



Rapport de projet

Espace Art

HEIG-VD – Marketing Digital 1
2022-2023

M51-1
01.02.2023

Alexandre Hungerbühler
Antony Neyret

Table des matières

1. Initialisation du projet	4
1.1. But du projet.....	4
1.2. Choix du thème	5
1.3. Nom du projet.....	5
1.4. Services proposés.....	6
1.5. Concurrence	7
1.6. Cibles.....	8
1.6.1. <i>Personas</i>	9
2. Organisation du projet.....	12
2.1. Répartition des tâches.....	13
2.2. Le plan du site	14
2.3. Calendrier éditorial	15
3. Conception.....	18
3.1. Wireframe	18
3.2. Moodboard	20
3.3. Brief créatif	21
3.4. Identité Visuelle.....	22
3.4.1. <i>Couleurs</i>	22
3.4.2. <i>Logo</i>	23
3.4.3. <i>Image</i>	24
3.4.4. <i>Typographies</i>	24
4. Mise en place du site web	25
4.1. Choix du thème WordPress.....	25
4.1.1. <i>Légères modifications du thème</i>	26
4.2. Mise en place des pages.....	28
4.3. Web Stories	31
4.4. Installation des extensions imposées.....	32

4.4.1. <i>Google Site Kit</i>	32
4.4.2. <i>Search Console</i>	36
4.4.3. <i>PageSpeed Insights</i>	39
4.4.4. <i>FAQ</i>	41
4.4.5. <i>Optimole</i>	43
4.5. Plugins et outils supplémentaires.....	44
5. Référencement SEO.....	46
5.1. La cible de votre site web.....	46
5.2. Mots clés.....	46
5.3. Concurrence de mots clés.....	49
5.4. Open Graph.....	52
5.5. Analyse des contenus après publication.....	53
5.6. Robots.txt.....	55
5.7. Sitemap.xml.....	56
6. Google My Business.....	57
7. Newsletter.....	59
7.1. Sur le site web.....	59
7.2. Exemple de Newsletter.....	63
7.3. Configuration.....	64
7.3.1. <i>Double opt-in</i>	64
7.3.2. <i>Intégrer Google Analytics</i>	65
8. Réseaux sociaux.....	67
8.1. Twitter.....	68
8.2. Pinterest.....	70
8.3. Facebook.....	72
8.4. Instagram.....	74
9. Rapport Looker Studio.....	77
10. Conclusion.....	78
10.1. Questions supplémentaires.....	78
10.2. Problèmes rencontrés.....	80
11. Références.....	81

1. Initialisation du projet

1.1. But du projet

Ce projet a comme objectif de mettre en pratique la théorie du cours de Marketing Digital. Il nous est demandé de réaliser un écosystème digital sur un domaine de notre choix.

Ce rapport documente à l'aide de captures d'écran notre processus de création qui comprend les points suivants :

- L'identité visuelle (logo, charte graphique)
- Une présence sur les réseaux sociaux
- Un site Wordpress
- Les outils d'analyse de Google Site Kit
- Un profil Google Business
- Un système de Newsletter
- L'optimisation du référencement sur les moteurs de recherche
- Un rapport Google Data Studio

1.2. Choix du thème

En art, nous connaissons toujours les artistes ou les œuvres les plus connues de l'histoire (Van Gogh, Picasso, La Joconde). Qu'en est-il de la découverte des nouveaux ou des moins célèbres ?

Lors de notre maturité professionnelle, nous avons découvert que l'histoire de l'art est passionnante. Cependant l'art est un domaine vaste. Il est parfois difficile de trouver une œuvre ou un artiste qui nous correspond.

Pour cette raison, nous souhaitons promouvoir et donner une meilleure approche de ce domaine. C'est également un bon moyen d'approfondir nos références et découvrir d'autres artistes via ce projet.

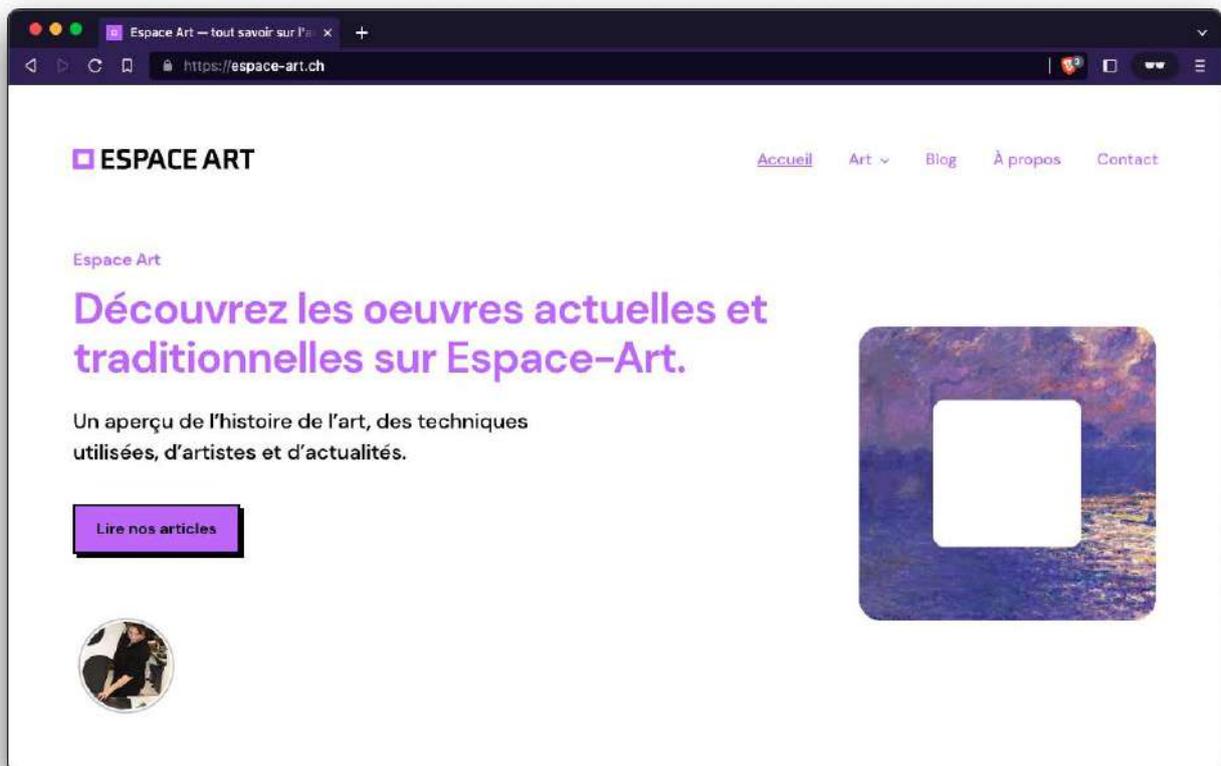
1.3. Nom du projet

Notre projet est un espace accessible en ligne où l'on retrouve toutes les informations liées à l'art. D'où le nom **Espace Art**.

Accessible à l'adresse : <https://espace-art.ch>

1.4. Services proposés

- ↳ Apprendre les rudiments de l'art et de l'histoire de l'art
- ↳ Découverte de l'univers d'artistes (modernes ou anciens)
- ↳ Découverte d'expositions d'art
- ↳ Anecdotes et histoires à propos d'œuvres



1.5. Concurrence

Nous considérons 2 concurrents qui sont proches de ce que l'on propose. Ils sont bien établis et offrent leur contenu dans plusieurs langues.



DailyArt publie dans leur application des œuvres classiques, modernes et contemporaines de haute qualité ce qui permet à l'utilisateur de zoomer dans l'image pour voir les détails. Les publications sont accompagnées d'une brève description (3 paragraphes environ) pour comprendre le contexte et la biographie de l'artiste. DailyArt propose une version payante pour avoir accès à toutes leurs publications sans publicités.

KAZOART

KazoArt est un site web dédié à l'art qui publie des articles quotidiennement à propos d'œuvres, artistes et expositions. Chaque article est explicatif, offrant des commentaires sur une œuvre spécifique, un artiste peu connu ou une exposition à ne pas manquer. KazoArt a également une boutique en ligne pour les œuvres d'art contemporain. C'est un endroit idéal pour les débutants dans l'achat d'œuvres d'artistes peu connus.

1.6. Cibles

Notre but est de promouvoir et partager l'art dans le monde digital. Les publics que nous voulons toucher sont **les jeunes de 20-30 ans principalement en Suisse romande et les personnes qui ont de l'intérêt pour ce milieu**. Ainsi, nous désirons apporter une meilleure visibilité aux anciennes et nouvelles œuvres.

Pour acquérir des lecteurs, nous allons utiliser les médias sociaux et le référencement naturel.

Pour réaliser les persona, nous avons utilisé *Xtensio* qui permet de faire des tableaux avec toutes les informations d'une personne.

1.6.1. Personnas

Joanna Petit



"Rien de mieux qu'un bon livre et une tasse de thé."

Age: 24
Profession: **Master en Lettre**
Statut: **Célibataire**
Localisation: **Renens**

Personnalité

Introvertie	Extravertie
Réflexion	Emotionnel
Sentiment	Intuition
Jugement	Perception

Curieuse Studieuse Calme Timide

Objectifs

- Se développer personnellement en lisant
- Étudier l'histoire des langues et écrire un livre

Frustrations

- Rêve de partir seule en randonnée en Inde pendant 1 mois mais n'ose pas.
- Manque de temps pour explorer ses intérêts en raison de ses études.

Bio

Joanna s'intéresse à beaucoup de sujets. Elle aime découvrir et écrire dans son journal. Il lui arrive de publier des photos de ses lectures sur les réseaux sociaux mais jamais de photos d'elle.

Elle se sent proche de la nature et fait souvent des randonnées pour se ressourcer de ses études. Elle a déjà dit avoir un intérêt pour les musées et les tableaux mais pas plus. Son compte Instagram est rempli de publication de couture, lecture et paysages.

Soft Skills

Motivation	80%
Fear	70%
Croissance	30%
Power	60%
Sociale	20%

Marques & Influencers

ROZE THE MAN SUPPLY CO **patagonia**

Technologies

Instagram	80%
Ordinateur	70%
Smartphone	60%
Achat en ligne	80%

Sophie Ballourd



"La Beauté d'une œuvre d'art est semblable au parfum qu'exhalent les fleurs"

Age: **31 ans**
Métier: **Directrice Marketing**
Famille: **Mariée, 1 enfant**
Localisation: **Lausanne, Suisse**

Personnalité



Curieuse Sociable Élégante Raffinée

Objectifs

- Découvrir de nouveaux artistes et de nouvelles tendances dans l'art contemporain pour élargir ses connaissances.
- Trouver de nouvelles idées de décoration d'intérieur pour améliorer l'ambiance de sa maison.

Frustrations

- Ne pas trouver suffisamment de temps pour visiter les musées et les galeries d'art.
- Ne pas trouver suffisamment de contenu sur les artistes et les tendances qu'elle s'intéresse.

Biographie

Sophie est une femme passionnée d'art, directrice marketing, qui aime découvrir de nouveaux artistes. Elle utilise l'art dans sa décoration d'intérieur et partage ses découvertes sur les réseaux sociaux. Elle est confiante dans ses goûts et ses choix et investit dans des œuvres d'art pour sa collection personnelle.

Compétences



Marques & Influenceurs



Technologies



Jacques Bonmati



"L'art n'est pas seulement un objet à contempler, c'est un témoignage de notre histoire et de notre humanité."

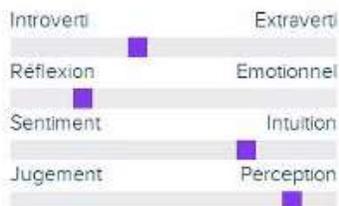
Age: **44 ans**

Métier: **Conservateur d'art**

Famille: **Marié**

Localisation: **Aix-en-Provence, France**

Personnalité



Eduqué

Ouvert d'esprit

Soigné

Curieux

Objectifs

- Améliorer ses connaissances sur la conservation et la présentation de l'art.
- Partager ses découvertes et ses connaissances dans des blogs dédié à l'art.

Frustrations

- Les gens qui ne comprennent pas ou qui ne respectent pas l'art.
- La difficulté à obtenir des finances pour organiser des expositions et des événements culturels.

Biographie

Jacques est un conservateur d'art passionné qui a consacré sa vie professionnelle à l'étude des œuvres d'art de différentes époques et cultures. Il aime partager ses connaissances et ses opinions sur les œuvres contemporaines en tant que critique d'art expérimenté. Il est également curieux et aime découvrir de nouvelles œuvres, que ce soit en visitant des musées lors de ses voyages ou en naviguant sur internet.

Compétences



Marques & Influenceurs



Technologies



2. Organisation du projet

Pour nous organiser, nous avons utilisé un document Word partagé avec un tableau resu- mant des étapes à terminer par semaine.

PLANNING
Mise en commun des idées chaque semaine

SEMAINES	PRATIQUE	RÉDACTION DOSSIER
12-18 déc.	Brainstorming de l'image (chacun) Répartition des tâches Moodboard – début Identité visuelle (moodboard précis)	Initialisation Moodboard (sans thème WP)
19-25 déc.	Identité visuelle (déclinaisons pour RS) Sitemap du site 2 Wireframes + (maquette) Brainstorming d'articles	Organisation du projet
26-01 jan. (vacances)	Rédaction des contenus des pages Écriture des articles (min 3.) Calendrier éditorial	Organisation du projet Explication Calendrier éditorial
02-08 jan. (vacances)	Réseaux sociaux (4 post par social) Facebook, Instagram, Pinterest, Twitter	
09-15 jan.	Créer les comptes marketing Mise en place du site web + SEO Analytics	Wireframe Moodboard Mise en place du site web
16-22 jan.	Mise en place du site web SEO Marketing Newsletter	Référencement SEO Plugins et outils
23-29 jan.	Finalisation du Dossier Rapport de Google Data Studio (fin de semaine)	10 / 11 / 12 Mise en page
30-01 fév. (rendu)	Régénérer un rapport Google Studio	Détails

2.1. Répartition des tâches

Pour nous répartir les tâches, nous avons utilisé un fichier Excel partagé sur Teams. Puis, chacun a écrit ses parties respectives du rapport dans un fichier Word.

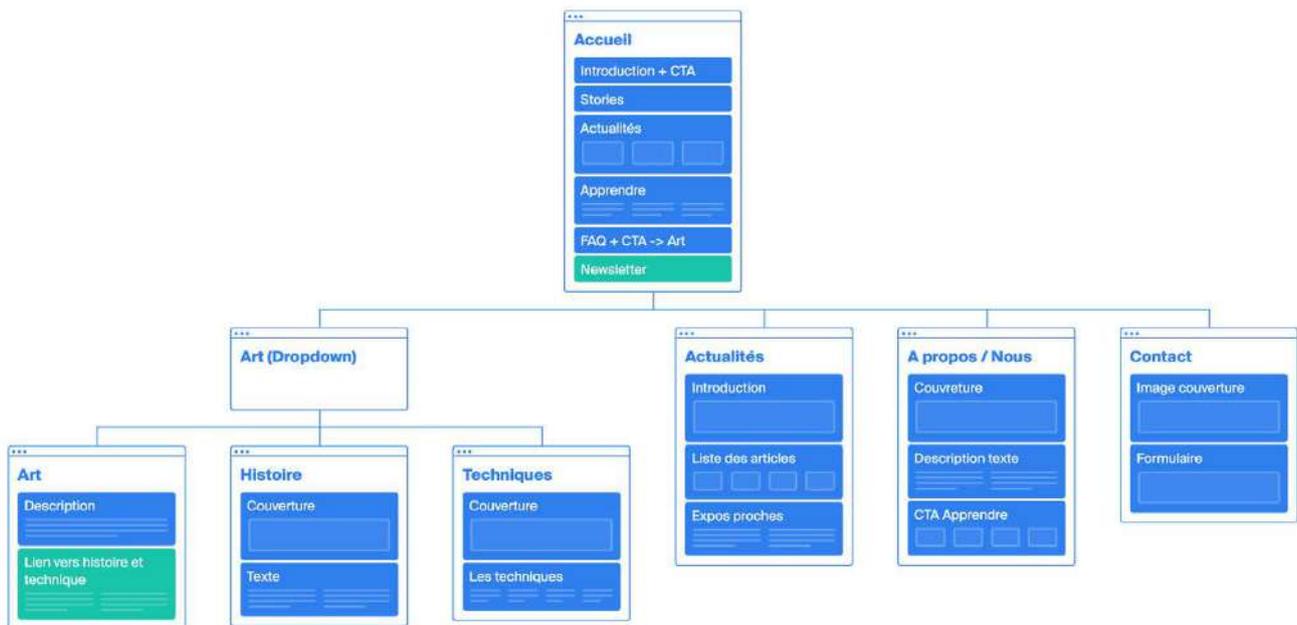
Tâches	Attributions	Terminé
Une identité de marque		
Nom de marque	Antony	x
Logo	Antony	x
Couleurs	Antony	x
Typographies	Antony	x
Moodboard	Alex	x
Wireframe	Antony	x
Sitemap	Antony	x
Brief créatif	Alex	x
Thème Wordpress	Ensemble	x
Calendrier éditorial	Ensemble	x
6 publications	Antony	x
6 publications	Alex	x
Site web basé sur Wordpress		
Page "Accueil"	Antony	x
Page "Art"	Antony	x
Page "Technique"	Alex	x
Page "Histoire"	Antony	x
Page "A propos"	Alex	x
Page Blog / Articles	Antony	x
Article 1	Alex	x
Article 2	Alex	x
Article 3	Antony	x
Page Contact	Alex	x
FAQ	Antony	x
Formulaire d'inscription Newsletter	Alex	x
Pop-up newsletter	Alex	x
Une intégration Google Web Stories	Antony	x
Référencement SEO (capture d'écran)		
la cible de notre site	Alex	x
Les mots-clés pour le référencement	Alex	x
les concurrents à "battre"	Alex	x
Analyse SEO après publication	Alex	x
Un fichier robots.txt	Antony	x
un fichier sitemap.xml	Antony	x

		x
Installation de Google kit		
Google analytics	Antony	x
Search Console	Antony	x
PageSpeed Insights	Antony	x
Tag Manager	Antony	x
Microsoft Clarity	Antony	x
Un système d'email marketing / via mailchimp		
Inscription de double opt-in	Alex	x
Liaison Mailchimp à Google Analytics	Alex	x
Un exemple de Newsletter	Alex	x
Modules SEO		
Rankmath	Antony	x
Optimole	Antony	x
Réseaux sociaux	Alex	x
Facebook (4 posts)	Alex	x
Instagram (4 posts)	Antony	x
Pinterest (4 posts)	Alex	x
Twitter (4 posts)	Alex	x
Rapport Google Data Studio	Antony	
Plages de dates dynamiques		
Nombre de total de sessions		
Nombre de total de sessions par périphérique		
top 5 des pages les plus visitées		
Provenance graphique des visiteurs		
Google my Business	Alex	x
Expliquer pourquoi ce profil va contribuer	Alex	x
Questions supplémentaires		
question 1	Alex	
question 2	Antony	
question 3	Alex	

2.2. Le plan du site

Pour réaliser le plan du site, nous avons utilisé une application web nommée *octopus.io*. Cette application permet de faire un site-map de manière stylisée mais également d'ajouter une structure ce qui accélère le processus de création du wireframe.

