

L'UX au service de la visibilité de nos utilisateurs.

Bertrand Rocchi / Mémoire professionnel / Certification UX 2023



*“Le rêve c’est
d’avoir trop de
clients, de pouvoir
choisir.”*



Francis, propriétaire de plusieurs sites Hubsider

Pour exister sur internet, il faut être vu. Avoir un "beau site bien fait" n'est plus suffisant comme critère de succès, mais cela révèle qu'il faut acquérir un ensemble de connaissances à apprendre pour pouvoir se démarquer.

L'éditeur de site internet Hubsidie existe depuis 2018 avec comme promesse : Créez votre site internet en moins de 2 minutes. Sa simplicité d'utilisation est un atout majeur dans la concurrence des éditeurs de sites clés en main (Wix, SquareSpace, Jimdo...).

Dans un monde en mouvement, nous avons récemment sondé nos utilisateurs sur leurs attentes. Le besoin en visibilité se place en première position, suivi de près par la génération de texte par l'intelligence artificielle.

La problématique de visibilité alimente plusieurs sujets qui vont s'articuler en parallèle. Cependant, dans un premier temps, nous allons présenter le contexte et le périmètre précis d'expérimentation.

Ensuite, nous approfondirons à travers les méthodes UX, les attentes de nos utilisateurs. Étape importante, jamais réalisée auparavant sur l'éditeur, ce sera aussi l'occasion de déterminer réellement qui est notre utilisateur principal, comment il crée son site internet, comment il le vit, quelles sont ses problématiques.

Nous embarquerons les équipes et les utilisateurs dans ce projet fédérateur avec un objectif double : trouver des idées avec les contraintes existantes, apporter des solutions concrètes et facilement réalisables.

Pour se rapprocher du parcours de vie d'un de nos utilisateurs, nous avons défini deux prototypes. Une première connexion, puis une connexion plus lointaine pour éditer du contenu.

Nous testerons comment mieux accompagner nos utilisateurs sur la partie du référencement alors qu'ils sont novices en la matière.

Nous mesurerons l'impact de nos solutions sur le bénéfice produit.

Ensuite, nous tirerons les conclusions de ces enseignements et les prochaines étapes.

ABSTRACT

To exist on the internet, one needs to be seen. Having a "well-made beautiful website" is no longer sufficient as a criterion for success but reveals that one must acquire a set of knowledge to learn in order to stand out.

The Hubsidie website editor has been in existence since 2018 with the promise: Create your website in less than 2 minutes. Its ease of use is a major asset in the competition among turnkey website editors (Wix, SquareSpace, Jimbo...).

In a rapidly changing world, we have recently surveyed our users about their expectations. The need for visibility ranks first, closely followed by text generation by artificial intelligence.

The visibility issue feeds into several topics that will run in parallel. However, in the first instance, we will present the context and the precise scope of experimentation.

Afterward, we will delve into our users' expectations through UX methods. This is an important step, never done before on the editor, and it will also be an opportunity to truly determine who our primary user is, how they create their website, how they experience it, and what their issues are.

We will involve teams and users in this unifying project with a dual objective: to generate ideas within the existing constraints and to provide concrete and easily achievable solutions.

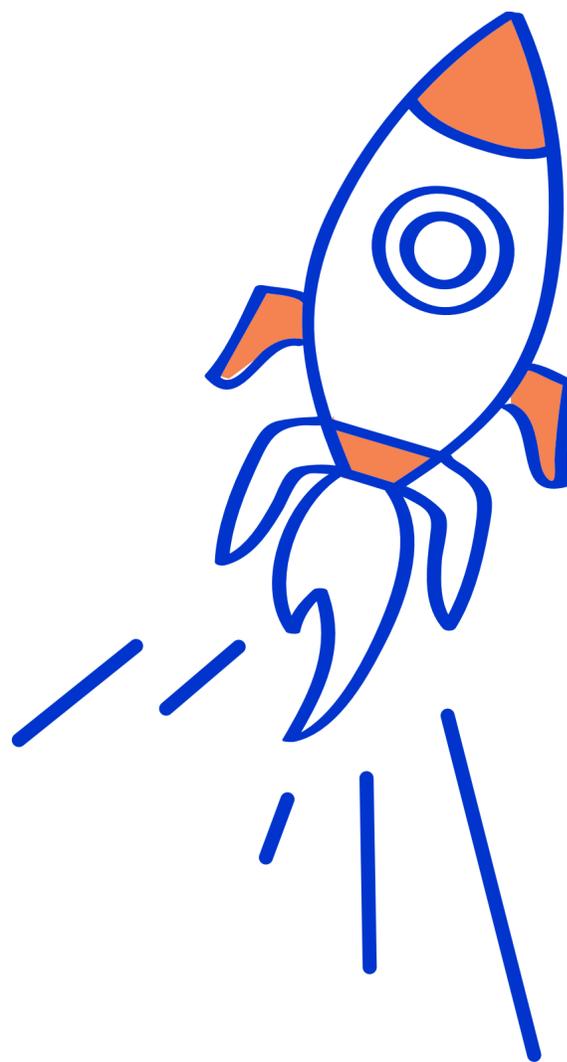
To get closer to a user's life journey, we have defined two prototypes. A first connection and then a more distant connection to edit content.

We will test how to better assist our users in the realm of SEO, especially when they are newcomers to the subject. We will measure the impact of our solutions on product benefit.

Following that, we will draw conclusions from these lessons and outline the next steps.

Sommaire

Introduction	4
Contexte	5
Hubside, éditeur de site internet	6
La visibilité et le référencement	7
Quelques chiffres	8
Constats	9
Les besoins de nos utilisateurs	10
Co-construction	11
Définition de la cible	12
Les critères de succès	13
Les actions	14
Problématique	15
Recherche utilisateur	16
Questionnements & méthodes	17
Recrutement	18
Interviews	19
Enseignements	20
Mr. Jean	21
Ses problématiques	22
Hypothèse et problématique	23
Expérimentation	24
Méthodes et objectifs	25
Atelier 1 : Comment pourrions-nous ?	26
Atelier 2 : Crazy 8	27
Restitution et arbitrage	28
Prototypage	29
Parcours global	30
Parcours onboarding	31
Les acquis	32
Le prototype	33
Les tests	34
Analyses SUS	35
Analyses des verbatims	36
Recommandations	37
Conclusion	39
Annexes	40 - 66



Introduction

Chantier de longue date, l'éditeur de site internet est le service historique d'Hubside. J'interviens dans le cadre de son amélioration et d'une stratégie plus large visant à augmenter la rétention et améliorer l'expérience de nos utilisateurs.

Crée en 2018 et du fait de l'évolution éparse et rapide de l'entreprise il y a eu des recherches sur les utilisateurs mais on a constaté des lacunes concernant la thématique du référencement .

A travers les actions menées, j'aborderai ici la réflexion sur l'attente numéro 1 : une **meilleure visibilité**.

Cette aventure s'est voulut fédératrice des différentes parties prenantes impliquées à quasiment tous les niveaux de la réflexion.

La première partie de ce document fait un état des lieux de l'éditeur, interroge les utilisateurs actifs et pose les bases pour lancer de manière saine la recherche utilisateur.

La recherche utilisateur s'est faite dans un contexte de déficit d'image. Fait intéressant, au delà du bruit environnant, la preuve a été apporté que nos utilisateurs gratuit sont très satisfait de notre service d'éditeur de site. Un bol d'air pour les équipes !

