

Institution des Chartreux

Mise en place d'un CMS

Documentation CMS

FAUBLADIER--ANETTE Alexandre
20/02/2024

Table des matières

Définition de l'USP, des KPI, des objectifs, analyse SWOT, UI/UX et la thématique.....	1
USP :	1
Thème non commercial et aucune concurrence	1
Objectifs CMS:.....	1
L'accessibilités du site internet.....	1
KPI :.....	2
Analyse complète du SWOT :	2
Définition UI/UX :	3
Ergonomie du site	3
Structure du site	3
Benchmark	3
Technique :	3
Analyse Client / utilisateur	3
Analyse Global	4
Tests du benchmarking	4
SMO, Social, Campagne E-mailing, Interaction, SEO et référencement	4
Mise en place, Intérêt et objectifs du SMO pour l'entreprise	4
Base de donnée CSV	5
Backlink	5
Interaction sur le site	5
SEO	5
Référencement.....	5
Installation de notre CMS sur Alma Linux et Fiche d'Entreprise	6
Installation de Docker et Portainers sur Alma Linux	6
Fiche d'entreprise:	6
Annexes :	6
1 - Faux site fictif et mention:	6
2 – Ressource du fichier .csv base de donnée cliente	6
3 – Contenu du profil SMO	6
4 – Résultat des campagnes lancées.....	7
5 – Alimentation du site avec des ressources (articles et autres).....	8
6 – Ressources et étapes pour installer WordPress et portainer.io sur alma linux	8
7 – Fonctionnement du plug-in – SEO	8
8 – Référencement de notre établissement.....	10
9 – Référencement du site suivi.....	10

10 – Chargement de la page principale (benchmark).....	10
Chargement en 3G Lente	10
Chargement en 3G rapide	11
11 – Aperçu du site internet	11
12 – image de marque de l’entreprise	12

Définition de l'USP, des KPI, des objectifs, analyse SWOT, UI/UX et la thématique

USP :

Nous sommes la première entreprise à stocker de l'énergie produite par le rire sous forme liquide. Cette énergie, une fois liquéfiée, devient consommable. Notre entreprise se spécialise donc dans le stockage en masse de cette nouvelle source d'énergie, permettant aux humains d'utiliser leur cerveau à 100%, de développer significativement leurs muscles et d'aiguiser considérablement leurs sens. Ce qui rend notre entreprise unique, c'est notre capacité à transformer l'énergie produite par le rire en une énergie liquide utilisable.

Thème non commercial et aucune concurrence

Notre thème est non commercial, car il ne génère pas de concurrence entre les entreprises, et nous n'effectuons pas de transactions commerciales car le produit est fictif. Il ne rivalise pas avec d'autres commerçants et il n'y a pas de compétition entre les entreprises. Le thème que nous avons choisi est fictif, donc aucune autre entreprise ne serait en mesure de proposer le même thème que nous. De plus, nous avons opté pour un service totalement différent de celui des autres étudiants. Le thème initial était la production d'énergie par le rire. Notre entreprise se spécialise précisément dans le stockage de cette énergie sous forme liquide et sa transformation

Objectifs CMS:

Voici les objectifs que nous nous sommes fixés pour notre CMS (Content Management System) :

- Augmenter le temps de visionnage sur notre site et obtenir un ou plusieurs commentaires. Atteindre au moins 3 visites sur notre site.
- Obtenir une visibilité sur Google.
- Mettre en place le site et être capable de le déployer.
- Pour atteindre ces objectifs et soutenir un site internet, nous avons besoin de créer un CMS.

Son utilisation a été nécessaire pour permettre la mise en ligne et la gestion de notre site internet pour cette épreuve

L'accessibilités du site internet

En ce qui concerne notre accessibilité, nous avons mis en place une URL personnalisée pour notre entreprise, Techquantik (<https://www.techquantik.labo.infochartreux.fr>). Dans notre URL, le nom de notre entreprise est inclus pour améliorer notre référencement et notre visibilité. L'URL contient également « labo.infochartreux », ce qui pourrait laisser penser que le site est un site fictif destiné à l'éducation des élèves ou simplement un site de test, grâce au mot « labo ». Pour y accéder, plusieurs moyens sont disponibles : on peut y accéder directement via l'URL, ou simplement en effectuant une recherche Google, par exemple en tapant « Techquantik » dans la barre de recherche. Pour un aperçu du site, vous pouvez le retrouver à l'adresse fournie plus haut.