Désavantage: payant pour exporter mais une capture d'écran et *inspecter l'élément* suffit.



Le site web se sépare en deux parties principale:

- **Apprendre** les choses importantes de l'art (Art, Histoire, Techniques)
- **Blog/actualités**

Cela permet aux personnes non-expertes d'apprendre brièvement les bases.

2.3. Calendrier éditorial

Un calendrier éditorial est un plan de publication de contenu qui prévoit la création et la diffusion de contenu sur une période déterminée. Il peut être utilisé par les éditeurs de blogs, les journalistes, les entreprises de marketing et d'autres professionnels pour organiser leur travail et leur stratégie de contenu.

Nous avons utilisé Excel. Cela permet de créer une structure et de facilement l'adapter.

Mensuel: 1 publication sur une exposition et de l'article sur les réseaux sociaux

Hebdomadaire: 1 œuvres, un autre jour 1 artiste.

En général, lorsqu'un article est publié sur notre blog, nous planifions une publication avec le lien sur nos réseaux sociaux.



Calendrier éditorial

Date de publication	Thème	Titre provisoire	Canal	État	Auteur	Éléments clés	Mots clés	Notes
16.01.2023	Exposition	Refik Anadol - Unsupervised	Blog	Publié	Antony	Image de l'exposition	AI, images, contemporain	Visiter l'exposition, pas l'occasion d'être sur place
16.01.2023	Exposition	Refik Anadol - Unsupervised	Instagram	Publié	Antony	Carousel	Ce que pense une AI ?	
15.01.2023	Exposition	Refik Anadol - Unsupervised	Pinterest	Publié	Antony	Simple image		Lien
16.01.2023	Exposition	Refik Anadol - Unsupervised	Facebook	Publié	Antony	Simple image		Lien
16.01.2023	Exposition	Refik Anadol - Unsupervised	Twitter	Publié	Antony	Simple image		Lien
11.01.2023	Œuvre	La lumière du soleil du matin sur la neige, Eragny-sur-Epte	Blog	Publié	Alexandre	Description de l'œuvre	Impressionnisme	
11.01.2023	Œuvre	La lumière du soleil du matin sur la neige, Eragny-sur-Epte	Twitter	Publié	Alexandre	Simple publication de l'œuvre		Suciter l'intérêt
18.01.2023	Œuvre	Form and Light, Motif in West New Jersey	Blog	Publié	Antony	Description de l'œuvre		
18.01.2023	Œuvre	Form and Light, Motif in West New Jersey	Instagram	Publié	Antony	Simple image		AIDA
19.01.2023	Artiste	Christine Guichard	Blog	Publié	Alexandre	2 œuvres majeur	contemporain	
19.01.2023	Artiste	Christine Guichard	Twitter	Publié	Alexandre	Lien de l'article		
23.01.2023	Astuce	Visiter un musée gratuitement	Instagram	Publié	Antony	Reel, vidéo, Google Art and culture		AIDA

31.01.2023	Expositions	3 expositions à voir en février	Email	En cours	Alexandre		
07.02.2023	Exposition	"L'exposition immersive - Frida Kahlo "	Blog	Non commencé	Alexandre	L'amour, aller en couple	pour la Saint-valentin
07.02.2023	Exposition	"L'exposition immersive - Frida Kahlo "	Instagram	Non commencé	Alexandre	Vidéo avec des images de l'exposition	
06.02.2023	Œuvre	"Rage, The Flower Thrower" de Banksy"	Blog	Non commencé	Antony	Avec une interpretation	
06.02.2023	Œuvre	"Rage, The Flower Thrower" de Banksy"	Instagram	Non commencé	Antony	Juste image + lien et courte description	Lien
06.02.2023	Œuvre	"Rage, The Flower Thrower" de Banksy"	Twitter	Non commencé	Antony	Juste image + lien et courte description	Lien
06.02.2023	Œuvre	"Rage, The Flower Thrower" de Banksy"	Facebook	Non commencé	Antony	Juste image + lien et courte description	Lien
09.02.2023	Artiste	Piere Soulage	Blog	Non commencé	Alexandre	Vie de l'artiste	
09.02.2023	Artiste	Piere Soulage	Instagram	Non commencé	Alexandre	Vie de l'artiste	Lien
09.02.2023	Artiste	Piere Soulage	Twitter	Non commencé	Alexandre	Vie de l'artiste	Lien
09.02.2023	Artiste	Piere Soulage	Facebook	Non commencé	Alexandre	Vie de l'artiste	Lien

3. Conception

3.1. Wireframe

Captures à la page suivante

Nous avons réalisé les Wireframe dans *Balsamiq*. L'application offre une version gratuite de 30 jours et permet de faire rapidement un Wireframe sans devoir créer des éléments type boutons, liste déroulante, etc.

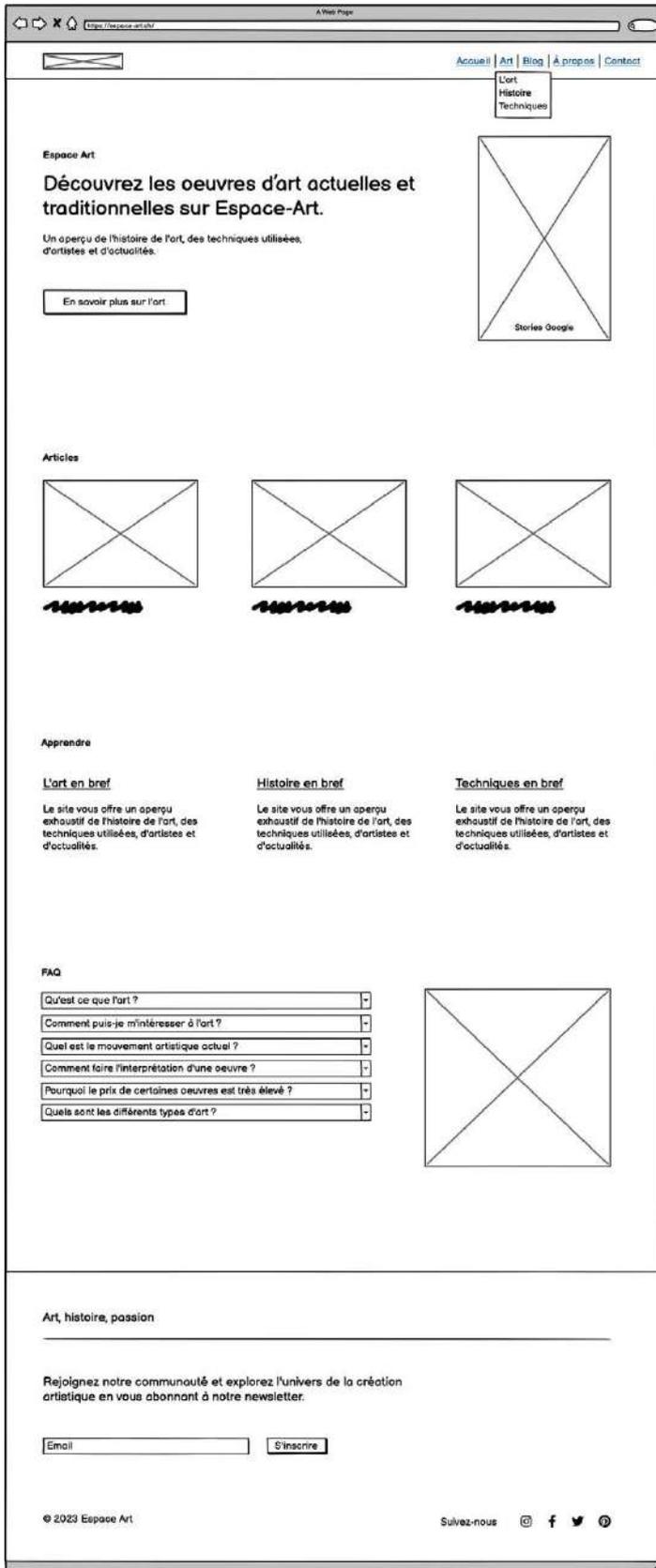
La **page d'accueil** veut captiver l'utilisateur et le rediriger vers différentes pages, d'où l'appel à l'action pour en savoir plus (remplacé par un appel vers la page blog).

La **FAQ** en bas permet un meilleur référencement car elle contient des mots clé. Cependant les utilisateurs seront probablement redirigés avant d'arriver à cette section. C'est pourquoi la FAQ se retrouve aussi sur la page Art.

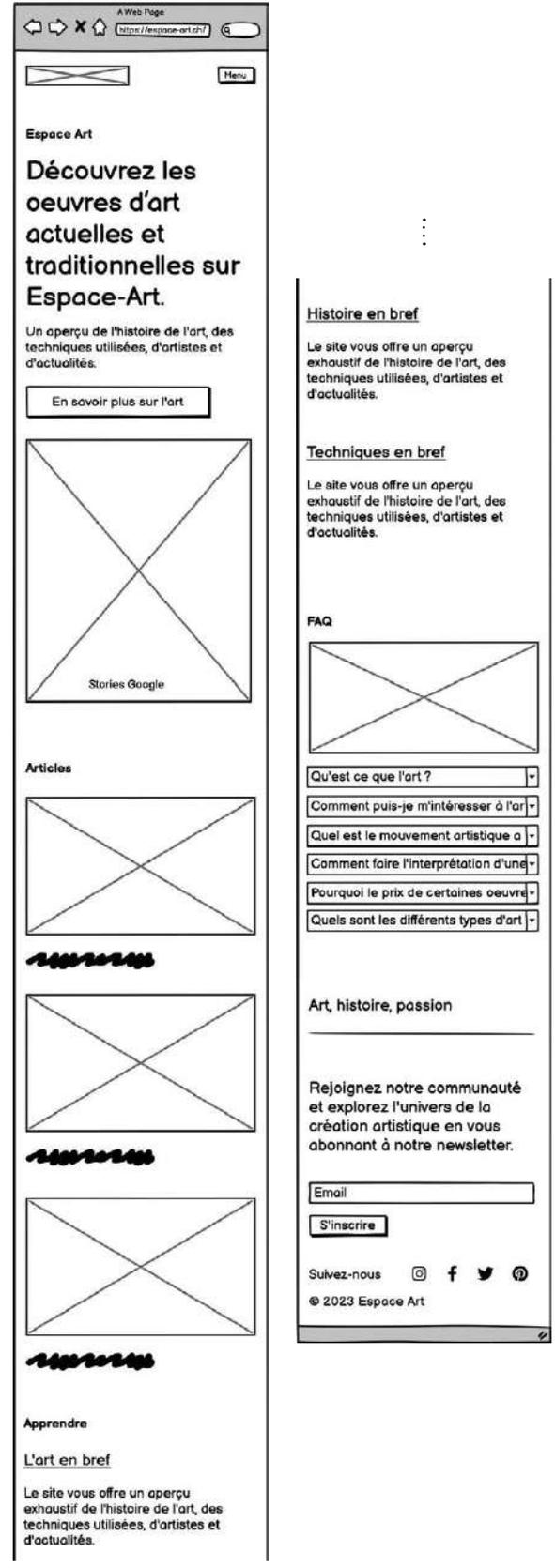
Quelques changements

- Les *Google Web Stories* ne s'adaptait pas bien à coté du texte d'introduction, nous avons décidé de les déplacer en dessous de celui-ci.
- Le même problème était présent pour la FAQ: placer une image à coté présentait un problème d'alignement vertical.
- L'inscription à la Newsletter dans le footer est un lien vers cette dernière et non pas un champ de formulaire.

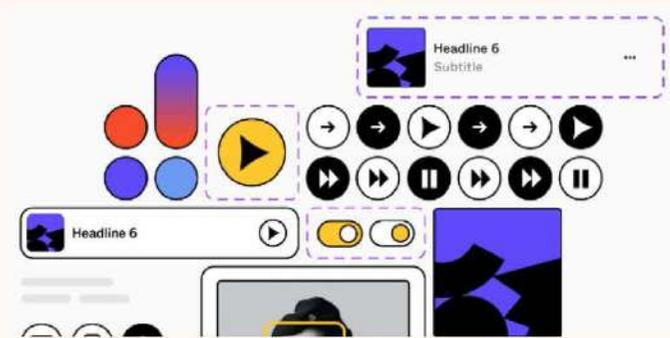
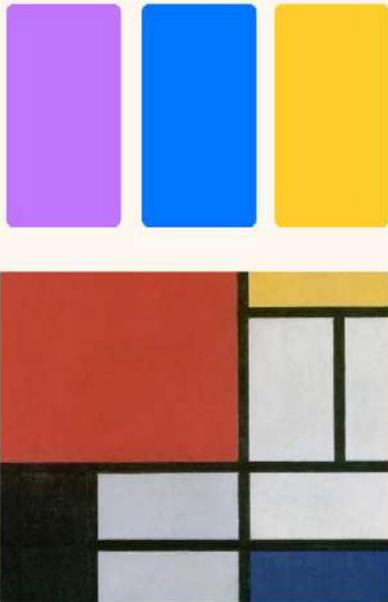
Desktop



Mobile



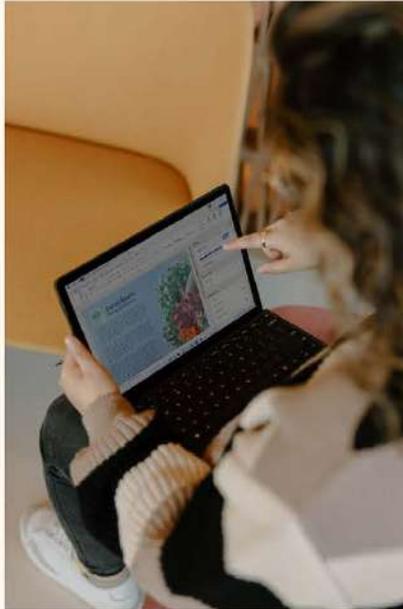
3.2. Moodboard



Art

Art

Art



DM Sans

AaBbCc
12345

Roboto

AaBbCc
12345

3.3. Brief créatif

Imaginé pour un web designer.

Titre: Réaliser le design du site web d'Espace Art.

Nous réalisons un blog sur l'art pour faire découvrir cet univers aux jeunes qui s'intéressent à cette thématique.

L'objectif du site web est de pouvoir porter le domaine de l'histoire de l'art chez les 20-30 ans tout en restant sérieux et cohérent par rapport au sujet. Puisque cette tranche d'âge n'aime pas lire, il est donc important de proposer un contenu et un design adapté à cette cible. Par exemple, des images et des animations rendent le contenu plus engageant. Nous souhaitons toucher un public d'au moins 1'000 visiteurs par mois d'ici 6 mois et 200 abonnés à notre Newsletter.

L'univers doit correspondre à notre charte graphique. En utilisant la couleur principale. Vous pouvez aussi ajouter quelques couleurs secondaires. L'agencement des éléments doit être espacé comme le dit notre nom. Nos canaux de découvertes sont nos réseaux sociaux, le site web doit donc être facile à naviguer et adapté aux appareils mobiles. Le design devra également inclure des fonctionnalités telles que l'inscription à la Newsletter et les liens vers nos réseaux sociaux pour favoriser la découverte et l'interaction avec notre contenu.

Nous avons un budget de CHF 10'000 mais sommes ouvert à la discussion.

3.4. Identité Visuelle

En réponse à notre public cible dynamique et jeune, nous avons créé une l'identité d'Espace Art en conséquence. Pour se faire, les éléments doivent pouvoir se décliner en courtes vidéos pour les formats type Tiktok.

L'identité est créée pour être vue sur les écrans. C'est pourquoi, les couleurs ne sont pas prévues pour l'impression.

3.4.1. Couleurs

R191 V118 B255
#BF76FF

Print
C50 M66 J0 N0

La couleur principale est le violet. C'est la symbolique de la créativité et également une couleur relaxante. Les couleurs vives amène le dynamisme nécessaire pour répondre à notre cible.

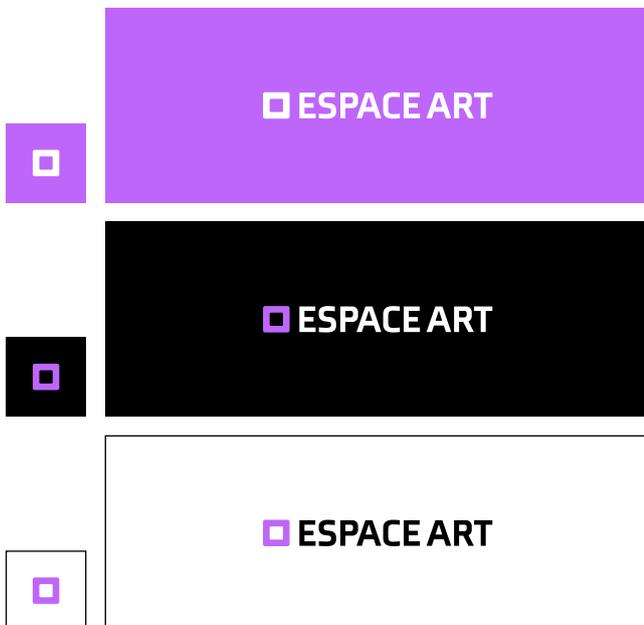
#4DDFF7

#605CEA

#C22D74

3.4.2. Logo

Notre logo se compose de deux éléments: de la tagline et d'une icône. Cette dernière est inspirée de l'espace et d'un cadre de tableau. Le logo a une zone de protection de la taille de l'icône dans laquelle il ne faut rien placer (zone grise).



Zone de protection du logo

L'icône peut se décliner en l'utilisant comme un masque pour placer des oeuvres.



3.4.3. Image



3.4.4. Typographies

Espace Art utilise 2 typographies pour son identité.

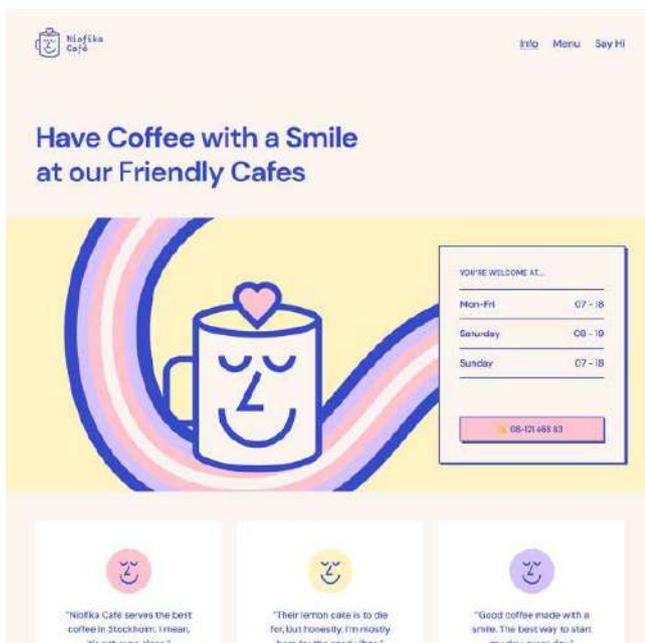
- **Axia** pour le logo et les publications sur les réseaux
- **DM Sans** pour le site web

4. Mise en place du site web

4.1. Choix du thème WordPress

Nous avons choisi **Tove**. C'est un thème qui utilise l'éditeur de blocs bêta de WordPress, cela nous a permis d'avoir une meilleure flexibilité lors de la création de notre site web. Il possède également de nombreuses compositions de blocs qui vont bien avec l'identité visuelle d'Espace Art. De plus, il s'adapte sur petits écrans avec un menu «burger» qui lui aussi correspond à l'identité.

