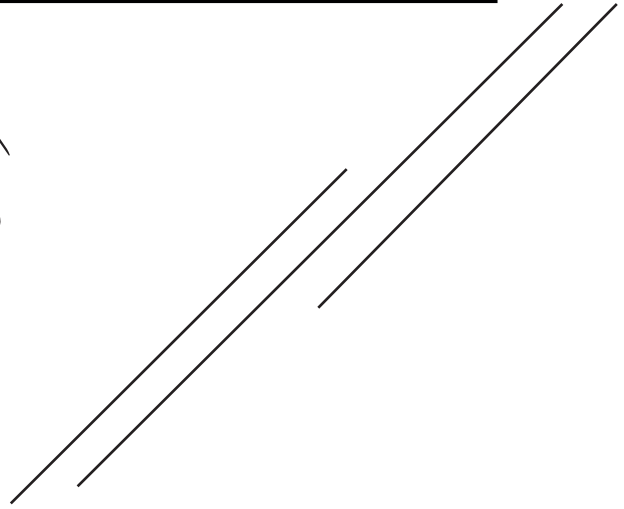




CAHIER DES CHARGES

— Sofiane AISSI, couturier,
artisan, créateur français.





SOMMAIRE

I. CONTEXTE _____ 5 à 13

1. Description de l'annonceur _____ 5

Présentation de l'annonceur _____ 6

— Histoire _____ 7

— Domaines _____ 8

— Objectifs _____ 9

— Points forts et points faibles _____ 10

— Concurrence _____ 11

— Existants _____ 12

— Positionnement actuel
et image souhaitée _____ 13

2. Description du projet _____ 15 à 21

1. Présentation générale du projet _____ 15

— Objectifs du site _____ 16

— Cibles visées _____ 17

— Positionnement _____ 18 et 19

— Diagnostic et problématique _____ 21

II. STRATÉGIE DE COMMUNICATION _____ 23 à 34

1. Plan de création _____ 24 et 25

2. Contraintes _____ 26 à 29

3. Objectif de communication _____ 30 et 31

4. Contenus _____ 32

5. Fonctionnalités attendues _____ 33

6. Langues _____ 34

III. CONCEPTION DU SITE _____ 37 à 53

1. Arborescence du site _____ 38 et 39

2. Choix du CMS _____ 40 à 42

3. Plugin _____ 43

4. Choix du thème _____ 44 et 45

5. Nom de domaine _____ 46

6. Hébergement _____ 47

7. Référencement _____ 48

8. Réseaux sociaux _____ 49

9. Sécurité _____ 50

10. Conclusion _____ 51

— Transfert de compétences _____ 51

— Difficultés & risques d'échecs _____ 52

— Résultats escomptés _____ 53





The image features four fashion sketches of women in elegant, flowing dresses. The sketches are rendered in a high-contrast, black-and-white style, with some areas filled in solid black. The women are standing in a row, each in a different pose. The first woman on the left is looking back over her shoulder, wearing a long, dark, flowing dress. The second woman is looking forward, wearing a light-colored dress with a dark, draped bodice. The third woman is looking slightly to the side, wearing a light-colored dress with a dark, draped bodice. The fourth woman is looking forward, wearing a dark, sleeveless dress. A horizontal black bar with the text 'I. CONTEXTE' is positioned across the middle of the sketches.

I. CONTEXTE

01

DESCRIPTION DE L'ANNONCEUR

PRÉSENTATION DE L'ANNONCEUR SOFIANE AISSI

Sofiane AISSI né en 1983 est un couturier français artisan créateur, passionné par la photographie et le dessin. Dans la haute couture depuis 2008, il travaille dans son atelier de couture à la MJC de St Etienne, en totale indépendance.

Il réalise des créations pour le public féminin. Ces fabrications sont artisanales, il commence par des croquis sur papier puis élabore des prototypes qui prennent vie par son savoir-faire de couturier.

Il a un esprit d'anticipation qui lui permet d'imaginer ses œuvres au travers d'une matière.

Ces compétences lui permettent de visualiser un vêtement à partir d'une texture.