A travers cette recherche j'ai réussi à apporter des réponses à des questions qui étaient sans réponses depuis... 3ans, date de mon arrivé ! Comprendre et être proche des utilisateurs m'a permis de trouver un sens supplémentaire à ma mission de Lead.

En **phase d'idéation**, j'ai exploré des solutions innovantes et rationnelles avec les équipes métiers et les clients.

La réflexion a été poussé avec le **test de prototypes**. L'occasion de mettre au défi certains mécanismes historique de l'éditeur mais surtout de s'assurer de proposer des solutions pérennes sur la visibilité.

La dernière partie est ouverte sur l'avenir. **Analyser, comprendre, modifier, tester...**

*“Le design,
c'est la
créativité
associée à la
stratégie.”*



Rob Curedale – Designer produit & écrivain.



Bonjour ! Moi c'est Bertrand, Lead Visual au sein d'hubside, je m'occupe de tout ce qui est cohérence de marque, d'interfaces, gestion du Design System mais pas que. J'ai aussi à coeur des expériences bien pensées et pour cela je m'emploie à diffuser et améliorer nos services avec les méthodes UX. Travailler avec l'humain et comprendre, voilà ce qui me donne le sourire tous les matins.



Contexte

À l'ère numérique, disposer d'une présence en ligne est essentiel, que vous soyez un artiste créatif, un propriétaire de petite entreprise ou un blogueur cherchant à partager vos passions et idées avec le monde entier. C'est là qu'Hubsid e entre en jeu pour simplifier la création de votre propre site internet.

Hubsid e est un éditeur de sites web.

“La bonne expérience c’est d’avoir des templates de sites internet, ça m’a beaucoup aidé. Le site a été fait super rapidement et il y avait déjà la thématique de bougie, du coup c’était simple”

C

Charlène, propriétaire d'un site Hubsid e

C'est une plateforme complète qui vous permet de concrétiser votre vision en ligne, que vous soyez novice en technologie ou expert en développement web. Avec Hubsid e, vous avez accès à des fonctionnalités puissantes, à une facilité d'utilisation et à une grande variété d'outils pour personnaliser votre site selon vos besoins.

1,9 millions

DE SITES INTERNET

En résumé

Éditeur de site internet

Templates

Gratuit

Widgets

Site clés en main

Simplicité

Rapidité

Nos concurrents

 SQUARESPACE

 WORDPRESS

WIX

10W02

JIMDO

Pour plus de détails voir annexes

Templates les plus utilisés

Journal de bord (971)

Dj de mariage (824)

Modèle site vide (759)

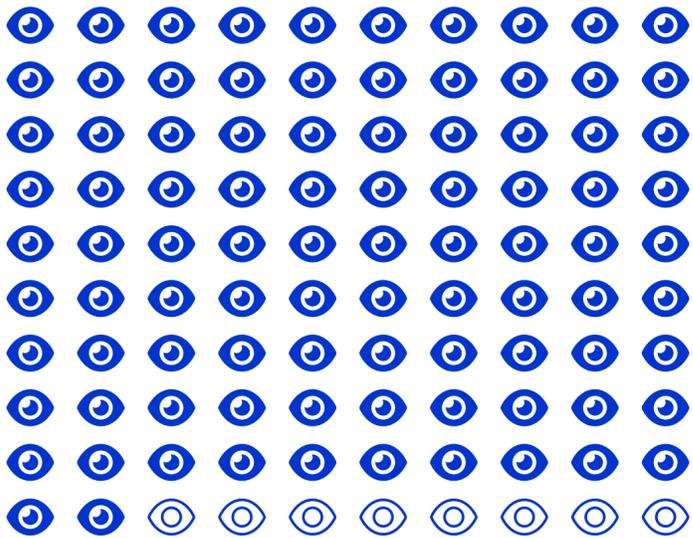
Modèle vierge boutique (555)

Enjeux sponsor



Améliorer le taux de publication des sites internet et favoriser la rétention des utilisateurs

La visibilité c'est :

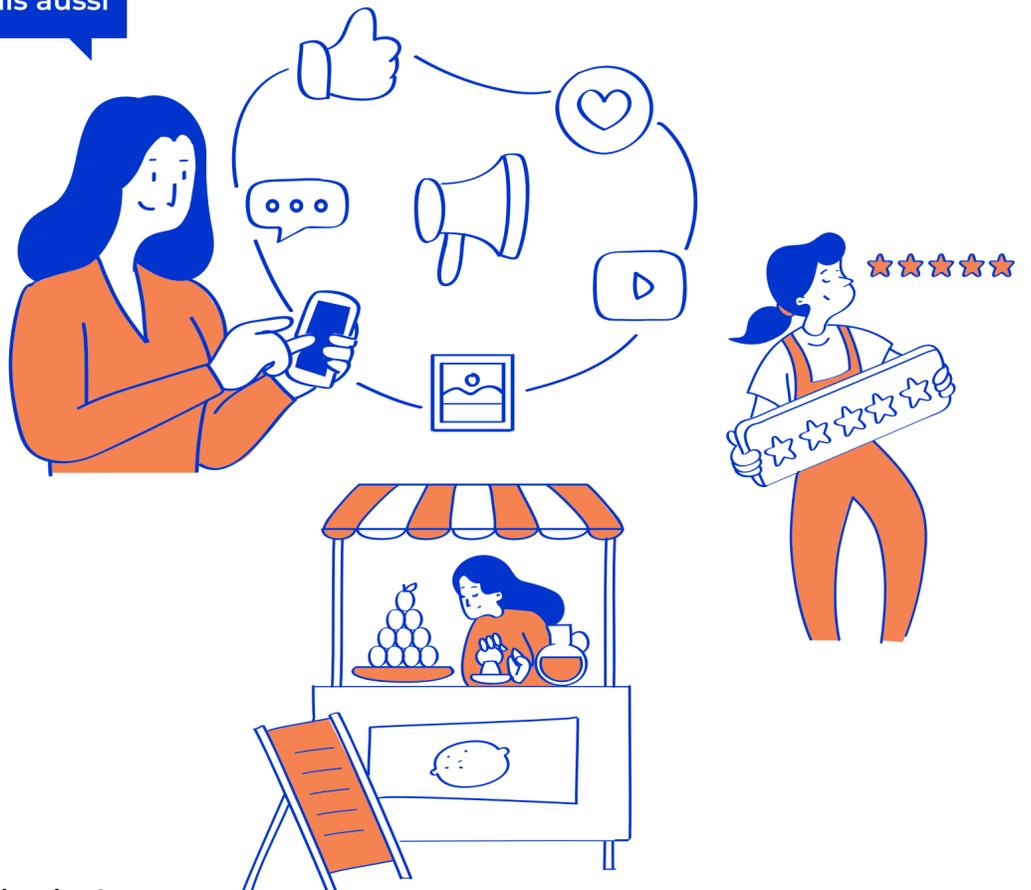


91%

des clics sur Google se font sur la première page

<https://www.blogdumoderateur.com/91-des-clics-sur-google-se-font-sur-la-premiere-page/>

Mais aussi



Le référencement c'est :

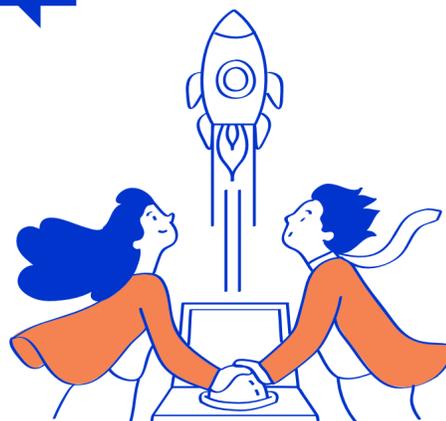


Le SEO (Search Engine Optimization) désigne l'ensemble des techniques visant à améliorer la visibilité d'un site web dans les résultats des moteurs de recherche. Son objectif est d'optimiser le site pour obtenir un meilleur classement, attirant ainsi un trafic organique de qualité.