Un site web responsive permet d'inclure les terminaux mobiles et améliorer le référencement naturel sur les moteurs de recherche.



Thème Tove



4.1.1. Légères modifications du thème

Une problématique du thème est que le menu mobile a une mauvaise UX. Il faut déplacer son doigt pour appuyer sur la croix une fois le menu ouvert en mobile. De plus, le pictogramme se superposait au texte du menu.

Avant



Après



Heureusement, grâce à l'édition des fichiers de thèmes facilitée et intégrée à l'administration WordPress, nous avons résolu le problème en commentant 2 règles CSS.

Aide ▾

Modifier les thèmes

Tove: **blocks.css (assets/css/blocks.css)** Sélectionnez le thème à modifier : Tove ▾ Sélectionner

Contenu du fichier sélectionné :

```

673
674 :root .wp-block-navigation .has-child li {
675     left: 0;
676     margin: 0;
677 }
678
679 /* Navigation Button ----- */
680
681 .wp-block-navigation__responsive-container-close.wp-block-navigation__responsive-
682 container-close,
683 .wp-block-navigation__responsive-container-open.wp-block-navigation__responsive-
684 container-open {
685     align-items: center;
686     background-color: var( --wp--preset--color--senary );
687     border-radius: 50%;
688     box-shadow: none;
689     color: var( --wp--preset--color--foreground );
690     height: 36px;
691     justify-content: center;
692     width: 36px;
693 }
694
695 /*
696 .wp-block-navigation__responsive-container-close.wp-block-navigation__responsive-
697 container-close {
698     right: var( --wp--custom--gutter );
699     top: calc( 2 * var( --wp--custom--spacing--baseline ) );
700 }*/
701
702 /* Responsive Container ----- */
703
704 /*
705 .wp-block-navigation__responsive-container.is-menu-open {
706     padding: calc( 4 * var( --wp--custom--spacing--baseline ) ) var( --wp--custom-
707 -gutter ) calc( 4 * var( --wp--custom--spacing--baseline ) );
708 }*/
709
710 .wp-block-navigation .wp-block-navigation__responsive-container.is-menu-open .has-
711 child :where(.wp-block-navigation_submenu-container):before {
712     content: none;
713 }
714
715

```

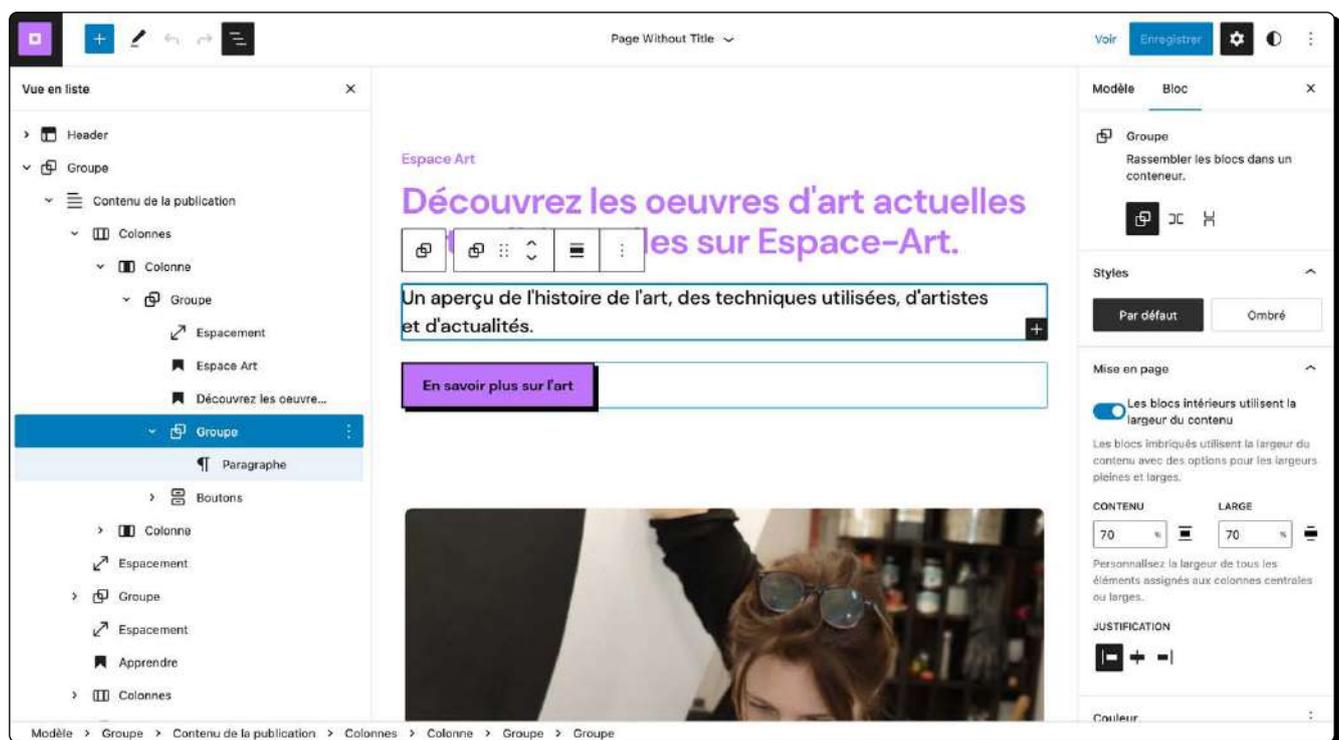
Fichiers du thème

- Feuille de style (style.css)
- Fonctions du thème (functions.php)
- assets ▾
 - css ▾
 - blocks.css
 - editor.css
 - front-end.css
 - shared.css
 - parts ▶
 - templates ▶
 - Styles du thème et réglages des blocs (theme.json)
 - README.md
 - patterns ▶
 - readme.txt

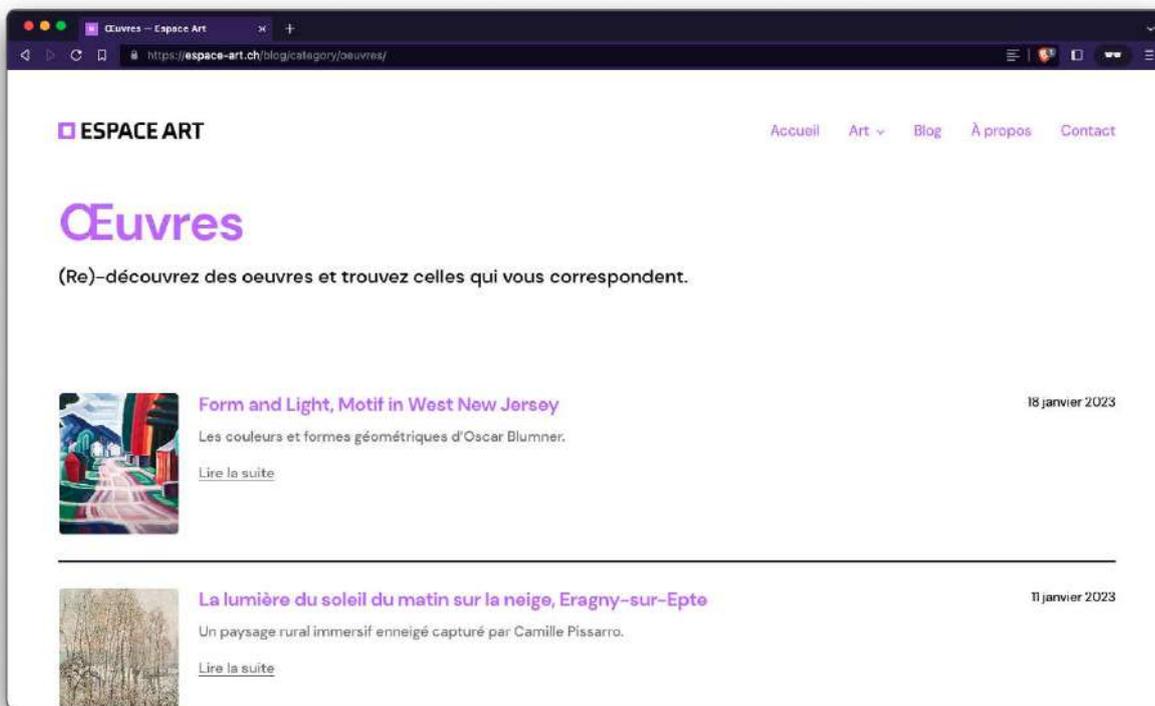
Mettre à jour le fichier

4.2. Mise en place des pages

La mise en place des pages avec les blocs de WordPress n'était pas facile à prendre en main, surtout au niveau des espacements et alignements sur les côtés.



Afin de créer des sous-pages pour nos différents types de publications, nous avons utilisé la fonctionnalité de WordPress permettant de créer des catégories et leur page correspondante.



Nous avons également modifié les permaliens dans les options pour qu'ils correspondent au schéma « /blog/type-de-publication/slug-de-l-article ».



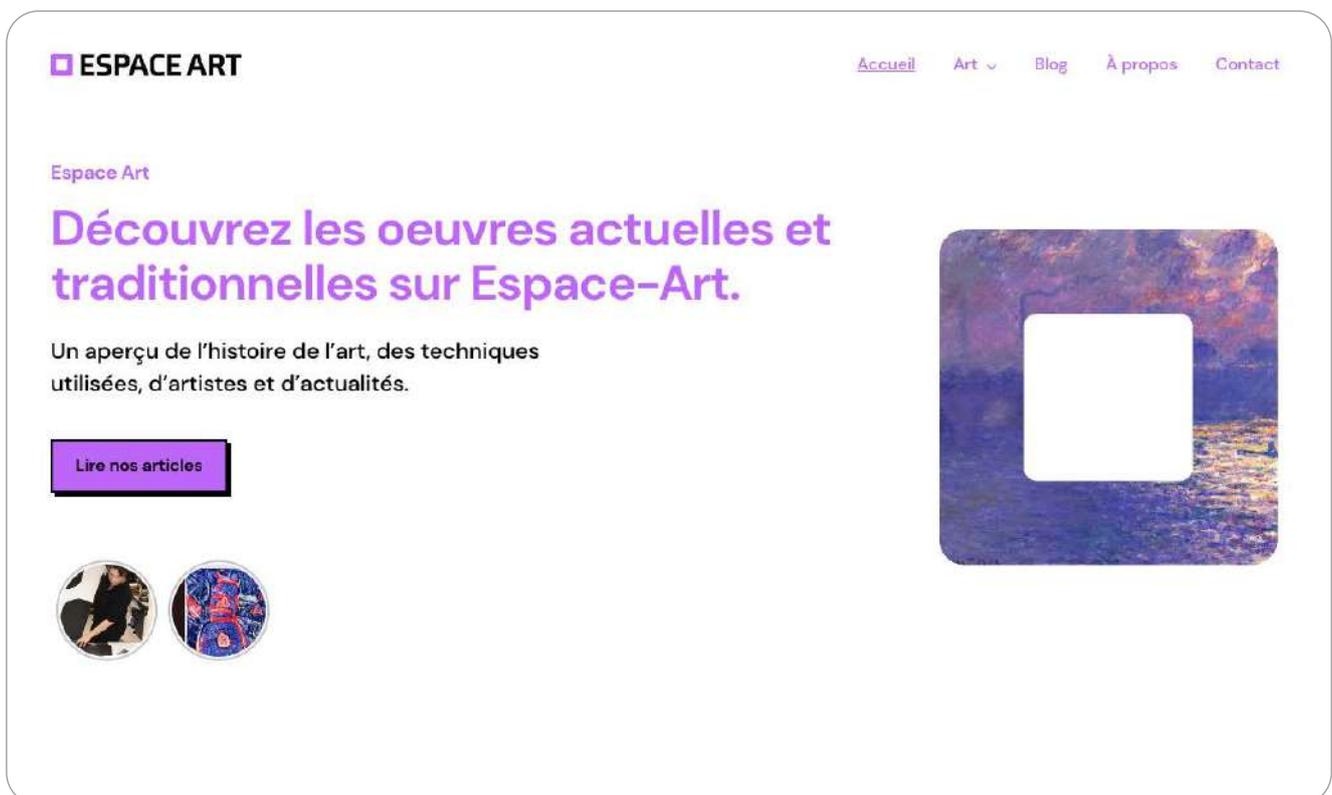


Fil d'Ariane pour se retrouver (catégorie, titre).

4.3. Web Stories

Au début, nous voulions intégrer les Web Stories dans le Hero à côté du texte. Cela ne s'intégrait pas bien. Nous avons décidé de remplacer l'emplacement par une vidéo et de déplacer les Web Stories dans des petites bulles comme sur Instagram.

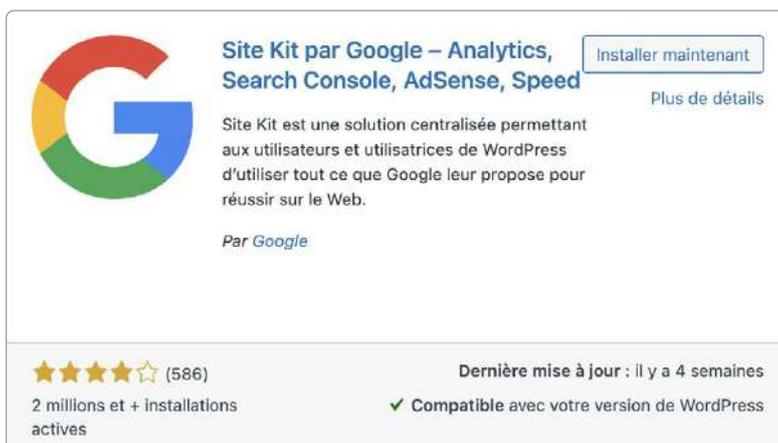
Nous les avons mises sur l'accueil parce qu'elles résument nos publications. On ne voyait pas d'autre emplacement pertinent.



4.4. Installation des extensions imposées

4.4.1. Google Site Kit

Pour installer les analytics, rien de plus simple que d'installer le plugin Google Site Kit. Il va permettre de gérer tous nos analytics, la Search Console, et PageSpeed Insight.



Site Kit par Google – Analytics, Search Console, AdSense, Speed [Installer maintenant](#)

[Plus de détails](#)

Site Kit est une solution centralisée permettant aux utilisateurs et utilisatrices de WordPress d'utiliser tout ce que Google leur propose pour réussir sur le Web.

Par Google

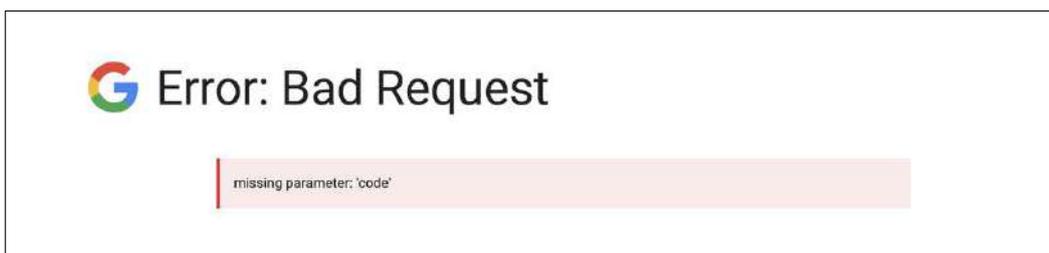
★★★★☆ (586)

2 millions et + installations actives

Dernière mise à jour : il y a 4 semaines

✓ Compatible avec votre version de WordPress

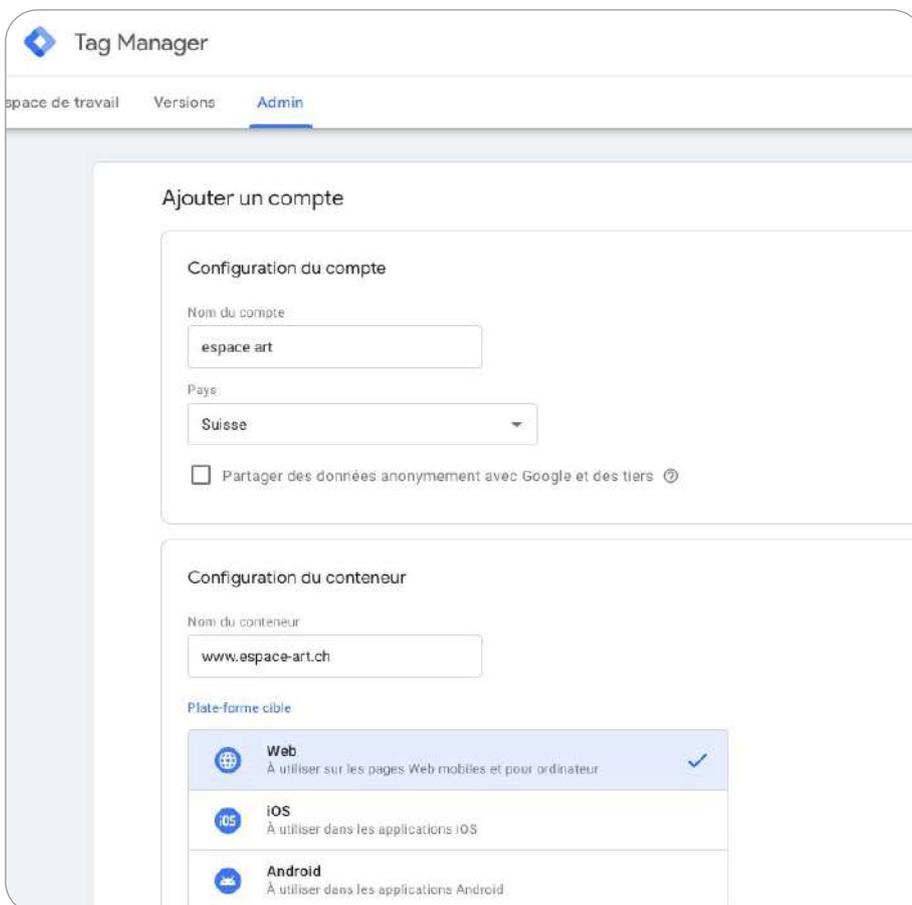
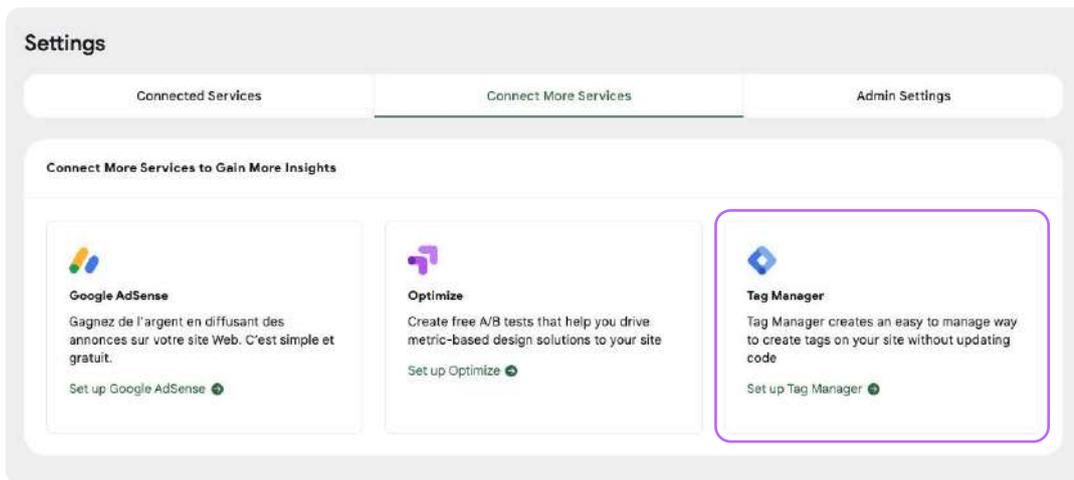
Lors de l'étape de la connexion au compte Google, nous tombions toujours sur l'erreur ci-dessous. Nous avons dû changer de navigateur.



