Pages** : Développement de nouvelles pages CMS pour présenter nos produits et services, en veillant à respecter les principes de design web responsive et d'accessibilité.
- **Personnalisation des Thèmes** : Adaptation du thème Magento par défaut pour refléter l'identité de la marque, en modifiant les couleurs, les polices et la mise en page.

•

## 3. Utilisation de l'Outil Google Tag Manager

Google Tag Manager (GTM) s'est avéré être un outil puissant pour la gestion et le déploiement de balises sur notre site, sans nécessiter d'interventions lourdes sur le code source.

- **Création de Balises** : Mise en place de balises pour suivre les conversions, les interactions des utilisateurs et les événements clés sur le site.
- **Déclencheurs et Variables** : Configuration de déclencheurs spécifiques pour activer les balises en fonction des actions des utilisateurs, et utilisation de variables pour récolter des informations dynamiques.

- **Modifications Front-End :** Utilisation de GTM pour effectuer de petites modifications sur le site, comme masquer des éléments non désirés ou remplacer du texte, ce qui a permis une flexibilité et une réactivité accrues dans l'optimisation du site.

## Conclusion

Ce stage a été une opportunité de mettre en pratique mes connaissances théoriques en développement web et SEO. L'expérience acquise dans l'utilisation des outils tels que Adobe Commerce, Google Tag Manager et divers outils d'analyse SEO sera utile pour ma future carrière dans le domaine du développement.