



DOSSIER

FINAL

Marius Bitard
Ludovic Carles
Clémence Caron
Théo Cataldo
Salma ElAdlani
Yasmine Jamali

Thibaut Lobleau
Lucas Molli
Fiona Pons
Tom Tardivon
Marie Valery
Joseph Vilcompte

SOMMAIRE

I. Présentation de l'équipe.....	4
Nos forces.....	5
Notre organisation.....	5
II. Présentation de l'existant et de la demande ...	7
Le contexte.....	8
Les attentes du commanditaire.....	13
III. Notre réponse.....	14
Scénario d'usage et persona.....	15
Identité visuelle.....	17
Le site internet.....	19
Les réseaux sociaux numériques.....	29
Momento.....	31
IV. Plan de lancement.....	37
V. Budget.....	39

I. PRÉSENTATION DE L'ÉQUIPE

Nous avons décidé de mettre en place la méthode "agile" dans ce projet, car elle s'avérerait être très pertinente dans notre cas au vu du nombre de membres dans l'équipe mais aussi pour permettre une meilleure diffusion des informations.

Notre équipe est composée de 12 membres complémentaires répartis dans 4 pôles différents qui permettent de mettre en valeur les compétences de chacun tout en gardant une efficacité dans la production des différentes tâches.

Les pôles de développement, marketing, rédaction et graphisme ont donc été mis en place. L'équipe étant plutôt bien répartie nous retrouvons des pôles équilibrés et opérationnels.

Chacun des pôles permet entre les membres une communication plus que technique et donc un meilleur passage de l'information entre les personnes qui se comprennent.

Nos forces

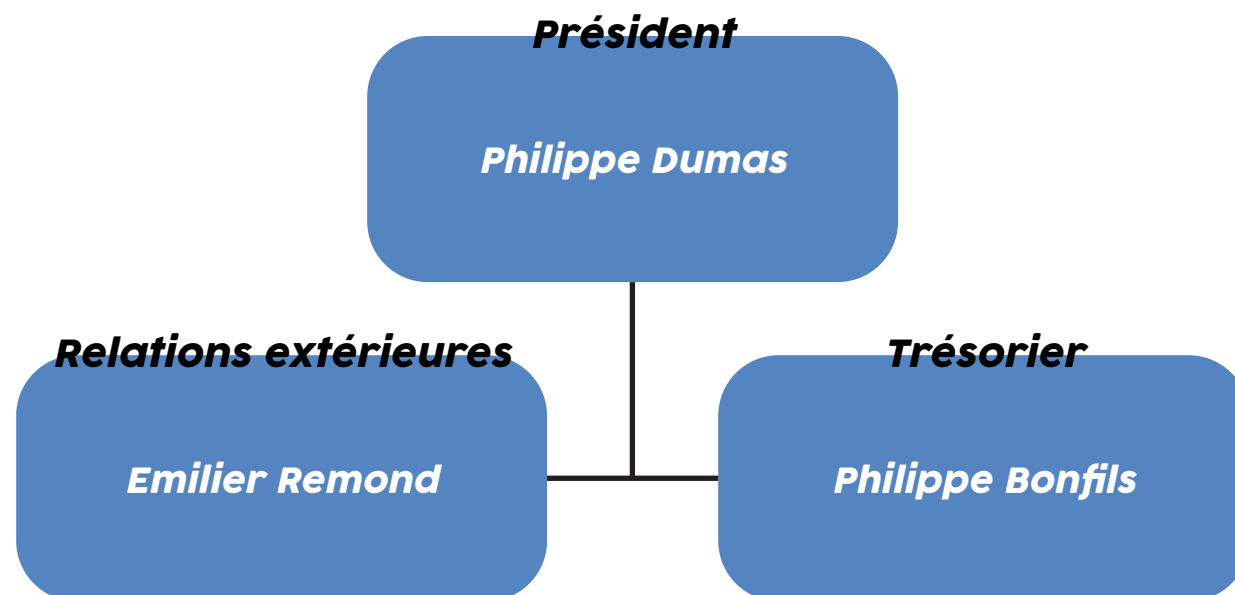
Une démarche rigoureuse, force de propositions et une forte cohésion d'équipe pourraient être des termes représentatifs de l'équipe car chacun n'hésite pas à aider l'autre en cas de défaillance ou de problème et c'est ce qui rend le travail plus qu'agréable.



Notre organisation



Pour gérer au mieux l'avancée des tâches, nous avons mis en place un planning Trello collaboratif pour que chacun puisse prendre connaissance de l'avancée et ainsi que le projet se déroule au mieux.



Product owner Thibaut Lobleau - Scrum master Marius Bittard

Pôle marketing

*Fiona Pons
Théo Cataldo
Lucas Molli*

Pôle développement

*Yasmine Jamali
Salma El Adlani
Joseph Mounier
Tom Tardivon*

Pôle rédaction

*Clémence Caron
Marie Valery
Thibaut Lobleau*

Pôle graphisme

*Ludovic Carles
Marius Bittard*

II. PRÉSENTATION DE L'EXISTANT ET DE LA DEMANDE

Le contexte

Un colloque scientifique est un congrès entre plusieurs chercheurs pour débattre ou apporter des éléments de réponse issus des différentes études qu'ils ont pu mener lors de l'année sur un sujet commun.



Conférence TiceMed 11

L'envergure de l'événement peut être plus ou moins grande selon l'objectif de l'organisateur mais aussi, on peut retrouver une volonté de réduire l'effectif pour avoir seulement les meilleurs intervenants. Cette dernière peut être mise en place le plus souvent par les colloques les plus connus et/ou qui ont beaucoup de participants et qui peuvent se permettre de faire une phase de tri. Cela augmente logiquement la qualité de l'événement. Il faut donc assez de participants pour assurer une crédibilité

mais le nombre doit rester modéré pour assurer aussi cette crédibilité. Les enjeux sont non seulement de partager du savoir, faire connaître et accroître la visibilité de ses recherches, créer ou consolider des liens de collaboration entre les participants mais aussi en tant que chercheur, l'opportunité de se faire publier dans des ouvrages. En effet, à la fin de chaque colloque, un ouvrage est constitué avec les recherches les plus pertinentes et celles qui ont le plus marqué les membres et un livre est publié regroupant les meilleurs d'entre eux.

L'association Ticemed

C'est association de scientifiques dirigée par Luc Massou, Brigitte Juanals, Philippe Bonfils et Philippe Dumas, ayant pour but de rassembler l'ensemble des acteurs traitant des problématiques liées aux **technologies de l'information et de la communication dans l'enseignement**. Cette notion est plus que jamais dans l'air du temps et les questions qui gravitent autour sont toujours plus nombreuses avec la situation sanitaire actuelle. L'association Ticemed est donc rattachée à 2 laboratoires : l'IMSIC (rattaché à l'Université de Toulon et celle d'Aix-Marseille) et le Crem (rattaché à l'Université de Lorraine). En effet, cette collaboration permet de mettre en relation la visibilité et la réputation des deux laboratoires très réputés dans le domaine en question.

Les différentes colloques

Depuis les années 2000, l'association ticemed a organisé 12 colloques un peu partout autour de la méditerranée (Marrakech, Barcelone, Beyrouth, Milano Bicocca...) puisque c'est sur ce créneau là qu'elle se positionne, la dernière en date où le colloque s'est déroulé est à Athènes en Grèce. Le but de se délocaliser dans tous ces pays est de permettre à des personnes de différents horizons et localisations d'avoir la possibilité de participer. Pour participer à ces congrès, il faut tout d'abord faire partie d'un laboratoire, et soumettre ses travaux afin de vérifier qu'ils soient pertinents et conformes au sujet. Lorsque tout est validé, en échange d'une participation financière, l'association s'occupe de tous les éléments logistiques (voyage, nuits sur place ...).





Les atouts

Ticemed a d'une part une certaine renommée dans la région due à son ancienneté (organise des colloques depuis 2003), d'autre part une grande communauté scientifique qui en découle avec les anciens participants aux colloques, membres des laboratoires... et pour finir cette identité forte de la méditerranée bien transcrite par son logo qui mérite d'être davantage mis en avant sur l'interface web. Les colloques organisés par l'association jouissent d'une bonne réputation et en engagent donc la qualité, mais l'association souhaite encore s'améliorer en augmentant sa notoriété en améliorant son image et sa visibilité c'est pourquoi ils ont fait appel à notre équipe.

La concurrence

En ce qui concerne la concurrence, celle-ci est croissante puisque de plus en plus de colloques concernent les TIC et l'éducation. Néanmoins, en France, Ticemed reste l'une des associations bénéficiant d'une grande notoriété. Afin de résumer la veille concurrentielle que nous avons faite, nous avons réalisé le tableau ci-dessous résumant les différents éléments que nous souhaitons analyser afin de construire notre réponse.