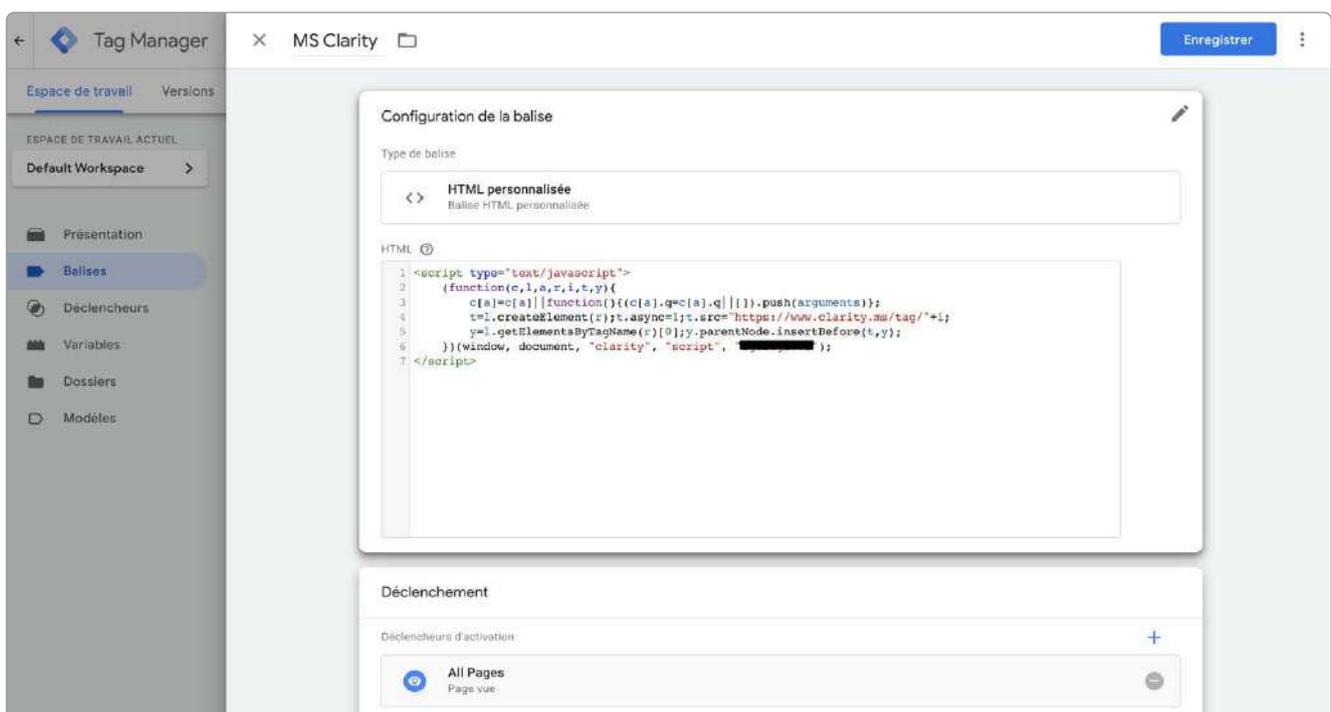
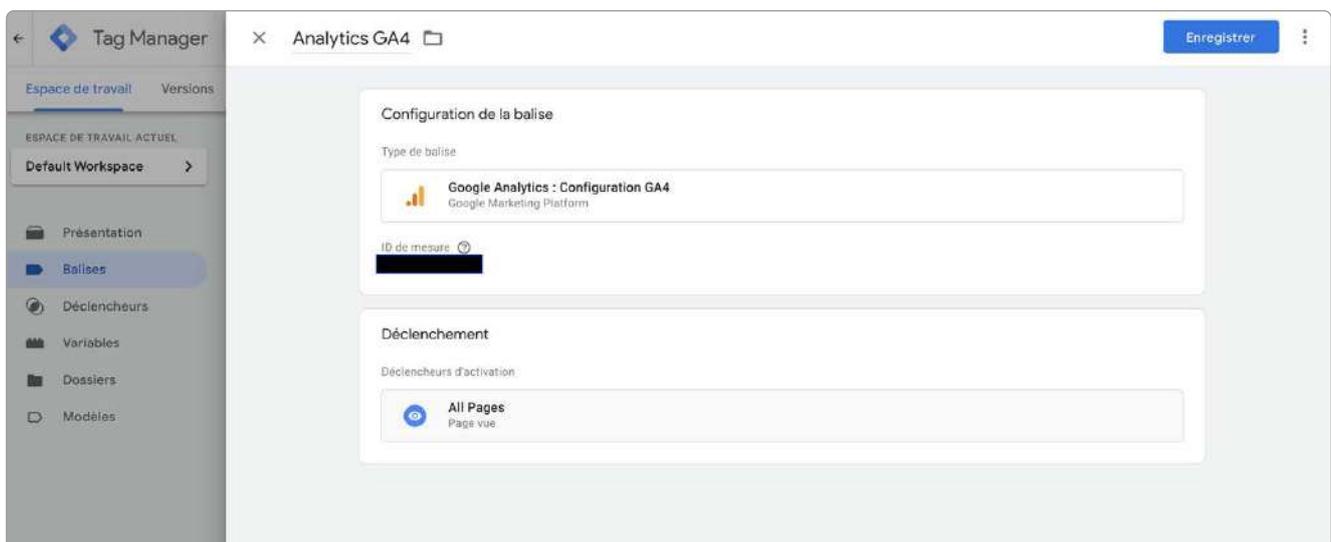
Error: Bad Request

missing parameter: 'code'

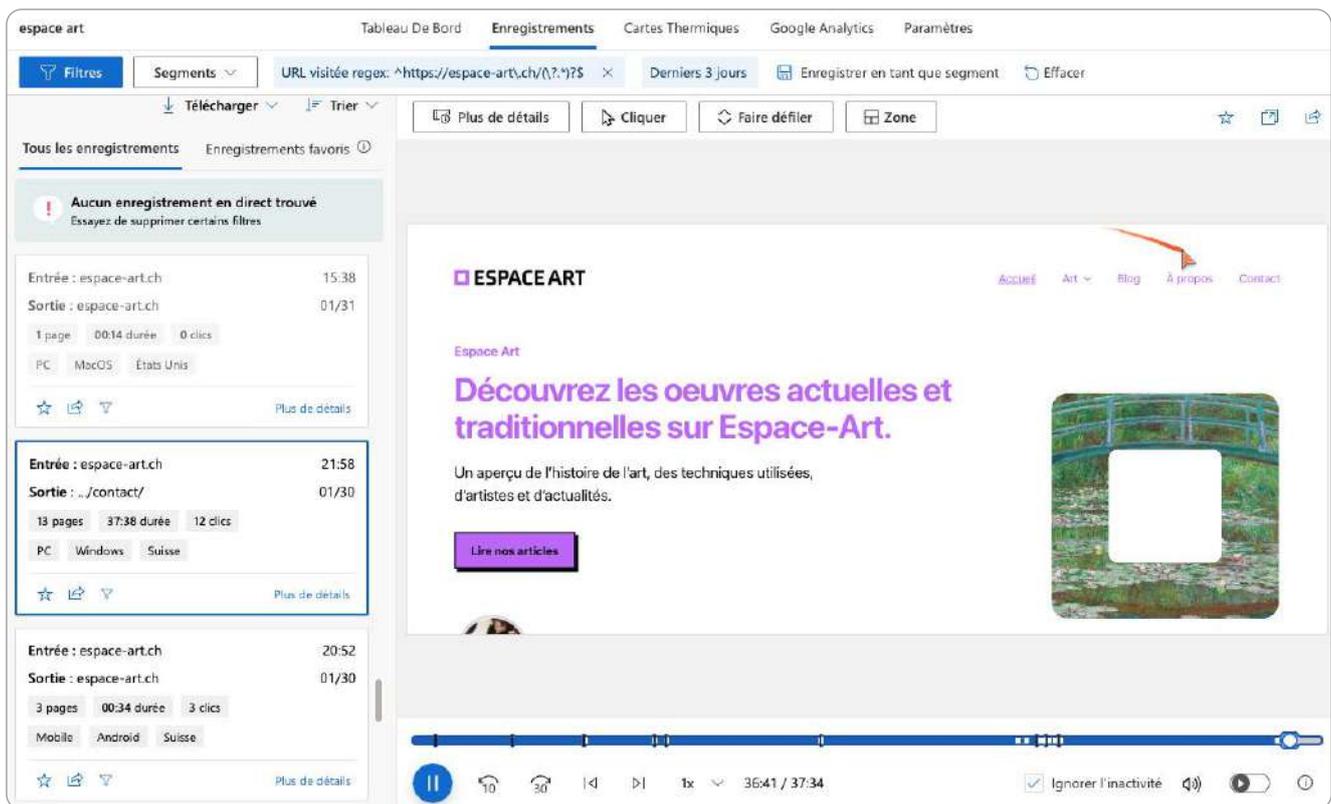
Pour importer tous les outils analytics et réduire le nombre de requête HTTP, l'installation de TagManager regroupe tout sous une URL et s'occupe de faire les différents appels.



Notre erreur initiale a été d'importer GA et Clarity via des plugins WordPress. En créant des balises dans Tag Manager, cela réduit les appels HTTP. Ici, les scripts se lancent sur toutes les pages. Idéalement, le déclencheur serait le bandeau de cookies.

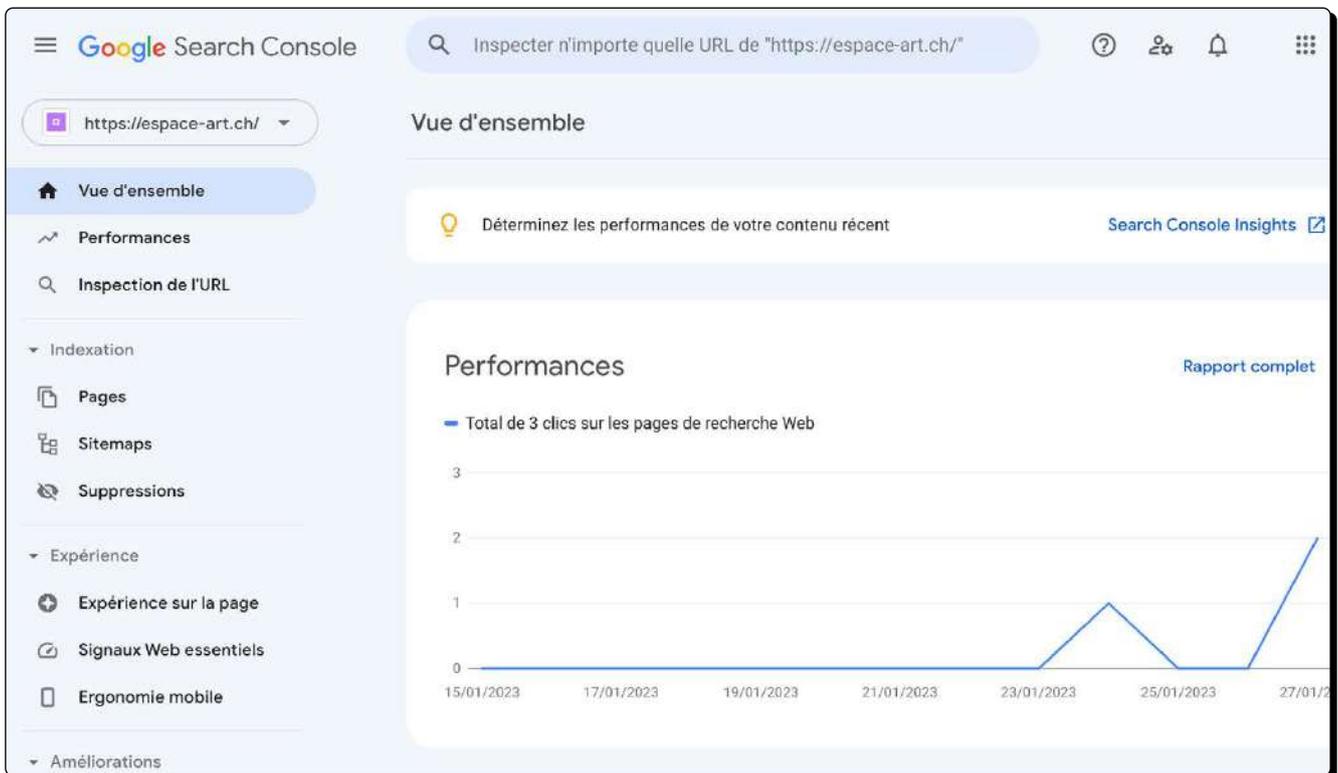


Voici l'interface de Microsoft Clarity. Elle nous permet de voir les interactions des utilisateurs et améliorer l'expérience utilisateur en fonction de ce qu'on observe.



4.4.2. Search Console

La Google Search console est intégrée via SiteKit. Elle va permettre de gérer une partie du SEO (à lire dans la partie SEO du dossier).



C'est notamment via la Search Console que l'on peut vérifier et demander l'indexation manuelle de certaines de nos pages.



Cette URL n'a pas été indexée par Google

Cette page n'est pas indexée. Les pages non indexées ne peuvent pas être diffusées sur Google. Pour savoir pourquoi elle n'a pas été indexée, consultez les informations ci-dessous. [En savoir plus](#)

AFFICHER LA PAGE EXPLORÉE
Page modifiée ? [DEMANDER UNE INDEXATION](#)


Indexation des pages

La page n'est pas indexée : Google ne reconnaît pas cette URL

^

Découverte

Sitemaps Sans objet

Page d'origine Aucune page d'origine détectée

Cette URL est peut-être connue par d'autres sources encore non signalées

Exploration

Dernière exploration Sans objet

Explorée avec Sans objet

Exploration autorisée ? Sans objet

Récupération de page Sans objet

Indexation autorisée ?  Sans objet

Indexation

URL canonique déclarée par l'utilisateur Sans objet

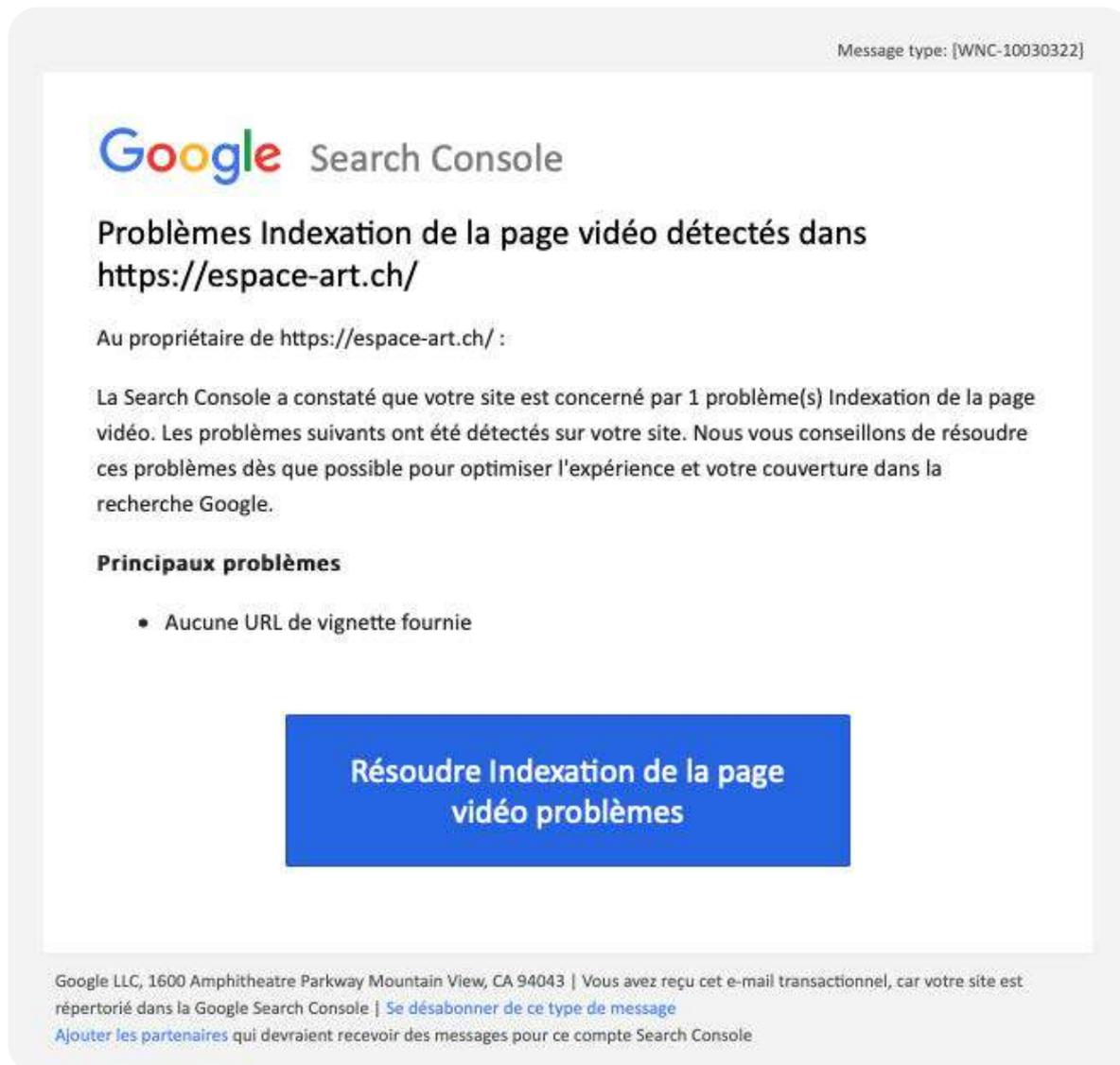
URL canonique sélectionnée par Google  Sans objet

EN SAVOIR PLUS

Améliorations et expérience

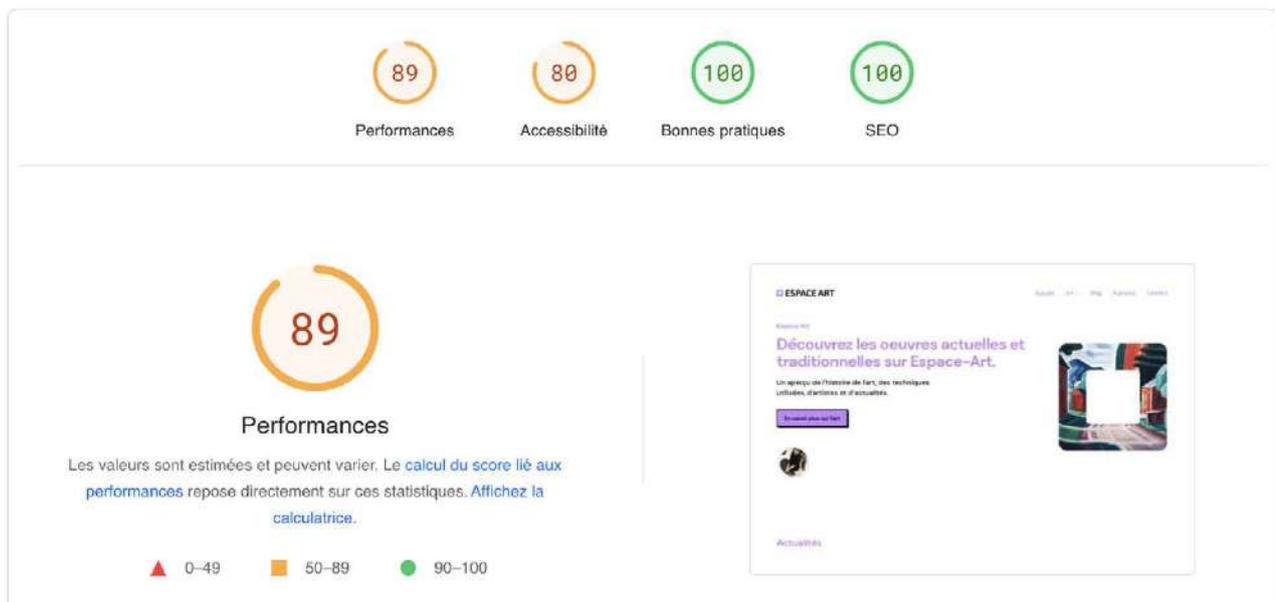
Seules les URL indexées peuvent être optimisées

La Search Console nous indiquait par mail quelques problèmes d’indexation à résoudre, comme ci-dessous, d’ajouter une vignette aux vidéos.