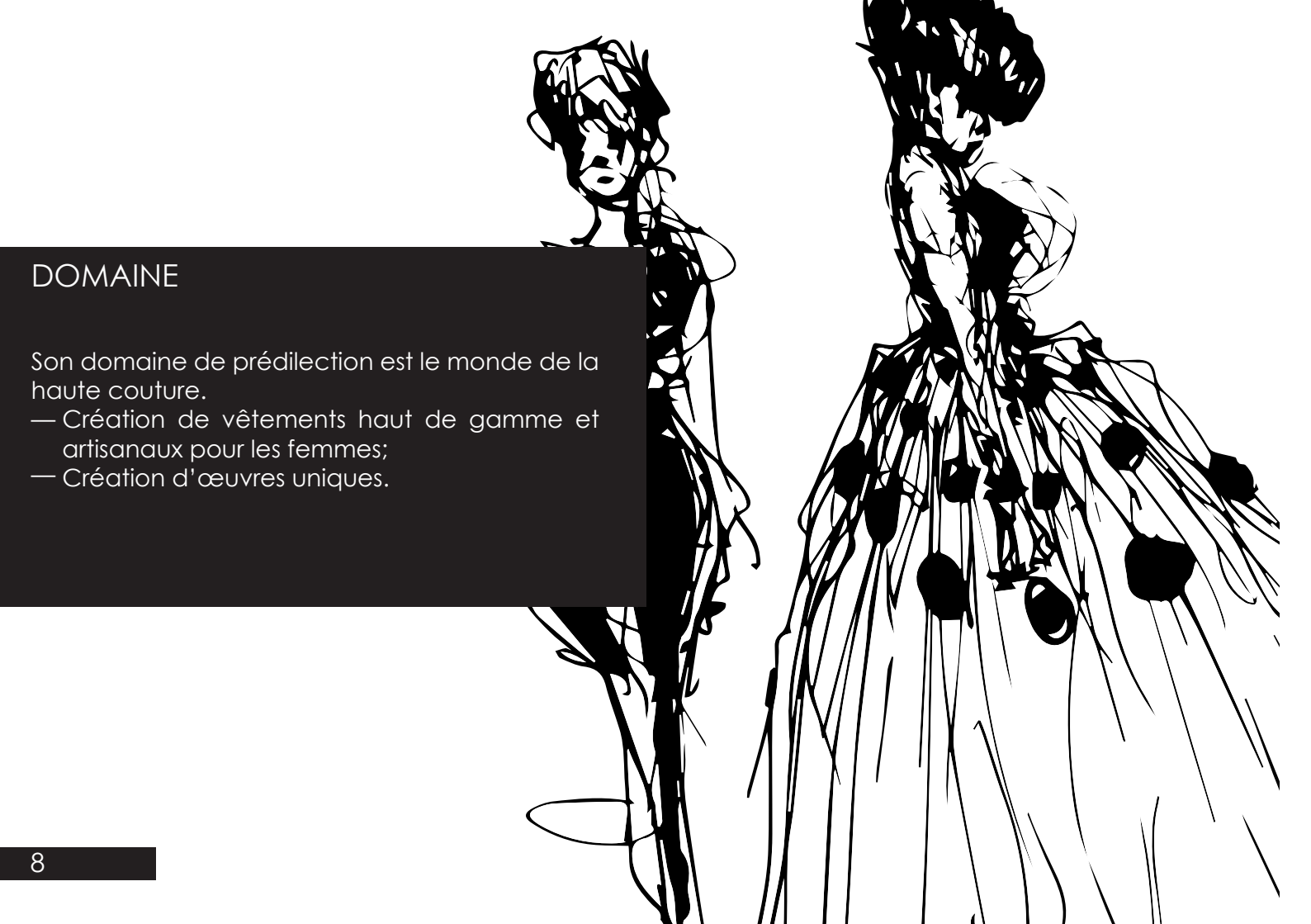
Parfois, il lui arrive de collaborer avec des maisons de haute couture.

HISTOIRE

Sofiane AISSI est né dans un quartier populaire en 1983 à St Étienne, il a grandi dans une banlieue stéphanoise. Il s'est lancé dans une carrière de chaudronnerie et s'est redécouvert en tant qu'artiste. Ayant toujours été amoureux de la mode et du dessin, il a su trouver sa voie en rentrant à l'école ESMOD international à Lyon et continue ses projets à Lyon.

Il dispose actuellement de 10 ans d'expérience.





DOMAINE

Son domaine de prédilection est le monde de la haute couture.

- Création de vêtements haut de gamme et artisanaux pour les femmes;
- Création d'œuvres uniques.

OBJECTIFS

Le commanditaire veut attirer l'attention d'éventuelles maisons de couture grâce à ses réalisations. Cela montre qu'il a l'intention d'être un acteur reconnu dans le milieu de la haute couture.

Le travail de Sofiane AISSI va permettre à des investisseurs d'avoir une qualité et une garantie accomplies.





POINTS FAIBLES

Le premier et plus grand point faible du client est qu'il n'a pas sa structure propre, ni de nom. Le second point faible est qu'il n'a pas de communication autour de son activité, lui permettant de se faire connaître auprès des investisseurs.

POINTS FORTS

Le demandeur crée des vêtements haut de gamme, artisanaux et uniques. Il crée à partir de la matière brute, il a un style unique. Ses vêtements sont chics et élégants. Ses clients sont satisfaits et reconnaissants de son travail.

CONCURRENCE

- Les concurrents directs sont les créateurs de mode indépendants qui, comme lui, créent des vêtements de manière artisanale.
- Les concurrents indirects sont les grandes maisons de Couture tels que Chanel, Dior, Louis Vuitton, Cartier, Balmain, etc. En effet, ce sont des icônes de la mode et également des valeurs sûres.





EXISTANTS

Le demandeur communique par Instagram, Facebook et LinkedIn.
Ces plateformes ne sont pas assez actives
et ne permettent donc pas un bon
référencement.

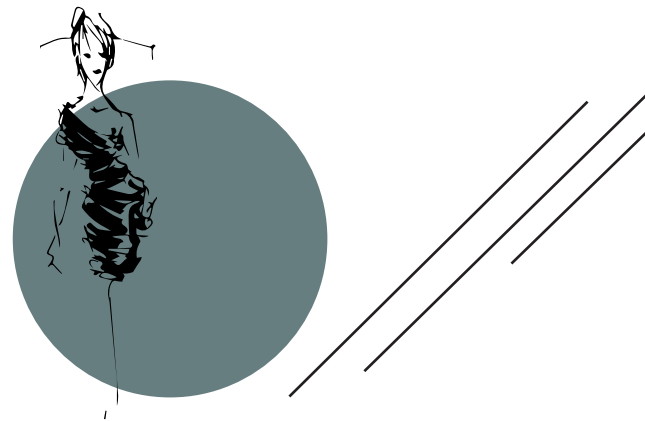


POSITIONNEMENT ACTUEL ET SOUHAITÉ

L'image actuelle du client est réduite, en effet il ne possède pas encore de communication. Il désire la faire naître grâce à un site internet.