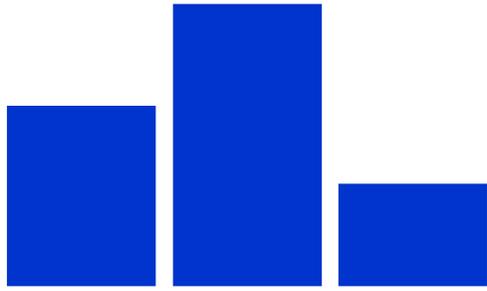
Mais aussi pour nos utilisateurs

"La façon dont google va référencer ton site selon les critères par google"

"Tu tapes ta localité, ton nom et hop on te trouve, limite que tu ne sois pas tout en haut, 1, 2, 3 que tu sois référencé c'est cool"



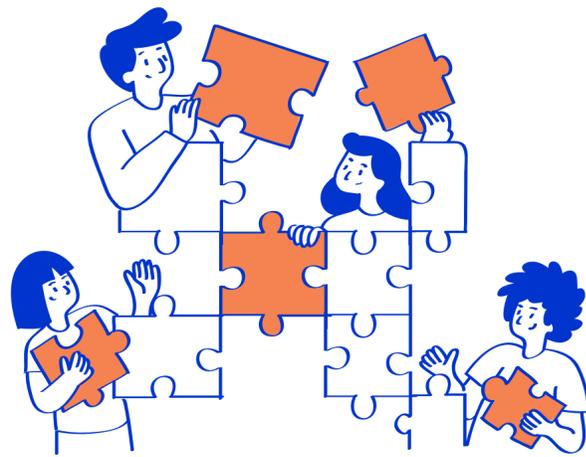
"ce qui permet d'apparaître en premier sur google avec des mots clés pour se faire repérer facilement"



41,9%

des parts de marché des CMS sont acquises par Wordpress

<https://www.lafabriquedunet.fr/blog/barometre-cms-editeur-site-web/> - publication 2022



56%

des créations de sites web sont faites avec des solutions sur mesure

<https://www.lafabriquedunet.fr/blog/barometre-cms-editeur-site-web/> - publication 2022



92%

de parts de marché. En France, le leader de la recherche sur internet est Google

<https://www.leptidigital.fr/webmarketing/seo/parts-marche-moteurs-recherche-france-monde-11049/> - publication 2023



90%

Des sites internet n'ont pas de trafic et ne sont pas ou peu vu !

<https://ahrefs.com/blog/seo-statistics/> - publication 2023

Les conclusions et les enseignements tirés de la recherche secondaire constitueront une base solide pour orienter et enrichir notre approche lors de la recherche primaire à venir.

Le référencement

67% des clics sur les SERPS vont aux 5 premiers résultats organiques

Google utilise plus de 200 facteurs pour classer les sites web

Les longs contenu reçoivent en moyenne 77,2% de backlinks en plus des articles courts

Les images concernent 22,6% des recherches sur Google

La page la mieux classée reçoit le plus de trafic de recherche seulement 49 % du temps.

Les habitudes digitales des français

73% des français utilisent Facebook

52 millions de français utilisent les réseaux sociaux

Les longs contenu reçoivent en moyenne 77,2% de backlinks en plus des articles courts

Les publicités sur Facebook atteignent 31 millions de français

55% des français s'inquiètent de la véracité des informations sur internet

16% des français ont acheté de la seconde main en ligne

Sites builder

Squarespace détient la plus grande part de marché parmi les 1 million de sites web les plus importants, tandis que Wix a la part de marché totale la plus élevée

Wix est le principal constructeur de sites web de 2018, détenant plus de 22 % de la part de marché mondiale

Les revenus des constructeurs de sites web sont passés d'environ un milliard de dollars en 2012 à plus de 1,5 milliard en 2017.

IONOS est le constructeur de sites web le moins cher sur le marché.

Les constructeurs de sites web sont généralement tarifés entre 10 et 50 dollars par mois, incluant l'hébergement web et l'enregistrement de domaine

Jimdo est un constructeur de sites web idéal pour les travailleurs indépendants.



Les 5 premiers résultats concentrent la majorité des clics mais la meilleure page reçoit le plus de trafic de recherche seulement 49 % du temps.

*Peut-on atteindre cet emplacement ?
Comment ?*



Facebook est le réseaux social le plus utilisé par les français.

Comment utiliser Facebook pour développer la visibilité de nos utilisateurs ?



Wix est le leader des sites builder. Cependant les recettes du marché sont en chute.

Comment font-ils ?

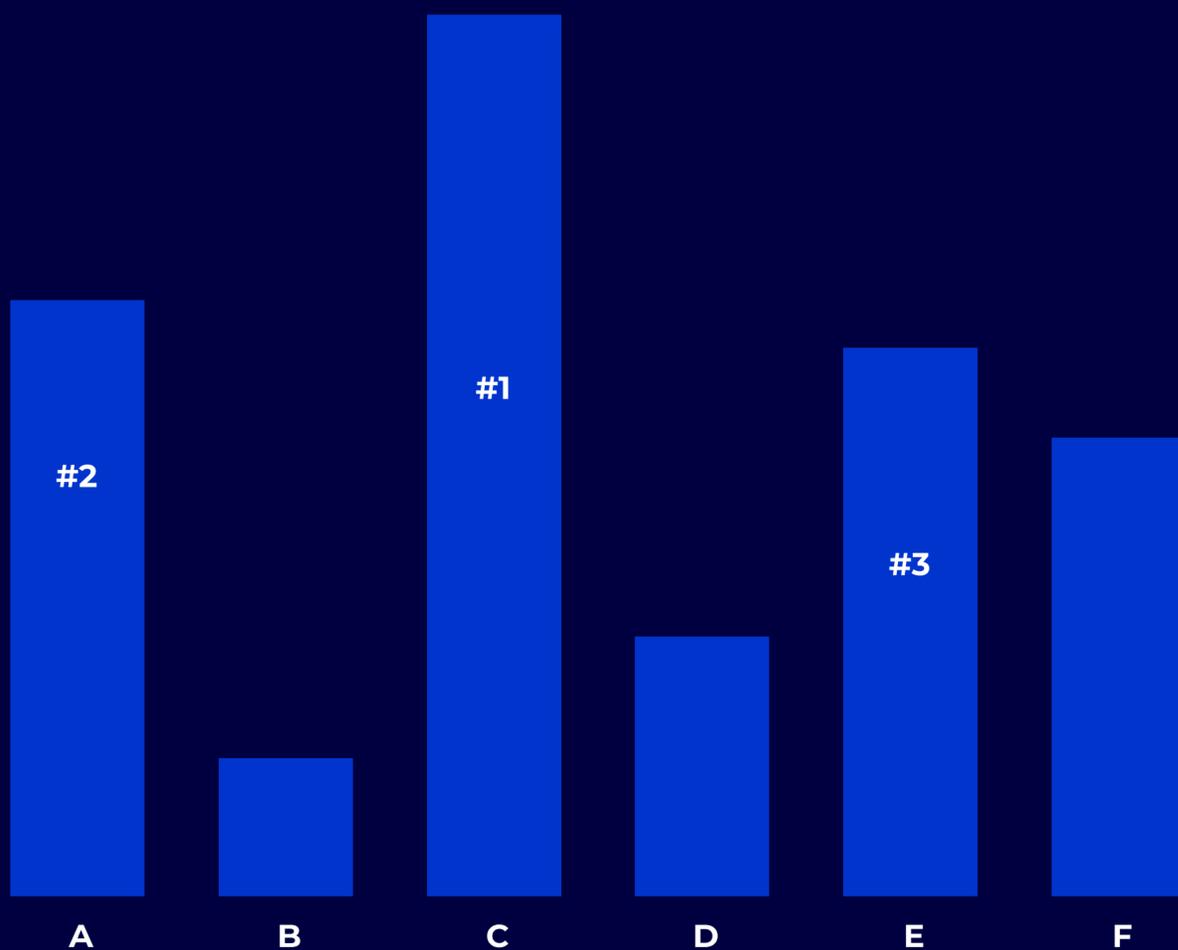
Pour améliorer l'éditeur, nous avons pris l'initiative de solliciter directement les avis de nos utilisateurs.

