

Département TC - Parcours : MDEE - FA
Années universitaires : 2022 - 2023

MEMOIRE D'APPRENTISSAGE
DE 2EME ANNEE

Optimisation de la visibilité d'un site Wordpress

ENTREPRISE :

FTM

Technologies

Apprenti : ANDRIANASOLO Aina Julia

Tuteur pédagogique : M. Christophe Malpart

REMERCIEMENTS

Je souhaite exprimer ma sincère gratitude envers toutes les personnes qui ont contribué à ma formation en apprentissage au cours de ma deuxième année de BUT TC. En particulier, j'aimerais remercier chaleureusement Monsieur Vincent Robeyns pour son expertise et son soutien inestimable tout au long de mes missions. Grâce à lui, j'ai pu développer mes compétences en communication digitale de manière significative.

Je tiens également à exprimer ma gratitude envers toute l'équipe de FTM Technologies pour leur contribution précieuse à mon intégration au sein de l'entreprise. Leur accueil chaleureux et l'ambiance de travail agréable ont grandement facilité mon intégration et mon épanouissement professionnel.

Enfin, je voudrais remercier sincèrement Monsieur Christophe Malpart pour son rôle en tant que tuteur pédagogique. Sa contribution à la rédaction de mon mémoire d'apprentissage a été d'une importance capitale. Son excellente réactivité et ses conseils avisés ont été d'une aide précieuse pour mes activités de recherche.

Je suis profondément reconnaissant envers toutes ces personnes qui ont joué un rôle clé dans ma formation et qui m'ont permis d'acquérir de nouvelles compétences et connaissances.

SOMMAIRE

INTRODUCTION.....	5
1 L'ENTREPRISE ET SON ENVIRONNEMENT	6
1.1 La présentation de l'entreprise.....	6
1.2 Analyse SWOT	7
1.3 Marketing mix.....	8
1.4 Concurrents.....	11
2 ANALYSE DES MISSIONS	13
2.1 Les objectifs	13
2.2 Les moyens.....	15
2.3 Les résultats.....	21
3 LE QUESTIONNEMENT – LA PROBLEMATIQUE.....	23
3.1 LE MARKETING DIGITAL	23
3.1.1 Le référencement	23
3.1.2 Wordpress	25
3.2 LES BONNES PRATIQUES.....	26
3.2.1 L'optimisation de contenu	26
3.2.2 L'optimisation technique.....	30
3.2.3 Les stratégies de liens.....	31
CONCLUSION.....	33

INTRODUCTION

FTM Technologie est une entreprise française de taille humaine fabriquant et commercialisant des outils pour l'industrie. De par son innovation constante, elle est aujourd'hui le résultat d'une fusion avec l'entreprise SEM, un fabricant de petits matériels électriques (petits chauffages électriques et fer à souder). SEM s'est forgée une réputation solide grâce à la qualité de ses produits. En parallèle, FTM Technologies est reconnu pour ses équipements d'atelier (dénuder thermique, dispositif d'étamage, machines à cambrer etc.). Afin de répondre à un maximum de demandes sur le marché, l'entreprise SEM intègre FTM Technologies et ne forme qu'une seule et unique entité. Basé actuellement à Nanterre, FTM Technologies touche à l'activité du commerce de gros.

Travailler chez FTM Technologies permet d'acquérir une expérience professionnelle enrichissante, de par sa clientèle diverse et variée mais aussi de par la complexité de son secteur d'activité. C'est pourquoi mon choix d'alternance s'est porté sur cette entreprise. Occupant le poste de responsable web marketing et communication, mes missions s'articulent principalement autour de la gestion du site internet de l'entreprise et de sa stratégie marketing globale. Ce mémoire étudiera alors de près une problématique de FTM Technologies et répondra à la question : ***dans quelle mesure peut-on améliorer la visibilité d'un site WordPress dans les moteurs de recherches sans avoir recours au référencement payant et ainsi optimiser son classement ?*** Pour répondre à cette problématique, nous verrons tout d'abord dans un premier temps l'environnement de l'entreprise et son environnement. Par la suite, nous nous attarderons sur une analyse des missions que j'ai accomplie au sein de FTM Technologies et enfin nous répondrons à la problématique.

1 L'ENTREPRISE ET SON ENVIRONNEMENT

1.1 La présentation de l'entreprise

FTM Technologies est une société par actions simplifiées active depuis 23 ans. Elle est aujourd'hui dirigée par Monsieur Vincent Robeyns, un repreneur individuel ayant bénéficié de l'accompagnement du réseau Entreprendre 92 et d'Airbus Développement Régional. Avec un chiffre d'affaires s'élevant à 1 272 100,00 € en 2020, elle compte aujourd'hui 9 salariés (*cf. annexe 1 page 34*) et est présente tout aussi bien sur la scène nationale, qu'internationale (représentant 20% du chiffre d'affaires). Étant une combinaison entre un site e-commerce et un site vitrine, FTM Technologies offre la possibilité d'effectuer des demandes de devis sur son site et non des achats. Pour passer à l'achat, le client peut directement contacter le service clientèle via un formulaire en ligne, par téléphone ou encore par e-mail.

FTM Technologies propose une large gamme de produits à ses clients. Ses produits peuvent être classés en 4 catégories :

- La filtration d'air
- Le soudage et le dessoudage (représentant l'entreprise SEM)
- Les outillages spécialisés pour le câblage et l'étamage
- Les petits outillages, consommables et équipement d'atelier (représentant la partie négociation de l'entreprise)

Ces produits touchent un large public. En effet, d'un point de vue général, FTM Technologies exerce un commerce en BtoB. Cependant cela ne l'empêche pas d'avoir une partie de sa clientèle en BtoC. Ainsi, dans son portefeuille client, FTM Technologies aura des clients de l'industrie nucléaire, aéronautique, militaire ou encore médical. Elle attire également de plus en plus les particuliers tels que les coiffeurs, les bijoutiers, les restaurateurs d'œuvres d'arts etc.

Travailler au sein de FTM Technologies m'a permis d'approfondir mes connaissances sur l'entreprise mais surtout sur son secteur d'activité, l'industrie (positionnement sur le marché, enjeux). Pour m'aider à approfondir mes acquis sur le fonctionnement de l'entreprise et son marché, j'ai utilisé des outils d'analyse tels que le SWOT ou encore le 4P avec le marketing mixte. Le SWOT m'a permis d'en savoir davantage sur son environnement interne comme

externe. Quant au 4P, il m'a aidé à mieux cerner l'activité de l'entreprise et son fonctionnement.

1.2 Analyse SWOT

Forces :

Parmi les forces de FTM Technologies, son expertise en matière de soudage et dessoudage en est sa plus grande force. En effet, SEM a fort longtemps été vu comme les experts de fer à souder (du bobinage) lui apportant ainsi l'image d'une entreprise de renom en termes de qualité de matériel. Actuellement, SEM à encore conserver cette notoriété et permet d'accroître par la même occasion l'image de marque de FTM Technologies.

Bien que les produits de l'entreprise ne subissent pas une constante innovation mais conserve leur durabilité, FTM Technologies offre à sa clientèle une large gamme de produits diversifiés. Comme sa devise le promet, « il n'y a pas de problème sans solutions standard ou à la carte ». De plus, l'entreprise collabore également avec un grand réseau de fournisseurs lui permettant de fournir à ses clients des solutions pour toutes demandes spécifiques ou sur mesure.

Grâce à cette large gamme de produits, FTM Technologies est « polyvalent » et peut atteindre différents secteurs d'activité. Ainsi, elle peut donc étendre facilement son portefeuille client.

Pour accroître sa visibilité, l'entreprise n'hésite pas à faire jouer ses relations et collabore ainsi avec ses concurrents. En effet, l'une des stratégies de FTM Technologies réside dans la collaboration avec ses concurrents pour distribuer ses produits et augmenter sa visibilité.

Faiblesses :

Bien que l'entreprise soit rattachée à cette image de l'entreprise SEM, FTM Technologies a encore du mal à développer sa visibilité. Ayant refait tout son site internet il y a quelques années, FTM Technologies doit redoubler d'effort pour mettre en valeur son offre. Ne possédant pas de point de vente physique, toute sa stratégie marketing repose ainsi sur son site internet. De ce fait, pour vendre

ses produits, l'entreprise a pour stratégie de faire venir sa clientèle à elle et non l'inverse.