L'image qu'il souhaite est une image élégante, épurée et chic avec une prédominance de noir et de blanc.

Il veut montrer la qualité de son travail ainsi que sa facilité à manier la matière. Il aimerait créer un effet de surprise, faire rêver, prouver que l'imagination n'a pas de limite.



- **Image** : Chaque création est unique, faite main, qualitative et élégante.
- **Stratégie de communication** : Aucune stratégie de communication n'a été mise en place jusqu'à présent.
Le client a simplement un compte Instagram sur lequel il publie des photos de ses productions ainsi qu'un compte Facebook et LinkedIn qui sont inactifs.
- **Notoriété** : Sa notoriété est interne. Effectivement, Sofiane AISSI a déjà eu l'opportunité de travailler pour de grandes maisons de couture, telles que : Jean Paul Gaultier, Dior, Sonia Rykiel, Stéphane Rolland, etc.



02

DESCRIPTION DU PROJET

PRÉSENTATION GÉNÉRALE DU PROJET

Le donneur d'ordre nous a contactés pour l'élaboration d'un site. En effet, il est indispensable d'élaborer un site internet autour de sa communication extérieure, qui est actuellement inexistante.

Celui-ci lui permettra une meilleure communication et visibilité de son travail afin de dévoiler sa personnalité et ses techniques.



OBJECTIFS DU SITE

Son objectif premier est de faire la promotion de son savoir-faire auprès des grandes agences de couture.

Son second objectif est de mettre en avant ses créations afin de montrer son style et ses compétences dans le milieu de la haute couture.

Il souhaite également renvoyer une image qui reflète sa personnalité et son travail.



CIBLES VISÉES

- Les cibles principales sont les investisseurs, qui pourraient faire appel à ses services ou faire des offres professionnelles.
- Les cibles secondaires sont les femmes et le public passionnés par la mode.



Il existe trois types de positionnement

- **Le positionnement est objectif** quand il porte sur des caractéristiques objectives et vérifiables du produit ou de l'entreprise.

La communication est donc essentiellement une communication informative et cherche à convaincre par une promesse axée sur l'avantage produit ou le bénéfice consommateur.

Exemple

- Les positionnements des marques de lessives qui démontrent l'efficacité sur la blancheur du linge ou le respect des couleurs.

- **Le positionnement est psychologique** lorsqu'il agit sur les motivations, les opinions, les sentiments de l'individu.

La communication est suggestive : on stimule l'imaginaire du consommateur.

Exemple

- Le positionnement de marques de voitures qui communiquent sur le plaisir de conduire.

- **Le positionnement est symbolique** lorsque l'on cherche à jouer sur la volonté de l'individu d'appartenir à un groupe ou d'être conforme à son groupe de référence.

La communication joue alors sur l'identification au groupe ou au contraire sur la distinction par rapport au groupe. Le positionnement symbolique est donc fondé sur les valeurs que la marque souhaite faire partager.

Exemple

- Le positionnement des marques de chaussures de sport : Adidas, Nike, Reebok, Puma, Asics...

POSITIONNEMENT

Le positionnement qui correspond le plus au projet du demandeur est le positionnement psychologique. Il agit sur les motivations, les opinions, les sentiments de l'individu. En effet, c'est une communication peu informative, mais très suggestive. Ce qui est valorisé est l'imaginaire, le rêve et l'idyllique.

— **Attractif** : Notre client crée de l'envie grâce à ses productions uniques et artisanales. Ses points forts sont ses capacités à manipuler, maîtriser et discipliner différentes textures.

— **Distinctif** : Sofiane AISSI se démarque de ses concurrents directs grâce à sa personnalité atypique, il renvoie une vision différente de ce que nous pourrions attendre de l'image même de la mode.

De plus, il a eu l'opportunité de se former à la « vieille école » avec des programmes qui lui ont permis aujourd'hui d'être minutieux dans son travail.

— **Crédible** : Il a déjà eu des contrats avec des grandes maisons de couture, il a son propre atelier.

— **Durable** : Le commanditaire a déjà 10 ans d'ancienneté dans le milieu de la haute couture.

Il est très motivé pour se faire une réputation dans ce milieu. Son projet est de donner une impulsion à son talent.

Ce site doit durer dans le temps, il doit donc avoir un graphisme intemporel. De plus, le client voudrait pouvoir être indépendant sur les postes et mises à jour de son site.



DIAGNOSTIC

Sofiane AISSI est un couturier, photographe, dessinateur, artisan créateur. Il réalise des vêtements artisanaux et uniques dans la haute couture.

Cet artiste nous surprend par sa manière de travailler, en effet il manipule la matière pour ensuite imaginer ce qu'il pourrait réaliser par le biais du dessin.

Pour finir par la couture en elle-même.