4.4.3. PageSpeed Insights

Le premier résultat de Page Speed Insights indique un score moyen dans les performances de notre page d'accueil. C'est principalement dû à la taille de nos images et d'un GIF qui demande à être remplacé par une vidéo.



Opportunité Estimation des économies

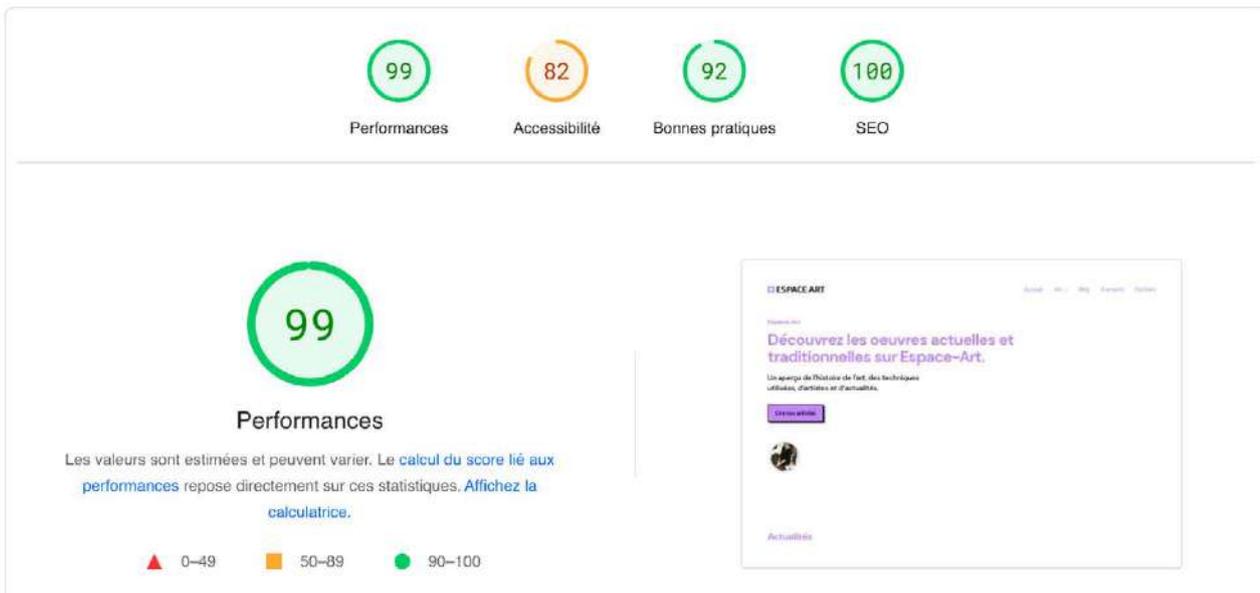
▲ Utilisez des formats vidéo pour le contenu animé 6,15 s ^

Les grandes images GIF sont inefficaces pour diffuser du contenu animé. Envisagez d'utiliser des vidéos MPEG4/WebM pour les animations et PNG/WebP pour les images statiques au lieu d'images GIF afin d'économiser des octets réseau. [En savoir plus](#) [LCP]

🌐 Envisagez d'importer votre GIF dans un service qui permettra de l'intégrer en tant que vidéo HTML5.

URL	Taille de la ressource	Économies potentielles
...01/icon-animation.gif (mj2skxqespv.i.optimole.com)	1 533,0 KiB	1 226,4 KiB

Après avoir changé le gif en une vidéo, le score de la page d'accueil en Desktop est meilleur. En mobile performance, il atteint environ 65%.



Les Google Web Stories utilisent GA3 et ne peuvent être connectées à GA4 ce qui produit des appels HTTP. C'est probablement ces ressources qui baissent le score.

PageSpeed Insight indique une faille de sécurité dans une bibliothèque front-end. Après des recherches dans le thème et les extensions (Mailchimp, etc), il était très difficile de trouver d'où vient ce problème. Cela semble être une extension imposée, car le même message est visible sur le site d'autre groupes.

FIABILITÉ ET SÉCURITÉ

▲ La page utilise des bibliothèques JavaScript frontales présentant des failles de sécurité connues — 4 failles détectées

Certains scripts tiers peuvent présenter des failles de sécurité connues, faciles à identifier et à exploiter par des pirates informatiques. [En savoir plus](#)

Version de la bibliothèque	Nombre de failles	Extrême
Dojo@1.10.4	4	Élevée

4.4.4. FAQ

Pour ce qui concerne la FAQ, nous avons utilisé le plugin « Helpie ». La raison de ce choix est que les autres extensions créaient des FAQs qui n'étaient pas en adéquation avec notre identité visuelle ou rendaient la modification payante.

Accordion & FAQ – Helpie
WordPress Frequently Asked Questions plugin

Accordion, FAQ & Docs builder for WordPress with powerful Drag and Drop features. Helpie Accordion...

Par *HelpieWP*

★★★★★ (73)
9 000+ installations actives

Dernière mise à jour : il y a 1 mois

✓ Compatible avec votre version de WordPress

FAQ

- Pourquoi le prix de certaines oeuvre est très élevé ? +

- Quels sont les différents types d'art ? +

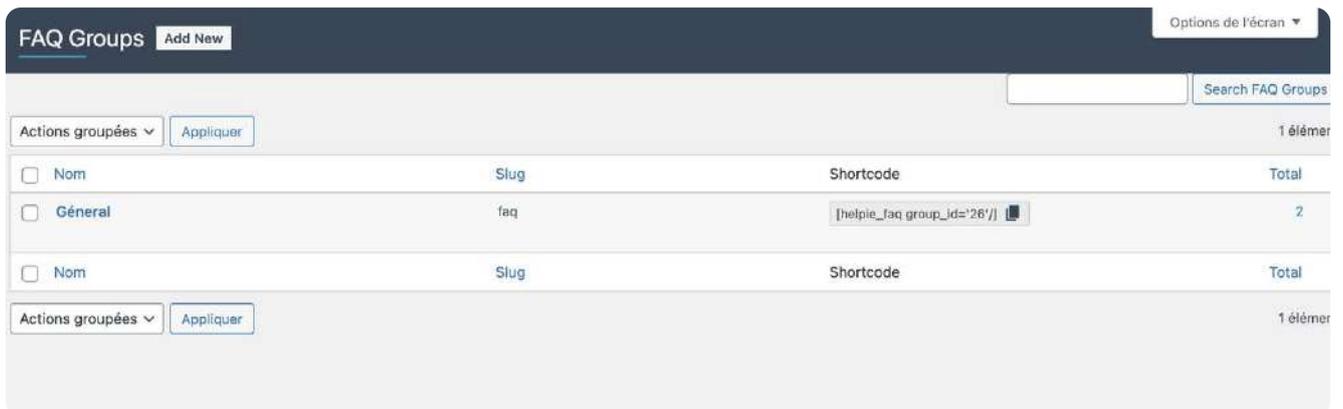
- Comment interpréter une oeuvre d'art ? +

- Quel est le mouvement artistique actuel ? +

- Comment puis-je m'intéresser à l'art ? +

- Qu'est-ce que l'art ? +

L'extension fonctionne comme les autres et crée un type de donnée FAQ qui pourra être indexée par Google. D'ailleurs, la FAQ est détectée dans la Search Console.



Nous avons placé la FAQ sur la page accueil ainsi que la page « définition art » comme expliqué plus haut dans le rapport.

Type	Valides	Non valide	Tendance
AMP	1	0	
Fils d'Ariane	10	0	
FAQ	2	0	
Champ de recherche associé aux liens sitelink	1	0	

Google Search Console

4.4.5. Optimole



Image optimization & Lazy Load by Optimole

Automatically compress, optimize and serve scaled images as well as convert WebP & AVIF all from CloudFront CDN. Lazy load included ⚡

Par Optimole

[Installer maintenant](#)

[Plus de détails](#)

★★★★★ (477)

90 000+ installations actives

Dernière mise à jour : il y a 1 jour

✓ Compatible avec votre version de WordPress

Optimole optimise les médias après leur importation sur le site. Les images sont hébergées sur le CDN de l’extension se qui réduit les charges sur notre serveur. Nous avons activé quelques paramètres pour optimiser au maximum les performances.

 <p>36/∞</p> <p>Images optimized Since plugin activation</p>	 <p>1.57MB/∞</p> <p>Saved file size For the latest 10 images</p>	 <p>62.38%</p> <p>Average compression During last month</p>	 <p>61.00MB/∞</p> <p>Traffic During last month</p>
--	--	---	--

Enable image replacement

Replace all the image urls from your website with the ones optimized by Optimole.

Enable network based optimizations

Optimole provides an option to automatically downgrade the image quality when it detects a slower network.

Scale images & Lazy load

We will generate images size based on your visitor's screen using javascript and render them without blocking the page execution via lazyload .

Serve CSS & JS through Optimole

Useful when you have images into CSS/JS files. Optimole will optimize the images from them and serve the CSS/JS through the CDN.

4.5. Plugins et outils supplémentaires

Afin d’avoir un formulaire de contact, une recherche sur le web nous a permis de déterminer que « Contact Form 7 » était un bon plugin pour effectuer cette tâche. La date de la dernière mise à jour est aussi un facteur de sélection.



Contact Form 7

Juste une autre extension de formulaire de contact. Simple et facilement adaptable.

Par Takayuki Miyoshi

[Activer](#)

[Plus de détails](#)

★★★★☆ (1 998)

5 millions et + installations actives

Dernière mise à jour : il y a 2 semaines

✔ Compatible avec votre version de WordPress

Modifier le formulaire de contact [Ajouter](#)

nous contacter

Copiez ce code court et collez-le dans votre article, page ou widget :

```
[contact-form-7 id="28905" title="Formulaire de contact 1"]
```

Formulaire
E-mail
Messages
Réglages additionnels

Formulaire

Vous pouvez modifier le modèle de formulaire ici. Pour plus de détails, voir [Modification du modèle de formulaire](#).

texte
e-mail
URL
tél.
nombre
date
Zone de texte
menu déroulant
Cases à cocher
Boutons radio
confirmation
quiz

fichier
envoyer

```

<label> Votre nom
  [text* your-name autocomplete:name] </label>

<label> Votre e-mail
  [email* your-email autocomplete:email] </label>

<label> Objet
  [text* your-subject] </label>

<label> Votre message
  [textarea* your-message] </label>

[submit "Envoyer"]
          
```

« MC4 WP : MailChimp for Wordpress » nous permet de créer un formulaire personnalisé Mailchimp facilement via WordPress. Cela nous permet d’avoir toutes les inscriptions stockées et de les manipuler plus facilement pour l’envoi de Newsletter.



MC4WP: Mailchimp for WordPress

The #1 (unofficial) Mailchimp plugin. Allows you to add various sign-up methods to your WordPress...

Par ibericode

Activer

Plus de détails

★★★★★ (1 425)

2 millions et + installations actives

Dernière mise à jour : il y a 2 semaines

✔ Compatible avec votre version de WordPress

Inscription newsletter

Utilisez le shortcode `[mc4wp_form id=29815]` pour afficher ce formulaire dans vos billet, page ou widget avec texte.

Champs
Messages
Paramètres
Apparence

Champs du formulaire Variables de formulaire | Ajouter de nouveaux champs

Choisissez un champ à ajouter au formulaire

Liste des champs

Adresse de courrier électronique *

Birthday

First Name

Last Name

Nom de la rue

Ville

État

Code postal

Pays

Phone Number

Champs de formulaire

Bouton d'envoi

Liste de choix

Action de formulaire

Accepter les conditions

5. Référencement SEO

5.1. La cible de votre site web

Nous ciblons principalement les jeunes de 20-30 ans pour leur faire découvrir l'art. Cependant, nous avons choisi de déléguer la partie « séduction » aux réseaux sociaux. Le site doit néanmoins contenir des textes courts, attractifs mais sérieux.

5.2. Mots clés

Nous souhaitons premièrement être référencé sur « Espace Art » qui est le nom de notre blog. Les questions de notre FAQ sont pensées pour répondre à des interrogations qui pourraient améliorer notre référencement naturel.

Nous avons imaginé des recherches que pourrait faire notre cible :

- Comment trouver une œuvre d'art ?
- Belles Œuvres
- Œuvres Modernes
- Art contemporain suisse
- Blog art
- Blog histoire de l'art
- art peinture

Malheureusement pour nous, le mot «art» est très vaste. Il peut avoir plusieurs sens différents. On remarque aussi qu'il est un peu recherché en Suisse selon le site UberSuggest.

Keyword Overview : art

ADD TO LIST

SEARCH VOLUME 6,600 AVERAGE	SEO DIFFICULTY 64	PAID DIFFICULTY 15 EASY	COST PER CLICK (CPC) CHF0.89
--	------------------------------------	--	---

KEYWORD IDEAS

SUGGESTIONS | RELATED | QUESTIONS | PREPOSITIONS | COMPARISONS

KEYWORD	TREND	VOLUME	CPC	PD	SD
qu'est ce que l'art		30	CHF0	1	5
quelle art		10	CHF0	1	18
qu'est ce que l'art plastique		10	CHF0	1	5
quel art martial choisir		10	CHF0	5	7
pourquoi art spiegelman utilise des animaux		10	CHF0	1	5

Après avoir vu les questions, nous avons décidé de renommer notre page art en «Qu'es-ce que l'art» malgré le volume faible de recherche.

<input type="checkbox"/>	art gallery	Search Results	2,900	CHF1.09	10	24
--------------------------	-------------	----------------	-------	---------	----	----

Nous avons vu que «art gallery» est relativement facile à avoir (score de 24). Mais nous ne pensons pas judicieux de focaliser notre SEO dessus à moins de le faire éventuellement dans un article d'exposition.

Dans les recherches associées, on voit souvent le titre d'œuvres célèbres. Nous allons en intégrer certaines dans notre page « histoire de l'art » pour essayer de gagner en visibilité.

Recherches associées :

Art peinture



L'Art de la peinture Bal du moulin de la Galette La Joconde La Création d'Adam La Persistance de la mém... L'École d'Athènes

5.3. Concurrence de mots clés

En ce qui concerne notre page « Art », c'est le site de IESA qui est dans les premiers résultats. Nous avons changé notre mot clé à « ce que l'art » pour le placer dans la page à plusieurs endroits et potentiellement améliorer notre référencement.



Nous avons ajouté dans la description le début de la définition de l'Art pour inciter les visiteurs à cliquer.



Pour le changement d'URL de «/art» à «/definition-art», nous avons mis en place une redirection 301. Cela indique aux moteurs de recherche que notre page est désormais à un nouvel endroit. Cela redirige aussi les personnes ou éventuels articles qui pointent vers cet ancien lien.