	Colloque LUDOVIA	Colloque AUPTIC	Colloque COSSI	Colloque CRIFPE
Description et domaine de recherche	Le Colloque Scientifique Ludovia est un rendez-vous professionnel qui s'intéresse à l'e-éducation et aux Applications Multimédia Ludiques & Pédagogiques.	AUPTIC (Association pour l'Utilisation Pédagogique des Technologies de l'Information et de la Communication) est une association organisant des colloques sur les thèmes de l'éducation et des TIC.	Les colloques COSSI (Communication, Organisation Société du Savoir et de l'Information) traitent des thématiques liées aux SIC et aux SHS.	Le CRIFPE (Centre de Recherche Interuniversitaire sur la Formation et la Profession Enseignante) organise des colloques sur le thème de l'éducation chaque année.
Remarques site web	<p>Site web du colloque de 2020 :</p> <ul style="list-style-type: none"> -moderne et ergonomique -design attractif -UX très agréable -site web mal référencé sur les termes "colloque technologie et éducation" ou "colloque e-education". -toutes les informations nécessaires à la participation au colloque sont présentes 	<p>Site web AUPTIC :</p> <ul style="list-style-type: none"> -design simple et institutionnel -plutôt moderne -site ergonomique et UX agréable -dans leur rubrique "Colloques", chaque lien renvoie vers un site dédié uniquement au colloque en question ce qui facilite la compréhension - site bien référencé(6ème position pour les expressions "colloque éducation et TIC" ou "colloque éducation et technologie") -stratégie de contenu : blog avec des articles en lien avec les domaines étudiés ou avec les événements organisés 	<p>Site web de la revue COSSI :</p> <ul style="list-style-type: none"> -pas très moderne -site institutionnel -site web bien référencé sur les termes "colloque information et communication" (2ème place) -De nombreux articles ainsi que les actes et la revue sont publiés et accessibles gratuitement <p>Site du colloque 2019 :</p> <ul style="list-style-type: none"> -moderne et ergonomique -bien référencé -design agréable 	<p>Site web du CRIFPE :</p> <ul style="list-style-type: none"> -Ancien -mal référencé -Chaque colloque possède un site propre accessible via le site du CRIFPE <p>En général :</p> <ul style="list-style-type: none"> -un bon référencement sur les termes "colloque éducation" (2ème et 3ème place pour les sites des colloques 2018 et 2019)

Réseaux sociaux numériques	<p>Facebook :</p> <ul style="list-style-type: none"> -2381 abonnés -activité très régulière également 	<p>Facebook :</p> <ul style="list-style-type: none"> -245 abonnés -Activité plutôt régulière : promotion des colloques, diffusion d'informations... 	<p>Aucune présence sur les réseaux sociaux numériques</p>	<p>Facebook :</p> <ul style="list-style-type: none"> -2444 abonnés -Activité régulière : promotion des colloques, organisation de webinaires, AAC...
	<p>Twitter :</p> <ul style="list-style-type: none"> -5656 abonnés -des publications très régulières pour promouvoir les colloques ou pour échanger avec la communauté 	<p>Twitter :</p> <ul style="list-style-type: none"> -248 abonnés -Activité peu régulière, uniquement pour la promotion des colloques 		<p>Twitter :</p> <ul style="list-style-type: none"> -2163 abonnés -Activité plutôt régulière mais moins de publications que sur Facebook
	<p>Youtube :</p> <ul style="list-style-type: none"> -plus de 2000 abonnés sur LudoviaMagazine -de nombreuses vidéos traitant les sujets de l'éducation et du numérique 	<p>Youtube :</p> <ul style="list-style-type: none"> -26 abonnés -activité faible: uniquement quatre vidéos de conférences ayant eu lieu lors des précédents colloques. 		
Autres supports de communication		<p>LinkedIn :</p> <ul style="list-style-type: none"> -groupe dédié aux différents acteurs des colloques Auptic 		
	<p>-Affiches et flyers</p> <p>-Style graphique moderne et attractif</p> 	<p>-Revue AUPTIC</p> <p>-Flyers et affiches : graphisme peu travaillé et institutionnel.</p> 	<p>-Revue COSSI</p> <p>-Affiches peu travaillées au niveau du design</p> 	<p>Sur Facebook : infographies pour promouvoir les événements (symposiums, colloques..), les AAC...</p> 

Egalement, nous avons réalisé un SWOT de l'association Ticemed afin de résumer tous les éléments vus dans la partie ci-dessus et de proposer des solutions adaptées :

FORCES	FAIBLESSES
<p>Notoriété :</p> <p>Une association avec une certaine renommée dans la région</p> <p>Ancienneté : Une association qui rassemble les laboratoires de Toulon et d'Aix-Marseille (IMSIC) et de Lorraine (CREM) et organise des colloques depuis 2003.</p> <p>Communauté :</p> <p>Une communauté de scientifiques développée (anciens participants aux colloques, membres des laboratoires...)</p> <p>Identité visuelle :</p> <p>Une identité visuelle plutôt moderne et adaptée à Ticemed</p>	<p>Référencement :</p> <p>Le site web n'est pas très bien référencé il apparaît seulement à la 2ème page des résultats sur les moteurs de recherche sur les mots clés « colloque éducation et technologie » ou « colloque éducation et TIC »</p> <p>Design du site web :</p> <p>Peu d'effort graphique, but purement informationnel</p> <p>Main d'œuvre : difficulté à trouver du temps et des moyens pour administrer le site web, les RSN</p> <p>Compréhension des cibles :</p> <p>Difficultés pour les chercheurs à s'y retrouver parmi le site web et les plateformes de dépôt de textes scientifiques</p> <p>Parcours utilisateur : navigation sur 3 sites différents pour arriver au bout des démarches</p> <p>Périodicité du colloque :</p> <p>Se déroulant tous les 2 ans, peu de contenus à publier en attendant l'approche du colloque et difficulté à maintenir le lien avec la communauté</p>
OPPORTUNITÉS	MENACES
<p>Colloque en rapport avec les technologie et l'éducation :</p> <p>Sujet d'actualité pour de nombreux participants qui sont professeurs et vivent les cours à distance quotidiennement (crise sanitaire)</p>	<p>Concurrence :</p> <p>De plus en plus de colloques traitent les sujets de l'éducation et des TIC.</p> <p>Contexte :</p> <p>La crise sanitaire actuelle impose de nouvelles adaptations.</p>

Les attentes du commanditaire

Face aux difficultés des différents utilisateurs concernant l'inscription sur la plateforme ainsi que l'interface web quelque peu désuète, l'association Ticemed se devait d'optimiser ces aspects pour rester attractive et montrer l'investissement mis en œuvre pour chaque colloque. Le besoin exprimé a été de moderniser sa stratégie de communication digitale, pour cela dans un premier temps il nous a été demandé de se concentrer sur l'harmonisation et l'habillage du site TICEMED, et de globalement dynamiser le site pour lui mettre un coup de neuf. Dans un second temps, nous devons axer le développement du référencement naturel du site et en parallèle, le développement sur les différents réseaux sociaux numériques approprié pour une meilleure visibilité et des liens dirigeant vers le site. Et dans un dernier temps, nous avons pour mission d'essayer de trouver, proposer, créer des partenariats avec des "sponsors".

Pour répondre à ces attentes, l'association a déjà reçu une aide dans la communication de ses événements avec l'intervention de l'université d'Angoulême qui a pensé la stratégie de communication ainsi que l'identité graphique de l'association. Ne pouvant pas gérer la partie site internet, c'est notre équipe qui est chargée de procéder à cette tâche et d'harmoniser le projet.



C'est avec toutes ces informations que des idées ont germé pour répondre au mieux à la demande et à l'ensemble des objectifs.

III. NOTRE RÉPONSE

Persona et scénario d'usage

L'association Ticemed cible plusieurs individus pour ses colloques : Ticemed all (anciens participants aux colloques Ticemed), partenaires (universités d'accueil)... Cependant, le cœur de cible du projet Ticemed13 est représenté par les chercheurs souhaitant participer au colloque en tant que conférencier. Afin de les représenter, nous avons défini un persona qui nous permettra de mieux cerner les motivations, les comportements et les besoins du public ciblé.

GILLES



Age : 55 ans

Métier : Enseignant chercheur

Ville : Paris

Gilles est un enseignant chercheur en sciences de l'information et de la communication âgé de 55 ans. Il a pour objectifs principaux de développer son réseau et d'augmenter sa notoriété. Certains de ses travaux de recherche sont liés aux nouveaux modes d'apprentissages possibles via le numérique et il aimerait les présenter lors d'un colloque pour valoriser son travail et échanger à ce sujet avec une communauté de chercheurs.

Ses attentes :

- Pouvoir déposer facilement et intuitivement en ligne les textes nécessaires à sa participation au colloque
- Obtenir toutes les informations pratiques nécessaires pour participer au colloque facilement

Ses objectifs et motivations :

- Valoriser son travail de recherche
- Augmenter sa notoriété dans le milieu universitaire
- Avoir son texte publié dans les actes
- Se créer un réseau de recherche ou le développer
- Échanger sur différents travaux de recherche avec une communauté de scientifiques

Ses sources d'information

- Bouche à oreille
- Plateforme www.calenda.org
- Plateforme www.sciencesconf.org
- Réseaux sociaux numériques (Facebook, LinkedIn)

Ses frustrations et problématiques :

- Difficultés de compréhension : dépôt des textes, existence de plusieurs plateformes présentant l'évènement nécessaires pour son organisation

Comment l'aider ?

- Regrouper toutes les étapes de son parcours sur un nombre de plateformes moins important (2 au maximum)
- Proposer un tutoriel qui explique clairement les étapes de dépôt des textes et d'inscription au colloque
- Leur offrir des informations claires et précises dans les différents supports de communication (mails, site internet, plateformes de dépôt des textes...)

Scénario d'usage

- 1 Un scientifique apprend l'organisation du colloque Ticemed 13 :
 - en recevant un e-mail de la part des organisateurs du colloque (liste ticemed-all@univ-tln.fr, liste "culture numérique", etc.)
 - en regardant les réseaux sociaux en allant sur un site d'informations scientifiques (www.sfsic.org, www.calenda.org, www.education.hypotheses.org, etc.)
 - en allant sur le site web de Ticemed 13 par du bouche à oreille.
- 2 Ensuite, il récupère l'AAC soit dans la publication rencontrée, soit en allant sur le site web de l'association www.ticemed.eu, soit sur la plateforme www.sciencesconf.org en tapant "Ticemed13" dans la barre de recherche.
- 3 Quand le scientifique a pris connaissance de l'AAC, il doit s'inscrire sur la plateforme www.ticemed#.scienceconf.org
- 4 Il doit ensuite déposer une proposition de communication sur la plateforme www.ticemed#.scienceconf.org avant la date limite.
- 5 Deux mois plus tard environ, il obtient la réponse du comité de lecture.
- 6 Il doit ensuite déposer son texte complet de communication sur la plateforme www.ticemed#.scienceconf.org avant la date limite.
- 7 Suite à cela, il obtient la notification d'acceptation du texte par le comité scientifique de Ticemed avec les corrections éventuelles.
- 8 Plus tard, il dépose le texte définitif de la communication pour les pré-actes en ligne sur la plateforme www.ticemed#.scienceconf.org
- 9 Il se renseigne sur le déroulé du colloque et sur les différentes informations pratiques dont ils a besoin grâce à des supports de communication Ticemed (site web, mails, flyers...) ou sur la plateforme www.ticemed#.scienceconf.org
- 10 Il participe à l'évènement Ticemed 13 (N+9)
- 11 Une fois le colloque terminé, il dispose de 2 mois pour finaliser son texte et l'envoyer au comité éditorial pour la préparation de l'ouvrage. Vient ensuite une nouvelle procédure reprenant les étapes 6, 7, 8.