Si vous pouviez ajouter une seule chose à l'éditeur de site web Hubside, qu'est-ce que ce serait ?

5 juillet 2023

189 
RÉPONSES

4,622 
IMPRESSIONS



A	Une fonctionnalité pour gagner du temps à rédiger et corriger votre contenu	21%
B	Une fonctionnalité pour gagner du temps à trouver ou créer des images	5%
C	Une fonctionnalité pour améliorer votre visibilité sur internet	31%
D	Une fonctionnalité pour vous aider à créer votre site internet	9%
E	Une fonctionnalité pour créer votre logo	19%
F	Autre :	16%

ENJEUX UTILISATEUR



Être plus visible sur internet. (A cette étape il n'est pas encore question de capter des clients mais je le suppose déjà)

HYPOTHÈSE À APPROFONDIR



La visibilité des sites Hubside est mauvaise et il n'y a actuellement pas de moyens pour l'améliorer

Co-Construction

Avant de nous lancer dans la recherche utilisateur, nous avons entrepris une réflexion approfondie sur l'identité de nos utilisateurs. Nous avons cherché à comprendre leurs points forts, leurs faiblesses, les obstacles qu'ils rencontrent et leurs objectifs.

Pour ce faire, j'ai initié un atelier impliquant quatre membres des équipes métiers.

Les projections que nous avons formulées sont essentiellement des hypothèses que nous avons l'intention de vérifier lors des entretiens à venir.

Ses problématiques

Comment créer un site internet pour gagner en visibilité? <small>Bertrand Rocchi</small>	Je suis pas très doué en marketing <small>jean-marie colrat</small>	J'ai pas le temps de tout faire - je suis seul - pas forcément bien accompagné <small>jean-marie colrat</small>
Améliorer la qualité de son site <small>Léo MARION</small>	Comment créer du contenu de qualité ? <small>Fabien Rousseau</small>	économiser du temps et de l'énergie <small>Léo MARION</small>
Je suis curieux de toute les opportunités que je ne vois pas de prime à bord pour mon business <small>jean-marie colrat</small>	J'ai ne sais pas quoi faire pour faire mieux <small>jean-marie colrat</small>	

Son profil

Je suis un professionnel qui fait son site <small>jean-marie colrat</small>	Indé <small>Léo MARION</small>	Je veux l'utiliser de manière simple et intuitive <small>jean-marie colrat</small>
Un créateur de contenu digital <small>Fabien Rousseau</small>	Un artisan avec peu de temps, <small>Bertrand Rocchi</small>	peu de connaissance <small>Bertrand Rocchi</small>
Je veux bien payer pour cet avantage <small>jean-marie colrat</small>		

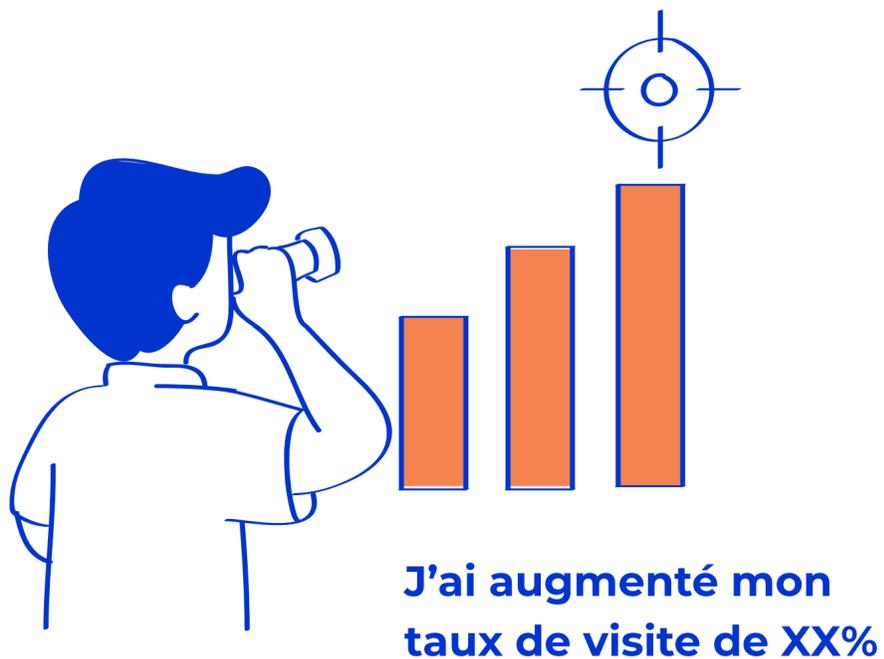
Ses motivations

Je veux avoir la liberté de créer ce que je veux <small>jean-marie colrat</small>	Je veux bénéficier d'un accompagnement rédactionnel <small>jean-marie colrat</small>	Je veux gagner en compétence dans mon métier <small>jean-marie colrat</small>	Je veux bénéficier d'un accompagnement rédactionnel <small>jean-marie colrat</small>
Améliorer la visibilité / contenu de mon site <small>Fabien Rousseau</small>	Avoir un feedback positif des personnes qui consomment mon contenu <small>Fabien Rousseau</small>	Prendre du plaisir à progresser dans la création de contenu pour son site <small>Bertrand Rocchi</small>	Je veux découvrir l'IA et voir ce que cela peut m'apporter <small>jean-marie colrat</small>
Je veux participer à cette nouvelle révolution (Social) <small>jean-marie colrat</small>	Je veux faire comme je veux mais aussi comme un pro <small>jean-marie colrat</small>	gagner en visibilité <small>Bertrand Rocchi</small>	Je veux apprendre à utiliser les IA <small>jean-marie colrat</small>
Je veux gagner plus d'argent <small>jean-marie colrat</small>			