Opportunités :

Le marché de l'industrie est en constante évolution. En effet, actuellement, le monde ne cesse de changer et les demandes de produits manufacturés et technologiques sont de plus en plus demandés. D'autant plus que, l'expertise dans ce domaine se fait de plus en plus rare.

Menaces :

FTM Technologies n'a pas de concurrent direct à proprement dit. En effet, de par son offre, elle touche à plusieurs secteurs. Cependant, cela augmente sa concurrence.

FTM Technologiques vend à sa clientèle un savoir-faire manuel. Cependant avec les avancées technologiques actuelles, les produits proposés par l'entreprise peuvent être substitués.

Bien que l'entreprise collabore avec des distributeurs, elle met tout de même en péril sa clientèle. En effet, même si les distributeurs apportent une visibilité accrue à la marque, l'entreprise prend le risque de perdre sa clientèle en exposant ses produits sur d'autres sites internet.

1.3 Marketing mix

Product (Produit) :

FTM Technologies propose une gamme variée de produits répondant aux besoins du secteur industriel. Les produits offerts comprennent :

Livraison personnalisée : FTM Technologies propose des produits pouvant être personnalisés selon les besoins spécifiques des clients. Cela permet de fournir des solutions sur mesure adaptées à chaque client.

Phase de test : Dans le showroom de l'entreprise, les clients ont la possibilité de tester la compatibilité de leurs produits avec nos produits. Cela permet de démontrer la qualité et l'efficacité des produits et de convaincre les clients de leur valeur.

Niveau de qualité élevé : FTM Technologies bénéficie d'une expertise solide dans les produits de soudage et de dessoudage, autrefois SEM. Les clients peuvent avoir confiance en la qualité et la fiabilité des produits proposés par l'entreprise.

Esthétique sobre : Les produits de FTM Technologies se distinguent par des couleurs sobres telles que le rouge, le noir et le gris, qui sont également présentes sur le site internet de l'entreprise. Cette cohérence visuelle renforce l'image de marque et la reconnaissance des produits.

Large gamme de produits : FTM Technologies propose une large gamme de produits couvrant différents besoins industriels. Cela inclut la filtration de l'air, le soudage et le dessoudage, les outils spécialisés pour le câblage et l'étamage, les petits outils, les consommables et l'équipement d'atelier.

Conditionnement adapté : Les produits sont stockés dans des cartons dans les ateliers de l'entreprise. Pour l'expédition, le conditionnement varie en fonction de la taille du produit, allant d'un simple carton à des palettes, en fonction du poids. L'entreprise utilise différents transporteurs tels que DPD, DHL, Chronopost, FedEx, Geodis et Ziegler pour assurer une livraison fiable et rapide. Le montant minimum des frais de port s'élève à 20 euros.

Price (prix) :

Pour répondre aux divers besoins du marché, FTM Technologies propose une gamme de produits adaptés à tous les budgets. En raison de la diversité des secteurs dans lesquels FTM Technologies opère, les prix des produits peuvent varier en fonction de leur catégorie. Ainsi, l'entreprise s'efforce de fournir des solutions accessibles à différents niveaux tarifaires.

En moyenne, le panier d'achat des clients chez FTM Technologies s'élève à environ 90 euros. Cependant, il convient de noter que ce montant est une estimation générale et peut varier en fonction des besoins spécifiques de chaque client et des produits sélectionnés. L'objectif de FTM Technologies est de garantir une offre diversifiée, de la plus abordable à la plus haut de gamme, afin de répondre aux attentes et aux budgets variés de sa clientèle

Place (Distribution) :

FTM Technologies utilise différents canaux pour distribuer ses produits :

Site internet : Les clients peuvent consulter le site internet de l'entreprise pour obtenir des informations sur les produits et effectuer une demande de devis. Lors de l'achat, des frais de dossier de 22 euros sont applicables si la commande est inférieure à 90 euros.

Présence chez les distributeurs : FTM Technologies a établi des partenariats avec des distributeurs, ce qui lui permet de bénéficier d'une visibilité accrue sur les sites de ces distributeurs. Cela permet d'atteindre un plus large public et de toucher de potentiels clients.

Absence de point de vente physique : FTM Technologies ne dispose pas de magasins physiques pour la vente directe de ses produits. La distribution se fait principalement en ligne et via les distributeurs partenaires. Cependant, un showroom est présent dans les locaux de l'entreprise pouvant accueillir des clients pour voir les produits ou effectuer des tests.

Promotion :

FTM Technologies a une approche généralement prudente en ce qui concerne les promotions, mais elle peut accorder des remises exceptionnelles à certains clients. Sur son site internet, l'entreprise utilise diverses stratégies pour mettre en valeur ses produits.

Lorsqu'il s'agit de promotions, FTM Technologies les réserve principalement pour des cas exceptionnels, tels que la liquidation d'un stock ou une offre spéciale limitée dans le temps. Cela permet à l'entreprise de maintenir une politique de prix stable tout en offrant des avantages ponctuels à ses clients.

Pour mettre en avant ses produits sur son site internet, FTM Technologies utilise différentes approches. Elle met en évidence certains produits en les présentant comme des articles souvent achetés avec d'autres produits complémentaires, ce qui permet aux clients de découvrir des options supplémentaires. De plus, l'entreprise utilise également des bannières promotionnelles sur son site pour attirer l'attention sur des offres spéciales, des nouveautés ou des produits phares.

Cette approche permet à FTM Technologies de promouvoir ses produits de manière efficace tout en gardant une certaine mesure dans ses activités promotionnelles. L'entreprise vise à offrir une expérience en ligne conviviale et à

mettre en avant les atouts de ses produits de manière authentique, afin de répondre aux besoins et aux attentes de sa clientèle.

1.4 Concurrents

Lorsqu'il s'agit d'évaluer les concurrents d'une entreprise, il est important de prendre en compte plusieurs facteurs. FTM Technologies bénéficie d'un avantage significatif sur le marché de l'industrie grâce à une offre large et diversifiée, capable de résoudre de nombreux problèmes. Cela lui confère une position unique, sans concurrent direct répondant à une demande aussi vaste. Cette diversification lui permet de toucher un large éventail de clients et de répondre à des besoins spécifiques dans différents secteurs.

Malgré sa taille modeste, FTM Technologies parvient à étendre son empreinte sur divers secteurs. En revanche, ses concurrents ne sont que des concurrents indirects qui n'ont pas la même envergure dans tous les domaines. Par conséquent, il est peu pertinent d'établir une comparaison directe avec ces concurrents, car leurs activités et leurs offres diffèrent considérablement.

Prenons l'exemple de l'entreprise OCETA. OCETA est une entreprise opérant dans le secteur de l'industrie. Bien qu'elle puisse être considérée comme un concurrent de FTM Technologies, son domaine d'expertise se concentre principalement sur le commerce de gros (commerce interentreprises) de composants et d'équipements électroniques et de télécommunication. Son offre est donc plus spécialisée et ne couvre pas tous les domaines d'activité où FTM Technologies est présent. Par conséquent, une comparaison directe entre ces deux entreprises serait peu pertinente, car elles adoptent des approches différentes et ciblent des marchés distincts.

De même, pour l'entreprise Manutan, qui évolue également dans le secteur de l'industrie. Manutan se positionne en tant que distributeur en ligne d'équipements et de fournitures industrielles. Bien qu'il puisse y avoir une certaine intersection entre les produits offerts par Manutan et ceux de FTM Technologies, il est important de noter que FTM Technologies ne se limite pas à un simple site de commerce électronique. Elle propose des solutions technologiques et des services personnalisés qui vont au-delà de la simple vente de produits en ligne. Par conséquent, une comparaison directe avec Manutan

serait limitée dans son application et ne permettrait pas une évaluation complète des atouts de FTM Technologies.

Ainsi, en raison de sa présence dans divers secteurs d'activité et de l'absence de concurrents directs couvrant tous ces domaines, il n'est pas pertinent d'établir une comparaison directe entre FTM Technologies et ses concurrents. De plus, FTM Technologies se démarque en tant qu'entreprise offrant des solutions standard et sur mesure, ce qui la différencie de ses concurrents tels que OCETA et Manutan, qui se concentrent sur des offres plus spécifiques et standardisées.