Protocole	www	Nom de l'entreprise	Suffixe du domaine	extension
Https://	www	Techquantik	Labo.infochartreux	.fr

KPI :

Concernant les KPI qui semblent atteignables avant la fin de la saison, nous avons pensé aux objectifs suivants :

- **KPI 1** : obtenir au moins 5 visites sur le site entre février et mai (1 ou 2 par mois)
- **KPI 2** : obtenir au moins 1 commentaire sur le site.

Ces KPI vont nous permettre de pouvoir mieux nous organiser afin de faire évoluer notre site en fonction de notre environnement ainsi que de nos objectifs futurs. En nous fixant ces KPI, nous avons l'intention de les réaliser, mais ils représentent aussi une difficulté à ne pas négliger. Ils sont fixés dans une norme de difficulté, c'est-à-dire juste à la limite du trop complexe et à la fois pas trop simple. Ces KPI représentent un véritable objectif

Analyse complète du SWOT :

Analyse SWOT :

Cette analyse est cruciale pour comprendre comment notre entreprise peut continuer à se développer, tant sur les plans actuels que futurs. Étant donné l'absence de concurrence directe et le fait que nos technologies sont brevetées, il est peu probable qu'une nouvelle entreprise puisse rapidement rivaliser avec nous.

Forces :

Notre technologie unique est notre atout majeur. Nous avons mis au point la première technologie capable de convertir l'énergie du rire en un format liquide consommable, sans effets indésirables pour l'organisme. En collaboration avec des professionnels de la santé, nous avons créé une boisson plus énergétique qu'une boisson énergisante traditionnelle et qui a une durée d'effet plus longue. Cette boisson innovante permet également d'améliorer les capacités cérébrales sans causer de dommages significatifs pendant une durée limitée.

Faiblesses :

La principale faiblesse réside dans la perte d'énergie de nos fioles et lors de la récupération de l'énergie. Malgré les avancées significatives permises par nos technologies, nous avons identifié un problème avec nos fioles : L'énergie qu'elles peuvent fournir à l'humain diminue de 10% en 3 semaines. La consommation doit donc être immédiate, et il est possible que d'autres entreprises trouvent une solution à ce problème, nous détrônant ainsi de notre position de leader.

Opportunités :

En termes de stockage et de vente, notre entreprise pourrait envisager de continuer à stocker l'énergie, mais surtout de créer un espace de stockage pour l'énergie brute (non encore transformée en format liquide). Nous pourrions envisager de développer une nouvelle entité au sein de nos locaux pour tenter d'améliorer le stockage de l'énergie liquide et ainsi éviter la perte d'énergie qui pose problème.

Menaces :

Les médias représentent la plus grande menace pour nous. Être constamment sous les feux des projecteurs peut être à double tranchant. Si une entreprise parvenait à développer une technologie similaire à la nôtre, nous pourrions avoir du mal à conserver notre position de leader.

Définition UI/UX :

En ce qui concerne l'ergonomie du site, nous avons opté pour un style qui s'aligne avec les tendances actuelles des sites web. Nous avons choisi d'implémenter un nouveau plug-in, "Kubio", pour permettre l'intégration d'animations. Ce plug-in nous offre la possibilité d'ajouter une page d'accueil plus avancée et d'améliorer l'interface du site. En termes de couleurs, nous avons opté pour une palette principalement bleue, complétée par une teinte dorée qui nous permet de nous distinguer. Cette combinaison de couleurs est devenue notre identité visuelle.

➔ [Veuillez consulter l'annexe pour plus d'informations](#)

Ergonomie du site

En matière d'ergonomie, nous avons opté pour un site qui serait accessible au plus grand nombre, tant dans ses choix de couleurs que dans sa mise en page. L'objectif est clairement de retenir l'utilisateur le plus longtemps possible. À cet effet, nous avons mis en place un logo aux bords arrondis, d'un style plutôt moderne, tant dans la forme que dans l'écriture. Les couleurs du site se retrouvent reflétées dans le logo. Ce choix a été fait pour permettre à l'utilisateur d'associer inconsciemment les couleurs de notre logo à notre entreprise.