La stratégie de communication est d'attirer les investisseurs en quête de nouveaux créateurs.

Effectivement ceux-ci sont à la recherche de nouveaux talents, de personnalité originale. Le but du client étant de se donner une visibilité qui le démarquera de ses concurrents. Pour lui permettre de réaliser son projet, il souhaite créer un site mettant en évidence dix productions conçues spécialement pour dévoiler sa personnalité et ses compétences.



PROBLÉMATIQUE

Comment créer un site vitrine qui se distingue des concurrents, pour se faire connaître auprès des investisseurs ?



A stylized black and white line drawing of five people in a group. The drawing uses bold, expressive lines and some solid black areas for shading. The figures are arranged in a loose circle, with one person on the left, two in the center, and two on the right. A dark rectangular box is superimposed over the center of the group, containing the text 'II.STRATÉGIE DE COMMUNICATION' in white, bold, sans-serif capital letters.

II.STRATÉGIE DE COMMUNICATION

01

PLAN DE CRÉATION



PROMESSE

Le commanditaire fait une promesse de qualité, de savoir-faire et d'originalité.

Par la matière naît le vêtement. (slogan)

PREUVE

La promesse est bien respectée puisque des investisseurs ont déjà fait appel à lui pour des créations de collections de haute couture.

Le client expose régulièrement ses créations notamment à Lyon et à Paris.

Il participe ou organise des défilés afin de dévoiler ses robes au grand public et également pour se faire repérer.

Cela montre que le donneur d'ordre a de grandes compétences : il réalise des vêtements uniques et artisanaux.

BÉNÉFICE CONSOMMATEUR

Les investisseurs bénéficient d'une meilleure qualité de service. Ils sont également sûrs d'obtenir de leur client une autonomie et un savoir-faire.

TON

Le ton est basé sur la qualité, le savoir-faire, le chic et l'élégance.

Le ton doit aussi faire ressortir une atmosphère de haute couture.



CONTRAINTES LÉGALES

- Pour un site Internet édité par une personne physique (un particulier), nous sommes soumis à la publication de mentions légales : nom, prénom, adresse du domicile, numéro de téléphone.
- Pour une activité artisanale, le numéro d'immatriculation au Répertoire des Métiers (RM) doit être mentionné.
- Les conditions d'hébergement doivent être détaillées.
Il faut ajouter à la page des mentions légales les informations relatives à l'hébergement du site : nom de l'hébergeur, raison sociale, adresse, numéro de téléphone.
- Pour protéger le site du client, il faudra ajouter dans les mentions légales un paragraphe sur les droits d'auteur, rappelant que le contenu du site (logo, marque, image, texte...) est protégé par le droit de la propriété intellectuelle.
(+ Plus d'explications dans Sécurité page 50)



CONTRAINTES BUDGÉTAIRES

Les contraintes sont liées principalement à la création de photos, car celle-ci nécessitent un investissement majeur, notamment le lieu, le matériel photo ainsi que les tiers servant à porter les créations.

De ce fait un modèle va être créé par le client, celui-ci se composera d'un mannequin couture.

L'annonceur doit pouvoir gérer le site lui-même sans passer par un service externe qui engendrerait des coûts supplémentaires pour la maintenance du site.

CONTRAINTES GRAPHIQUES

Étant donné que le commanditaire n'a pas de charte graphique, nous allons devoir l'établir à partir de ses demandes et besoins.

Il n'y a pas de contraintes graphiques strictes puisque le site est nouveau et que le demandeur souhaite refondre son image.

Il faut tout de même que la charte graphique respecte l'image souhaitée par Sofiane AISSI.

Le donneur d'ordre souhaite un site sobre, épuré, chic avec comme couleurs dominantes le noir et le blanc..



CONTRAINTES TEMPORELLES

Le site doit être intemporel, en effet le client souhaite que le temps n'ait pas de prise sur le site. Qu'il ne subisse pas les influences des tendances.

Comme le disait Chanel :
« La mode se démode, le style jamais ».

03

OBJECTIF DE COMMUNICATION

OBJECTIF COGNITIF (faire connaître)

- Faire connaître son travail
- Mettre en avant ses créations
- Promouvoir le site internet sur les différents réseaux sociaux
- Devenir un acteur reconnu dans le milieu de la haute couture





OBJECTIFS AFFECTIFS (faire aimer)

- Promouvoir ses compétences
- Prôner l'artisanat et la haute couture
- Favoriser le contact
- Instituer une image chic et élégante

OBJECTIF CONATIF (faire agir)

- Découvrir un nouveau créateur
- Donner envie de faire appel à lui
- Attirer les maisons de couture
- Travailler avec une personne ayant des compétences techniques de qualité

LES CONTENUS PRÉSENTS SUR LE SITE VITRINE SERONT

- Des éléments graphiques noirs et blancs créés par nos soins;
- Des textes qui auront tous été écrits par nos soins;
- Des photos, des scans des dessins et des croquis du client;
- Des photos de ses 10 créations réalisées spécialement pour le site;
- Formulaire de contact;
- Galerie Photos.