2 ANALYSE DES MISSIONS

2.1 Les objectifs

Au sein de l'entreprise FTM Technologies, mes missions se sont articulées autour de la stratégie marketing et communication de l'entreprise. Quotidiennement, mes missions se concentrent sur la mise à jour du site internet de l'entreprise de manière globale. Cela impliquait la mise à jour des fiches produits avec une intégration de visuels (photos et vidéos) et de données techniques, l'intégration des nouveaux produits dans le site multilingue (français, anglais, allemand, espagnol), la gestion de la chaîne YouTube de l'entreprise. Dans une perspective d'avenir, l'entreprise souhaiterait également faire la refonte du Windows-dressing du site, et par la même occasion élaborer un nouveau catalogue print et web.

Pour une entreprise qui communique exclusivement via son site internet et son catalogue imprimé, il est essentiel de mettre en valeur ses produits de manière efficace. En tant que responsable marketing web et communication, ma mission consiste à optimiser la présentation et la promotion des produits de FTM Technologies sur son site internet. Il a été d'une importance cruciale de suivre une formation approfondie sur les produits avant de débiter le poste en tant que responsable web marketing et communication. J'ai donc suivi une formation qui m'a permis de me familiariser avec le secteur afin d'optimiser la présentation et la promotion des produits, en garantissant une mise en valeur optimale.

Auparavant, FTM Technologies avait plusieurs sites internet pour chaque catégorie de produits, mais ils ont décidé de les regrouper en un seul site utilisant WordPress comme système de gestion de contenu. WordPress est un logiciel intuitif et personnalisable, offrant une version de base gratuite.

Pour optimiser le parcours utilisateur sur le site, je suis chargée de créer, de mettre à jour différentes pages du site internet qui permettent de guider les visiteurs vers l'achat ou la demande de devis. Le site internet comprend notamment :

- Une page d'accueil présentant brièvement l'entreprise, ses partenaires et les nouveautés
- Une page « notre histoire » décrivant l'histoire de l'entreprise de sa création à aujourd'hui

- Une page « nos produits » présentant les produits proposés par l'entreprise présenter sous forme sous-catégories (filtration d'air - soudage et dessoudage -outillage spécialisé pour le câblage et l'étamage - petit outillage, consommables et équipement de l'atelier - catalogue)
- Une page « nos services » détaillant les services offerts par l'entreprise
- Une page « nous contacter » permettant d'échanger avec le service commercial ou d'effectuer des demandes de devis.

Outre son site internet, FTM Technologies est également présent sur les réseaux sociaux. En effet, l'entreprise est active sur LinkedIn et YouTube. En ce qui concerne LinkedIn, il est utilisé principalement comme une référence professionnelle. Aucune publication en tout genre n'y figure. Quant à YouTube, il est utilisé pour mettre en avant les produits à travers des vidéos de montage et de mise en situation. Je poste alors des vidéos visant à susciter l'intérêt des clients potentiels et avoir une complémentarité avec le site internet. Cela peut être des vidéos mettant en scène les produits ou encore des vidéos montrant le fonctionnement des produits. J'effectue ainsi des sessions photos et montages vidéos dans les ateliers de FTM Technologies.

Dans l'ensemble, mon rôle en tant que responsable marketing web et communication est de mettre en valeur les produits de FTM Technologies de manière efficace, en utilisant le site internet et les plateformes sociales (Youtube exclusivement ici) pour attirer l'attention des clients et faciliter les demandes de devis.

L'un des principaux objectifs de mes missions au sein de l'entreprise est de stimuler les ventes et accroître sa notoriété. Cependant, pour atteindre cet objectif, il est essentiel de développer une stratégie efficace en matière de marketing et de communication, en évitant d'avoir recours au référencement payant.

Dans le cadre de cette année, l'entreprise se fixe pour objectif de revoir intégralement sa stratégie de communication et de marketing. Elle souhaite repenser l'agencement de son site internet afin d'offrir à ses clients une expérience complète, intuitive et professionnelle.

Cela implique alors que je repense à la manière dont les informations sont présentées aux utilisateurs sur le site, d'améliorer la navigation et de rendre

l'interface plus conviviale. L'objectif est de permettre aux clients de trouver facilement les informations dont ils ont besoin, de manière claire et efficace.

En plus de l'aspect visuel, l'entreprise cherche également à renforcer sa présence en ligne en utilisant éventuellement des outils tels que les réseaux sociaux ou les newsletters pour communiquer de manière plus régulière et engageante avec sa clientèle. L'entreprise n'hésite pas non plus à optimiser sa visibilité à travers des collaborations avec d'autres distributeurs (exemple : SIDAS, LABOMODERNE, etc).

L'ambition est de créer une expérience client cohérente et engageante, en offrant un service de qualité à chaque étape du parcours client, de la découverte des produits jusqu'à l'achat et au service après-vente.

Il est important de noter que FTM Technologies se concentre principalement sur le référencement naturel et n'a pas recours au référencement payant. Avec un excellent score de 91 sur Google Lighthouse, mon objectif est de mettre en place des stratégies SEO efficaces pour maintenir voire améliorer ce niveau de performance. *(cf.annexe 2 page 34)*

Ces efforts visent à renforcer l'image de l'entreprise, à fidéliser les clients existants et à attirer de nouveaux clients grâce à une stratégie de communication et de marketing solide et réfléchie.

2.2 Les moyens

Les moyens utilisés pour atteindre ces objectifs sont divers et variés. Tout d'abord, pour m'acclimater à l'utilisation de WordPress dès mon arrivée dans l'entreprise, j'ai eu la chance de disposer d'un guide laissé par l'ancienne responsable du web marketing et de la communication. Ce document a été d'une grande valeur pour moi, car il a joué le rôle d'un cahier des charges décrivant le fonctionnement interne de l'entreprise et surtout, la manière dont elle souhaitait être représentée en ligne. Grâce à ce guide, j'ai pu comprendre les objectifs et les valeurs de l'entreprise, ainsi que les directives spécifiques relatives à son image en ligne. Cela m'a permis d'aligner mes efforts sur les attentes de l'entreprise et de prendre des décisions en accord avec sa vision globale. Cette ressource précieuse a facilité la transition vers mes responsabilités et m'a permis

de me concentrer sur les moyens les plus appropriés pour atteindre nos objectifs en ligne.

Outre ce guide, l'organisation pour moi fut essentielle. Mon organisation au travail s'est fait à travers un tableau d'actions opérationnelles que je tiens régulièrement à jour (*cf.annexe 3 page 35*). Ce tableau me permet de suivre l'avancement de tâches ponctuelles ainsi que de projets à plus long terme. Pour une meilleure organisation, j'ai divisé ce tableau en plusieurs sections distinctes, à savoir les mises à jour des données, les idées de promotions, les traductions et les contacts distributeurs.

La première section, consacrée aux mises à jour, me permet de garder un œil attentif sur la fraîcheur des données que nous utilisons. En effectuant des vérifications régulières, je m'assure que les informations que nous mettons à disposition sont toujours exactes et à jour. Cela contribue à maintenir la fiabilité de nos bases de données et à offrir à nos clients des informations précises. Ces mises à jour peuvent concerner l'insertion de nouvelles photos pour un produit, la modification de données techniques etc.

La deuxième section concerne les idées de promotions de produits. Dans un marché concurrentiel, il est essentiel de constamment trouver de nouvelles opportunités pour promouvoir nos produits et services. En gardant un esprit créatif et en restant à l'écoute des retours clients, je suis en mesure de proposer des idées novatrices pour stimuler les ventes et accroître la visibilité de l'entreprise sur le marché. Par exemple, ces idées peuvent prendre la forme de promotions spéciales

La section suivante est dédiée aux traductions. Étant donné que l'entreprise opère à l'international, il est essentiel de rendre les contenus du site web accessibles à un public plus large. Grâce à mes compétences linguistiques, je suis en mesure de traduire différents supports, tels que des articles, des documentations techniques, des fiches de montages, etc. Ces traductions permettent de diffuser des messages de manière efficace et cohérente à travers le monde.