➔ [Veuillez consulter l'annexe 11 pour plus d'informations](#)

➔ [Veuillez consulter l'annexe 12 pour plus d'informations](#)

Structure du site

Dès la première page de notre site internet, l'utilisateur est informé que le site est fictif, tout comme son histoire et ses produits. Le contenu du site comprend des références à des événements fictifs liés à notre entreprise, des blogs fictifs ainsi que des articles. Pour renforcer la crédibilité de notre site, nous avons ajouté une section « boutique » où nous présentons les services décrits sur le site. Ces services sont également fictifs et aucun moyen de paiement n'a été intégré au site.

➔ [Veuillez consulter l'annexe pour plus d'informations](#)

Benchmark

Technique :

Le benchmark est essentiel pour le site d'une entreprise, car il permet de gérer et de générer du trafic sur internet. Un utilisateur moyen reste environ 3 secondes sur une page en cours de chargement. Passé ce délai, l'utilisateur quitte instinctivement la page. La rapidité est donc un facteur important qui peut parfois être décisif pour un petit site internet ayant une visibilité limitée. En ce qui concerne l'analyse de la rapidité de chargement de notre site (Benchmark), nous avons pu effectuer des tests grâce à différents outils. Nous avons également eu l'occasion de tester nous-mêmes la rapidité du site. Voici nos résultats.

Analyse Client / utilisateur

Du côté client, nous avons remarqué, avant d'effectuer les modifications sur le site, que le chargement prenait environ 3 secondes pour une connexion normale. Nous avons donc apporté des modifications pour permettre un affichage en "cascade". C'est-à-dire que les informations importantes, comme les titres et les paragraphes, sont chargées en premier. Cela permet à l'utilisateur de

commencer à lire le contenu pendant que le reste du site se charge. Si l'on utilise une connexion 3G dite "lente", le site met environ 17 secondes à se charger. Pour vérifier cela, il suffit de faire un clic droit, puis de sélectionner "Inspecter" et "Réseau". Ensuite, on coche la case "Désactiver le cache", on rafraîchit la page, et on peut voir les statistiques du site. On obtient ainsi une vue d'ensemble du site qui nous permet de voir combien d'éléments sont chargés, ainsi que le temps de chargement final. Après toutes nos modifications, nous obtenons un résultat satisfaisant, environ 1 seconde 50 sans limitations et 3 à 4 secondes pour obtenir l'accès ainsi que les premiers éléments en 3G rapide.

➔ [Veuillez consulter l'annexe pour plus d'informations](#)

Analyse Global

Parmi les éléments disponibles pour notre analyse, nous pouvons utiliser les extensions / techniques suivantes. (Il serait intéressant de voir si nous pouvons mettre en place un pré-chargement du site.) Un rendu du site en basse qualité est possible si l'utilisateur possède une connexion lente. Il pourra ainsi avoir accès en premier lieu aux informations telles que les titres et le contenu du site, puis au style général et enfin aux photos et animations. Cet ordre permet de maximiser les chances qu'un utilisateur reste sur la page malgré sa connexion lente. Actuellement, le site peut être chargé en environ 3 secondes avec une connexion 3G dite "rapide", et en moins d'une seconde sans limitation.

Tests du benchmarking

En ce qui concerne le test pour le benchmarking, nous avons effectué plusieurs tests dont vous trouverez les résultats en annexe. En complément de nos tests sur des outils externes, nous avons également pu tester notre vitesse grâce à l'interface proposée par notre navigateur (voir annexe). Nous obtenons donc un temps de chargement d'environ 6 à 7 secondes pour une page avec une connexion 3G lente cette fois.

➔ [Veuillez consulter l'annexe pour plus d'informations](#)

SMO, Social, Campagne E-mailing, Interaction, SEO et référencement

Mise en place, Intérêt et objectifs du SMO pour l'entreprise

Nous avons mis en place une stratégie de SMO (Social Media Optimization), qui consiste à créer un compte sur les réseaux sociaux pour améliorer notre image de marque. Nous avons choisi X, anciennement Twitter, comme plateforme pour communiquer plus facilement nos informations commerciales, que ce soit par le biais de textes ou d'images. L'avantage de ce réseau social est qu'il nous permet de contacter ou d'être contacté facilement et rapidement. De plus, il facilite la communication sur nos offres grâce à du texte et des images. Ce réseau permet d'être facilement repérable et mis en avant, ce qui nous permet de mieux communiquer avec nos utilisateurs et de fournir des informations précises et utiles sur nous. En ce qui concerne les résultats et objectifs de notre SMO, nous avons constaté une augmentation du nombre de visites ainsi que de notre base de clients. Nos actions de communication commerciale sur les réseaux sociaux nous ont permis d'obtenir un retour sur investissement. Les résultats futurs de notre présence sur les réseaux sociaux seront encore plus importants car nous avons l'intention de lancer une campagne de réduction sur nos produits pour les 2 ans de la création de notre société, à l'occasion d'un événement à Paris en 2022.