Mettre à jour Redirections

URLs source Retirer

Ignorer la casse

URL de destination

Type de redirection

301 déplacement permanent

302 déplacement temporaire

307 redirection temporaire

Code de maintenance

410 contenu supprimé

451 contenu non disponible pour des raisons juridiques

État

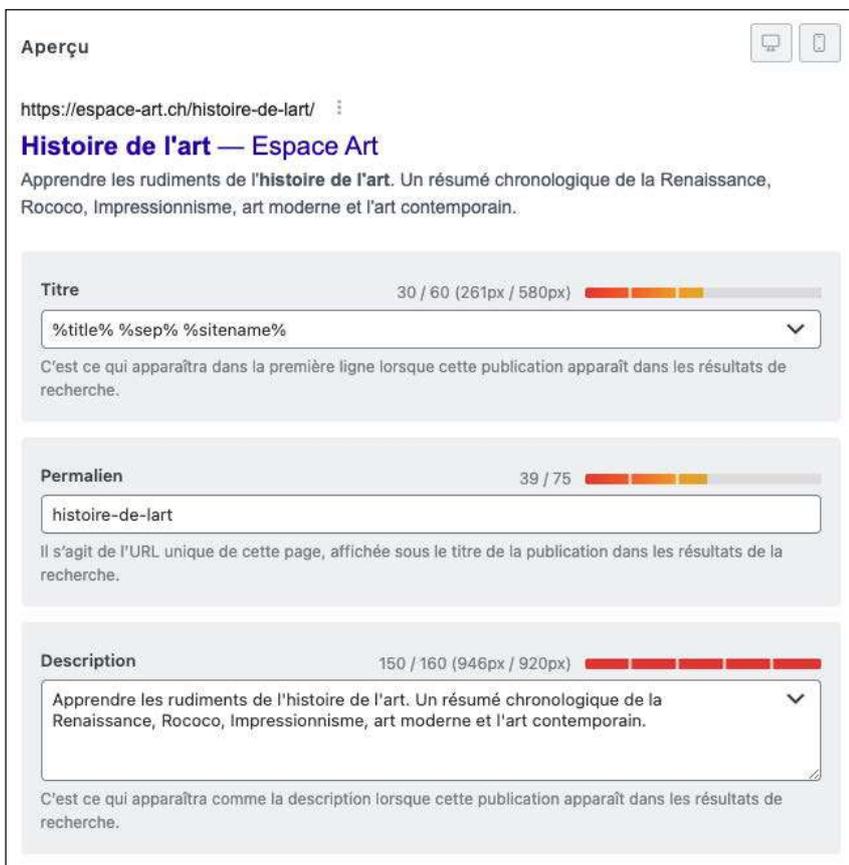
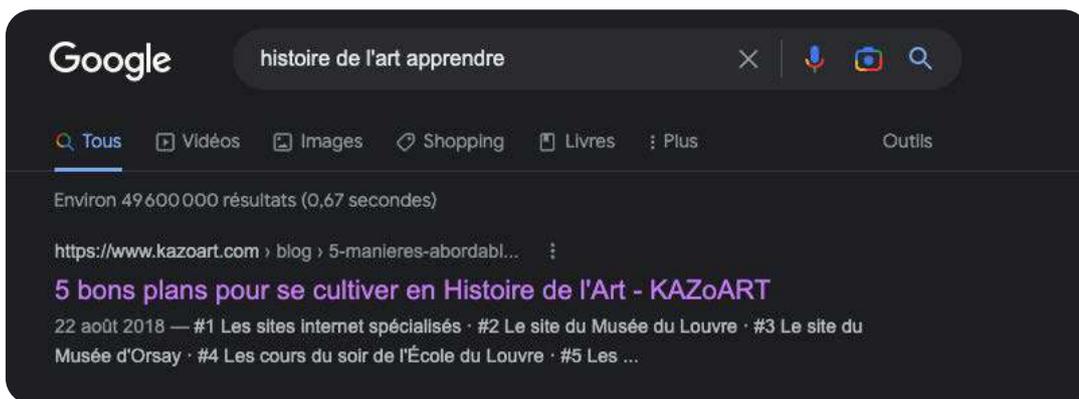
Activer

Désactiver

Annuler

Mettre à jour la redirection

En ce qui concerne notre page « Histoire de l'art », c'est *Kazoart* qui a la première page. Le site référence des liens externes de confiance qui lui permet d'augmenter son score. Notre approche était de référencer la page sur les mots-clés: *histoire de l'art, apprendre, résumé, chronologique, et les mouvements principaux.*



En plaçant les mots clés à plusieurs endroits dans la page, on arrive à un score RankMath élevé.



5.4. Open Graph



espace-art.ch

Espace Art — tout savoir sur l'art

Votre Espace en-ligne pour découvrir des oeuvres contemporaines ou traditionnelles, l'histoire de l'art, les techniques, les artistes et d...



espace-art.ch

Qu'est-ce que l'art — Espace Art

Qu'est-ce que l'art ? En voilà une question compliquée. Il y a autant de définitions de l'art que d'oeuvres. L'art est un moyen pour les gens d...



espace-art.ch

Histoire de l'art — Espace Art

Apprendre les rudiments de l'histoire de l'art. Un résumé chronologique de la Renaissance, Rococo, Impressionnisme, art ...

5.5. Analyse des contenus après publication

En essayant nos différentes pages sur 1.fr on remarque que :

- La quantité de texte est insuffisante sur nos pages.
- Il manque des mots clés comme: peinture, visuel, etc.

Votre texte est-il riche en contenu ? 👉



Insuffisant
Score: 29%
?

EXEMPLES DE MOTS MANQUANTS DANS VOTRE TEXTE :

Peintre Beaux-arts Plastiques

Art moderne Oeuvres d art

Contemporains Peintres

Arts-plastiques Picasso Pompidou Visuels

Pop-art Toiles Abstraction Sculptures

Musée d art Warhol Gogh Xxe Arts visuels

Création contemporaine Cubisme Centre pompidou

Kandinsky Figuration Contemporaines

Courants artistiques Art moderne et contemporain

Arte Expressionnisme Van-gogh Impressionnisme

Surréalisme Bauhaus Réalisme Critique d art

...



[Pourquoi ces mots ?](#)

De quoi traitera probablement votre texte, pour un moteur de recherche ?

Arts visuels 1er champ

Parce que le texte contient : art contemporain, artistiques, contemporain, expositions, oeuvres ...

Contemporain 2e champ

Parce que le texte contient : art contemporain, expositions, artistiques, musées, galeries ...

Galerie d art 3e champ

Parce que le texte contient : galeries d art, galeries, art contemporain, contemporain, expositions ...

Pour l'accueil

Votre texte est-il riche en contenu ? ?



Passable
Score: 74%
?

EXEMPLES DE MOTS MANQUANTS DANS VOTRE TEXTE :

- Peint Pictural Toiles Peindre
- Manet XIXe siècle Picturale
- XIXe Impressionniste
- Grands peintres Compositions Sculpteur Abstrait
- Mouvement pictural Avant-garde Fauvisme
- Courants artistiques Peinture française Autoportrait
- Courant pictural Style pictural Classicisme
- Nature-morte Mouvements picturaux Sculpteurs
- Spectateur Critique d art Xxe Réaliste
- Caillebotte Artistes-peintres Corot Symbolisme
- Mouvements artistiques Mouvement impressionniste
- Académie des beaux-arts ...

Pourquoi ces mots ?



De quoi traitera probablement votre texte, pour un moteur de recherche ?

Mouvement artistique 1er champ

Parce que le texte contient : artistiques, surréalisme, cubisme, peintres, oeuvres ...

Impressionniste 2e champ

Parce que le texte contient : impressionnistes, impressionnisme, peintres, renoir, pissarro ...

Néoclassicisme 3e champ

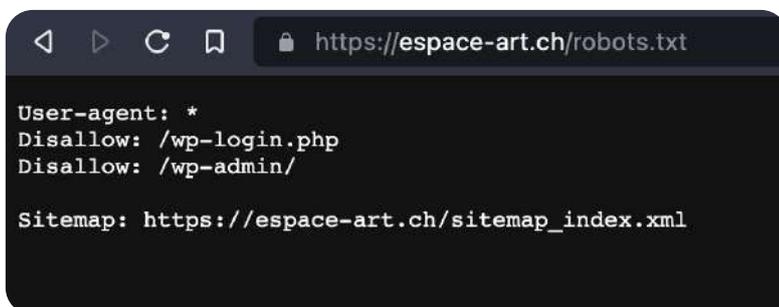
Parce que le texte contient : antique, rococo, antiquité, peintres, sculpture ...

Pour la page histoire de l'art

5.6. Robots.txt

Un fichier robots.txt est un fichier à la racine d'un site web. Il indique aux *crawlers* comment indexer le site. On peut ainsi définir des pages que l'on ne veut pas que les robots visitent. Elles pourront quand même être indexées s'il y a un lien vers cette page sur notre site. On peut également y indiquer le lien vers notre sitemap.

Un bug rendait impossible la modification du fichier via Rank Math. Nous avons donc créé manuellement le fichier via ftp.



```

User-agent: *
Disallow: /wp-login.php
Disallow: /wp-admin/

Sitemap: https://espace-art.ch/sitemap_index.xml
    
```

Search Console

Outil de test du fichier robots.txt

Modifier votre fichier robots.txt et vérifier l'absence d'erreurs. [En savoir plus](#)

Dernière version vue le 30/01/2023 06:20 OK (200) 112 octets ▾

```

1 User-agent: *
2 Disallow: /wp-login.php
3 Disallow: /wp-admin/
4
5 Sitemap: https://espace-art.ch/sitemap_index.xml
    
```

5.7. Sitemap.xml

Le sitemap.xml indique le plan du site au format XML. On y trouve les URL du site. Il peut y avoir plusieurs sitemaps comme c'est le cas pour nous. Ces fichiers vont aider les moteurs de recherche à parcourir le site web plus facilement et ils savent aussi quelles pages ont changés grâce à la date. C'est Rank Math qui s'occupe de générer les fichiers pour nous.

```

1 <?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?><?xml-stylesheet type="text/xsl" href="//espace-art
2 <sitemapindex xmlns="http://www.sitemaps.org/schemas/sitemap/0.9">
3   <sitemap>
4     <loc>https://espace-art.ch/post-sitemap.xml</loc>
5     <lastmod>2023-01-28T19:32:04+01:00</lastmod>
6   </sitemap>
7   <sitemap>
8     <loc>https://espace-art.ch/page-sitemap.xml</loc>
9     <lastmod>2023-01-30T11:18:03+01:00</lastmod>
10  </sitemap>
11  <sitemap>
12    <loc>https://espace-art.ch/category-sitemap.xml</loc>
13    <lastmod>2023-01-28T19:32:04+01:00</lastmod>
14  </sitemap>
15 </sitemapindex>
16 <!-- XML Sitemap generated by Rank Math SEO Plugin (c) Rank Math - rankmath.com -->
  
```

La Search Console permet d'ajouter manuellement le plan du site afin de s'assurer qu'il est bien lu par le robot d'indexation de Google.

Ajouter un sitemap

https://espace-art.ch/ Saisir l'URL du sitemap ENVOYER

Sitemaps envoyés

Sitemap	Type	URL envoyées ↓	Dernière lecture	État	URL découvertes
/sitemap_index.xml	Index de sitemaps	28 janv. 2023	28 janv. 2023	Opération effectuée	14

Lignes par page : 10 1-1 sur 1

6. Google My Business

Une fiche Google My Business est relativement facile à mettre en place. En ayant cette fonction active, lorsque des personnes recherchent les mots clés «Espace Art» dans la région (Yverdon-les-Bains), notre fiche apparaît.

Cela permet d’amener de potentiels visiteurs sur notre site web (si le lien est indiqué).

Sélectionnez votre type d'activité

Vous pouvez cocher plusieurs options pour Espace Art.

 Commerce en ligne

Les clients peuvent acheter des produits via votre site Web

 Magasin local

Les clients peuvent se rendre dans votre établissement

 Prestataire de services

Votre établissement propose des services à domicile

Suivant

Saisissez une catégorie d'activité

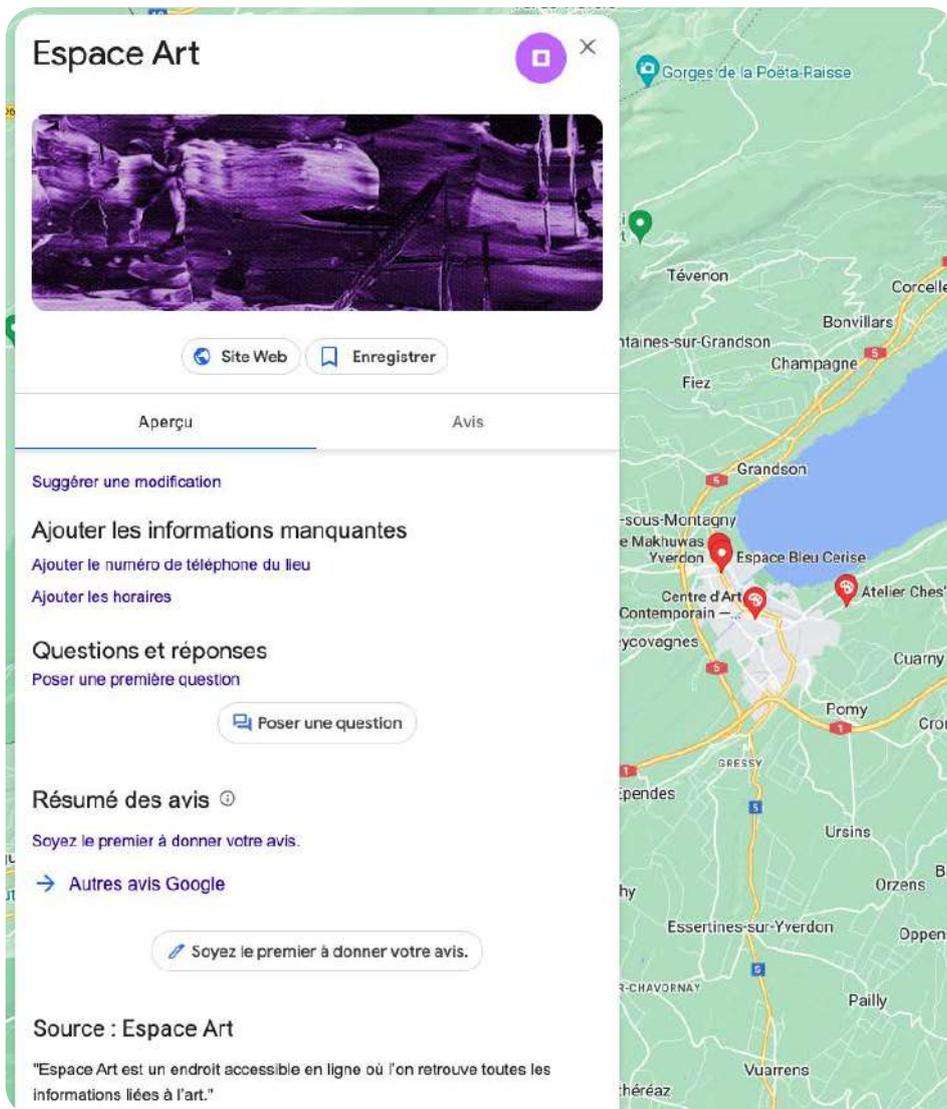
Ajoutez une catégorie d'activité pour que les clients puissent découvrir votre entreprise selon son secteur

Catégorie d'activité*

Vous pourrez modifier votre choix et ajouter d'autres catégories plus tard

Suivant

Une fois créé, il est possible de retirer l’adresse et les horaires d’ouverture. De cette façon, cela devient une vraie fiche pour un blog.



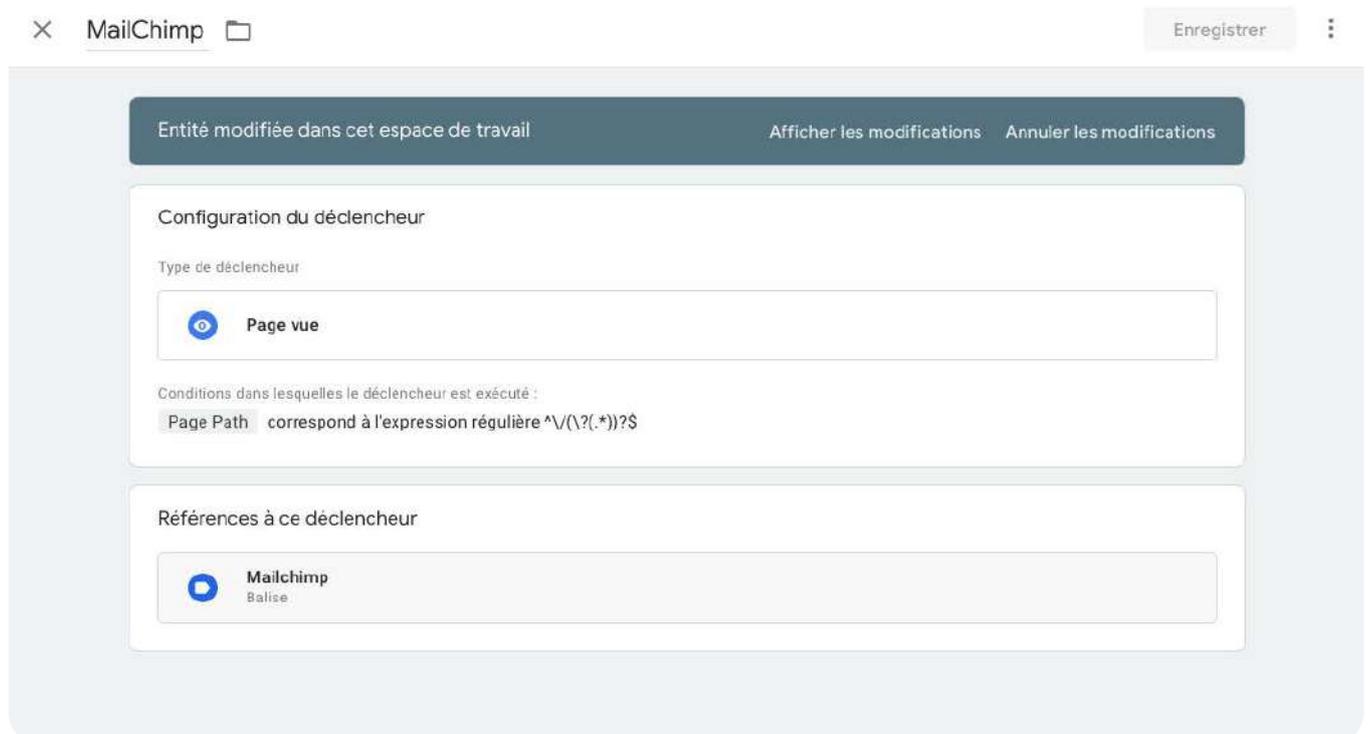
Pour avoir une meilleure mise en avant, il faudrait des avis et des questions. Nous avons ajouté une image de couverture ainsi que le logo.

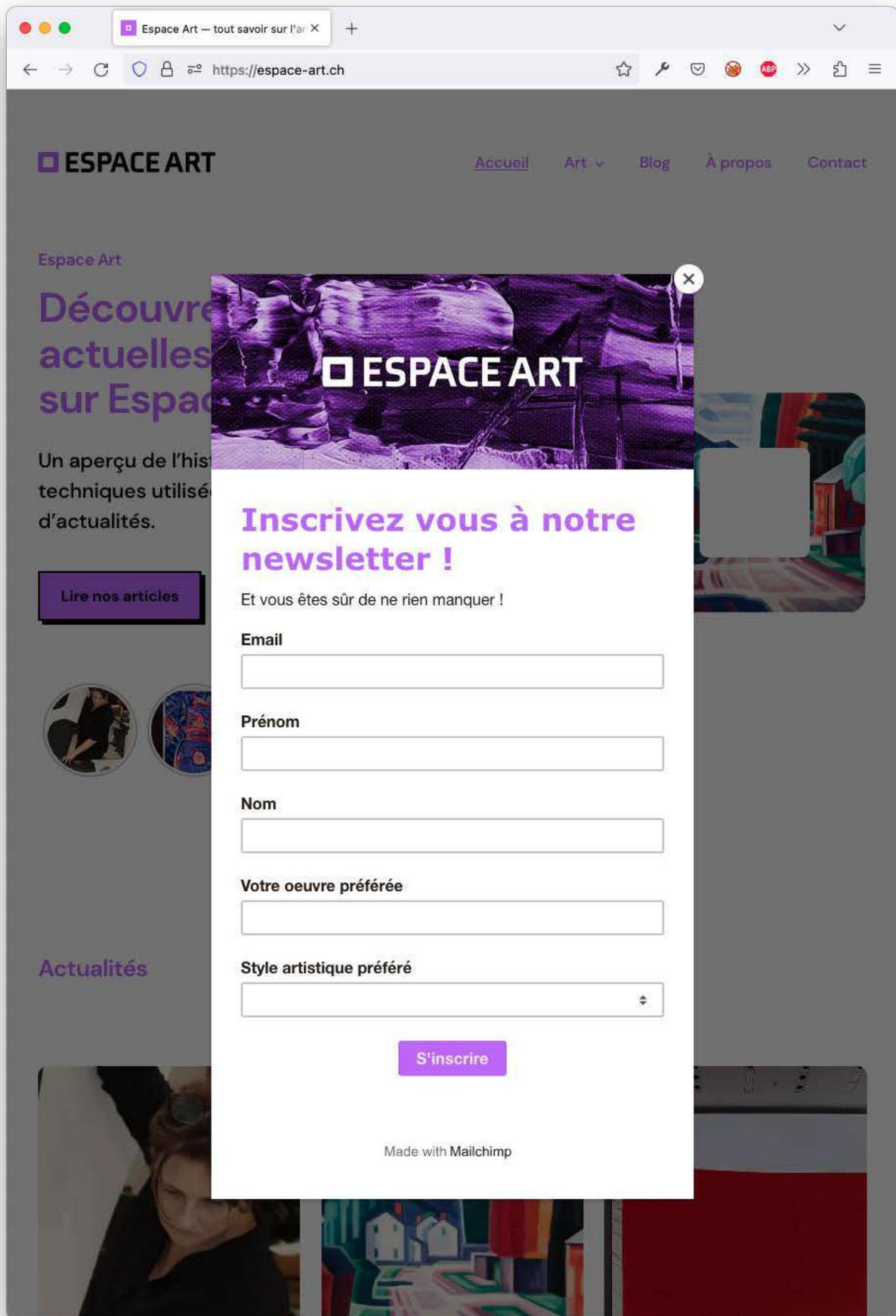
7. Newsletter

7.1. Sur le site web

Pour intégrer un popup, Il suffit d'insérer l'URL de notre site web, ensuite il est important d'utiliser le code fourni par MailChimp dans notre code source sur Wordpress. Il est conseillé de l'ajouter dans le tag <head>.