Enfin, la dernière section est destinée aux distributeurs. La collaboration avec les distributeurs est un élément clé de la stratégie adoptée par FTM Technologies pour faire face à la concurrence. En effet, FTM Technologies a établi des partenariats solides avec des grands distributeurs du marché. Ces distributeurs

offrent une visibilité accrue à nos produits en les proposant à la vente sur leurs propres sites internet.

Cette collaboration avec les distributeurs présente de nombreux avantages pour FTM Technologies. Tout d'abord, elle nous permet d'élargir notre visibilité en bénéficiant de la notoriété et de l'audience déjà établies par ces distributeurs. Grâce à leurs canaux de distribution bien établis, nos produits atteignent un public plus large.

En retour, FTM Technologies propose aux distributeurs une réduction de 30% sur nos produits. Cette réduction distributeurs constitue un avantage concurrentiel pour les distributeurs, qui peuvent ainsi offrir une plus grande diversité d'offres à leurs clients tout en bénéficiant de prix avantageux. C'est donc une relation gagnant-gagnant où chaque partie trouve son intérêt.

Cette approche de collaboration avec les distributeurs renforce la présence de FTM Technologies sur le marché et renforce notre position concurrentielle. En s'appuyant sur ces partenariats, l'entreprise est en mesure de toucher un public plus large, d'accroître sa notoriété et d'étendre sa clientèle. De ce fait, mon rôle est de fournir des informations aux distributeurs sur les produits pour pouvoir les mettre en avant sur leur site internet. Je crée ainsi des documentations techniques et je transfère des photos de nos produits.

En résumé, mon tableau d'actions opérationnelles me permet de suivre de près mes diverses missions. Grâce à cette approche organisée, je peux m'assurer que les tâches ponctuelles et les projets à long terme sont réalisés de manière efficace. En mettant à jour les données, en collectant des informations pertinentes, en effectuant des traductions et en proposant des idées de promotions, je contribue activement à la croissance et au succès de l'entreprise.

En plus du tableau d'organisation du travail, j'utilise également un autre tableau pour effectuer des vérifications de produits (*cf. annexe 4 pages 35-36*). Ce tableau me permet d'avoir une vue d'ensemble de tous les produits sur le site internet, d'identifier les éléments manquants pour chacun d'entre eux et de savoir ce qu'il faut ajouter. Il me permet également de noter le score de chaque produit. Un autre aspect que je surveille de près est le score de référencement attribué par WordPress à chaque page. Ces éléments sont essentiels pour avoir une vision claire de la situation, prendre des décisions éclairées et optimiser mes efforts.

Au cours de mon expérience en alternance, j'ai également eu l'opportunité d'interagir directement avec les clients, ce qui m'a permis d'ajuster nos décisions en matière de marketing et de communication. En effet, il est fréquent que les clients nous contactent par e-mail pour obtenir des éclaircissements sur nos offres. Ces échanges nous ont poussés à nous poser les bonnes questions : comment pouvons-nous présenter nos produits de manière à ce que tout le monde les comprenne ? Comment rendre nos offres plus accessibles et pertinentes ?

Ces discussions ont été particulièrement enrichissantes, car elles m'ont permis de mieux cerner les attentes et les besoins des clients. En comprenant leurs préoccupations, j'ai pu apporter des ajustements à nos stratégies de marketing et de communication. Par exemple, si un client exprimait des difficultés à comprendre une offre particulière, je me suis efforcé de repenser notre approche pour la rendre plus claire et convaincante.

Pour atteindre mes objectifs, j'ai prévu d'utiliser différents moyens. Tout d'abord, en ce qui concerne la refonte du window dressing, bien que cela ne soit pas imminent, j'ai l'intention de réaliser une maquette du site internet sur Figma. Cela me permettra d'avoir une vision concrète de ce à quoi il pourrait ressembler. Figma me permettra de désigner des prototypages et de simuler des interactions avec les utilisateurs avec diverses animations.

De plus, je me dois de garantir que le site soit convivial et accessible, quel que soit l'appareil utilisé : ordinateur, tablette ou téléphone portable. Ainsi, il est primordial que je fasse un choix judicieux quant à l'interface que je souhaite mettre en place. Je veux m'assurer que les utilisateurs puissent facilement naviguer et interagir avec le site, peu importe le dispositif qu'ils utilisent. Par conséquent, je dois prendre en compte les contraintes et les spécificités de chaque plateforme afin de créer une expérience utilisateur optimale. En veillant à ce que le site s'adapte de manière fluide et intuitive à différents écrans et résolutions, je m'assure que tous les visiteurs bénéficient d'une expérience agréable et cohérente, quel que soit l'appareil qu'ils utilisent pour accéder au site.

En parallèle, j'ai prévu de réaliser un parcours utilisateur sur Uxpressia. Cet outil me permettra d'étudier de près les besoins et attentes des clients, de comprendre les questions qu'ils peuvent se poser et d'identifier les éventuelles difficultés qu'ils

rencontrent. Cette analyse approfondie me guidera dans la conception d'un site optimisé.

Avant de concrétiser la refonte du site, il sera essentiel d'établir un cahier des charges détaillé. Ce document permettra de définir clairement les attentes de l'entreprise et me servira également de base pour présenter mes idées. Il s'agira d'une étape cruciale pour assurer la cohérence entre les objectifs de l'entreprise et mes propositions.

Par ailleurs, je souhaiterais également collaborer davantage avec l'agence de communication actuelle de l'entreprise, NOVA. Cette collaboration me permettra d'approfondir mes connaissances en matière de décisions stratégiques en communication et de marketing en ligne. J'espère ainsi bénéficier de leur expertise et apprendre les meilleures pratiques dans ce domaine.

En terme d'approche client, je suis également responsable de l'animation de la chaîne YouTube de l'entreprise, où je crée des vidéos mettant en situation les produits de l'entreprise. En plus de cela, il m'arrive fréquemment de réaliser des vidéos et des photos pour des demandes spécifiques. Je parle notamment des phases tests.

En effet, avant l'achat d'un produit, certains clients nous envoient des échantillons pour évaluer la compatibilité avec nos produits. C'est là que mon rôle entre en jeu. Je réalise des vidéos présentant les résultats des tests effectués sur ces échantillons. Grâce à ces vidéos, FTM Technologies est en mesure de démontrer concrètement aux clients comment les produits de l'entreprise fonctionnent et sont en accord avec les leurs, et ce de manière personnalisée.

Ces vidéos de résultats de tests d'échantillons sont d'une grande valeur pour nos clients, car elles leur permettent de prendre des décisions éclairées quant à l'achat de nos produits. En visualisant les performances de nos produits en situation réelle, ils peuvent se faire une idée précise de l'adéquation avec leurs besoins spécifiques.

En plus de mes responsabilités liées à l'animation de la chaîne YouTube, je joue également un rôle essentiel dans la satisfaction des distributeurs en répondant à leurs besoins spécifiques et en les aidant à alimenter leurs propres sites internet. Dans ce contexte, je suis chargé de transférer à nos fournisseurs divers supports tels que des fiches techniques et des photos de nos produits.

Dans le cadre de mes activités de montage vidéo et de retouche photo, j'utilise divers outils pour obtenir des résultats optimaux. L'un des sites que j'utilise fréquemment pour les photos est remove.bg. Cet outil me permet d'ajuster l'arrière-plan de mes photos selon mes préférences, par exemple en changeant la couleur ou en le supprimant complètement. Il facilite également le détourage précis des éléments indésirables que je souhaite éliminer de mes images. Remove.bg constitue donc une ressource précieuse pour obtenir des photos de qualité professionnelle.

Il m'arrive également d'utiliser des outils plus classiques pour la retouche photo tels que Photoshop, PowerPoint, Canva et Paint. Chacun de ces logiciels offre des fonctionnalités spécifiques qui me permettent de personnaliser et d'améliorer mes photos selon mes besoins. Photoshop, par exemple, est reconnu pour sa polyvalence et ses possibilités avancées en matière de retouche d'image. PowerPoint, de son côté, me permet de réaliser des ajustements basiques et de créer des présentations visuelles attrayantes. Canva constitue une plateforme en ligne conviviale offrant de nombreux modèles et options de conception pour créer des visuels percutants. Quant à Paint, il s'agit d'un outil simple et accessible pour des retouches basiques.