➔ [Veuillez consulter l'annexe pour plus d'informations](#)

Base de donnée CSV

Suite à nos communications sur les réseaux sociaux et grâce au bon référencement de notre site internet, notre base de données clients a pu s'élargir pour atteindre 20 clients. Nous avons donc pu lancer deux campagnes. En ce qui concerne les résultats, sur les 20 emails envoyés, nous avons eu 2 désabonnements et 16 personnes ont ouvert et donc lu leur contenu (résultat de la deuxième campagne).

➔ [Veuillez consulter l'annexe pour plus d'informations](#)

Backlink

Mon site présente 4 backlink différents, dont 3 proviennent de sites fictifs consacrés à l'étude des Chartreux. Ces sites pointent tous vers notre site et sont décrits dans nos articles comme nos alliés économiques et marketing. Voici les différents backlink :

- [Lunar-ski-rando](#)
- [RigoloRésolu](#)
- [Dream stream](#)
- [RireToVolto](#)

Interaction sur le site

Sur Techquantik, nous avons mis en place un moyen d'interaction entre les différents utilisateurs qui permet de poster un commentaire sur la page de contact. Cela va permettre aux utilisateurs d'exposer leurs avis sur le site. Nous avons également ajouté notre adresse email à la page de contact, en plus du formulaire, pour faciliter la communication entre nous et les clients.

SEO

En ce qui concerne notre référencement, nous avons mis en place un plug-in SEO pour optimiser notre visibilité. Ce plug-in offre plusieurs fonctionnalités intéressantes, notamment la possibilité d'observer une multitude de paramètres linguistiques, tels que la voix passive, le vocabulaire, le nombre total de mots, le temps total de lecture, le nombre de mots par paragraphe, etc.

➔ [Veuillez consulter l'annexe pour plus d'informations](#)

Référencement

En ce qui concerne notre référencement, nous avons mis en place une fiche d'entreprise sur Google pour déclarer notre entreprise fictive. Cela nous permet d'être répertoriés sur Google et surtout d'être mis en avant sur Google Maps. En ce qui concerne le champ d'action géographique, étant donné que notre fiche Google nous permet de définir une adresse, nous pouvons ainsi définir un rayon dans lequel il sera possible de trouver le commerce physique.

➔ [Veuillez consulter l'annexe pour plus d'informations](#)

Installation de notre CMS sur Alma Linux et Fiche d'Entreprise

Installation de Docker et Portainers sur Alma Linux

Installation des programmes “Docker”, “WordPress” ainsi que “Portainer.io” sur une machine ALMA Linux 9. Pour consulter le détail des commandes utilisées sur ALMA pour construire le CMS, veuillez vous référer au lien fourni.

→ [Veuillez consulter l'annexe pour plus d'informations](#)

Fiche d'entreprise:

Pour commencer, nous avons créé une fiche d'entreprise avec notre adresse mail spécialement conçue pour cela (techquantik@gmail.com). Ensuite, une fois les informations concernant l'entreprise renseignées, nous pouvons ajouter sur la fiche le lien de notre site internet. Lors de la création de notre fiche d'entreprise, Google nous demande de rentrer un numéro de téléphone, auquel cas il nous permettra de recevoir un message à la place d'une vidéo pour valider notre compte. Pour cette étape, nous allons rentrer notre véritable numéro de téléphone pour la validation. Une fois cela fait, nous pouvons désormais rentrer toutes les informations nécessaires pour permettre notre référencement.

→ [Veuillez consulter l'annexe pour plus d'informations](#)

Annexes :

1 - Faux site fictif et mention:

[Retour à la lecture](#)

Mise en place d'une interface utilisateur agréable et épurée pour faciliter la lisibilité du site et installer un climat de confiance entre notre site et l'utilisateur.