Identité visuelle

Pour l'identité visuelle du colloque nous avons dû retravailler la charte graphique dans sa globalité du logo aux couleurs en passant par la typographie. Dans un premier temps nous sommes penchés sur le logo car c'est celui qui posait le plus de problème notamment vis à vis de la lisibilité de ce dernier. En effet, le logo d'origine mettait bien en avant cet aspect caractéristique du colloque : la méditerranée. Représenté dans sa globalité, la mer n'était pas franchement reconnaissable au premier coup d'œil, et le dégradé de couleurs dans son ensemble n'était pas très approprié en l'état pour ce type de projet. Par ailleurs, la charte graphique qui avait été mise en place était très sommaire et ne permettait pas une bonne utilisation par d'autres équipes pour qu'elles prennent le relais. Pour remédier à ces problèmes nous avons proposé plusieurs types de visuels pour le colloque.

Dans un premier jet, nous avons proposé deux axes différents mis en exergues qui sont d'un côté un logo est en forme de demi-cercle pour représenter le soleil méditerranéen et, inscrit à l'intérieur : plusieurs nuances avec des mouvements pour représenter des vagues de la mer. Ces différentes nuances pourraient rappeler les différents points de vue et les différents avis des participants sur les notions évoquées lors des colloques. D'un autre côté le second logo met cette fois ci dans la dimension plus humaine (en référence au sujet des colloques) en incluant l'homme au centre avec une représentation d'une empreinte digitale. On pourrait faire le parallèle avec le fait que chacun a son avis et que tout le monde peut venir l'exposer. On retrouve le système de mouvement et le bout des lignes sont arrondis pour montrer que les avancées sont continues et pas forcément figées.

Après avoir validé le visuel par les commanditaires, le choix a plutôt été porté sur le second représentant l'empreinte digitale avec toutefois quelques modifications. Par la suite, en partant de cette base, nous avons décidé de donner 5 autres propositions pour répondre au mieux à la demande. La requête par rapport au précédent était de fermer complètement les lignes pour affirmer l'idée de la vague, c'est donc ce que nous avons fait. Globalement on retrouve l'idée principale, mais déclinée sous différentes formes. C'est le second qui a été sélectionné avec des traits un peu moins marqués.



Nous avons ensuite créé une version noir et blanc pour les supports qui ne prennent pas en charge la couleur, puis des versions dans différents formats, .png .svg .ico pour les différentes utilisations (print, site web, réseaux sociaux...). D'autres versions sont créées, par exemple tout en blanc, utilisable selon la couleur de fond que nous choisissons.



Pour les couleurs nous avons décidé de partir sur des tons méditerranéens avec des nuances de bleu et orange, faisant référence à la couleur de la mer, du sable et du soleil. C'est en suivant ces variations que nous avons choisi de prendre une couleur de chaque dans la palette.

Par la suite nous avons donc réuni toutes ces informations dans un document appelé charte graphique afin de pouvoir conserver une cohérence graphique sur l'ensemble des supports de communication Ticemed.

Nous avons un exemple d'une création d'une bannière de réseaux sociaux tout en suivant la charte graphique. En effet, nous avons utilisé trois couleurs de la palette. De plus, le logo est en blanc car il ne serait pas visible sur un fond bleu si nous avions pris le logo de base. Les deux bannières sont dans un format différent pour qu'il corresponde à chacun des réseaux sociaux choisis



Le site internet

Concernant le site web de TICEMED, les solutions qui nous paraissaient les plus optimisées compte tenu des moyens et du temps alloué pour la gestion du site, étaient de repenser le parcours utilisateur pour le simplifier au maximum et ainsi faciliter les démarches à entreprendre. Aussi, nous avons souhaité le rendre un peu plus actuel dans le design et plus facile à manager. Néanmoins, après diverses difficultés techniques liées au CMS 1&1 où le site a été créé pour la première fois, nous avons été contraints de changer ce dernier pour plusieurs raisons dont le prix élevé de l'abonnement, la limite des fonctionnalités proposées et la non mise à jour du CMS. Nous sommes donc passés au système de management de contenu Wordpress qui a une très grande réputation dans le domaine de création des sites web.

Ce changement nous permet une plus grande liberté au niveau du design du site et nous permet de proposer un site web ergonomique et optimisé qui contient plus d'images et de publication ainsi que des mots clés. Également, la prise en main du CMS est simple et plutôt intuitive ce qui permet de pouvoir réaliser des modifications rapidement pour augmenter la notoriété et la visibilité du site sur le web. Effectivement, après la réalisation d'un audit du site pour évaluer son référencement, nous avons pu avoir un score satisfaisant de 89/100 niveau performance.

Pour ce qui est du parcours que fait l'internaute pour s'inscrire au colloque, plusieurs solutions ont été envisagées. Nous avons eu plusieurs idées comme la réunion des 3 sites pour n'en créer qu'un seul mais cela est impossible à cause des spécifications de chacun d'entre eux. Nous avons donc finalement choisi de se concentrer sur le site de TICEMED car indépendant et donc plus libre sur les modifications. Ce site permettra d'orienter les potentiels chercheurs/participants le plus intuitivement possible avec des explications claires et des liens directs. Le parcours sera étudié de façon à simplifier au maximum et minimiser le taux de rebond des utilisateurs à cause de la complexité du dispositif.



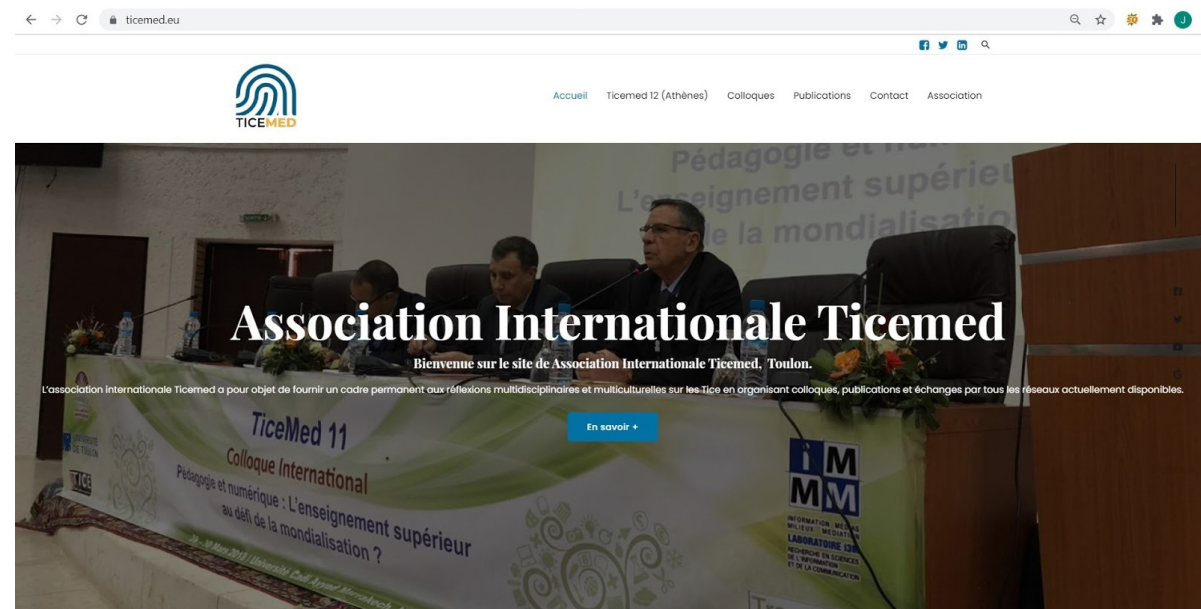
Ce site est la porte d'entrée au colloque, le design du site doit être travaillé pour construire une certaine légitimité et une confiance auprès des internautes face à l'envergure du projet. L'application des couleurs et plus généralement de la charte graphique sur le site nous paraît comme étant une bonne solution et un bon moyen de mettre en avant la particularité du colloque sur son travail autour de la méditerranée. Les tons bleutés et le logo permettent de rappeler cet aspect. Au niveau du contenu, nous souhaitons mettre en place un travail d'uniformisation des textes et ajouter des pictogrammes pour faciliter la prise en main.

Pour limiter au maximum l'administration, nous pensons que ce qui convient le mieux est de proposer un site opérationnel, rafraîchi et optimisé (fonctionnel et référencé) pour durer dans le temps le plus possible. La création d'articles pour parler de l'actualité est selon nous la seule interaction nécessaire pour tenir en haleine les utilisateurs, pour cela il faudra seulement les créer et apparaîtront automatiquement en tête de site aucun travail de mise en page ne sera donc nécessaire à la publication de chacun d'entre eux.