En ce qui concerne le montage vidéo, j'utilise principalement l'application Capcut. Cet outil intuitif et convivial me permet d'effectuer diverses réalisations vidéo. Capcut offre des fonctionnalités telles que le découpage, l'ajout d'effets spéciaux, de transitions, de textes et de musique pour créer des vidéos dynamiques et captivantes. Grâce à son interface conviviale, je peux facilement assembler et éditer les séquences vidéo pour obtenir le résultat souhaité.

Ces différents outils que j'utilise sont des ressources précieuses qui me permettent d'exprimer ma créativité et d'obtenir des résultats professionnels dans mes montages vidéo et mes retouches photo. Que ce soit pour ajuster l'arrière-plan, éliminer des éléments indésirables ou réaliser des montages sophistiqués, ces outils offrent une grande flexibilité et des fonctionnalités adaptées à mes besoins spécifiques. Ils sont des alliés indispensables dans mon travail pour obtenir des visuels de qualité et créer des contenus attrayants.

2.3 Les résultats

L'accomplissement de la quasi-totalité des tâches de mon tableau opérationnel constitue des résultats concrets de mes missions. Ce tableau englobe des missions variées et diverses, et j'ai réussi à toutes les mener à bien.

Grâce à ces différentes tâches, j'ai pu acquérir une compréhension approfondie de la manière de communiquer efficacement avec la clientèle dans un contexte BtoB. J'ai appris à présenter les produits, à mettre en valeur les fiches produits en utilisant le langage approprié, etc. De plus, j'ai eu l'opportunité de développer un produit de A à Z sur le site internet, plutôt que de simplement mettre à jour des informations sur des produits existants. Pour mettre en ligne ce produit, j'ai dû créer des visuels (photos et vidéos), élaborer des fiches techniques dans différentes langues. J'ai également effectué une veille concurrentielle pour observer comment nos concurrents mettaient en avant leurs produits et quels étaient les mots clés utilisés pour un bon référencement.

L'adoption de la stratégie de contenu que j'ai mise en place chez FTM Technologies a été fructueuse, avec une évolution positive des ventes des produits. Les résultats obtenus confirment l'efficacité de mes actions dans l'impact commercial de l'entreprise. Malgré le fait que nous ne soyons qu'en milieu d'année, les ventes enregistrées jusqu'à présent sont significatives et encourageantes. La mise en place d'un contenu adapté et attrayant a contribué à attirer l'attention des clients potentiels et à susciter leur intérêt pour nos produits.

Par ailleurs, en mettant en place la refonte du site internet avec les outils tels que Figma ou encore Uxpressia, cela devrait contribuer à l'amélioration des ventes. En revoyant la conception du site avec une meilleure considération des attentes et des besoins des utilisateurs, il sera possible de faciliter et d'optimiser l'expérience d'achat utilisateurs. Encourager à passer à l'acte d'achat est alors essentiel. Grâce à ce nouveau parcours client, convertir les utilisateurs en clients fidèles devrait être simple.

Ainsi, grâce à mes missions, j'ai réussi à atteindre les objectifs fixés et à contribuer au développement de l'entreprise. J'ai pu mettre en pratique mes compétences en communication, en création de contenu et en analyse concurrentielle.

Ma manipulation quotidienne de Wordpress m'a permis de développer une véritable maîtrise de ce logiciel. Cette familiarité accrue me permet désormais d'avancer plus rapidement dans mes tâches. En travaillant régulièrement avec WordPress, je suis devenu plus à l'aise avec son interface et ses fonctionnalités, ce qui me permet de l'exploiter de manière plus efficace. Je suis en mesure d'optimiser les processus de travail et de résoudre plus rapidement les problèmes éventuels. Cette expérience pratique et répétée a également renforcé ma compréhension des bonnes pratiques et des astuces pour obtenir les résultats souhaités.

Pour évaluer la réputation en ligne de FTM Technologies, j'utilise Google Lighthouse, un outil précieux qui fournit des informations détaillées sur les performances de leur site web. Les résultats obtenus par FTM Technologies semblent plutôt satisfaisants.

D'abord, leur score de performance est de 57, ce qui est considéré comme moyen. Ce score mesure l'efficacité et la vitesse de chargement du site. Il y a encore des améliorations possibles, notamment en ce qui concerne le chargement des fichiers et la taille des images téléchargées.

En ce qui concerne l'accessibilité, FTM Technologies obtient un score de 61, ce qui est également moyen mais déjà satisfaisant. Cela signifie que leur site est relativement facile à utiliser pour tous les utilisateurs.

En ce qui concerne les bonnes pratiques, FTM Technologies obtient un score de 83, ce qui est considéré comme très bon. Cela indique que l'entreprise suit les recommandations de Google pour un bon fonctionnement du site.

Enfin, en termes de référencement SEO, FTM Technologies obtient un score très satisfaisant de 91, ce qui montre que leurs efforts pour optimiser le site sont efficaces en termes de référencement sur les moteurs de recherche.

Ainsi, les résultats de FTM Technologies sur Google Lighthouse indiquent qu'il y a encore des améliorations possibles en termes de vitesse de chargement et de gestion des fichiers. Cependant, l'accessibilité, les bonnes pratiques et le SEO sont déjà bien pris en compte, ce qui est positif pour la réputation en ligne de l'entreprise.

Les scores obtenus par FTM Technologies sur Google Lighthouse sont en effet en corrélation avec l'évolution de leurs ventes. En comparant les chiffres de

l'année précédente à ceux de cette année, on peut constater qu'il y a eu une augmentation des ventes de l'entreprise.

Les scores élevés obtenus sur Google Lighthouse indiquent que FTM Technologies a mis en place des mesures efficaces pour améliorer les performances de son site web. Une meilleure performance, une accessibilité accrue, le respect des bonnes pratiques et un bon référencement SEO sont tous des facteurs qui contribuent à offrir une expérience utilisateur optimale. Ces améliorations peuvent avoir un impact direct sur la satisfaction des visiteurs du site et, par conséquent, stimuler les ventes de l'entreprise.

3 LE QUESTIONNEMENT – LA PROBLEMATIQUE

3.1 LE MARKETING DIGITAL

3.1.1 Le référencement

Le référencement occupe une place prépondérante dans le monde du digital. En termes simples, il consiste à faire connaître un produit, une information ou un service au sein d'un système. Dans le contexte d'un site web, le référencement est une approche visant à améliorer la performance et la visibilité du site sur les moteurs de recherche tels que Google. Il existe généralement deux types principaux de référencement : le référencement naturel (SEO) et le référencement payant (SEA). Ces deux types de référencement se complètent mutuellement, mais il est important de noter que le référencement exclusivement basé sur le SEO est réalisable, tandis que le référencement uniquement payant n'est pas viable.

L'objectif ultime de toute entreprise en ligne est de figurer en tête des résultats de recherche. Une visibilité accrue peut se traduire par un plus grand nombre d'utilisateurs. C'est pourquoi le référencement est essentiel pour attirer du trafic qualifié vers un site web et stimuler son succès en ligne.

Qu'est-ce que le référencement naturel ? Le référencement naturel, également connu sous le nom de SEO (Search Engine Optimization), consiste à atteindre une position de premier plan dans les moteurs de recherche sans recourir à des paiements. Le SEO présente de nombreux avantages. Tout d'abord, il inspire confiance aux utilisateurs. Lorsqu'un site est sponsorisé ou payant, les utilisateurs peuvent se montrer méfiants. En utilisant le SEO, cela montre que

l'entreprise a été acceptée naturellement par les moteurs de recherche et qu'elle est considérée comme un site fiable par Google.

En plus de cela, le recours au référencement naturel permet de réduire les coûts à long terme. Bien qu'il puisse y avoir des dépenses initiales pour développer un bon site web, cet investissement devient rentable avec le temps, car le site est bien positionné et génère un trafic régulier sans coûts supplémentaires.