2 – Ressource du fichier .csv base de donnée cliente

[Retour à la lecture](#)

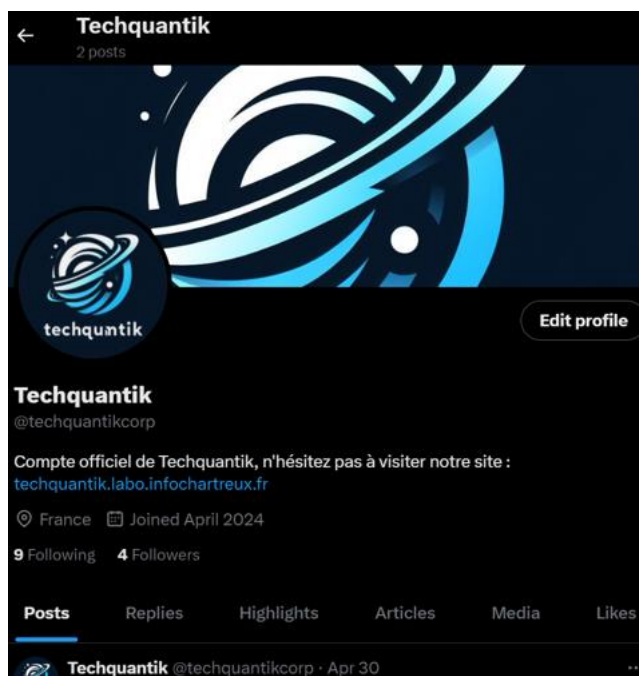


BDD Cliente
Techquantik.csv

Ce fichier contient la base de donnée cliente de Techquantik qui compte aujourd'hui 20 clients

3 – Contenu du profil SMO

[Retour à la lecture](#)

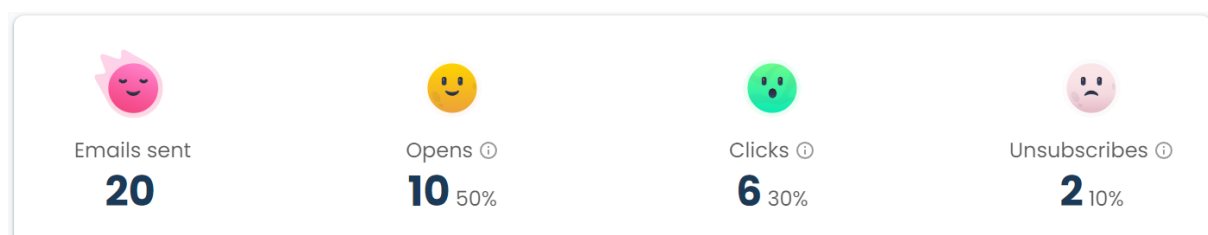


Lien vers le compte twitter : <https://twitter.com/techquantikcorp>

Actuellement 4 abonnées dont 3 coéquipier / partenaire à L'entreprise.

4 – Résultat des campagnes lancées

[Retour à la lecture](#)



5 – Alimentation du site avec des ressources (articles et autres)

[Retour à la lecture](#)



Sur l'image présentée, nous pouvons voir 4 articles créés récemment. Nous sommes actuellement sur la page "blog". D'autres articles, qui ne sont pas basés sur les actualités de l'entreprise comme pour le blog, sont orientés sur notre réputation et sur des questionnements (FAQ).

6 – Ressources et étapes pour installer WordPress et portainer.io sur alma linux

[Revenir à la lecture](#)



TUTO CMS.md

Double cliquez dessus pour ouvrir le fichier, il faudra de préférence utiliser un éditeur tel que vs code par exemple.

7 – Fonctionnement du plug-in – SEO

[Revenir à la lecture](#)

Après avoir installé "Yoast SEO", qui offre une analyse SEO complète gratuitement, Yoast propose d'analyser la structure de notre site pour nous remonter les informations importantes. Comme on peut le voir sur la photo ci-dessous, Yoast nous suggère de définir des mots-clés pour les recherches et de placer le MOTD (Message Of The Day) que l'on souhaite appeler aussi Méta-Description. Dans la catégorie lisibilité, l'orthographe, la voix passive, les liens, les images, l'insertion d'une image pour la publication du lien sur internet, le nombre de mots par paragraphes, le vocabulaire employé et d'autres paramètres sont optimisés pour obtenir une expérience utilisateur parfaite et favoriser le trafic.