Restructuration des pages du site

Nous proposons un changement au niveau de la mise en forme de ces pages , afin de fournir à l'utilisateur un accès facile et une bonne visibilité des catégories et des onglets proposés. Dans le menu il y aura les rubriques : "Accueil", "Ticemed#num", "Colloques", "Publications", "Contact" et "Association"

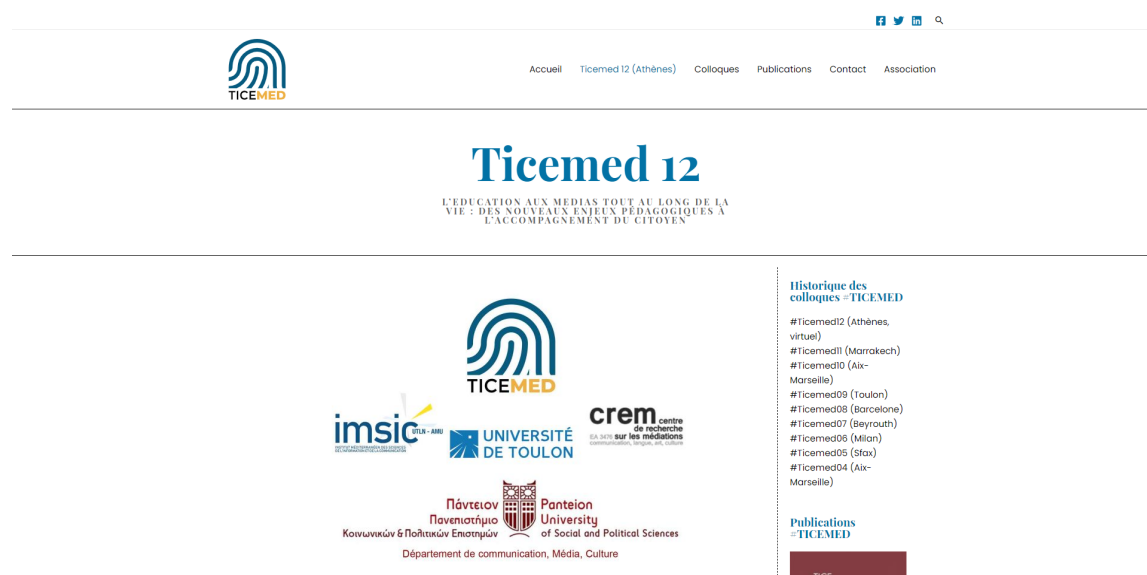
Accueil : au niveau de la page d'accueil nous avons inséré une courte présentation de Ticemed ainsi qu'une partie permettant de présenter le colloque à venir. Une autre section contient les derniers colloques organisés par Ticemed puis une autre présente la dernière actualité publiée. Enfin, nous avons ajouté les tarifs d'adhésion à l'association au bas de la page



Ticemed #num:

Cette page permettra d'accéder aux informations du prochain colloque prévu par Ticemed. Elle contiendra à chaque nouvelle édition les éléments suivants :

- Présentation du colloque.
- Colloque à venir date, lieu (localisation),
- Partie inscription pour les conférenciers.
- Programme et modalités.
- Appel à communication



Colloques:

Cette page contient un résumé des colloques précédents avec des images et une possibilité d'accéder au détail des informations.

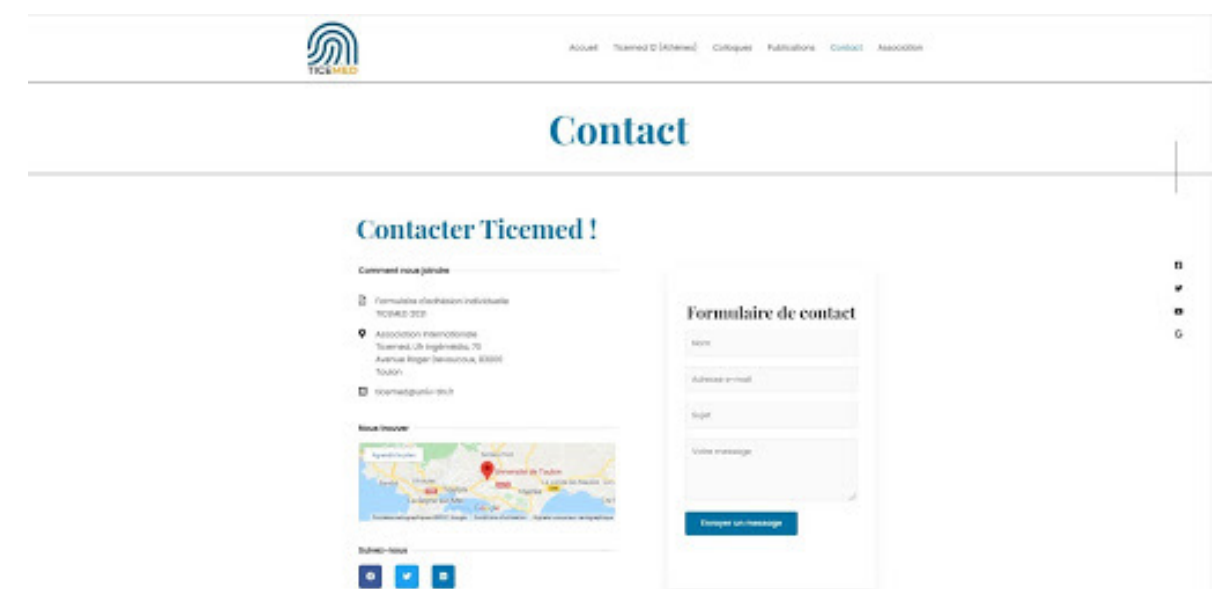
Publications:

La page "publications" permet de présenter les ouvrages publiés après la réalisation des colloques.



Contact:

Sur la page contact, nous avons ajouté un formulaire de contact ainsi que diverses informations pratiques.



Association :

Cette page a été créée afin d’optimiser le référencement naturel du site par l’utilisation de mots clés pertinents. Nous présentons l’association Ticemed, les objectifs des colloques ainsi que les membres de l’association. Cette page permet aussi aux utilisateurs d’obtenir le formulaire d’adhésion pour devenir membre de l’association et les tarifs d’adhésion.



Le zoning/Wireframe



Le design du site

Ce site est la porte d’entrée au colloque, le design du site a été retravaillé pour construire une certaine légitimité et une confiance auprès des internautes face à l’envergure du projet. L’application des couleurs et plus généralement de la nouvelle charte graphique sur le site nous paraît être une bonne solution afin de mettre en avant la particularité du colloque sur son travail autour de la méditerranée. Les tons bleutés et la nouvelle identité visuelle permettent de rappeler cet aspect. Au niveau du contenu, nous souhaitons mettre en place un travail d’uniformisation des textes et ajouter des pictogrammes pour faciliter la prise en main.

Les fonctionnalités

Pour limiter au maximum l’administration, nous pensons que ce qui convient le mieux est de proposer un site opérationnel, rafraîchi et optimisé (fonctionnel et référencé) pour durer dans le temps le plus possible. La création d’articles pour parler de l’actualité est selon nous la seule interaction nécessaire pour tenir en haleine les utilisateurs, pour cela il faudra seulement les créer et ceux-ci apparaîtront automatiquement en tête de site. Aucun travail de mise en page ne sera donc nécessaire à la publication de chacun d’entre eux.

Nous avons également ajouté un formulaire de contact afin de permettre aux utilisateurs un échange plus simple avec les membres de l’association.

Optimisation du référencement SEO et conception des contenus

Afin de proposer un site web visible sur les moteurs de recherche, nous avons amélioré la stratégie SEO d’un point de vue technique en améliorant le linking, les balises méta ou encore en optimisant les images mais aussi, d’un point de vue rédactionnel en ajoutant davantage de mots clés pertinents dans les contenus du site. Dans un premier temps, nous avons réalisé l’audit de l’ancien site ticemed.eu afin de savoir quels éléments nous devons améliorer.

L’audit a été réalisé avec l’aide de plusieurs outils de référence en termes d’analyse du référencement comme SEO Quake, Alyze, ou bien l’extension Moz.

Pour être bien référencé, il faut tout d’abord avoir des tailles de titre adaptées. Sur le site ticemed.eu, ceux-ci sont de tailles correctes.

Titre	✓	34 caractères – optimal. Association Internationale Ticemed	Astuces
Description Méta	🔊	69 caractères – moyen. Solution optimale entre 160 et 300 caractères. Bienvenue sur le site de Association Internationale Ticemed, La Garde	Astuces

Mais en revanche, ces derniers manquent un peu de structuration et ils sont trop peu nombreux.

En-têtes

Nous vous suggérons d'implémenter des en-têtes HTML.
H1 (3), H2 (2), H3 (0), H4 (0), H5 (0), H6 (0)

<H1> Colloques - Association Internationale Ticemed

Voir les autres

Astuces

Il est également important de renseigner l'attribut "alt=" des balises des images, afin de donner davantage de visibilité à celle-ci. Ce n'est malheureusement pas le cas de toutes les images du site.

Images

5 images sans attribut ALT.

Astuces

Domain Authority

25

De ces différents points à améliorer et de la faible quantité de contenu écrit en résulte un faible DA.

Analyse lexicale

Cette analyse a pour but de déterminer le nombre et la qualité des mots-clés utilisés sur le site ticemed.eu. Comme le montre Seoquake, les mots-clés sont trop peu présents et pas assez pertinents.

Mots clés Méta

26 caractères, 3 mots.
Offre, Compétence, Conseil

Astuces

En effet, comme le montre un autre outil, trop peu d'expressions sont bien représentées, et en plus, celles-ci ne sont pas des plus pertinentes (peu de lien avec le monde scientifique et les thématiques spécifiques à ticemed)

N.	Expressions	Densité pondérée (%)	Densité brute (%)	Occ.	Filtres	Trouvée dans les balises suivantes
1	internationale ticemed	18.03	3.21	10	DE + TDS	title + meta.description + h1 + default + h1/strong/em + strong + em/strong
2	association internationale ticemed	16.67	3.85	8	DE + TDS	title + meta.description + h1 + default + h1/strong/em
3	association internationale	14.19	2.89	9	DE + TDS	title + meta.description + h1 + default + h1/strong/em
4	ticemed	14.14	2.41	15	DE + TDS	url.host + title + meta.description + h1 + default + h1/strong/em + strong + em/strong
5	internationale	12.17	1.77	13	DE + TDS	title + meta.description + h1 + default + h1/strong/em + strong + em/strong
6	association	9.71	1.77	11	DE + TDS	title + meta.description + h1 + default + h1/strong/em
7	formulaire	0.97	0.96	6	DP	default + strong + h1
8	colloques	0.8	0.64	4	DM	nav/a + a + h1 + default
9	devenant	0.64	0.16	1	DTF	h1/strong/em
10	membre	0.64	0.16	1	DTF	h1/strong/em
11	adhésion	0.47	0.96	6	DP	default + strong + a
12	message	0.34	0.32	2	DF	h1 + default
13	site	0.31	0.64	4	DP	meta.description + default + a
14	publications	0.28	0.8	5	DP	nav/a + a + default +
15	philippe	0.27	0.48	3	DF	em + strong +
16	philippe dumas	0.25	0.64	2	DF	em + strong
17	garde	0.2	0.64	4	DP	meta.description + default +
18	formulaire d'adhésion	0.18	0.96	2	DF	default + strong

Il faudrait rajouter davantage de mot-clés en rapport avec le champ lexical de la recherche, de l'enseignement et des thématiques abordées par les colloques scientifiques organisés par TICEMED.