Nous l'avons ajouté à tag-manager avec une règle pour l'exécuter sur la page d'accueil.





Nous avons décidé de placer la Newsletter sur la page contact car le formulaire prenait trop de place dans le footer. Nous avons ajouté une ancre afin de facilement faire un lien vers le formulaire.



Your form is ready! 🎉

Copy & paste this code into your website's HTML where you want the form to appear.

Embedded Form Code Copy Code

```

<!-- Begin Mailchimp Signup Form -->
<link href="//cdn-images.mailchimp.com/embedcode/classic-071822.css" rel="stylesheet" type="text/css">
<style type="text/css">
  #mc_embed_signup{background:#fff; clear:left; font:14px Helvetica,Arial,sans-serif; width:600px;}
  /* Add your own Mailchimp form style overrides in your site stylesheet or in this style block.
  We recommend moving this block and the preceding CSS link to the HEAD of your HTML file. */
</style>
<div id="mc_embed_signup">
  <form action="https://espace-art.us12.list-manage.com/subscribe/post?u=6d813091ec2d1450e132eb0a7&amp;id=2b09288628&amp;f_id=004bbde0f0" method="post" id="mc-embedded-subscribe-form" name="mc-embedded-subscribe-form" class="validate" target="_blank" novalidate>
    <div id="mc_embed_signup_scroll">

```

Nous avons ajouté 2 champs: l'œuvre préférée et leur style artistique préféré. Ces informations peuvent être utiles pour cibler les communications. Par exemple, en connaissant le style artistique d'un utilisateur, il est possible de lui envoyer des contenus adaptés à son style. De même, en connaissant l'œuvre préférée d'un utilisateur, il est possible de lui envoyer des contenus adaptés à sa préférence.

Inscription Newsletter

Rejoignez notre communauté et explorez l'univers de la création artistique.

* champs obligatoires

Email Address *

Prénom *

Nom *

Votre oeuvre préférée

Style artistique préféré

7.2. Exemple de Newsletter



Notre Newsletter se veut être informative avec les expositions à visiter dans la région. Puis nous avons un appel à l'action sur un de nos article.



Frida Kahlo - Lausanne

03.12.22 - 19.03.23
Une narration à la première personne par une voix incarnant Frida Kahlo guide les spectateurs tout au long d'un parcours immersif unique et spectaculaire où la vie, les œuvres phares, ainsi que les relations amoureuses, au même titre que les malheurs de la célèbre féministe mexicaine seront dévoilés.

[En savoir plus](#)



Alabaster - Sion

03.12.22 - 02.04.23
L'exposition Alabaster marque le 75e anniversaire du Musée d'art du Valais. La sélection des œuvres vise à célébrer la création des artistes vivants représentés dans la collection du Musée et ayant un lien privilégié avec le Valais, dans ses formes les plus diverses et sans ambition d'exhaustivité.

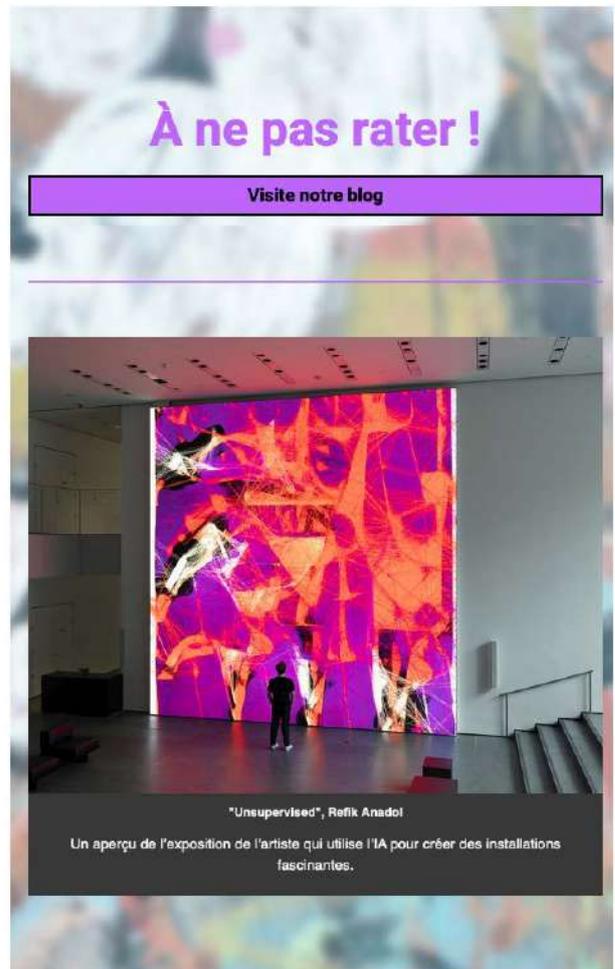
[En savoir plus](#)



Chrysalide - Genève

23.01.23 - 04.06.23
"Chrysalide : le rêve du papillon" est un hommage à la métamorphose et la transformation incessante du monde. L'exposition explore le concept de métamorphose d'un point de vue formel, existentiel et politique.

[En savoir plus](#)



7.3. Configuration

7.3.1. Double opt-in

Audience

Espace-Art

Your audience has 1 contacts. 1 of these are subscribers.

Overview Manage contacts Add contacts Subscriber preferences Settings

Audience name and campaign defaults

Audience name

Espace-Art

Want to change your signup form title?

The signup forms and confirmation emails for your audience use the original audience name as a title. You can update this text (or replace it with an image) in the [signup form editor](#).

Audience ID

Some plugins and integrations may request your Audience ID.

Typically, this is what they want: **2b09288628**.

Form settings

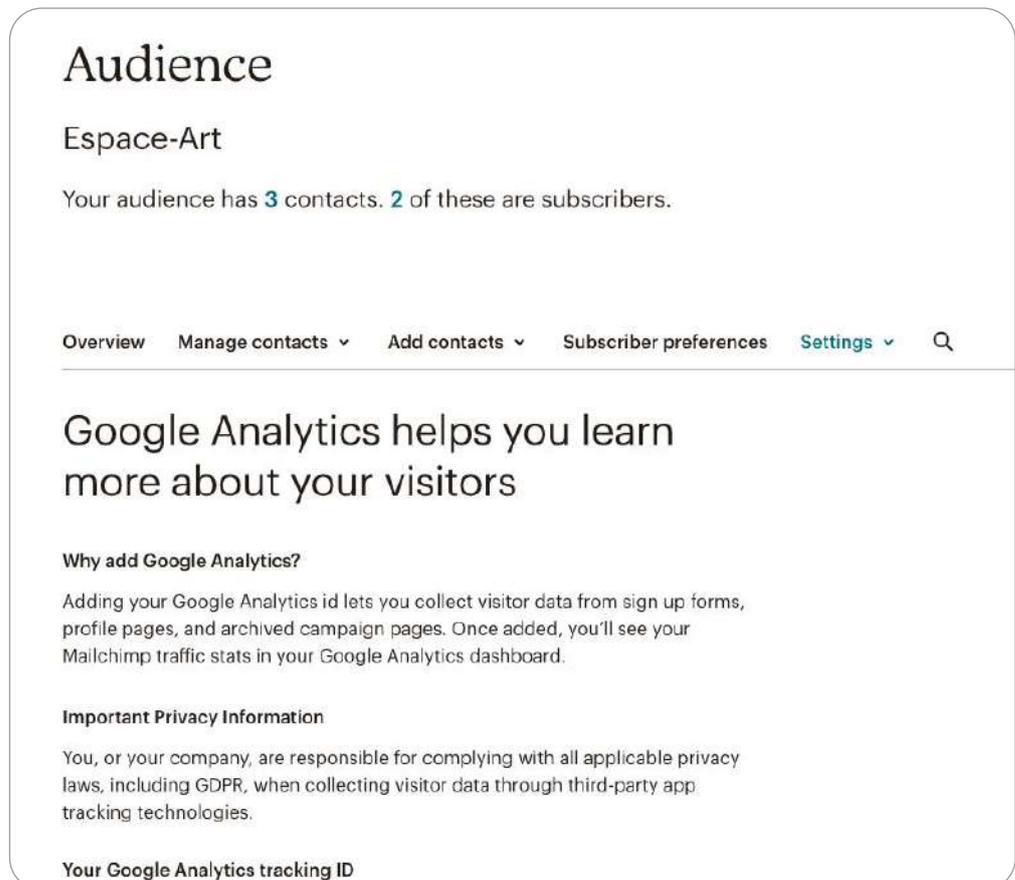
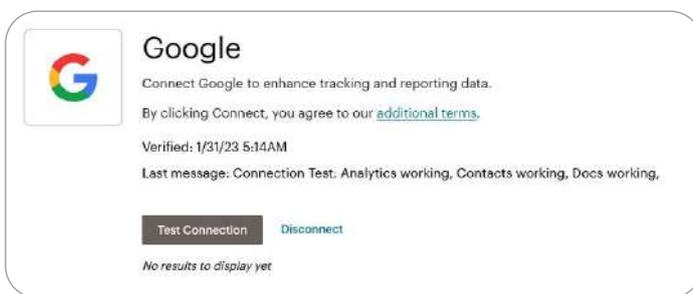
Enable double opt-in
Send contacts an opt-in confirmation email when they subscribe to your audience.

Enable reCAPTCHA
This helps prevent spambots from adding emails to your audience.

Dans les paramètres de l'audience dans MailChimp, il faut tout simplement cliquer sur un bouton pour activer la double opt-in et le reCAPTCHA si nous souhaitons ne pas avoir de spam bot.

7.3.2. Intégrer Google Analytics

Pour intégrer GA à Mailchimp, nous avons suivi le tutoriel du site web. Cela s'intègre en fonction de l'e-mail que l'on publie et on peut voir dans GA si l'utilisateur a ouvert des liens notamment avec l'aide des balise «utm».



<https://mailchimp.com/fr/help/integrate-google-analytics-with-mailchimp/>

Voici un exemple pour une Newsletter mensuelle débutant le 1er Février. Il faut définir un identifiant de tracking pour bien visualiser la campagne dans GA.

Hebdo-expos-2023-02-01

[Edit name](#)

To
All subscribed contacts in the audience **Espace-Art**. [2 recipients](#)
Your 'To' field is personalized with '[FNAME]' '[LNAME]'.

[Edit Recipients](#)

From
 Espace • socials@espace-art.ch

[Edit From](#)

Subject
 Expositions a ne pas rater en Suisse Romande

[Edit Subject](#)

Content



@ Espace-Art
 Cliquez, vous recevrez une édition complétée de l'exposition en Suisse romande. Vous recevrez aussi des nouvelles et des actualités de l'art suisse.
 3 Expositions inédites en
[Send a Test Email](#)

- ! We automatically add a required Referral badge to your email footer. To remove the badge, [upgrade your account](#).
- ! We'll insert a footer in compliance with our [Terms of Use](#).
- A plain-text version of this email will be included automatically. [Edit](#)

[Enable Social Cards](#)

[Edit Design](#)

Google Analytics link tracking
 Track clicks from your campaigns all the way to purchases on your website.

Title for campaign 29 characters remaining

HEBDO_2023_02_01

ClickTale link tracking
 Gain insight to how subscribers interact with your email content. Requires [ClickTale](#) on your website.

8. Réseaux sociaux

Sur nos réseaux sociaux, notre stratégie s'adapte en fonction du public du réseau. Notre objectif est d'augmenter notre visibilité et créer une communauté où l'on partage nos articles mais aussi des trucs et astuces sur l'art. Pour cela, nous utilisons les hashtags et créons du contenu unique par chaque plateforme. Nous nous sommes concentrés principalement sur Instagram car notre public (20-30 ans) est surtout sur ce réseau.

Nom d'utilisateur unique: **@espace_art_ch**

https://twitter.com/espace_art_ch

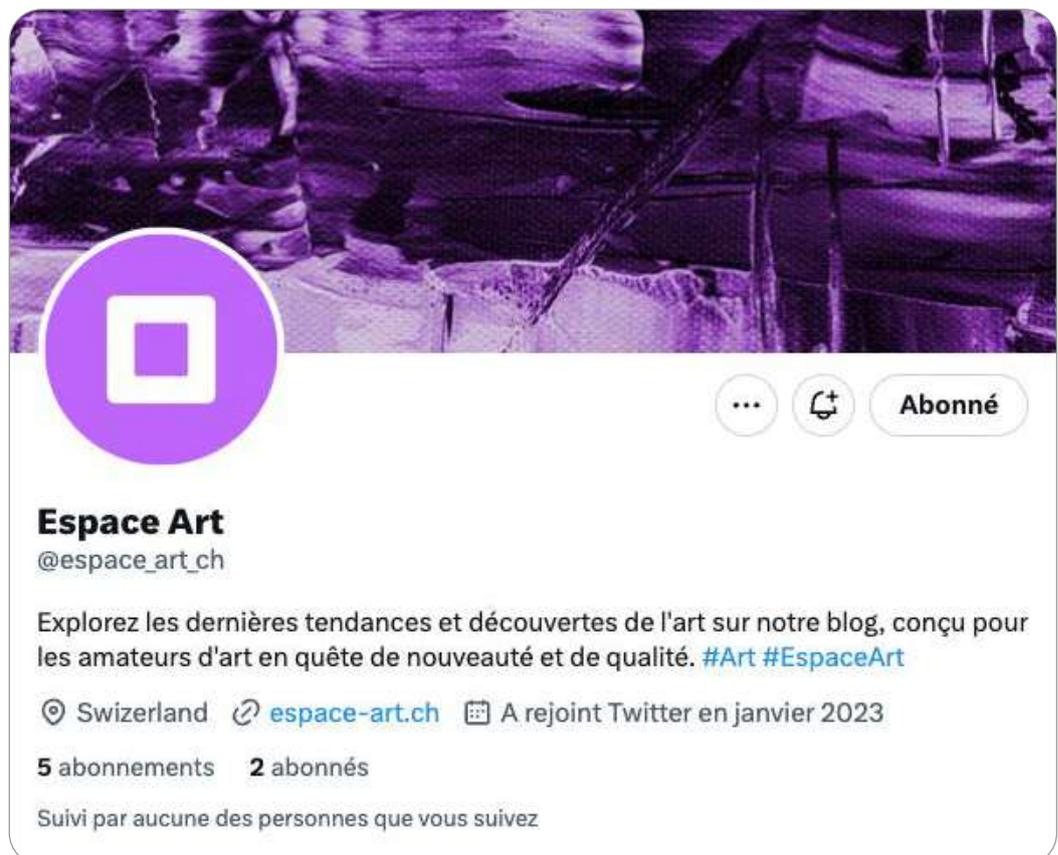
https://www.pinterest.ch/Espace_art_ch/

<https://www.facebook.com/Espace.art.ch/>

https://instagram.com/espace_art_ch

8.1. Twitter

Selon le site *redacteur.com*, « Twitter est un réseau social atypique dit de microblogging ». Notre stratégie consiste à publier un lien vers nos articles en débutant par une question. L'objectif est d'intriguer les utilisateurs et potentiellement créer une interaction. On imagine aussi créer des sondages ou quiz.



<https://www.redacteur.com/blog/regles-publier-contenu-twitter/>

Espace Art @espace_art_ch · 25 janv. ...

Camille Pissarro, un des pionniers de l'Impressionnisme, avec ses peintures de paysages et de scènes de la vie quotidienne. Il a su capturer la lumière et les couleurs de la nature. Venez découvrir son œuvre sur notre blog! #Pissarro #Artiste



espace-art.ch
La lumière du soleil du matin sur la neige, Eragny-sur-Epte — Espace...

espace-art.ch
Christine Guichard — Espace Art
Christine Guichard, l'artiste qui joue avec les contrastes lumineux et les textures luxueuses pour créer des œuvres époustouflantes sur ...

Espace Art @espace_art_ch · 25 janv. ...

Que pensez-vous de l'IA ? Découvrez l'univers fascinant de Refik Anadol à l'occasion de son exposition #Unsupervised. Une expérience immersive qui utilise l'IA pour explorer les liens entre l'architecture et la mémoire numérique #ArtNumérique #IA



espace-art.ch
Unsupervised, Refik Anadol — Espace Art
Aperçu de l'exposition Unsupervised de Refik Anadol, l'artiste qui utilise l'IA pour créer des installations fascinantes.

Espace Art @espace_art_ch · 25 janv. ...