SEO

Lisibilité

Schema

Réseaux sociaux

Requête cible ?

résolutions Techquantik

Obtenir des requêtes cibles liées

Apparence sur les moteurs de recherche

Déterminez comment votre publication devrait apparaître dans les résultats de recherche.

Prévisualiser en tant que :

☒ Résultat mobile

☐ Résultat bureau

techquantik

www.techquantik.labo.infochartreux.fr > nouvelles-reso...

Nos résolutions pour 2024 - Techquantik

Déc 10, 2021 - Découvrez les nouvelles résolutions chez techquantik pour la nouvelles année 2024 !

Titre SEO

Utiliser l'IA

Ins

Titre

Page

Séparateur

Titre du site

Slug

nouvelles-resolution-2024

Méta description

Utiliser l'IA

Ins

Découvrez les nouvelles résolutions chez techquantik pour la nouvelles a

8 – Référencement de notre établissement

[Revenir à la lecture](#)

Techquantik

[Site Web](#)[Itinéraire](#)[Enregistrer](#)

5,0 ★★★★★ 2 avis ⓘ

Dépôt-vente à Lyon

Adresse : 151 Avenue général frère

Horaires : Fermé · Ouvre à 09:00 lun. ▼
Mis à jour par l'entreprise il y a 1 semaine

Téléphone : 07 67 08 12 85

[Suggérer une modification](#)
[Vous êtes le propriétaire de cet établissement ?](#)

Questions et réponses

[Poser une première question](#)[Poser une question](#)

📱 Envoyer sur votre téléphone

Envoyer

Les avis ne sont pas vérifiés ⓘ

9 – Référencement du site suivi

[Retour à la lecture](#)

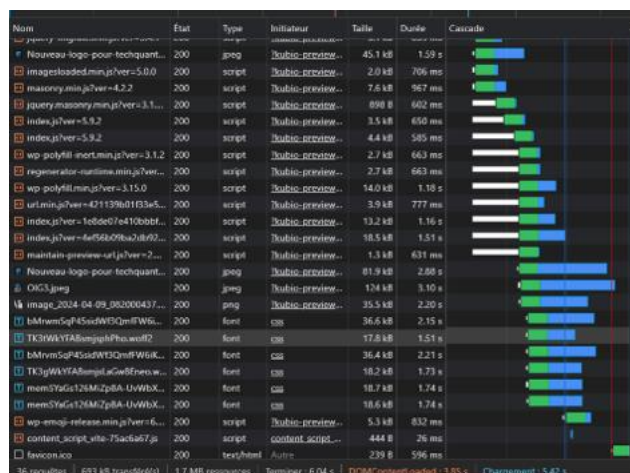
[Analysez les sites Web avec l'outil gratuit d'audit et de rapports SEO - SEOptimer](#)

Ce lien conduit à un descriptif complet pour examiner ce qui peut encore être optimisé sur le site internet. Lorsque l'on entre l'adresse de Techquantik, nous obtenons toutes les statistiques possibles sur le référencement, le temps de chargement (lié à l'hébergeur), le nombre de liens externes (backlink), les réseaux sociaux, etc.

10 – Chargement de la page principale (benchmark)

[Retour à la lecture](#)