Conclusion qui amène à nos préconisations : C'est à partir de cette analyse du site ticemed.eu et des différents points à améliorer que nous avons lancé la restructuration du site.

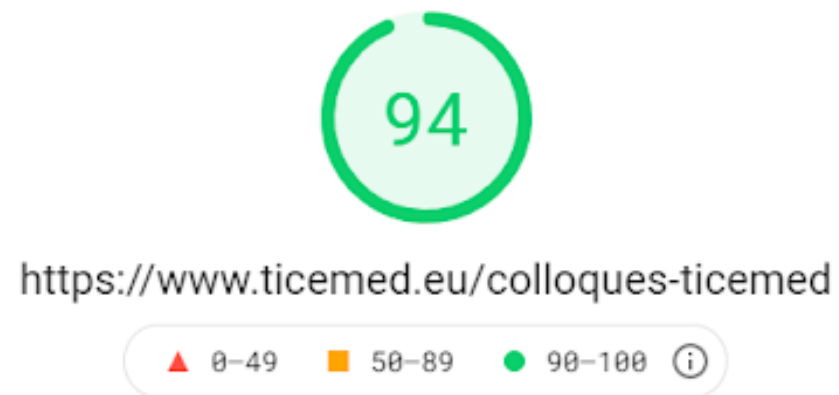
Nous avons donc décidé de cibler certains mot-clés à intégrer tels que (liste non-exhaustive) qui seront à mettre en avant afin de donner la meilleure visibilité possible au site web :

- acteurs scientifiques
- technologie
- information
- communication
- enseignement

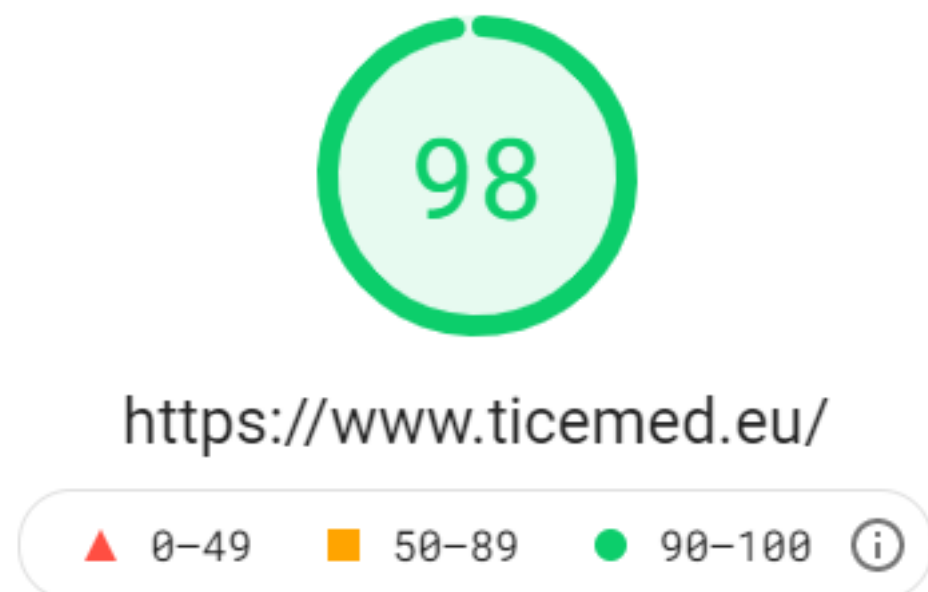
Comme exprimé ci-dessus ; afin d'apporter davantage de contenu et d'augmenter la densité de ces mots-clés au sein du site, nous avons également créé une rubrique "à propos" reprenant de nombreux mot-clés en lien avec l'association Ticemed et son "univers".

Audit sur l'optimisation du nouveau site

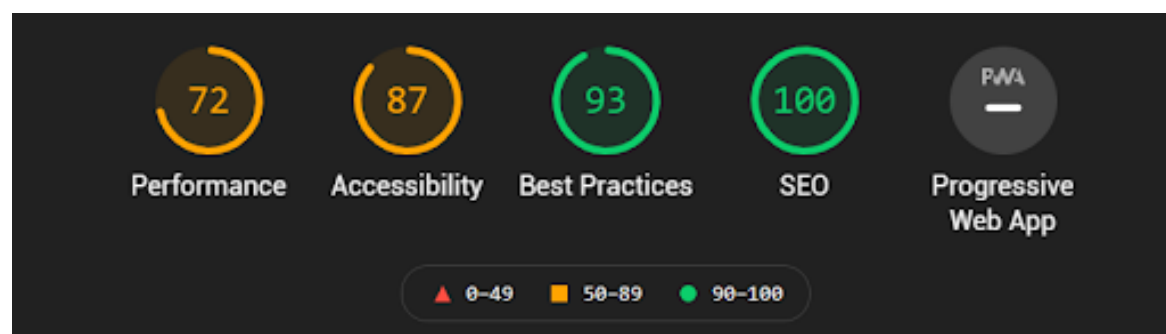
Audit : Google PageSpeed Insights Page colloques-ticemed



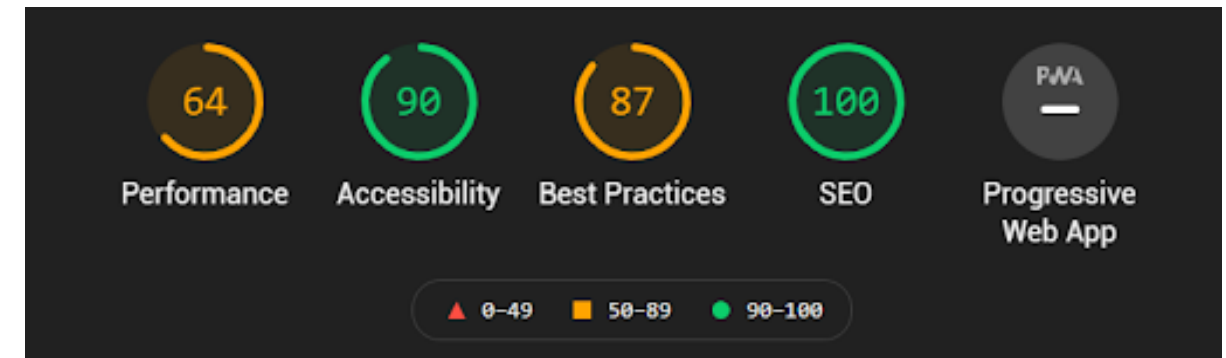
Audit : Google PageSpeed Insights Page d'Accueil



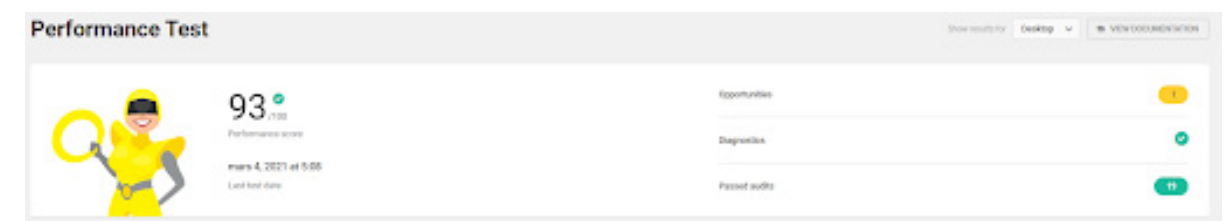
Audit : Google lighthouse Page colloques-ticemed



Audit : Google lighthouse Page d'Accueil



Performance du site selon Hummingbird



Activation du certificat SSL

Nous avons activé le certificat Secure Sockets Layer (SSL), appelé parfois certificat numérique. Ils sont utilisés pour établir une connexion cryptée entre le navigateur ou l'ordinateur d'un utilisateur et un serveur ou un site Internet. La connexion SSL empêche les données sensibles échangées lors de chaque visite d'être récupérées par des personnes malveillantes. En effet l'ancien site utilisait le protocole HTTP qui n'est pas sécurisé. De plus, c'est un facteur déterminant pour le référencement SEO car Google poursuit sa politique visant à inciter les acteurs du web à sécuriser les connexions à leurs sites web. Le site est donc passé en HTTPS, ce qui est nécessaire pour avoir un bon référencement SEO et pour rassurer l'utilisateur.

L'utilisation de l'extension Elementor

Nous avons décidé d'utiliser l'extension Elementor qui nous permet de construire facilement des pages ergonomiques et agréables visuellement. Ce constructeur de pages nous permet de proposer des expériences optimales aux visiteurs sur tous les supports, avec des sites web responsive. De plus, avec de nombreux utilisateurs, cette extension est régulièrement mise à jour ce qui permet d'éviter certains problèmes techniques ou de sécurité.

Les réseaux sociaux numériques

Les réseaux sociaux

Pour la stratégie de communication sur les réseaux sociaux numériques, nous avons d'abord étudié la concurrence à l'échelle nationale. Nous avons alors découvert que très peu de groupes ou pages de colloques étaient trouvables sur ce genre de réseaux. On y retrouve quelques pages facebook de centres de recherche mais les pages de colloques sont très rares.