En revanche, il est important de noter que la visibilité diminue immédiatement lorsque les campagnes publicitaires payantes prennent fin. Cela n'est pas le cas avec le référencement naturel. Bien que le référencement naturel présente de nombreux avantages, il comporte également des inconvénients. Il nécessite un temps significatif pour obtenir des résultats concrets. Il faut optimiser le contenu en utilisant les bons mots-clés, les liens pertinents, et d'autres techniques. De plus, les méthodes d'indexation des sites par Google évoluent constamment. Les algorithmes sont régulièrement mis à jour, ce qui demande une veille constante pour comprendre le classement effectué par Google.

Qu'est-ce que le référencement payant ? Le référencement payant nommé aussi Search Engine Advertising implique l'utilisation de moyens financiers pour obtenir une meilleure visibilité en ligne. Cependant, il est important de souligner que le référencement payant ne peut pas être utilisé à long terme et doit être complété par une stratégie de référencement naturel. Comme toute chose, cette technique présente à la fois des avantages et des inconvénients.

Tout d'abord, et non des moindres, les effets du référencement payant sont immédiats. En effet, il permet d'obtenir une visibilité instantanée sur les moteurs de recherche, ce qui génère directement du trafic vers le site web. De plus, en utilisant cette méthode, il est possible de cibler directement l'audience souhaitée en fonction de divers critères tels que les centres d'intérêts, l'âge, la localisation, etc. De plus, des outils de suivi de performances sont directement disponibles, ce qui permet de mesurer et d'analyser les résultats. Ainsi, il est possible d'ajuster sa stratégie en fonction des performances obtenues.

Cependant, il existe également quelques inconvénients. Tout d'abord, le référencement payant entraîne des coûts financiers importants, ce qui peut être onéreux pour certaines entreprises. De plus, il crée une dépendance continue, car la visibilité et le trafic du site web sont directement liés à l'investissement financier. Dès lors que l'on cesse d'investir, la visibilité diminue et le trafic sur le

site web diminue inévitablement, à moins de maintenir un investissement constant.

En somme, bien que le référencement payant puisse offrir une visibilité immédiate, il est préférable de ne pas le considérer comme une solution à long terme en raison des coûts financiers qu'il implique. Le référencement naturel, bien que nécessitant un investissement en temps et en ressources, peut fournir des résultats durables et viables sans frais supplémentaires. Il est donc important d'évaluer attentivement les avantages et les inconvénients de chaque approche avant de prendre une décision en matière de stratégie de référencement.

3.1.2 Wordpress

Dans le contexte de l'amélioration de la visibilité d'un site WordPress, il est important d'explorer des solutions sans recourir au référencement payant.

WordPress est un système de gestion de contenu. C'est une plateforme qui permet aux entreprises de créer et de gérer facilement leur site web, même sans connaissances techniques approfondies. Ce logiciel intuitif est disponible gratuitement avec des fonctionnalités de base, mais il existe également des coûts associés à son utilisation, tels que l'hébergement du site, l'achat d'un nom de domaine et l'acquisition de thèmes et de plugins premium.

WordPress est devenu un outil privilégié pour les entreprises, et cela s'explique par ses fonctionnalités variées. La gestion du contenu est l'une des forces de WordPress, car il offre une interface conviviale permettant de créer différents types de contenu tels que des portfolios, des articles de blog, des témoignages, des photos et des vidéos. Il est également possible de charger différents fichiers multimédias pour animer les pages web.

La personnalisation est un autre atout majeur de WordPress. Il propose une large gamme de thèmes pour structurer et guider facilement les utilisateurs dans leur navigation. Il apporte le côté esthétique et créatif du site et permet aux entreprises d'opter pour le style qui leur convient. On peut choisir parmi des thèmes gratuits déjà disponibles sur WordPress, mais il est également possible d'opter pour des thèmes premium offrant davantage de fonctionnalités.

Les plugins sont également essentiels sur WordPress. Il permet d'ajouter des fonctionnalités supplémentaires au site internet. Par exemple, WooCommerce

est un plugin populaire qui permet de créer une boutique en ligne complète avec une gestion de stock intégrée.

WordPress peut également être une plateforme collaborative, offrant la possibilité de travailler à plusieurs. Les rôles des utilisateurs sont définis pour chaque personne travaillant sur la plateforme. Par exemple, un utilisateur peut être administrateur, tandis qu'un autre peut être un simple "lecteur" sans possibilité de modifier le site.

WordPress a bien compris l'importance de la dimension internationale du digital. Il propose donc des fonctionnalités pour créer des sites multilingues afin de toucher un public plus large.

Enfin, pour évaluer l'évolution de votre site web, WordPress intègre des outils d'analyse tels All in one SEO, permettant de suivre les performances du site.

Avec toutes ces fonctionnalités, WordPress s'impose comme un outil incontournable dans le monde du marketing digital et du business en ligne. Il offre une solution complète et flexible pour créer et gérer un site web professionnel, sans nécessiter de connaissances techniques avancées.

3.2 LES BONNES PRATIQUES

3.2.1 L'optimisation de contenu

Après avoir exploré le référencement, WordPress et ses fonctionnalités, nous allons maintenant examiner comment améliorer la visibilité d'un site WordPress sans avoir recours au référencement payant. Bien que le référencement payant puisse être un moyen efficace et immédiat d'améliorer la visibilité d'un site, il existe des solutions gratuites et durables. Plusieurs aspects doivent être pris en compte pour atteindre cet objectif.

Tout d'abord, l'optimisation du contenu joue un rôle clé. Dans le cas de WordPress, l'optimisation du contenu est essentielle. Il ne s'agit pas seulement de publier des paragraphes de texte avec des illustrations. Il faut dès le départ déterminer quel contenu nous souhaitons exploiter et publier, et surtout, s'assurer que le contenu que nous proposons est adapté à notre public cible.

FTM Technologies cible principalement les entreprises avec son site hybride qui combine à la fois un site vitrine et un site e-commerce. L'entreprise se distingue en offrant une valeur ajoutée en termes de service client, en fournissant des

conseils et en ne se limitant pas simplement à la vente de produits. L'objectif est d'apporter un contenu informatif et de qualité.

Pour mieux illustrer mes propos, je vais me concentrer sur un produit spécifique de FTM Technologies : les enceintes machines HI10VP et HI10VPH. J'ai personnellement contribué à mettre en valeur ces produits sur leur site web, en prenant en charge toutes les étapes, de A à Z.

Les enceintes machines sont des cabines ou des hottes de filtration qui fonctionnent de manière autonome. Elles ont pour objectif de protéger les opérateurs des polluants présents dans l'atelier. Les enceintes machines, telles que la HI10VP et la HI10VPH, peuvent être classées dans la catégorie de filtration de l'air, plus précisément dans la section "aspiration machine".

Ces enceintes machines sont conçues pour garantir un environnement de travail sûr en éliminant les particules et les substances polluantes générées par les machines utilisées en atelier. Elles offrent une protection efficace aux opérateurs en minimisant leur exposition à ces agents nocifs, ce qui est essentiel pour leur santé et leur bien-être.



The screenshot displays the FTM Technologies website interface. At the top, the navigation bar includes the company logo and links for 'Accueil', 'Notre société', 'Nos produits', 'Nos services', 'Nous contacter', and 'articles'. The main content area features a large image of the HI10VP machine enclosure, a 'Demande de devis' button, and a 'Télécharger la documentation technique' button. To the right, the product title 'Enceinte machine HI10VP' is followed by the subtitle 'Particules lourdes et COV'. The text describes the machine's purpose in protecting operators from pollutants generated by various autonomous equipment. A technical description box on the right lists the enclosure's structure as anodized aluminum profiles and its filling as 19mm melamine panels.

FTM Technologies

Accueil Notre société Nos produits Nos services Nous contacter articles

Enceinte machine HI10VP

Particules lourdes et COV

Les entreprises utilisent divers équipements autonomes tels que les imprimantes 3D, les marqueuses laser et bien d'autres machines encore. Cependant, l'utilisation de ces machines peut causer des risques pour la santé et l'environnement en raison des particules fines, des gaz et des résidus de matière fondue rejetés dans l'air. Il est donc important de prendre des mesures pour protéger les opérateurs des expositions potentielles à ces polluants.

Notre enceinte de sécurité pour machine autonome est conçue pour répondre à ces besoins en offrant une solution technique efficace pour protéger les opérateurs des expositions potentielles à ces polluants.