05

FONCTIONNALITÉS ATTENDUES

Liste exhaustive des fonctionnalités attendues sur le site,
par ordre de priorité

NOM DE LA RUBRIQUE	FONCTIONNALITÉS	DESRIPTIF
Accueil	- Condensé du site - Présentations des liens pour donner envie de regarder	Menu - Slider - Portfolio - Présentation - Galerie - Blog
Présentation	Présentation de l'annonceur et de son activité. - Histoire	Histoire de Sofiane AISSI
Contact	Coordonnées de Sofiane AISSI - Formulaire de contact - Icône sociale	- Nom, prénom, adresse mail, réseaux sociaux de Sofiane AISSI. - Adresse mail émetteur, objet, message.
Galerie	Montrer les créations de S.AISSI. - Galerie et Légende	Photographies des créations, descriptions/légendes.
Gestion multilingue	Permet de mettre le site en anglais ou en français. - Langue FR - Langue EN	Deux langues sont disponibles sur le site avec plusieurs boutons permettant à l'internaute de se rendre sur la vue de son choix.

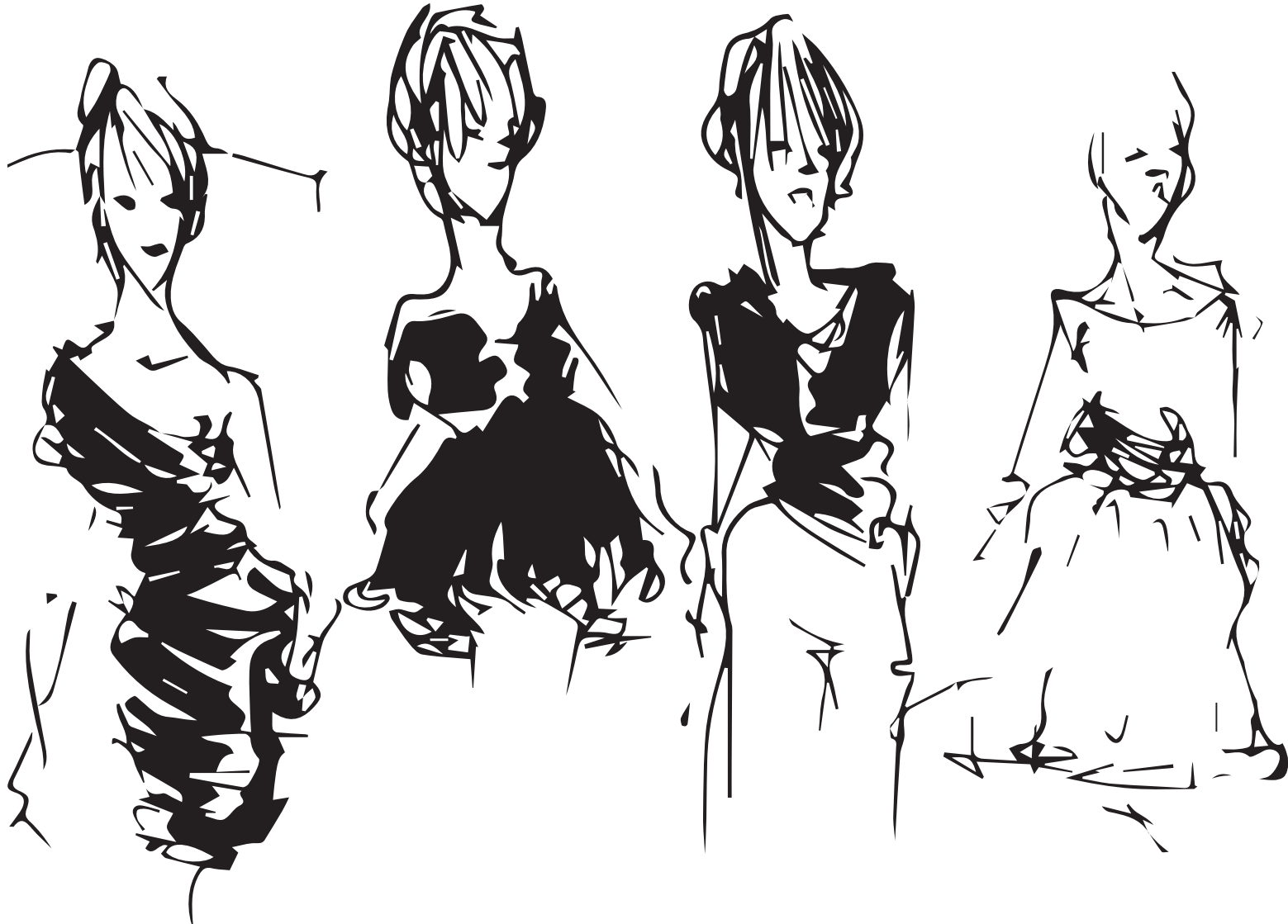
06

LANGUES

Le site sera disponible en multilingues ; en effet, les investisseurs internationaux pourront visiter le site internet du créateur.

LANGUE	TYPE	TRADUCTION
Français	Site complet	Sera réalisée par nos soins
Anglais	Site complet	Sera réalisée par nos soins









III. CONCEPTION DU SITE

01

ARBORESCENCE DU SITE

Le site internet aura une arborescence claire et facilement mémorisable afin de permettre à l'utilisateur de naviguer de façon intuitive.

SCHÉMA DE L'ARBORESCENCE



CONTENU DES PAGES

Accueil : première page vue par les utilisateurs va être un condensé de tout le site.