Bien que les réseaux sociaux ne soient pas le lieu privilégié des chercheurs, nous pensons que créer des pages sur Facebook, Twitter et LinkedIn, dont les moyennes d'âge des utilisateurs se prêtent à notre cible, est intéressant. En effet, si elles ne demandent pas beaucoup d'administration (un post identique sur chaque réseau chaque mois), elles ne peuvent avoir que du positif sur la visibilité de Ticemed et le référencement de son site.

Se différencier et attirer des scientifiques via Facebook



Créer une page Facebook dédiée à Ticemed peut être un moyen d'attirer davantage de scientifiques vers notre site internet Ticemed. En effet, la moyenne d'âge de Facebook étant de 25-34 ans, nous pourrions attirer les jeunes chercheurs. Néanmoins, nous devons tenir compte de la périodicité du colloque. En effet, celui-ci se tient tous les deux ans. Il est donc important de mettre en place une stratégie de communication qui puisse s'étaler sur ces deux ans, d'un colloque à l'autre, sans demander trop de travail d'administration ou de rédaction de contenu puisque très peu de main d'œuvre est disponible.

Nous avons d'abord pensé à créer une nouvelle page Facebook à chaque nouvelle édition de Ticemed mais le problème est que nous ne conservons pas nos abonnés, or ce qui est le plus difficile sur Facebook est de se construire une communauté et d'avoir une bonne visibilité.

Autres extensions/plugins utilisées

- Addons essentiels pour Elementor : plus de 40 éléments gratuits époustouflants, y compris la table de données avancées, le calendrier des événements, la galerie filtrable, WooCommerce et bien d'autres.
- WPForms Lite : Extension de formulaire de contact
- Smush : Optimise les images, active le chargement paresseux, redimensionne, compresse et améliore la vitesse de notre page Google.
- Yoast SEO : ajoute des fonctionnalités pour le référencement naturel
- Yoast Duplicate Post : permet de faire une copie d'un article ou d'une page.
- Hummingbird : optimise les performances du site en ajoutant de nouvelles façons d'améliorer Google PageSpeed Insights avec des contrôles affinés sur la compression de fichiers, le report des styles et scripts CSS et JavaScript, la réduction pour CSS et JS, l'intégration Lazy Load et la mise en cache de classe mondiale.
- All-in-One WP Migration : Outil de migration pour votre site WordPress. Importez ou exportez toutes nos données et contenus en un seul clic.

Toucher les scientifiques plus expérimentés sur Twitter et LinkedIn



Pour les autres réseaux sociaux, une page Twitter est aussi envisageable puisque la plateforme est en moyenne composée de membres entre 35 et 49 ans. Il est donc pertinent d'utiliser cette plateforme pour essayer d'atteindre des chercheurs confirmés et qui possèdent peut-être déjà plusieurs travaux publiés et donc qui pourraient rajouter une belle plus value aux prochains colloques Ticemed.



Une plateforme à ne pas sous-estimer est sans aucun doute LinkedIn, réseau professionnel par excellence, tous les professionnels ont un compte sur LinkedIn et peu de colloques communiquent par ce biais malgré le fait que beaucoup d'articles sont partagés sur la plateforme sur n'importe quel sujet. Il serait donc peut-être malin de se faire une place sur cette plateforme qui ne cesse d'augmenter en popularité depuis ces dernières années.

Le calendrier éditorial

Nous avons élaboré un calendrier éditorial pour la planification et l'écriture des publications qui seront postées sur les réseaux sociaux numériques. L'objectif est de donner une ligne de conduite à la personne qui s'occupera de la gestion de la page Facebook, de la page Twitter et du groupe LinkedIn. Lors de nos dernières réunions, il a été décidé que M. Dumas se chargerait des publications sur les réseaux sociaux numériques. Pour ce faire, nous avons repris chacune des étapes du scénario d'usage et y avons dédié un ou plusieurs posts.

Nous avons souhaité réduire le calendrier éditorial au minimum de colonnes pour qu'il soit très simple à lire et à manipuler. Il y a donc 4 colonnes : date de publication, catégorie, contenu Facebook/LinkedIn, contenu Twitter.

- "Date de publication" correspond au jour où M. Dumas devra copier et coller le contenu sur les réseaux sociaux numériques.

- "Catégorie" correspond à l'étape du scénario d'usage concernée.

- "Contenu Facebook/LinkedIn" correspond au texte qui devra être posté sur Facebook et LinkedIn. Il faudra faire attention aux mots écrits en orange, ce sont ceux qui devront être modifiés au moment du post : il peut s'agir d'une date, d'une adresse mail ou d'un lien vers le site Ticemed ou sciencesconf.

- "Contenu Twitter" diffère du contenu Facebook/LinkedIn car les publications sont limitées à 280 caractères. Nous avons donc dû réduire au maximum les posts. Ceux-ci sont basés sur les contenus Facebook/LinkedIn mais contiennent l'essentiel de l'information avec un lien vers le site pour un complément d'informations.

La rédaction de chaque publication est établie selon le même modèle :

[NOM DE LA CATÉGORIE]

Rédaction du post

Le calendrier éditorial comporte 14 publications entièrement rédigées allant de N-12, c'est-à-dire un an avant le colloque Ticemed13, jusqu'à N+0, c'est-à-dire pendant et juste après le colloque. Il est possible d'y accéder via le QRCode ci-dessous.

SCAN ME



E. Mémento : récapituler comment on accède ..

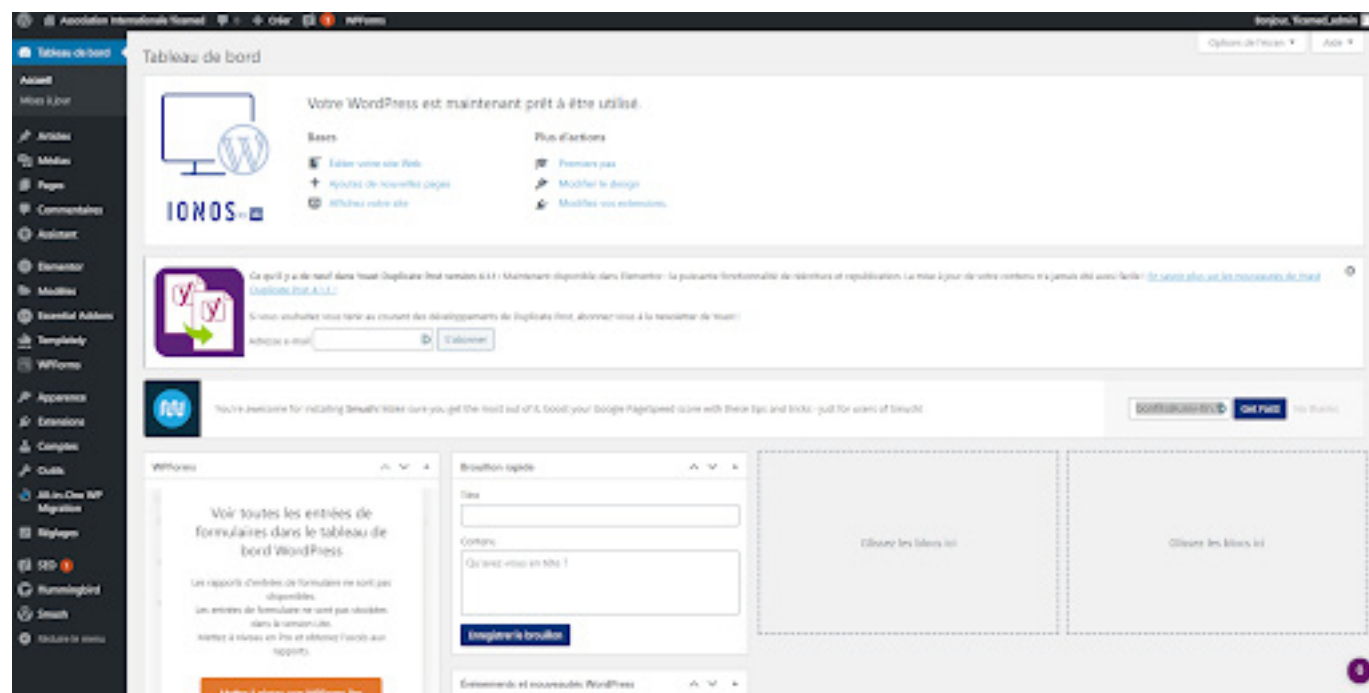
Le site Internet

Pour se connecter à la partie administratrice du site : <https://www.ticemed.eu/wp-login.php>