Notre enceinte possède une ossature en profilés d'aluminium satiné, avec remplissage en panneaux mélaminés 19 mm et d'un panneau en PET-G 6 mm. Cette construction robuste et durable assure une isolation efficace des polluants. Elle est également munie d'un caisson d'extraction avec un système de filtration qui permet de couvrir les principaux risques liés aux produits rejetés dans l'air, tels que les particules fines, les gaz et les résidus de matière fondue.

Pour définir l'enceinte adaptée à vos besoins, il est important de déterminer les **polluants potentiels** émis par les équipements et les **types de filtres** pour les éliminer.

Demande de devis

Catégories Équipements pour la filtration d'air, Aspiration machine

Descriptif technique

Enceinte

Structure en profilés d'aluminium satiné

Remplissage pan arrière et dessus en panneau de mélaminé épaisseur 19 mm

Ainsi, pour atteindre cet objectif de référencement optimale, voici quelques points à prendre en compte :

Les mots clés jouent un rôle crucial pour un site web, car ils facilitent la recherche du site lui-même ainsi que des produits proposés par l'entreprise. Cependant, il est important de les intégrer de manière harmonieuse dans le contenu, plutôt que de les insérer de façon mécanique. Pour FTM Technologies, nous avons déterminé nos mots clés en effectuant une analyse concurrentielle approfondie.

Étant donné que nos concurrents offrent des produits similaires aux nôtres, nous étudions attentivement leur façon de parler de leurs produits et les termes qu'ils utilisent. Ensuite, nous les retravaillons, les rendons plus explicites, les enrichissons, tout en évitant les formulations excessives. Nous nous efforçons de rendre le contenu plus humain et d'expliquer les concepts de manière claire, de sorte que tout lecteur puisse facilement les comprendre.

Pour définir les mots-clés appropriés pour les enceintes machines, j'ai utilisé le site Alveo 3D comme référence. L'idée de développer des enceintes machines est venue suite à une demande d'un client qui souhaitait une hotte pour filtrer l'air lors de la conception de produits avec une imprimante 3D. Cependant, aucune hotte disponible sur notre site ne répondait à ses besoins spécifiques. Par la suite, les demandes pour des appareils similaires sont devenues de plus en plus fréquentes, ce qui nous a incités à créer les enceintes machines.

Pour évaluer les produits existants sur le marché pouvant répondre à ce type de besoin, nous avons identifié un concurrent principal, Alveo 3D. Il s'agit d'une entreprise en ligne qui se spécialise dans la vente d'un seul produit, à savoir un caisson pour imprimante 3D. C'est là que FTM Technologies se démarque en proposant une enceinte qui non seulement répond aux besoins liés à l'imprimante 3D, mais qui peut également s'adapter à d'autres utilisations en atelier, tant que cela reste un appareil autonome. Par exemple, dans le domaine de la joaillerie, nos enceintes peuvent également être utilisées. En analysant le site Alveo 3D, nous avons pris note de la façon dont ils présentaient leurs produits et des termes qu'ils utilisaient, ce qui nous a inspirés pour concevoir nos propres produits et ainsi pouvoir rivaliser avec eux.

Cette démarche nous a permis de développer des enceintes machines adaptées aux besoins spécifiques de nos clients, en nous basant sur les enseignements tirés de l'analyse du site Alveo 3D. En nous inspirant de leur approche de présentation des produits et des termes qu'ils utilisent, nous avons pu créer des enceintes machines concurrentielles, tout en offrant des fonctionnalités supplémentaires qui les rendent polyvalentes pour une utilisation dans divers environnements d'atelier.

L'étude du site Alveo 3D nous a fourni des indications précieuses pour définir les mots-clés appropriés et concevoir nos enceintes machines. Cette analyse nous a permis de comprendre les besoins du marché et d'offrir des produits

concurrentiels qui répondent aux demandes spécifiques des clients, tout en restant polyvalents pour différentes utilisations en atelier.

En plus de déterminer les termes appropriés aux produits, il est essentiel de structurer la présentation sur le site. Il est ainsi important de mettre des titres, des sous titres, des descriptions techniques. Avoir cette structure permet non seulement une bonne expérience utilisateur mais il permet aussi d'une meilleure indexation par les moteurs de recherches.

Lorsqu'il s'agit des balises et des métadonnées, il est crucial de respecter le nombre de caractères afin d'obtenir un score de référencement optimal. Dans le contexte de l'optimisation pour les moteurs de recherche (SEO), WordPress met à disposition un outil appelé All in One SEO, qui permet aux utilisateurs du backoffice d'évaluer le référencement de chaque produit. Ce dernier attribue un score à chaque élément évalué. Pour atteindre un score optimal, il est essentiel de compléter toutes les informations requises pour chaque produit, y compris la structure, les balises, les métadonnées et les descriptions.

Il est important de respecter les critères établis par WordPress et All in One SEO. Par exemple, il peut y avoir des exigences en termes de nombre de caractères pour le titre d'un produit ou pour sa description. En se conformant à ces critères, il est possible d'optimiser les chances d'un bon référencement pour le produit.

L'outil All in One SEO fournit aux utilisateurs des directives et des recommandations claires pour chaque élément à remplir. En suivant ces indications et en veillant à respecter les limites de caractères spécifiées, il est possible d'améliorer considérablement le référencement du produit.

Les balises et les métadonnées jouent un rôle essentiel dans la structuration d'un site internet et dans son référencement naturel. Les balises permettent de donner une structure claire aux pages d'un site en utilisant des éléments tels que les titres (H1, H2, H3), qui hiérarchisent le contenu et permettent d'organiser le texte en titres et sous-titres. Elles contribuent à une meilleure organisation et lisibilité du contenu. (*cf. annexe 5 page 36*)

Les balises de description sont également importantes. Elles apparaissent généralement sous les titres dans les résultats des moteurs de recherche. Ces descriptions font partie intégrante du contenu exposé sur le site lui-même. Elles

doivent être soigneusement rédigées, avec des mots clés pertinents, afin d'inciter les utilisateurs à cliquer sur le lien et à accéder au site. (*cf.annexe 6 page 37*)

En ce qui concerne les métadonnées, elles ne sont pas visibles pour les utilisateurs, mais elles fournissent des informations en coulisses, dans le backoffice du site. Elles peuvent inclure des détails tels que l'auteur des articles, la date et l'heure de publication, etc. Ces données aident les moteurs de recherche comme Google à indexer et à comprendre le contenu du site plus facilement, ce qui facilite la recherche et l'affichage des résultats pertinents pour les utilisateurs. (*cf.annexe 7 page 37*)

L'utilisation adéquate des balises et des métadonnées est cruciale pour améliorer le référencement naturel d'un site. En structurant correctement les pages avec les balises, et en fournissant des métadonnées précises et pertinentes, on optimise la visibilité du site sur les moteurs de recherche. Cela permet d'augmenter les chances que les utilisateurs trouvent et visitent le site lors de leurs recherches en ligne.

3.2.2 L'optimisation technique

Aujourd'hui, avec l'avènement du numérique, il est essentiel que les sites web soient adaptés à tous les appareils, que ce soit un téléphone portable, un ordinateur de bureau ou une tablette. Il est crucial de veiller à ce que tous les utilisateurs bénéficient d'une expérience cohérente, peu importe où ils se trouvent ou quel appareil ils utilisent. Cela signifie que chaque personne doit pouvoir accéder au site et profiter d'une expérience utilisateur optimale, adaptée à son appareil. Que l'on navigue avec un téléphone en déplacement ou sur un ordinateur à la maison, l'expérience doit être fluide et agréable. C'est pourquoi il est primordial d'optimiser la conception du site pour qu'il s'adapte parfaitement à tous les types d'écrans. L'objectif est de garantir que chaque utilisateur puisse facilement trouver les informations qu'il recherche, sans confusion ni difficulté de navigation. En veillant à ce que le site soit réactif et convivial sur tous les appareils, il faut s'assurer que chaque personne peut profiter pleinement de ce que le site internet a à offrir, quel que soit l'endroit où elle se trouve et l'appareil qu'elle utilise.