Une page d'ouverture vers les autres liens du site (création, présentation, 3 derniers articles du blog). Pour un meilleur référencement, l'accueil doit contenir au minimum 300 à 400 mots.

Création : sur cette page, il y aura les dix créations réalisées par le créateur, spécialement pour son site. Il y aura des photos et dans l'idéal, mais cela reste à établir, un texte racontant une description sur la robe.

Présentation : cette page est une biographie, les mots se trouvant dans le texte vont permettre d'être utilisés pour le référencement, et offrir des informations supplémentaires sur le client.

Contact : un formulaire qui va permettre aux investisseurs de contacter l'annonceur.

Blog : le blog aura pour fonction de publier des articles en lien avec le demandeur, il pourra par exemple, annoncer ses défilés, ses expositions. Cette partie aura également un rôle important dans le référencement.

Les pages étant très épurées, le blog permet d'assurer un nombre de mots-clés suffisant pour le référencement.



CHOIX DU SYSTÈME DE GESTION DU CONTENU

Nous aurions pu choisir de coder notre site en dur, comprenant toute l'élaboration, le choix du langage de programmation à utiliser, le développement et le graphisme.

Ce choix offrait plusieurs avantages tels que :

- Une grande flexibilité lors de la conception;
- Une personnalisation poussée (Site, back-office, charte graphique);
- Aucun frais supplémentaires lié à des add-ons (plugin) ou thème.

Mais ce style de développement avait plusieurs désavantages par rapport aux contraintes imposées par le client (facilité d'utilisation et contraintes temporelles).

NOTRE CHOIX

C'est pour cela que notre choix s'est porté sur la création d'un site au travers un CMS (Système de gestion de contenu). Il s'agit d'outils de gestion de contenus web, dont plusieurs permettent de faire un site internet en offrant un confort au client pour la maintenance de ce dernier.

Les avantages d'une mise en place de CMS pour notre site sont les suivants :

- Un CMS facilite l'administration du site, pour le client qui sera, par la suite, autonome pour la création et modification de son contenu;
- Un CMS offre une structure existante, un back-office;
- Sur un CMS, il est possible d'installer des plug-ins, le site peut évoluer;
- Le CMS a une structure adaptée aux standards du web et pour un parfait référencement;
- De plus, ce choix permet de s'affranchir de toute une partie de développement.

En prenant en compte les différentes attentes du client, le CMS est un bon choix étant donné que le client souhaite, après la mise en ligne du site internet :

- Être bien référencé;
- Être autonome à la fin de notre conception, son site doit être accessible et modifiable sans difficulté;
- Ne pas avoir de coût supplémentaire engendré par de la maintenance.

Nous allons acheter un thème qui nous permettra de nous reposer sur une structure existante grâce à un back-office simple, intuitif et qui sera complètement responsive (mobile, tablette).

CHOIX DU CMS

Parmi les différents CMS, notre choix s'est porté sur WordPress, en effet, d'après les dernières statistiques, WordPress reste le CMS leader avec 58,6 % du marché.

Les Points forts de WordPress sont les suivants:

- Il est le CMS le plus utilisé : aujourd'hui, 26 % des sites internet sont des WordPress;
- Il est gratuit;
- L'installation est simple;
- La prise en main du back-office est facile et efficace;
- Nous avons la possibilité d'intégrer des thèmes;
- Il existe de nombreuses extensions : plus 50 000 plug-ins vérifiés;
- Il possède une structure idéale pour le référencement;
- Une mise à jour est effectuée régulièrement;
- Il est entouré par une grande communauté active qui permet d'avoir des patches régulièrement et de l'entraide vis-à-vis d'autres utilisateurs.

Le projet va être développé sur WordPress, car les points forts seront un réel avantage dans notre projet. Notamment au travers la simplicité d'utilisation, le fait que les outils de gestion soient entièrement pensés pour faciliter les démarches de l'administrateur, mais aussi, la présence d'une multitude de plug-ins et thèmes, ainsi qu'une forte communauté active qui pourra nous aider en cas de problème.

03

PLUG-IN

SOLUTION TECHNIQUE — (EXTENSION À INSTALLER)

— Plugin YOAST — pour le référencement, qui permettra de personnaliser : les informations de partage, mots-clés principaux, titre SEO, identifiant et méta description.

— Plugin WP SUPER CACHE – pour le chargement de son site en cache, il permet d'avoir un site rapide et de gagner en vitesse de chargement. Il est indispensable puisque depuis 2013, Google pénalise les sites avec une faible vitesse de chargement.

L'installer est essentiel pour le positionnement. En parallèle, le fichier .htaccess (il sert à protéger une page par un mot de passe ou encore à créer ses propres pages d'erreurs) sera modifié pour intégrer la compression et la mise en cache des fichiers par le navigateur.

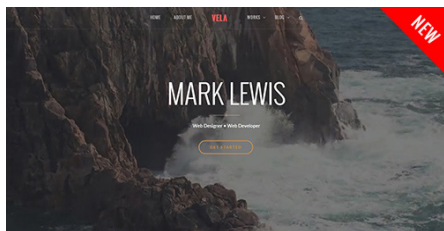
— Plugin COOKIES NOTICE — un internaute doit être informé et donner son consentement préalablement à l'insertion de traceurs. Selon la loi instaurée par le CNIL (Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés).

Ce plug-in permet d'afficher et de personnaliser le bandeau cookie.