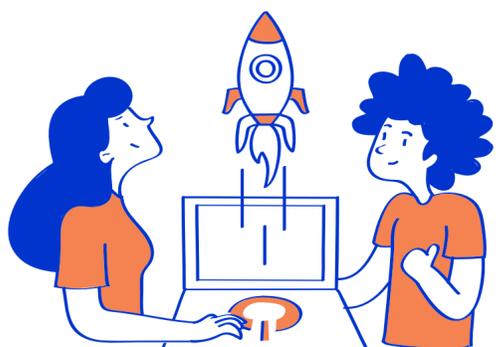
Ses freins

budget limité ? <small>Léo MARION</small>	Je ne vais pas l'utiliser tout le temps <small>jean-marie colrat</small>	Je suis un peu perdu dans cette techno <small>jean-marie colrat</small>	Je suis frustré car je ne sais pas comment m'y prendre <small>jean-marie colrat</small>
peu de connaissance <small>Bertrand Rocchi</small>	peu de temps à consacrer à la création du site internet <small>Bertrand Rocchi</small>	Je peur de passer à côté de quelque chose <small>jean-marie colrat</small>	Manque de temps <small>Fabien Rousseau</small>
Complexité de gérer un site internet <small>Fabien Rousseau</small>	Manque d'imagination <small>Fabien Rousseau</small>		

Concrètement, comment saurez-vous que vous avez atteint cet objectif ? :



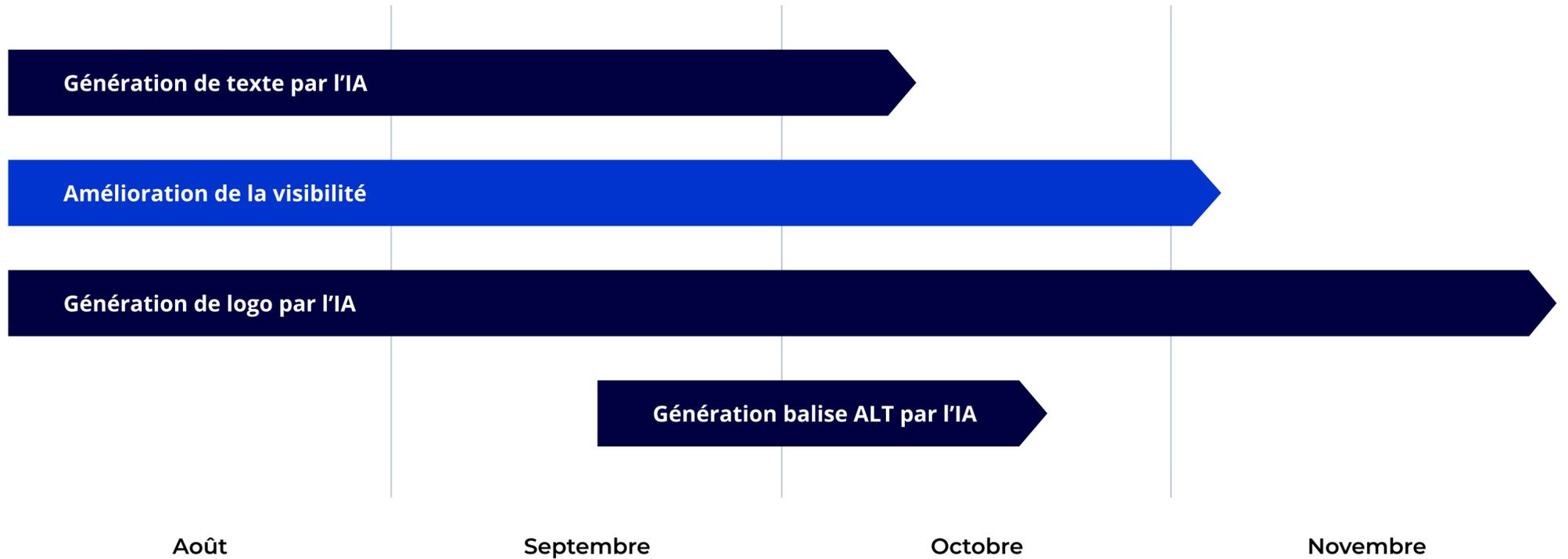
Être contacté



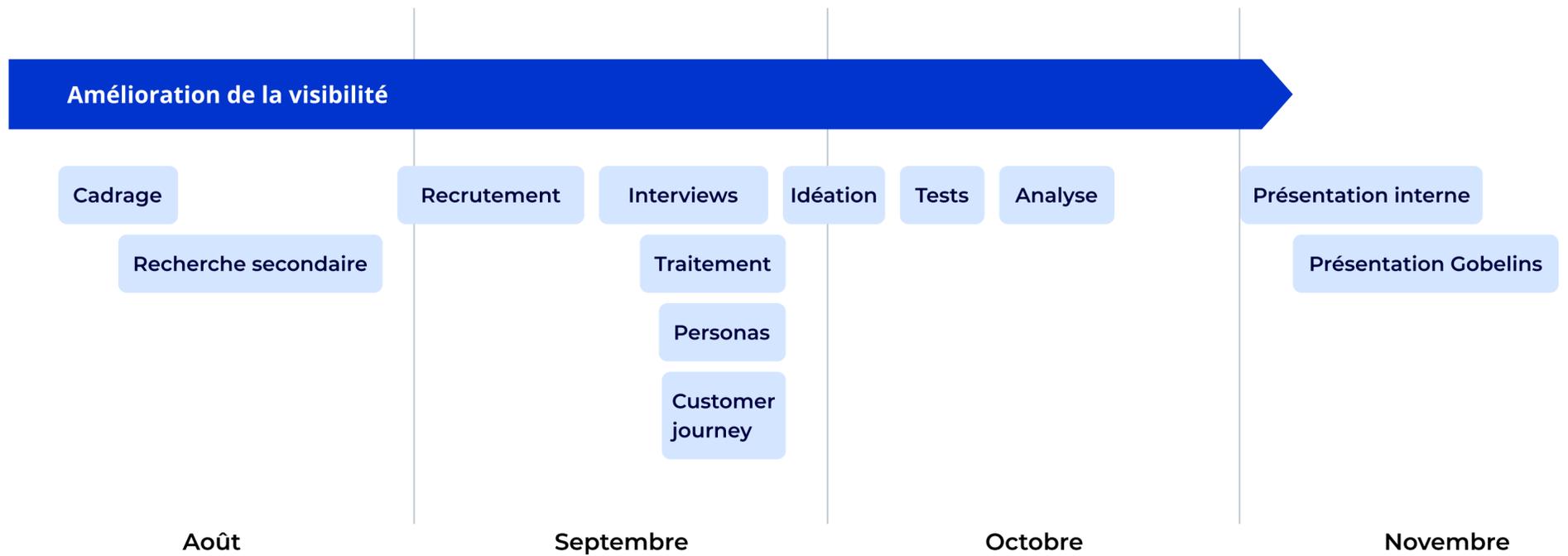
Gagner de nouveaux clients

Suite au sondage, nous avons entrepris diverses actions en parallèle pour répondre aux besoins de nos utilisateurs.

Plan d'action global



Nous allons nous concentrer exclusivement sur l'amélioration de la visibilité



Les parties prenantes impliquées

- Éd Éditeur de site web Hubside
- SEO Équipe SEO
- U +10 utilisateurs

Focus



La génération de texte par l'IA viendra s'ajouter progressivement à l'amélioration de la visibilité, en particulier au niveau des méta-descriptions, des balises Alt et de la qualité du contenu.