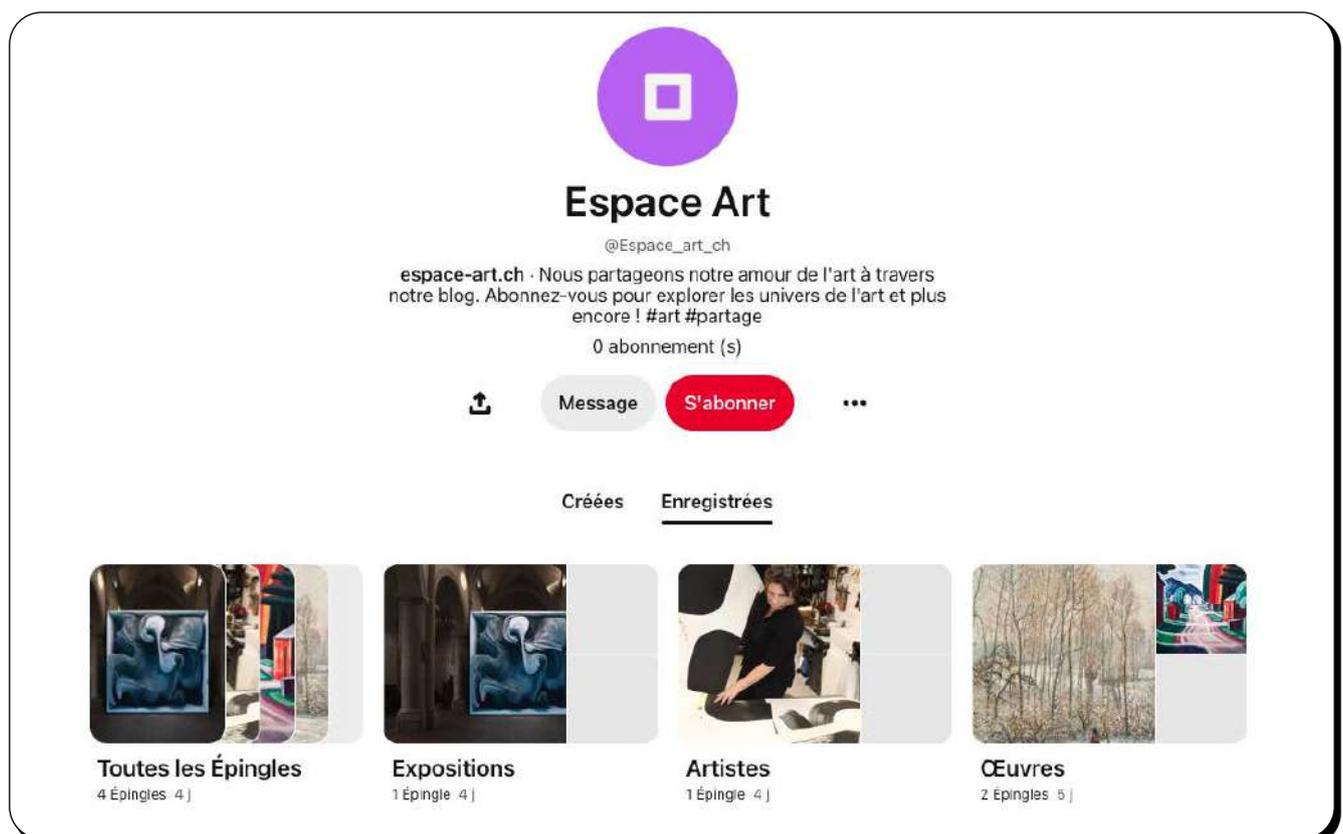
Vous ne pouvez pas manquer "Form and Light, Motif in West New Jersey". Une œuvre fascinant d'Oscar Blumner qui joue sur les formes et la lumière. #Blumner #Artiste



espace-art.ch
Form and Light, Motif in West New Jersey — Espace Art
"Form and Light, Motif in West New Jersey" d'Oscar Blumner est une peinture à l'huile sur toile.

8.2. Pinterest

Nous avons organisé de façon adéquate nos épingles. Nous accordons une grande importance à l'utilisation d'images de qualité et d'une organisation de tableaux pour attirer l'attention des utilisateurs. L'objectif ici est de publier les œuvres car les utilisateurs de ce réseau sont souvent des artistes ou des personnes ayant de l'affinité avec le domaine.





Profil ▾

Enregistrer

espace-art.ch

Unsupervised, Refik Anadol — Espace Art

Aperçu de l'exposition Unsupervised de Refik Anadol, l'artiste qui utilise l'IA pour créer des installations fascinantes.



Profil ▾

Enregistrer

espace-art.ch

Form and Light, Motif in West New Jersey - Oscar Blumner

Les couleurs et formes géométriques d'Oscar Blumner. #art #artnouveau #Oscar #BlumnerOscar #artdeco #FormAndLight #Couleurs #Art #Artiste #oeuvre #artist #artistique #espace-art #Espace



espace-art.ch



Profil ▾

Enregistrer

espace-art.ch

La lumière du soleil sur la neige, Eragny-sur-Epte - Camille Pissarro

Un paysage rural immersif enneigé capturé par Camille Pissarro. #Pissarro #CamillePissarro #impressionism #LaLumiereDuSoleilSurLaNeige #Nature #Art #Artiste #oeuvre #artist #artistique... Plus



3D ▾

Enregistrer

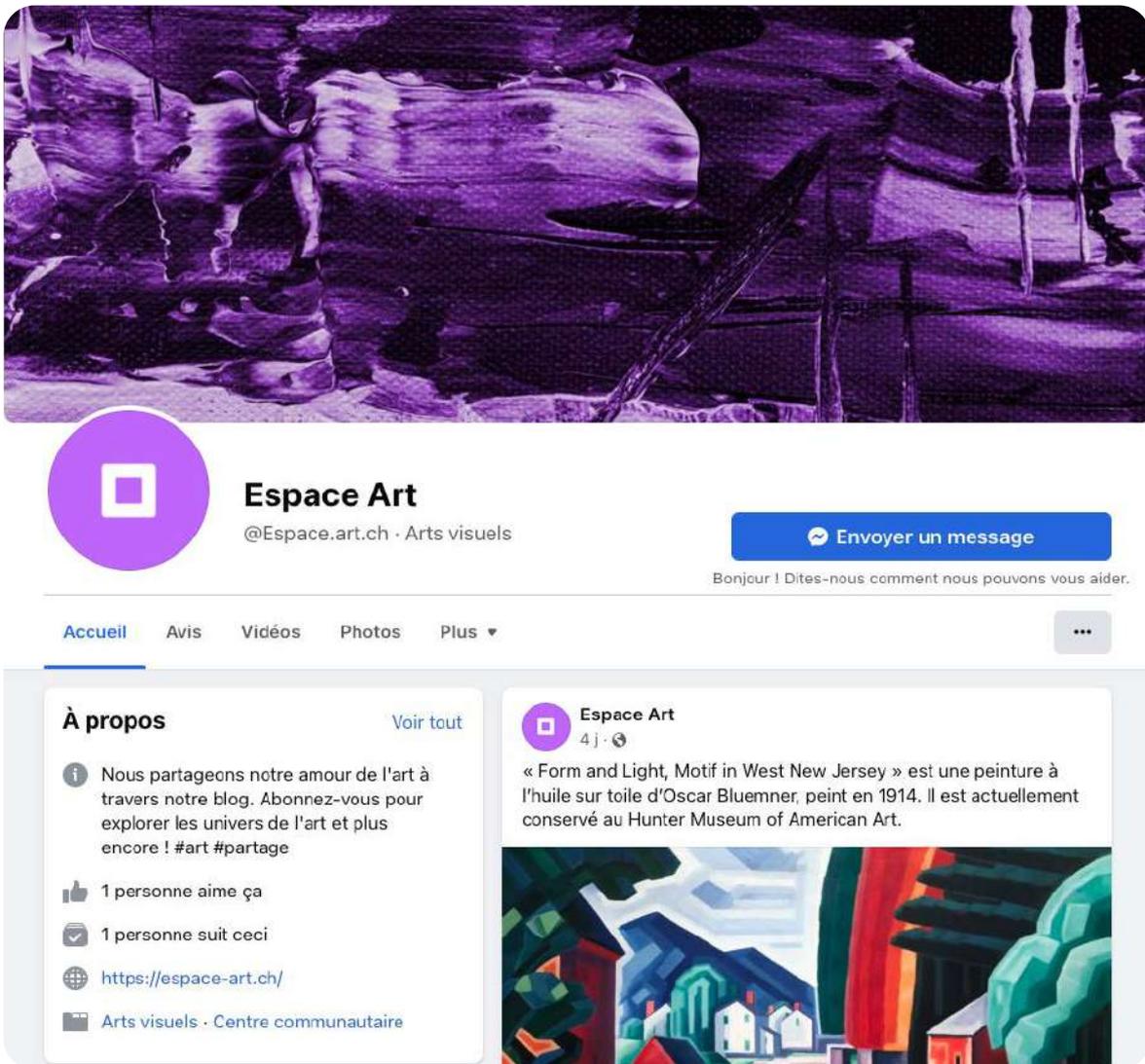
espace-art.ch

Une artiste qui joue avec les contrastes lumineux et les textures - Christine Guichard

Dans ses dernières créations, elle a ajouté l'or pour donner encore plus de profondeur à ses combinaisons de formes noires sur fond blanc. Venez découvrir son article sur cette artiste.

8.3. Facebook

Sur Facebook, notre objectif est de devenir de plus en plus actifs dans la publication de contenu vidéo; des interprétation d’œuvre ou l’histoire du tableau, de la peinture ou d’une œuvre numérique. Les vidéos sont un moyen très efficace pour promouvoir les articles de notre blog.



Espace Art
4 j · 🌐

« Form and Light, Motif in West New Jersey » est une peinture à l'huile sur toile d'Oscar Bluemner, peint en 1914. Il est actuellement conservé au Hunter Museum of American Art.



1

J'aime Commenter

Espace Art
4 j · 🌐

Vous n'avez probablement pas la possibilité de vous rendre à New York pour visiter le MoMA avant le 5 mars 2023. C'est pourquoi nous vous proposons un aperçu de l'exposition « Unsupervised ».



ESPACE-ART.CH

Unsupervised, Refik Anadol — Espace Art
Aperçu de l'exposition Unsupervised de Refik Anadol, l'artiste qu...

1

J'aime Commenter Partager

Espace Art
4 j · 🌐

Christine Guichard est une artiste qui se concentre sur la création d'œuvres sur papier, jouant avec les contrastes entre les blancs lumineux du papier et les noirs veloutés de l'encre.



ESPACE-ART.CH

Christine Guichard — Espace Art
Christine Guichard, l'artiste qui joue avec les contrastes lumineux et les textures luxueuses pour créer des œuvres époustouflantes sur...

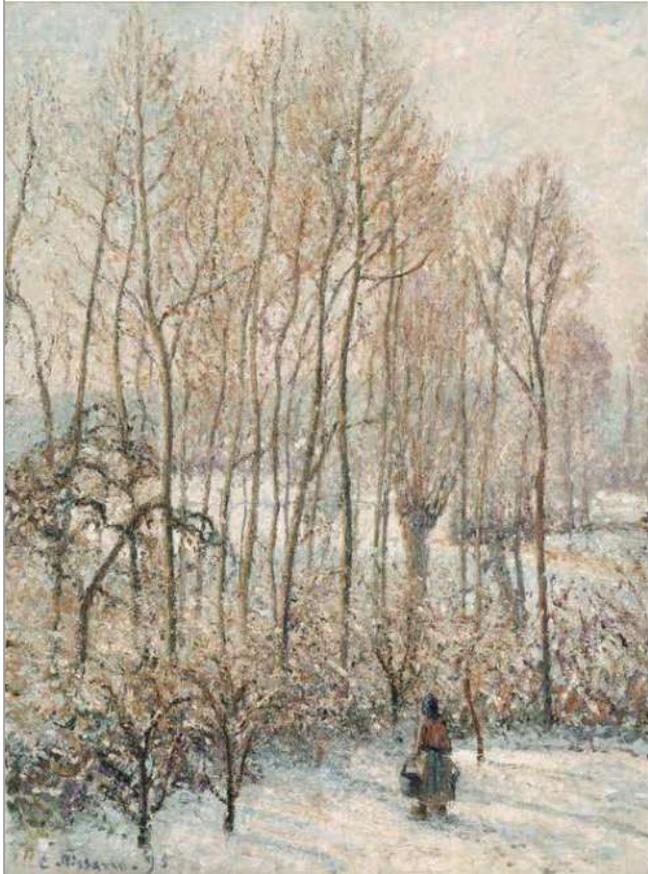
J'aime Commenter Partager

Espace Art
4 j · 🌐

Espace-Art vous permet de découvrir l'univers de l'art. Nous publions chaque semaine environ 2 articles sur des œuvres, des artistes et des expositions à ne pas raté.

Voir plus de détails : <https://espace-art.ch/.../la-lumiere-du-soleil-eragny.../>

👤 Camille Pissarro - La lumière du soleil du matin sur la neige, Eragny-sur-Epte Date : 1945 - 1950



1

J'aime Commenter

8.4. Instagram

Sur Instagram, nous visons à utiliser plusieurs types de publications :

- **En mode galerie** (carrousel) pour offrir un contenu soigné. Nous cherchons à susciter l'intérêt et la curiosité en faisant défiler vers la droite pour découvrir d'avantages.
- **Découverte d'une œuvre** hebdomadaire (en accord avec notre blog).
- Des **vidéos courtes** (Reels) dans un format qui se rapproche de Tiktok de visite d'exposition ou d'astuces. Le but n'est pas de faire une publicité pour notre blog mais de fournir des informations avec une valeur ajoutée.





Notre première publication est une animation de notre logo. Il s'agit d'une vidéo de bienvenue sur notre compte.

A droite, c'est une publication d'une œuvre de la semaine

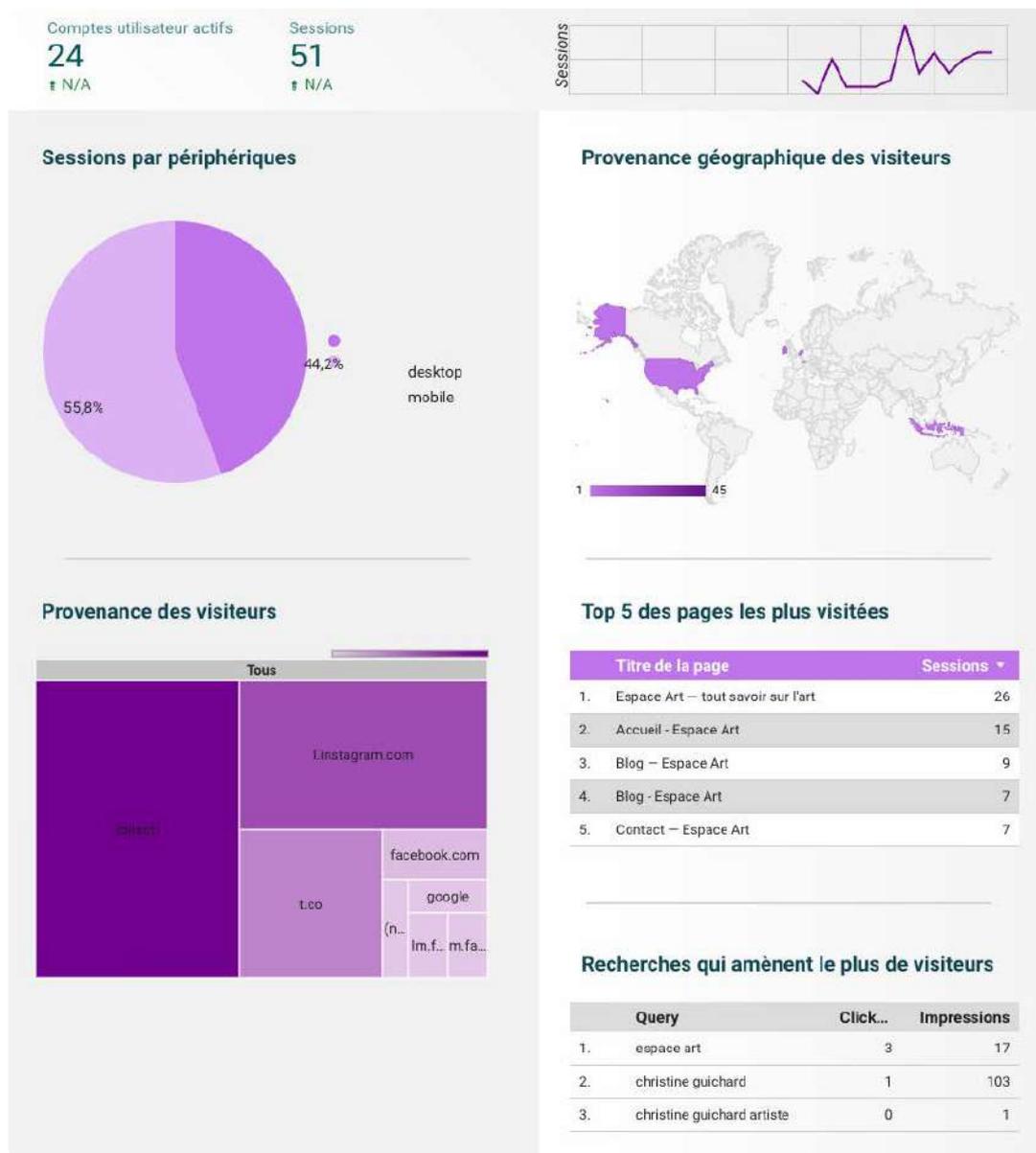


En haut, un carrousel à propos d'un article de notre blog.

A gauche, un Reel qui respecte le modèle AIDA.

9. Rapport Looker Studio

Concernant le rapport de Looker studio, nous avons importé les données de la Search Console et de GA. Nous avons choisi un modèle pour qu'il soit plus joli puis nous l'avons adapté à nos couleurs.



10. Conclusion

10.1. Questions supplémentaires

Le projet impose une réalisation du site web avec Wordpress. Infomaniak propose deux autres solutions : Joomla et Drupal. Auriez-vous pu réaliser ce projet avec ces autres CMS ?

Le projet aurait pu être réalisé avec d'autres CMS. La mise en place des éléments aurait été différente et probablement que l'intégration de certaines des extensions imposées aurait été plus difficile. Au final, que ce soit WordPress, Joomla ou Drupal, il s'agit de PHP, HTML, CSS et Javascript et l'on peut développer ses propres plugins (si motivé). Il ne faut pas oublier que WordPress a été conçu pour faire des blogs.

Un de vos proches prétend qu'il aurait été préférable de réaliser votre site avec Wix. Est-ce exact ? Pourquoi ?

Contrairement à la réponse à la dernière question, Wix est plus contraignant et de nombreuses choses imposées dans les consignes auraient été difficiles à mettre en place. Avec Wix, il aurait fallu contourner beaucoup de fonction en utilisant du code custom et des manipulations de l'API «Velo».

Une de vos amies affirme que vous pouvez améliorer la performance de votre site avec la version gratuite du plug-in jetpack. Est-ce exact ? Que fait ce plug-in ? Testez-le et montrez si votre amie semble avoir raison.

JetPack est une suite de plug-ins payants permettant toutes sorte d’optimisation et de protection. JetPack propose par exemple une fonction de backup.

Lors du test, notre score baisse avec l’optimisation des performances. C’est probablement dû au fait que Optimole fait déjà le travail. Il s’agit sûrement d’une bonne suite car elle est populaire et appréciée mais dans notre cas, Optimole fait le même travail que la version gratuite de JetPack Boost.

Avec



Sans



10.2. Problèmes rencontrés

Ce qui est difficile avec WordPress ou tout autre CMS orienté vers la simplicité de construction de pages est la difficulté d'avoir le contrôle sur le code vu qu'il ne s'agit pas du nôtre. Il faut bricoler pour corriger des éléments ou installer des extensions qui, comme notre cas l'a montré, amène des failles de sécurité.

De plus, l'installation de certaines des extensions (comme celle pour la FAQ) détruisaient des éléments de notre page. Il fallait parfois refaire des parties de page car les sauvegardes n'étaient pas suffisantes.

11. Références

Neil Patel. Disponible à l'adresse : <https://app.neilpatel.com/>

1.Fr. Disponible à l'adresse : <https://1.fr/>

MailChimp. Disponible à l'adresse : <https://mailchimp.com/>