Chargement en 3G Lente

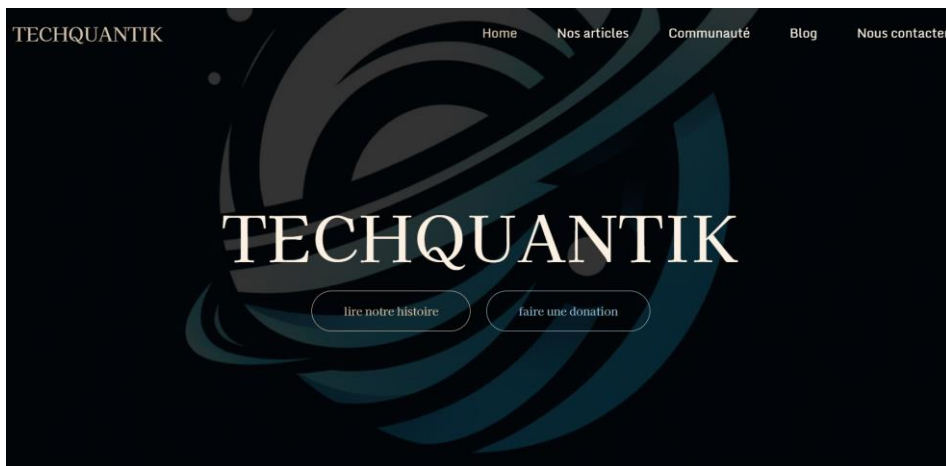


Chargement en 3G rapide

Nom	État	Type	Initiateur	Taille	Durée	Cascade
Nouveau-logo-pour-techquant...	200	jpeg	7subio-preview...	45.1 kB	146 ms	
imagesloaded.min.js?ver=5.0.0...	200	script	7subio-preview...	2.0 kB	147 ms	
masonry.min.js?ver=4.2.2	200	script	7subio-preview...	7.6 kB	146 ms	
jquery.masonry.min.js?ver=3.1...	200	script	7subio-preview...	904 B	60 ms	
index.js?ver=5.9.2	200	script	7subio-preview...	3.5 kB	60 ms	
index.js?ver=5.9.2	200	script	7subio-preview...	4.4 kB	39 ms	
wp-polyfill-inert.min.js?ver=...	200	script	7subio-preview...	2.7 kB	39 ms	
regenerator-runtime.min.js?ver...	200	script	7subio-preview...	2.7 kB	45 ms	
wp-polyfill.min.js?ver=3.15.0	200	script	7subio-preview...	14.0 kB	50 ms	
url.min.js?ver=421139b01f34e5...	200	script	7subio-preview...	3.9 kB	47 ms	
index.js?ver=1e8de07e410bbf...	200	script	7subio-preview...	13.2 kB	48 ms	
index.js?ver=de156b09ba2db92...	200	script	7subio-preview...	18.5 kB	49 ms	
maintain-preview-url.js?ver=2...	200	script	7subio-preview...	1.3 kB	47 ms	
Nouveau-logo-pour-techquant...	200	jpeg	7subio-preview...	81.9 kB	181 ms	
bMrwmSqP45oidWF3QmFW6L...	200	font	css	36.6 kB	201 ms	
TK3HWYfA8emjuphPho.wof2	200	font	css	17.8 kB	179 ms	
OIG3.jpeg	200	jpeg	7subio-preview...	124 kB	132 ms	
image_2024-04-09_082000437...	200	png	7subio-preview...	35.5 kB	127 ms	
TK3qWkYfA8emjuphPho.wof2	200	font	css	18.2 kB	124 ms	
mem5YaGt126Mzj8A-UvWbX...	200	font	css	18.7 kB	75 ms	
bMrwmSqP45oidWF3QmFW6L...	200	font	css	36.4 kB	129 ms	
mem5YaGt126Mzj8A-UvWbX...	200	font	css	18.6 kB	155 ms	
wp-emoji-release.min.js?ver=6...	200	script	7subio-preview...	5.3 kB	93 ms	
content_script_vite-75acka67.js	200	content_script	Autre	444 B	27 ms	
favicon.ico	200	text/html	Autre	239 B	123 ms	

36 requêtes | 693 kB transféré(s) | 1.7 MB ressources | Terminer : 1.64 s | DOMContentLoaded : 1.27 s | Chargement : 1.47 s

11 – Aperçu du site internet



Avis aux visiteurs:

site pédagogique et fictif

Bienvenue sur notre site. Nous tenons à préciser que ce site est un site d'exemple, créé uniquement à des fins éducatives. Il a été conçu pour servir de ressource pédagogique, permettant aux apprenants de comprendre comment fonctionne un site internet. Veuillez noter que toutes les informations et les services proposés sur ce site sont fictifs et ne doivent pas être pris au sérieux. Nous espérons que ce site vous aidera dans votre parcours d'apprentissage.

Bonne exploration !



12 – image de marque de l'entreprise

[Retour à la lecture](#)



Pour notre logo, nous avons choisi un style épuré et simple, ayant un design moderne et dynamique. Les couleurs de l'entreprise sont principalement le bleu et, sur notre site, le jaune doré, couleur représentant dans l'inconscient des personnes le luxe. Les couleurs qui ressortent le plus sont les plus vives pour attirer l'attention des utilisateurs et pour leur faire imprimer la couleur de l'entreprise.