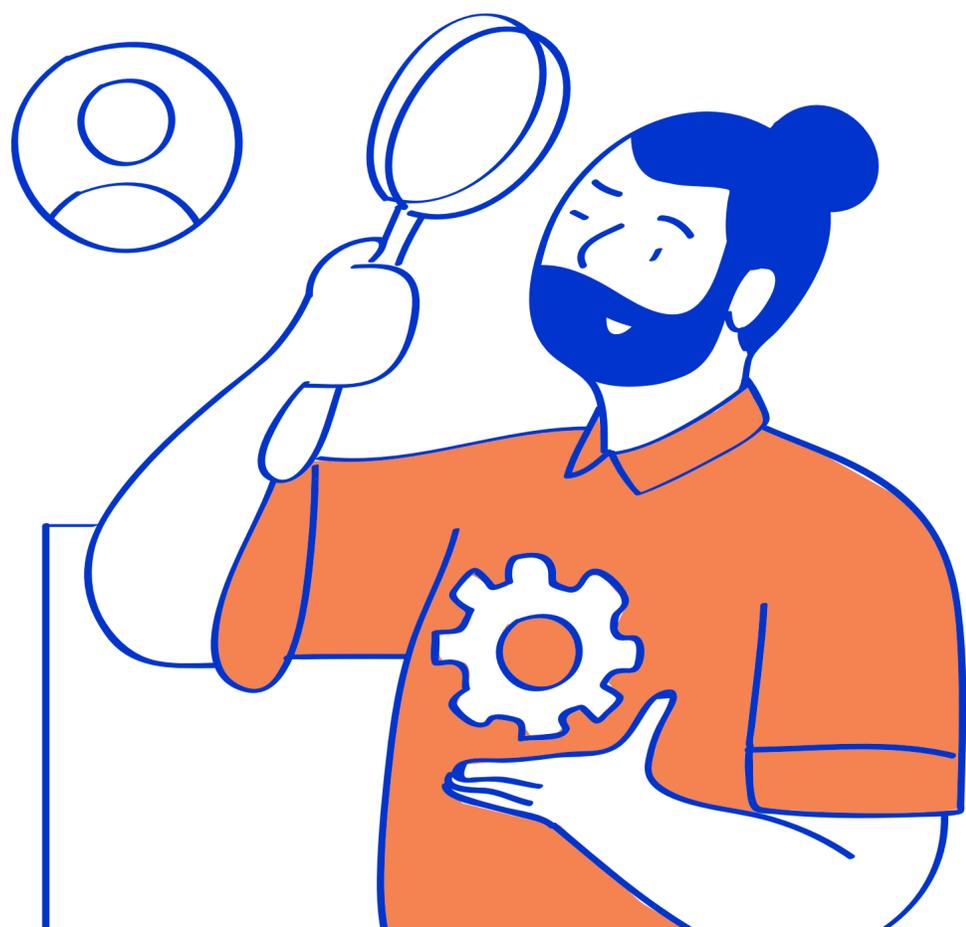
Hypothèses :

- Nos utilisateurs ne sont pas familiers avec les techniques de référencement.
- Nos utilisateurs manquent de temps pour assurer la maintenance d'un site avec un contenu de qualité.

Fait :

- Le référencement de nos sites web n'est pas optimisé, mais il existe des opportunités d'amélioration.

Comment améliorer l'éditeur de site internet Hubside pour augmenter la visibilité des sites très mal référencés de nos utilisateurs non adeptes des bonnes pratiques du digital ?



Recherche utilisateur

Questionnements



En discutant avec les différentes équipes, il est devenu évident qu'il existe un manque de connaissance concernant nos utilisateurs. En dehors des données quantitatives telles que les modèles les plus utilisés ou le nombre de sites publiés, nous disposons d'aucune donnée qualitative permettant de définir le profil de notre utilisateur principal.

Pourquoi fait-il un site ? Quel est son niveau de prise en main de l'éditeur ? Connait-il le référencement ? Est-ce que son site est à jour ? Quelles sont ses motivations... Ce sont toutes des questions essentielles pour mieux comprendre notre utilisateur principal et pour répondre à ses besoins de manière plus efficace.



Un guide d'entretien a été rédigé avec comme objectifs :

- Comprendre les habitudes, attentes, et motivations de nos utilisateurs
- Connaître le niveau de connaissance de nos utilisateurs sur le référencement
- Croiser les informations avec les données issues de la recherche secondaire et des équipes métiers
- Générer des suggestions d'idées par les utilisateurs

Méthodes

- Interview utilisateurs
- Personae
- Customer journey

Interview utilisateurs

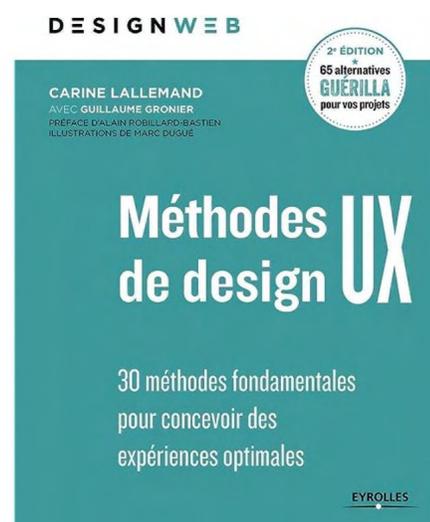
- Recrutement par formulaire de contact sur les sites des Hubsiders, recrutement par des leads marketing qualifiés, recrutement directement sur l'éditeur via un Hotjar
- 10 utilisateurs de l'éditeur de site Hubside
- En visio et téléphone car répartie sur toute la France
- Un panel hétéroclite de nos utilisateurs pour une vision plus globale

Personae

- Livrable des interviews utilisateurs, il aide à avoir une vision plus claire et empathique des besoins, des désirs et des défis de notre public cible.
- Mr Jean, notre utilisateur principal

Customer Journey

- Exposition des problématiques de nos utilisateurs et plus globalement du chemin de vie de la création de son site web à sa publication et partage



Mon fidèle compagnon pour m'aider :

Méthodes de design UX: 30 méthodes fondamentales pour concevoir des expériences optimales - Carine Lallemand

Nos utilisateurs, éditeurs de sites web



439

Réponses hotjar

Mais aussi



83% ne souhaite pas être contacté (362)

17% souhaite être contacté (76)

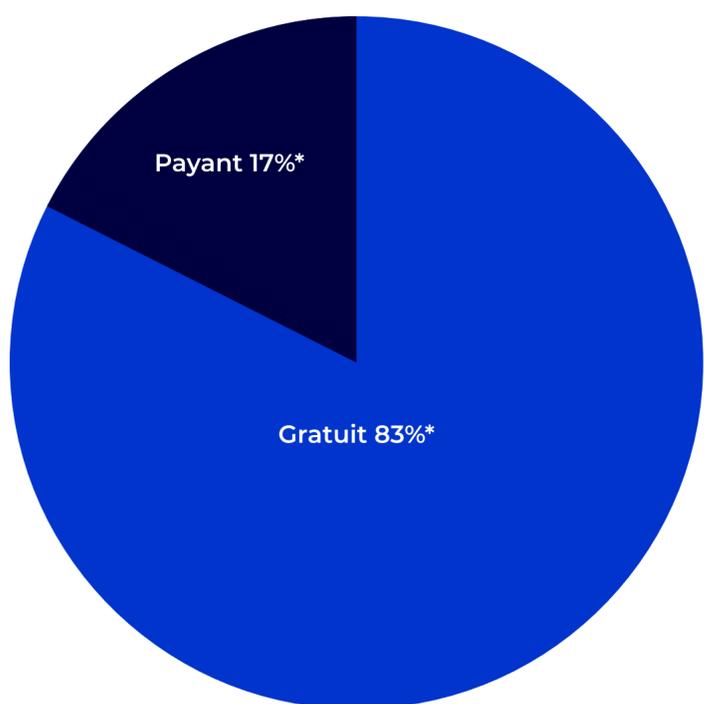


Typologie de nos utilisateurs sélectionnés

- ARCHITECTE D'INTÉRIEUR
- ASSOCIATIF
- CRÉATRICE DE BOUGIES
- VENTE EN LIGNE
- POTERIE
- MASSAGE
- RÉSUMÉ / CV
- SITE VITRINE
- MARIAGE
- PRESTATIONS DE SERVICES
- BTOB
- SOPHROLOGIE
- BTOC
- ÉCRIVAIN PUBLIQUE
- CONCIERGERIE