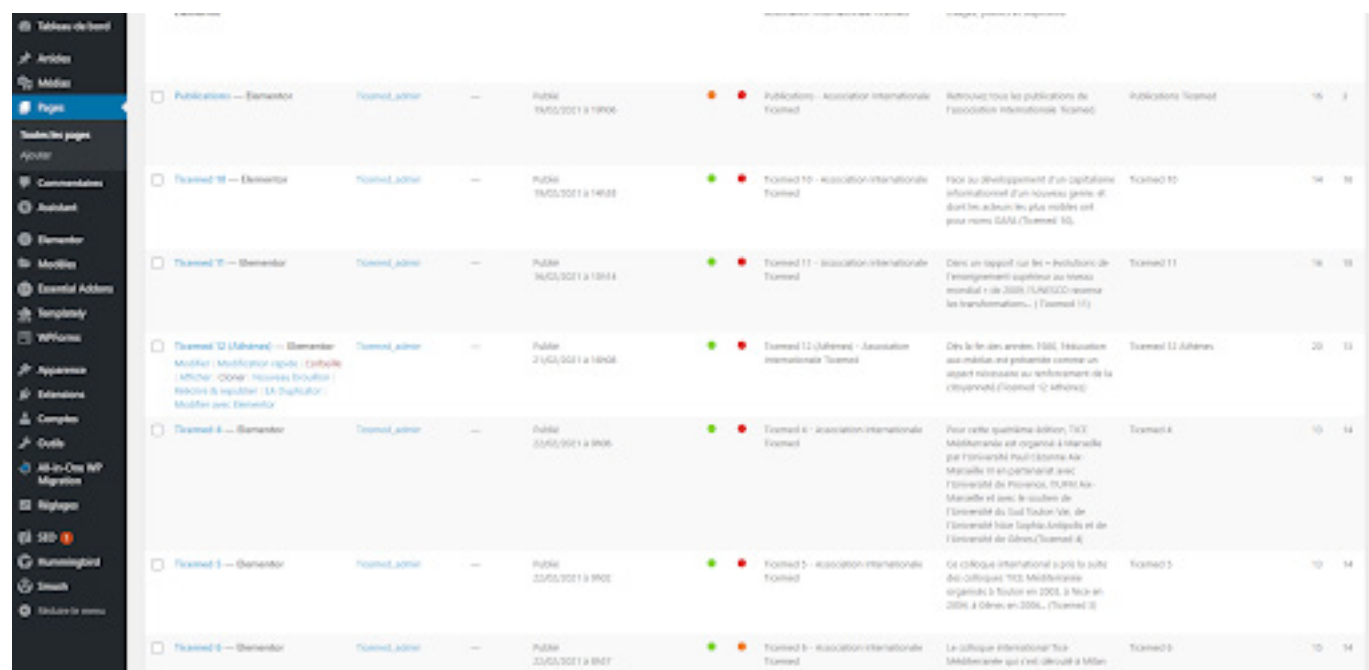
Identifiant ou adresse e-mail : Ticemed_admin

Mot de passe : Ticemed_@dm1n.

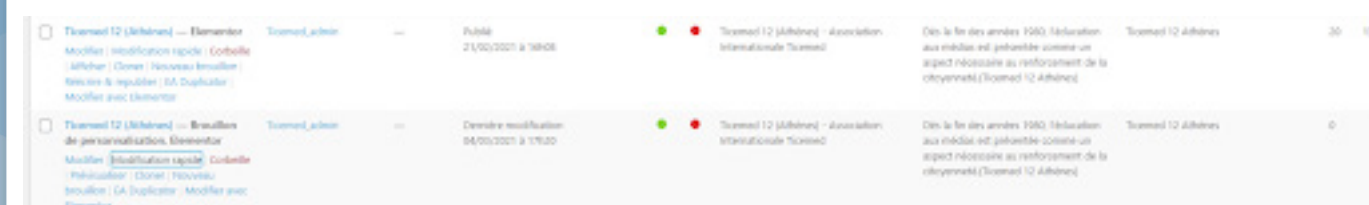
En vous connectant vous arriverez sur cette page :



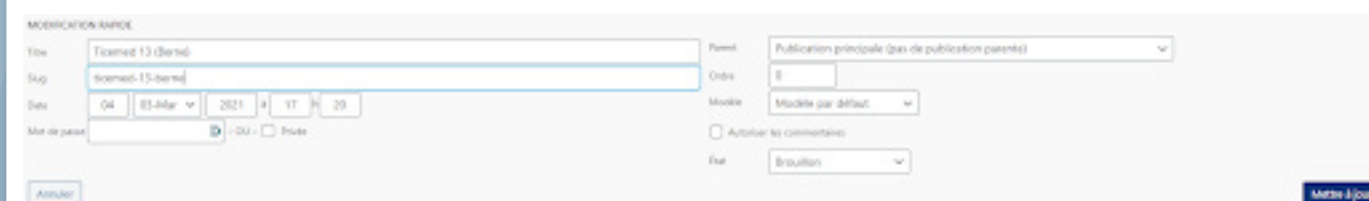
En haut à gauche vous aurez un onglet Pages => Toutes les pages, cliquez dessus. Ici, vous verrez toutes les pages, cliquer sur cloner sur la page Ticemed 12.



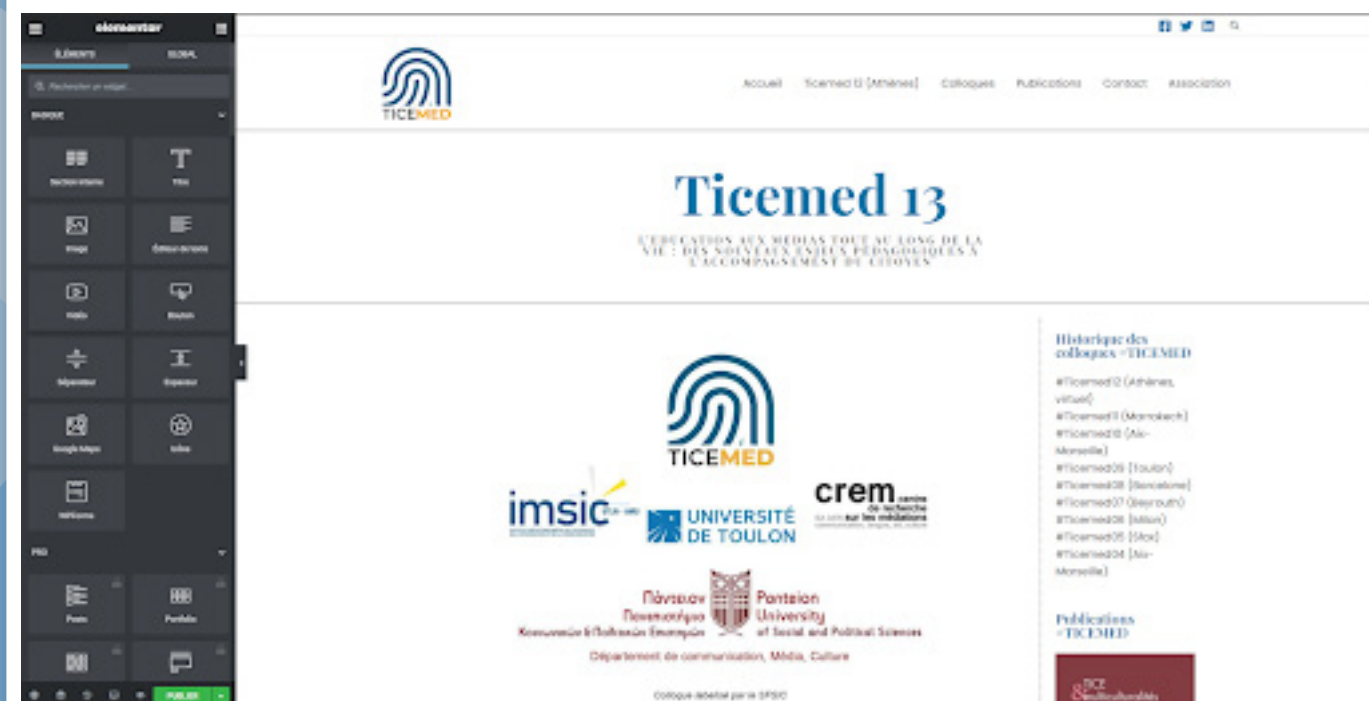
Vous avez maintenant deux pages Ticemed 12, mais la page qui a été clonée, on la reconnaît avec le mot brouillon écrit à côté du titre.



Pour modifier le nom de page cliquez Modification rapide en sous du titre.

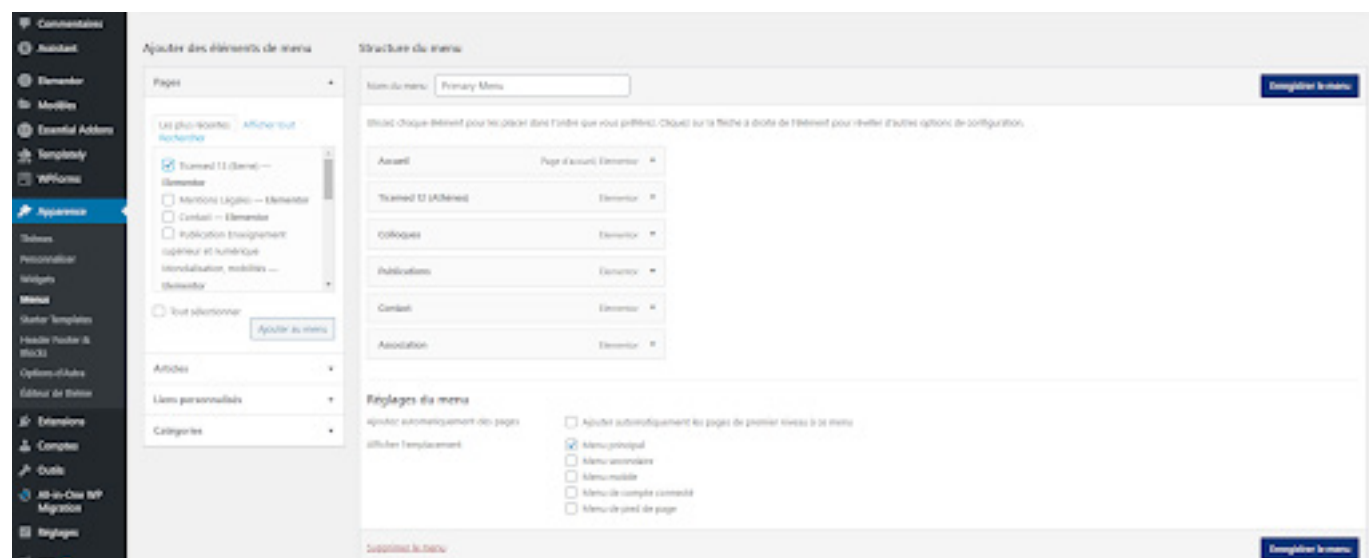


Après, pour modifier la page, il faudra appuyer sur le bouton Modifier avec Elementor. Vous arrivez sur la page élémentor, c'est très facile à prendre en main. À gauche, vous retrouvez un menu avec des préfabriqués que vous pouvez glisser et déposer sur la page.