Par ailleurs, pour optimiser le référencement d'un site WordPress, il est important de prendre en compte les bonnes dimensions des photos que l'on ajoute. Cela

signifie respecter les normes imposées par WordPress et All in One SEO afin d'optimiser la visibilité des images sur les moteurs de recherche. En respectant ces normes, il est possible améliorer l'expérience utilisateur et augmenter les chances que les images soient correctement indexées par les moteurs de recherche. Cela contribue à renforcer la pertinence du site dans les résultats de recherche et à attirer plus de visiteurs.

De plus, il est essentiel de garantir que toutes les fonctionnalités soient accessibles de la même manière, et que la structure du site web reste cohérente. Cela signifie que les utilisateurs ne doivent pas se sentir perdus lorsqu'ils passent d'un appareil à un autre. Ils doivent pouvoir retrouver facilement la même arborescence du site et accéder aux mêmes fonctionnalités. Cela implique non seulement de fournir les mêmes informations, mais aussi d'optimiser le temps de chargement du site, que ce soit sur un ordinateur de bureau, un téléphone portable ou une tablette. Bien sûr, il est difficile d'obtenir exactement la même vitesse de chargement sur tous les appareils, mais l'objectif est d'offrir des résultats similaires. Il est primordial d'optimiser le temps de chargement pour que les utilisateurs puissent accéder rapidement aux informations qu'ils recherchent, quel que soit l'appareil utilisé. En veillant à ce que le site se charge de manière optimale sur tous les dispositifs, on s'assure que chaque personne bénéficie d'une expérience utilisateur fluide et satisfaisante, sans frustration ni attente excessive.

3.2.3 Les stratégies de liens

Il est primordial d'éviter que les utilisateurs se perdent sur le site internet, c'est pourquoi il est essentiel d'établir des liens internes entre toutes les pages. Cela permet de créer une structure cohérente qui facilite la navigation des visiteurs. L'idée est d'établir une arborescence claire où chaque page est reliée aux autres de manière logique.

En mettant en place des liens internes pertinents, nous permettons aux utilisateurs de naviguer facilement d'une page à l'autre, en leur offrant un chemin fluide et intuitif à travers notre contenu. Ces liens peuvent être intégrés dans le texte, à l'aide de mots clés ou de phrases descriptives, ou bien en utilisant des menus de navigation clairs et bien structurés.

En veillant à une bonne structuration du site et en facilitant la navigation grâce à des liens internes bien placés, il est possible d'offrir une expérience utilisateur améliorée, tout en favorisant une meilleure indexation par les moteurs de recherche.

Les liens externes jouent un rôle essentiel dans la visibilité en ligne d'une entreprise. Ils permettent d'établir des connexions entre notre site et d'autres sites sur Internet, offrant ainsi une présence continue de l'entreprise sur le web. La quantité et la qualité des liens externes sont des facteurs importants pris en compte par les moteurs de recherche, notamment Google, pour évaluer la fiabilité d'un site et déterminer son classement dans les résultats de recherche. Les backlinks contribuent également à accroître la notoriété du site web en le faisant apparaître sur des plateformes externes. C'est pourquoi FTM Technologies a établi des partenariats avec des grands distributeurs, afin de bénéficier de leur visibilité et d'obtenir des liens externes de qualité qui renforcent leur présence en ligne. (cf. annexe 8 page 37)

De nos jours, les réseaux sociaux offrent également une plateforme efficace pour créer des liens externes et renforcer la présence en ligne d'une entreprise. Il est essentiel de tirer parti de ces outils modernes pour optimiser notre visibilité. Dans le cas spécifique de FTM Technologies, on utilise diverses stratégies, telles que l'intégration de vidéos des produits provenant de la chaîne YouTube de l'entreprise directement sur le site web. Cela permet aux visiteurs de découvrir les produits de manière visuelle et engageante, tout en favorisant la création de liens externes lorsqu'ils partagent ces vidéos sur les réseaux sociaux. En exploitant pleinement les opportunités offertes par les réseaux sociaux, on peut accroître la visibilité de FTM Technologies, atteindre un public plus large et stimuler l'intérêt pour l'entreprise. (cf. annexe 9 page 38)

CONCLUSION

En conclusion, une approche adaptative est indispensable pour obtenir un bon référencement naturel malgré les changements fréquents de l'algorithme de Google. Les points importants à considérer sont : le contenu de haute qualité : créer un contenu utile, pertinent et unique pour les utilisateurs et éviter les mauvaises pratiques de référencement. L'expérience utilisateur : s'assurer que le site Web offre la meilleure expérience utilisateur, y compris une navigation conviviale, des temps de chargement rapides et une compatibilité mobile. L'utilisation de mots-clés pertinents : utiliser des mots-clés qui sont naturellement pertinents en termes de contenu, de titres, de balises méta et de descriptions. Les liens de qualité : Obtenir des liens de qualité à partir de sites pertinents et dignes de confiance pour favoriser des partenariats naturels et éviter les spams. La surveillance des mises à jour : rester informé des mises à jour des algorithmes de Google en suivant des sources fiables et ajustez la stratégie en conséquence. La diversification du trafic : ne pas compter uniquement sur le référencement organique. Découvrir d'autres canaux de trafic tels que les réseaux sociaux, le marketing par e-mail et la publicité en ligne peut aussi être possible.

Mon expérience au sein de FTM Technologies a été extrêmement enrichissante sur le plan personnel. Tout d'abord, en travaillant directement avec le dirigeant de l'entreprise, j'ai dû développer un fort sens de l'autonomie. J'ai été amené à chercher des solutions par moi-même et à prendre des initiatives pour mener à bien mes missions. Grâce à ces missions, j'ai pu acquérir une maîtrise de différents logiciels et outils techniques. Cette expérience m'a permis de me familiariser avec le marché BtoB, en particulier dans le secteur de l'industrie qui présente des spécificités techniques. J'ai également appris à mieux prendre en compte les besoins des clients et à m'adapter aux différentes situations qui se présentaient. Cette approche centrée sur les besoins clients s'est avérée fructueuse et m'a permis de développer des compétences en gestion de projet et en communication.

Enfin, bien que le référencement soit un domaine qui demande du temps et une analyse approfondie, j'ai pu constater les bénéfices qu'il apporte en termes de visibilité et de succès dans le monde numérique. Cette expérience m'a motivé à approfondir mes connaissances dans ce domaine et à continuer d'apprendre davantage.

Dans l'ensemble, mon expérience chez FTM Technologies m'a permis de développer mon autonomie, d'acquérir des compétences techniques et de mieux comprendre les enjeux du marché BtoB, en particulier dans l'industrie. Je suis reconnaissant d'avoir eu cette opportunité et je suis impatient de continuer à me former.

WEBOGRAPHIE

- FTM Technologies : <https://www.ftm-technologies.com/> (Consulté le 20/06/2023)
- Societe.com : <https://www.societe.com/societe/ftm-technologies-429408164.html> (Consulté le 19/06/2023)
- SEO.fr « référencement Google » : <https://www.seo.fr/definition/comprendre-referencement> (Consulté le 20/06/2023)
- BDM : « combien de caractères pour vos balises meta title et meta description » : <https://www.blogdumoderateur.com/tools/wordpress/> (Consulté le 20/06/2023)
- Power trafic : <https://www.powertrafic.fr/balise-meta-description-title-google/#:~:text=Les%20balises%20meta%20description%20et,rendre%20sur%20la%20page%20internet.> (Consulté le 20/06/2023)
- Intuit Mailchimp « Backlinks » : <https://mailchimp.com/fr/marketing-glossary/backlinks/#:~:text=Qu'est%2Dce%20qu',ou%20un%20autre%20site%20Web.> (Consulté le 20/06/2023)
- OCETA : <https://www.oceta.com/> (Consulté le 20/06/2023)
- MANUTAN : https://www.manutan.fr/fr/maf?gad=1&gclid=CjwKCAjwhdWkBhBZEiwA1ibLmD8KUFOTU9BpWsRBGxQj-Unx1VmEytHMYh-vXQ4THuUZVU5-JWNlzxoCiUcQAvD_BwE (Consulté le 20/06/2023)
- ALVEO 3D : <https://www.alveo3d.com/> (Consulté le 22/06/2023)
- Lighthouse