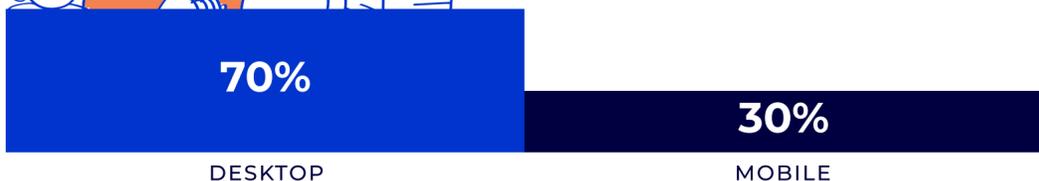
Formules



*Sur l'ensemble des 439 réponses



Devices



10

Interviews

VISIO

TÉLÉPHONE

Massinissa

Marie

Jean-Marc

Réseaux

Qu'attendez-vous de votre site internet ?

Référencement

Valérie

Céline

États psychologique

2

Boutiques

Charlène

Concurrence

Jean Luc

Éditeur de site internet Hubsid

Nouvelles technologies

8

Sites vitrines

Morgane

Françis

Sérèna

Visibilité

Création de son site internet

Selon vous, de quelles manières souhaitez-vous être accompagné dans la construction de votre référencement sur l'éditeur de site internet Hubsid ?

Accompagnement

Qu'attendez-vous d'une bonne visibilité sur internet ?

#1 Nos utilisateurs ont un réel besoin d'accompagnement sur le référencement.

"Je suis demandeur d'une aide sur le référencement, la visibilité, quitte à payer"

Pascal

"Peut être des fois des petits tips pour leur dire faîte des bonnes descriptions, tout ça"

Morgane

#2 Les sites de nos utilisateurs sont pas ou peu visibles.

"Les prospects ne me voient pas"

Céline

"Pour l'instant je bricole un peu avec le site, j'ai beaucoup de difficulté à faire venir les gens"

"

Jean-Luc

#3 Le réseaux de nos utilisateurs est à la fois local et digital.

j'ai un café associatif, en plein cœur de cognac et donc on touche énormément de gens, comme ça je monte mon réseau !

Jean-Marc

"J'utilise les réseaux sociaux pour faire ma pub, ça marche énormément"

"

Valérie

#4 Les utilisateurs sont satisfait de l'éditeur de site internet Hubsider.

"J'étais contente d'avoir publié le site parce que c'était super rapide"

Charlène

"ça fonctionnait, les gens le trouvaient assez bien, même une fois publié très satisfait"

Sérena

#5 Les utilisateurs sont assez dépassés par l'Intelligence Artificielle.

"Non, non, ça je sais pas, je connais pas"

Marie

"ça me dépasse complètement"

Céline

#6 Nos utilisateurs sont impliqués et disponibles pour faire vivre leurs sites.

"En gros, grosso modo je passe 1h par jour sur l'ordi"

Jean-Luc

"Quand j'ai envie de le faire, je ne compte pas mon temps"

Marie

#7 Nos utilisateurs sont novices dans le référencement.

"le référencement c'est massage et la visibilité c'est les gens qui peuvent nous voir"

"

Valérie

"C'est tout ce qui est pour remonter sur les recherches google, machins, seo etc."

"

Morgane



Hypothèses vérifiées

VRAI - Nos utilisateurs ne connaissent pas les techniques de référencement

FAUX - Nos utilisateurs n'ont pas suffisamment de temps pour maintenir un site avec du contenu qualitatif



Hypothèses de solutions

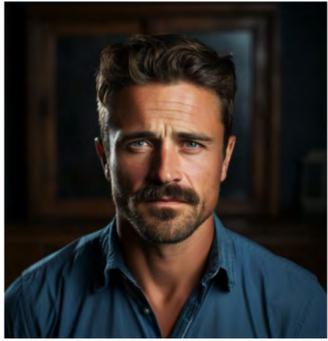
- Amélioration / création d'un accompagnement
- Amélioration du partage sur des réseaux



Signal faible

- Nos utilisateurs sont prêt à payer pour améliorer leur visibilité

"je pense à effectivement aux offres de backlink pour avoir un peu plus de visibilité" / "Un truc qui marche je paie !"



Jean

40 ans
Particulier
Cognac

“ Pour l’instant je bricole un peu avec le site, j’ai beaucoup de difficulté à faire venir les gens “

Jean a créé son site internet comme une suite logique à son activité. Ancré dans sa région, il n’hésite pas à communiquer sur ses projets et voir ses clients en “vrai”.

Passionné par ce qu’il fait, il poste ses dernières actualités sur Facebook et n’hésite pas à mouiller la chemise pour créer des vidéos et capter les clients potentiels.

Jean est sceptique sur l’intelligence artificielle car dépassé par la nouvelle technologie.

Persévérant / Sociable / Curieux

Motivations

Trouver des clients



Montrer son savoir faire



Simplicité et rapidité



Type de site

Vitrine

Boutique



Canaux préférés

Facebook



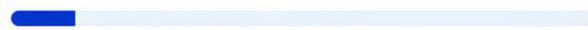
Instagram



Local (publicité papier, relationnel)



Linkedin



Objectifs

- Être contacté par les clients
- Être facilement trouvé sur les résultats de recherche
- Avoir un site internet rapidement
- Avoir un site internet professionnel
- Générer des revenus directement ou indirectement grâce au site

Frustrations

- La difficulté à être visible sur internet
- La méconnaissance des bonnes pratiques du référencement
- L'impossibilité d'adapter le code de l'éditeur Hubsider
- Il faut payer pour être vu avec de la publicité

Intérêts

Commerce

Relationnel humain

Auto didacte

La méthode que j’ai utilisé pour créer les personas est celle préconisée par Carine Lallemand et Guillaume Gronier dans leur livre “Méthodes de design UX, 2e édition”, 2018.

Pour cela, j’ai :

- Créé des variables que j’ai positionné sur une échelle
- Placé les verbatims des utilisateurs sur ces variables
- Identifié des patterns comportementaux qui nous ont permis de créer les personas