— Plugin multilingue — QTransfer-X, permet de traduire le site, ici en anglais et en français.



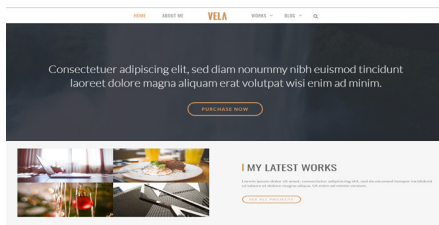
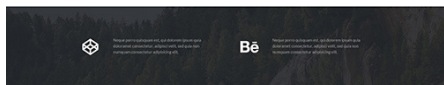
04 CHOIX DU THÈME



A FEW WORDS ABOUT ME

Consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut enim aliquam quare ut volutpat tempus aliquam quare.

Porro quipsum est, qui dolorem ipsum quia dolor amet consectetur adipisci velit, consectetur adipiscing elit.



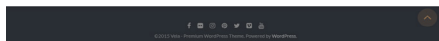
MY LATEST WORKS

Consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut enim aliquam quare ut volutpat tempus aliquam quare.

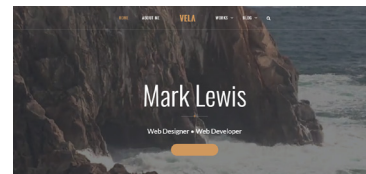


MY AWESOME CLIENTS

videohive, freemove, 3doocean, activation, audiglobe

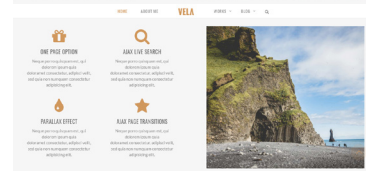
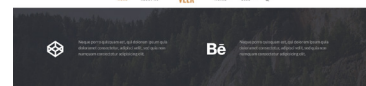


Le choix « Wordpress » ayant été validé,
il nous a fallu choisir un thème.
Notre choix s'est porté sur le thème Vela.
Ce thème coûte 50€.



A FEW WORDS ABOUT ME

Consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut enim aliquam quare ut volutpat tempus aliquam quare.



MY LATEST WORKS

Consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut enim aliquam quare ut volutpat tempus aliquam quare.



videohive, freemove, 3doocean, activation, audiglobe



POURQUOI CE THÈME

Il correspond aux attentes esthétiques de notre demandeur.

En effet, il désire un thème épuré, sobre, également chic et élégant.

Mais surtout, il souhaite que son site soit intemporel.

Le thème Vela permet plusieurs bénéfices :

- L'Intégration des plug-ins facilitant la création des pages telle que le Visual Composer (C'est un plugin de mise en forme pour WordPress, permettant de créer des mises en pages complexes en quelques clics);
- Le thème est régulièrement mis à jour en termes de sécurité;
- Il est responsive, c'est-à-dire qu'il s'adapte aux différents appareils (mobile, tablette, pc).
- Il possède une bonne structure à la fois sur pc et sur mobile, chose très importante pour Google pour le référencement;

Le thème sera bien entendu renommé et modifié de manière à correspondre aux attentes et contraintes du client, pour qu'il soit à son image.



Le nom de domaine reste encore à définir avec le client.
Nous avons eu quelques idées :

— Sofiane AISSI

Simplement son nom et prénom, parce qu'ils sonnent bien,
mais aussi parce que tous les stylistes ont leur nom en tant
que marque : Dior, Louis Vuitton, Chanel...

Il reste à savoir si le demandeur est prêt à faire de son nom,
une marque;

— Styliste AISSI,

Son nom de famille avec son métier;

— AISSI Haute Couture,

Son nom de famille, avec son domaine;

— AISSI fil,

Son nom de famille avec un jeu de mots. Le mot fil rappelant
la couture;

— I see,

Rappelle en sonorité son nom de famille.

I see (je vois), jouerait à la fois sur le côté haute couture, qui
est un milieu esthétique, où l'apparence est essentielle.

Mais également sur la capacité du client à créer à partir
d'une matière, à s'imaginer ce que pourrait devenir un tissu.



06

HÉBERGEMENT

HÉBERGEMENT

L'hébergeur sera OVH, au tarif de 2.99 € HT/mois avec comme option :