Une fois que vous avez fini les modifications, en bas à gauche, vous avez le bouton publier ; il faudra cliquer dessus.

Si vous souhaitez ajouter la page que vous venez de créer. Aller sur l'onglet Apparence => Menu. Et sur la page que vous allez arriver, vous retrouverez toutes les pages que vous avez créées. Il suffit de cliquer sur la page que vous souhaitez ajouter et de cliquer sur ajouter au menu et n'oubliez pas d'enregistrer.



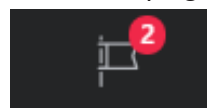
Les réseaux sociaux

Ce mémento a pour but de vous guider dans l'utilisation des pages Ticedmed sur les différents réseaux sociaux numériques.

- Pour accéder aux différentes publications prévues : accès au calendrier éditorial, également disponible dans le dossier Ticedmed13 > Pôle Marketing > Calendrier éditorial

- Pour la gestion de la page Facebook :

Pour se rendre sur la page, pas besoin de se déconnecter de son compte personnel. Il suffit de trouver la page soit dans "raccourci" en bas à gauche de la page d'accueil, soit en cliquant sur le drapeau en haut de la page d'accueil :

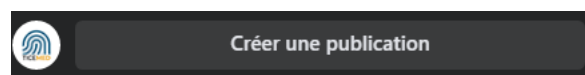


Une fois sur la page Ticedmed. Il y a différents onglets à gauche afin de gérer cette dernière. Il est possible de modifier les informations de la page, de changer les paramètres, de voir les messages reçus, de consulter les statistiques et bien d'autres.

Il est possible de créer un événement afin de tenir les abonnés au courant de ce qui arrive. On peut par exemple imaginer créer l'événement "Ticedmed 13", en renseignant des informations comme la date, le lieu...

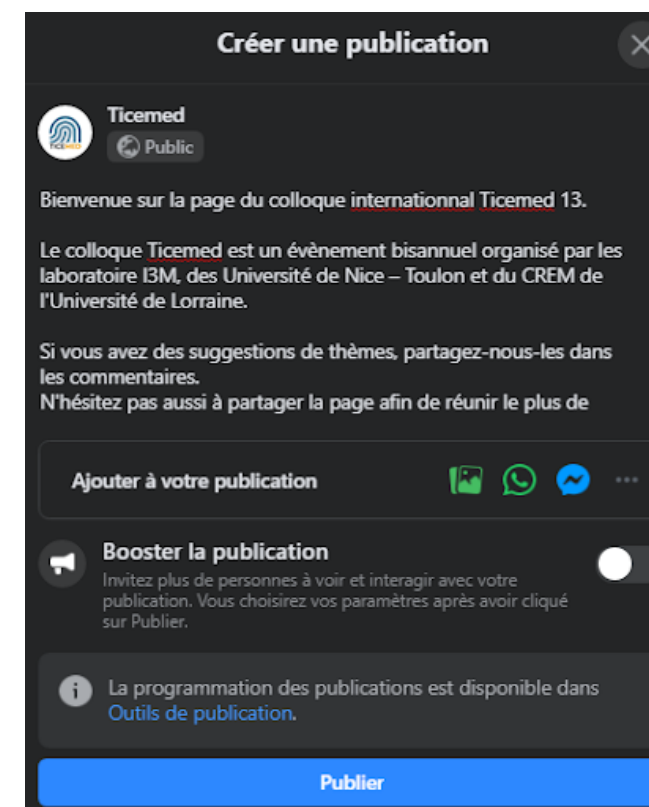
Comment publier sur la page Facebook ?

Il suffit de cliquer sur "créer une publication"



ou sur "outil de publication" pour avoir un outil plus poussé avec aperçu de la publication avant qu'elle soit postée.

Ensuite il faut écrire le texte de la publication, y ajouter des photos ou des vidéos si nécessaire, puis cliquer sur publier.



Vous pouvez ensuite cliquer sur « Profil »



qui se trouve dans la fenêtre à gauche de la page pour arriver justement sur le profil ticedmed. Ici vous retrouverez tous les tweets publiés par vos soins mais également les posts que vous aurez retweetés ou aimés.

Vous pouvez également éditer le profil pour modifier la photo de profil, la photo de couverture, le nom du compte, le lien du site web...

D'autres paramètres sont disponibles en cliquant sur « plus » dans la fenêtre à gauche puis « paramètres et confidentialité ».

Il est possible de voir tous les messages envoyés par d'autres utilisateurs ainsi que d'échanger avec ces derniers en cliquant sur "messages" toujours à gauche de la page.

Comment publier sur twitter ?

C'est simple tout se passe ici :



- Pour la gestion de la page Twitter :

Pour se rendre sur le compte Twitter, il faut se déconnecter de son compte personnel afin d'arriver sur la page d'accueil du site qui se trouve à l'adresse suivante : <https://twitter.com/ticedmed>

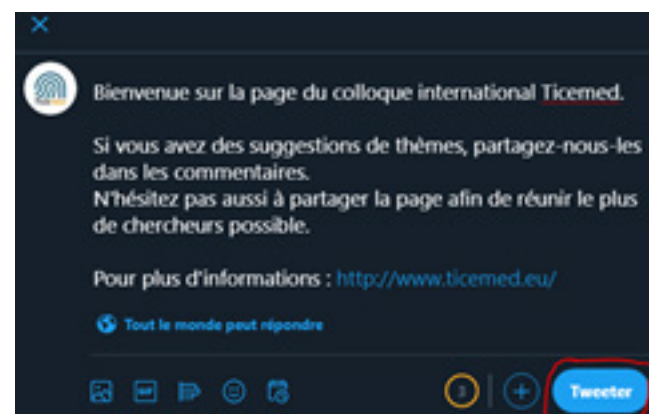
Il faut ensuite cliquer sur le bouton « se connecter » puis rentrer l'identifiant du compte qui est l'adresse mail ticedmed@univ-ljn.fr, ainsi que le mot de passe : 7CEBRx6y9xC (mais qui peut être changer à votre guise).

Une fois connecté vous arriverez directement sur la page d'accueil de Twitter. Vous pouvez publier directement grâce à la fenêtre « quoi de neuf ? » qui se situe en haut de la page. Attention, il ne faut pas oublier qu'il y a une limite de 280 caractères par tweet.

Vous retrouverez donc cette fenêtre à trois endroits différents : sur la page d'accueil du site, sur le profil du compte Twitter, ou en cliquant sur le bouton « Tweeter » à gauche de la page.

Il suffit de rédiger le texte de la publication là où il y a écrit « Quoi de neuf ? » en respectant la limite de caractères. Vous pouvez ajouter une ou plusieurs photo/vidéo au tweet en cliquant sur le logo « médias » en bas à gauche ou faire un sondage en cliquant sur l'onglet « question » toujours en bas. Il est aussi possible de programmer un tweet en cliquant sur « programmer » afin que le tweet soit publié à une certaine date ou à une certaine heure.

Une fois que le tweet est prêt, il suffit de cliquer sur le bouton « tweeter » :



- Pour la gestion du groupe LinkedIn :

Ici aussi il n'y a pas besoin de se déconnecter de son compte personnel pour accéder au groupe.

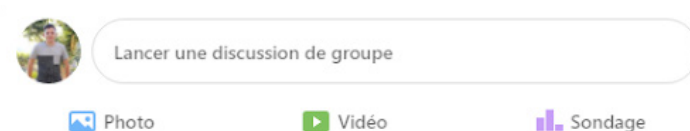
Le groupe est accessible soit recherchant Ticemed dans la barre de recherche, soit en allant dans l'onglet «groupe» et en cliquant sur Ticemed à gauche de la page LinkedIn. Vous le trouverez également au lien suivant : <https://www.linkedin.com/groups/9033569/>.

Une fois sur le groupe il est possible de gérer ce dernier en cliquant sur «gérer le groupe» tout simplement afin de voir les membres, d'accepter ceux qui veulent le rejoindre, modifier le rôle de certains membres en leur donnant des droits de modification et de gestion sur le groupe. Il est également possible de vérifier les publications que veulent poster les membres du groupe en activant une option afin de valider la publication ou non.

Il est aussi possible de modifier les informations de la page comme le nom du groupe, la photo de profil ou de couverture, la description du groupe...

Comment publier sur le groupe LinkedIn ?

Tout se passe ici :



On peut donc écrire le texte de la publication, ajouter une photo ou une vidéo et même créer un sondage pour par exemple sonder les membres à propos des thèmes sur lesquels ils aimeraient travailler ou à quel endroit ils aimeraient que le prochain colloque se déroule.

IV. PLAN DE LANCEMENT

Opérationnalité du site :

Le site Ticemed est opérationnel dès maintenant et peut être pris en main par les commanditaires.

Lancement des réseaux sociaux :

Les pages Facebook et Twitter ainsi que le compte LinkedIn ont déjà été créés (cf. accès dans F. Mémento). Lorsque la date de Ticemed13 aura été définie, la première publication sur les réseaux sociaux numériques pourra être postée. Il s'agit de celle décrivant le colloque Ticemed (N-12). Les publications suivantes pourront ensuite être postées aux dates prévues.

V. LE BUDGET

Récapitulatif par équipe

RÉCAPITULATIF PAR ÉQUIPE								
Personnel	Heures	Coût employeur	Coût de revient	Coût client	Coût total revient	Coût total client	Marge	
Marketing	44	50 €	65 €	98 €	2 860 €	4 290 €	1 430 €	
Rédac	74	21 €	27 €	41 €	2 020 €	3 030 €	1 010 €	
Dev	110	31 €	40 €	60 €	4 433 €	6 650 €	2 217 €	
Graphisme	16	29 €	38 €	57 €	603 €	905 €	302 €	
Site				Coût /mois	Coût total revient	Coût total client		
Hébergement (1 an)				2,34 €	28,08 €	28,08 €		
Totaux	244				9 944 €	14 903 €	4 958 €	



shorturl.at/hmAZ3