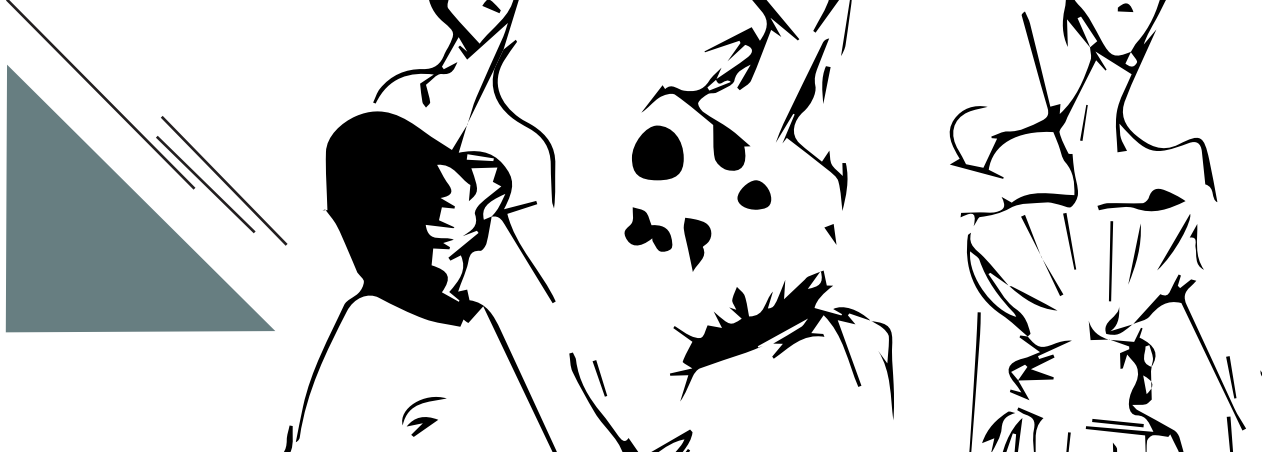
- un nom de domaine;
- 100 go d'espace;
- 10 adresses mail;
- Trafic illimité sur le site web;
- Le module WordPress compatible;
- 75 visiteurs par connexion simultanée.

Pour ce qui est de l'hébergeur nous avons choisi le moins cher, par rapport au choix du client, qui ne souhaitait ne pas investir trop d'argent tout de suite dans son site.

Effectivement le demandeur désire d'abord évaluer le nombre de visiteurs et d'investisseurs qui le contacteront grâce à son site.

S'il observe un réel résultat, alors il pourra changer d'hébergeur pour en prendre un qui lui permettra d'avoir plus de 75 visiteurs connectés en simultané.





07 RÉFÉRENCEMENT

Le référencement va permettre d'afficher son site dans les premières pages des moteurs de recherche. Le donneur d'ordre attend de nous que nous référençons son site sur les principaux annuaires et moteurs de recherche.

Le choix sera d'avoir un référencement naturel, avec un positionnement par rapport à la haute couture. Pour cela, l'utilisation de mots-clés sera nécessaire.

Comme dit précédemment, pour un meilleur référencement, il sera essentiel que la page d'accueil contienne le minimum de mots (au minimum 300 à 400 mots.)

Mais également que ces mots soient des mots-clés du domaine de la Haute Couture.

Une seconde méthode sera également utilisée, l'utilisation de mots-clés dans les balises <alt> pour les photos.

08

RÉSEAUX SOCIAUX

Les différents réseaux sociaux sont actuellement très peu alimentés. Ils seront présents en accès via lien sur le site.

Les réseaux sociaux pourront permettre d'annoncer une nouveauté sur le site.

Par exemple : nouvel article dans le blog, nouvelle photo de création, etc.

Cela sera effectué par le biais des liens qui seront personnalisés grâce au plug-in YOAST, pour Facebook.

Sur Instagram, le partage se fera plutôt par des visuels créés spécialement pour annoncer la nouveauté.

L'activité sur ces derniers sera dans un premier temps une mise à jour, et dans un second temps, elle sera alimentée afin de promouvoir le site.

Liste des réseaux sociaux reliés au site internet du client :

 Facebook

 Instagram

 LinkedIn

Des liens seront mis sur le site internet pour promouvoir les différentes pages.



La protection des photos est importante, il est difficile aujourd'hui de les sécuriser, car il existe différentes méthodes via le navigateur pour les enregistrer.

Nous pourrions peut-être intégrer un copyright afin d'assurer une protection intellectuelle des œuvres de Sofiane AISSI.

La mise à jour des Plugins sera obligatoirement faite.

Le HTACCESS sera optimisé pour bloquer les spams (blocage d'adresse IP).

Pour la protection globale du site, une suite d'opérations sera faite :

- Nous allons installer et nous inscrire sur AKISMET, qui permet de bloquer les spams;
- Nous masquerons la version de WordPress avec l'ajout d'une ligne de code sur la page du thème;
- La protection en écriture des fichiers .htaccess en modifiant les droits d'accès aux fichiers.

Nous allons installer le plugin Wordfence, c'est un plugin qui vérifie si le site est infecté, en faisant une analyse du code source.

Cette analyse se fait en temps réel et bloque les tentatives d'intrusion.

10

CONCLUSION

TRANSFERT DE COMPÉTENCES

Une formation sera incluse, afin d'assurer la gestion du site en back-office par le client. Chaque outil sera expliqué et détaillé pour assurer au maximum la pérennité du site.



DIFFICULTÉS & RISQUES D'ÉCHECS

Le premier risque encouru est de ne pas avoir un site finalisé dans les temps.

Le deuxième risque est d'avoir un mauvais référencement, ce qui engendrerait une mauvaise visibilité sur les moteurs de recherche. Cela ne permettrait donc pas de viser les cibles prédéfinies par le client.

La non-alimentation du site dans le futur peut également être un risque. En effet, si le client n'alimente pas son site, celui-ci risque d'être moins visité et par conséquent moins référencé.



RÉSULTATS ESComPTÉS

Le succès du site permettra d'apporter une meilleure visibilité au créateur sur le web, et ainsi trouver des visiteurs susceptibles d'être des investisseurs.

Le site permettra à Sofiane AISSI d'entrer en contact avec ces derniers.

Pour finir, il va lui donner une image satisfaisante, afin d'assurer l'avenir de son métier et ses futurs projets professionnels.