Variables

Types de sites

Besoin accompagnement SEO

Expérience utilisation de l’éditeur

Sensibilité au référencement

Qualité du référencement

Disponibilité pour faire vivre son site

Approche nouvelles technologies

Types de réseaux

Toutes les variables sont en annexe

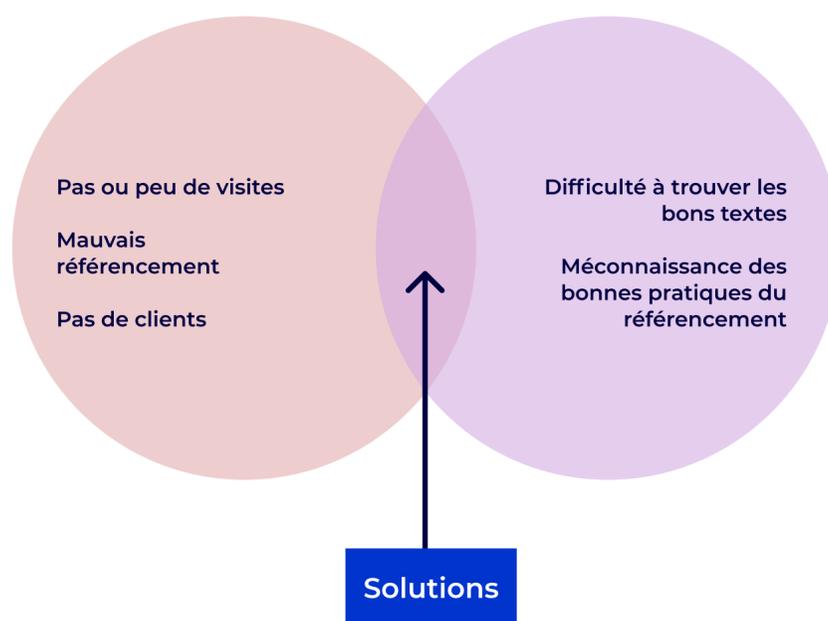
Étapes	Préparation de la création du site	Choix du template	Remplissage du site	Publication	Partage	Attente	Publicité
Actions	<ul style="list-style-type: none"> Création arborescence du site Veille sur les concurrents 	<ul style="list-style-type: none"> Rechercher le bon template de site 	<ul style="list-style-type: none"> Mise en forme des pages et des blocs Rédaction du contenu Choix des visuels 	<ul style="list-style-type: none"> Ajout des mots clés Publication du site 	<ul style="list-style-type: none"> Partage au cercle proche (amis, famille...) Partage sur les réseaux sociaux 	<ul style="list-style-type: none"> Consultation des statistiques 	<ul style="list-style-type: none"> Développement de son réseau Partage du site sur les réseaux sociaux Publicité locale
Problèmes		<ul style="list-style-type: none"> Pas assez de choix 	<ul style="list-style-type: none"> Difficulté à trouver les bons textes Méconnaissance des bonnes pratiques du référencement 			<ul style="list-style-type: none"> Pas ou peu de visites Mauvais référencement Pas de clients 	
Émotions	😊	😊	😞	😍	😊	😞	😊
Verbatims	<ul style="list-style-type: none"> "D'abord j'ai regardé sur certains concurrents comment ils avaient fait leurs sites internet" 	<ul style="list-style-type: none"> "La bonne expérience c'est d'avoir des templates de sites internet, ça m'a beaucoup aidé" 	<ul style="list-style-type: none"> "Un petit peu plus d'accompagnement, de temps en temps je me suis gratté la tête" 	<ul style="list-style-type: none"> "J'étais fière ! parce que je l'ai trouvé et je le trouve joli !" 	<ul style="list-style-type: none"> "Le grand moment c'est quand tu donnes le lien" 	<ul style="list-style-type: none"> "Quand je regarde un petit peu où mon site se situe, il n'apparaît pas avant la 8e page de google" 	<ul style="list-style-type: none"> "J'utilise les réseaux sociaux pour faire ma pub, ça marche énormément"
Opportunités	<ul style="list-style-type: none"> Créer de supports pour bien construire son site internet 	<ul style="list-style-type: none"> Créer plus de templates sur des thématiques manquantes 	<ul style="list-style-type: none"> Accompagner et aider l'utilisateur dans sa rédaction 	<ul style="list-style-type: none"> Rappeler l'importance du référencement et accompagnement 	<ul style="list-style-type: none"> Améliorer les visuels de partage sur les réseaux 	<ul style="list-style-type: none"> Relancer l'utilisateur pour améliorer son site et son référencement 	<ul style="list-style-type: none"> Accompagner l'utilisateur dans sa communication

L'expérience map s'est basée sur le persona Mr Jean.

J'ai choisi de compléter le persona de l'utilisateur éditeur de site avec une expérience map afin de visualiser graphiquement les différentes étapes de la création de site internet ainsi que les différents états émotionnels par lesquels passent les utilisateurs.

Les deux livrables m'ont permis de préparer la phase de convergence sur la problématique à traiter.

Problématiques



Hypothèse :

- Une meilleure connaissance des techniques de référencement pourrait améliorer la qualité du contenu des sites Hubsid et ainsi favoriser un meilleur référencement, augmentant ainsi la visibilité de ces sites.

Comment accompagner sur le référencement nos utilisateurs novices en la matière pour augmenter la visibilité de leurs sites internet ?



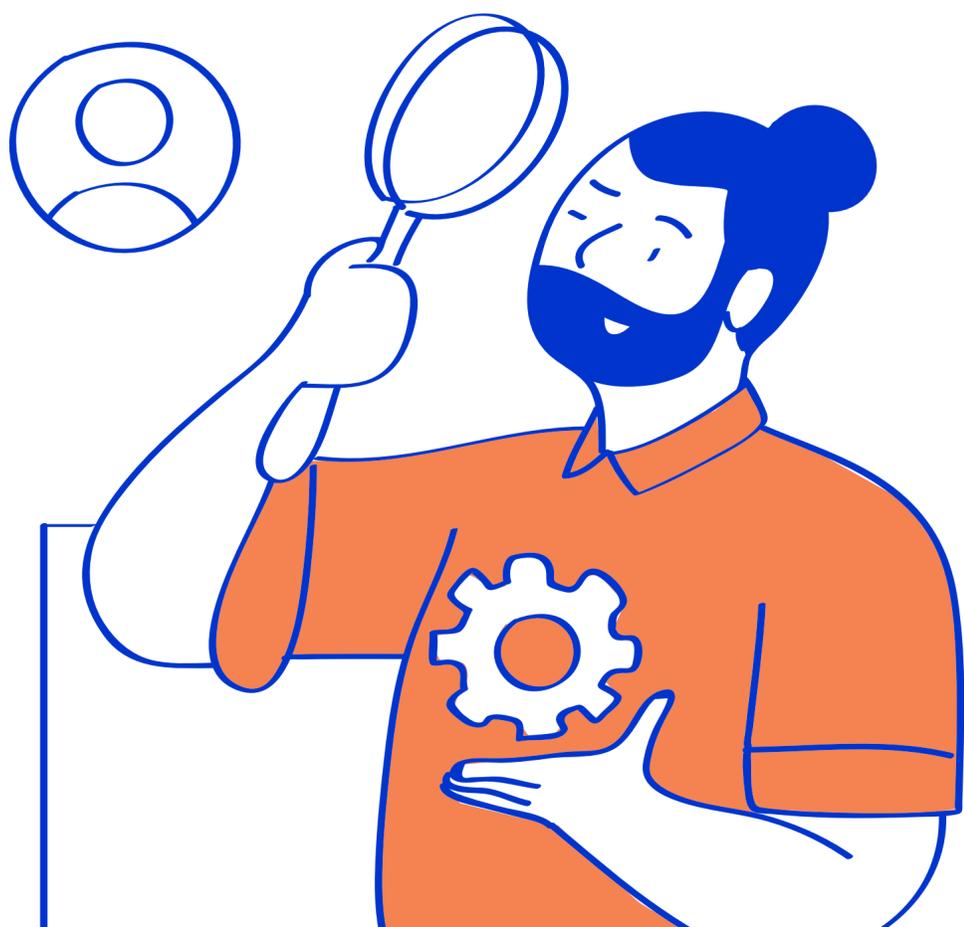
Raisonnement

Améliorer les connaissances de nos utilisateurs en référencement > améliorer la qualité et pertinence de leurs contenus > favoriser un meilleur référencement de la part de Google, axé sur un contenu optimisé en parti pour le référencement



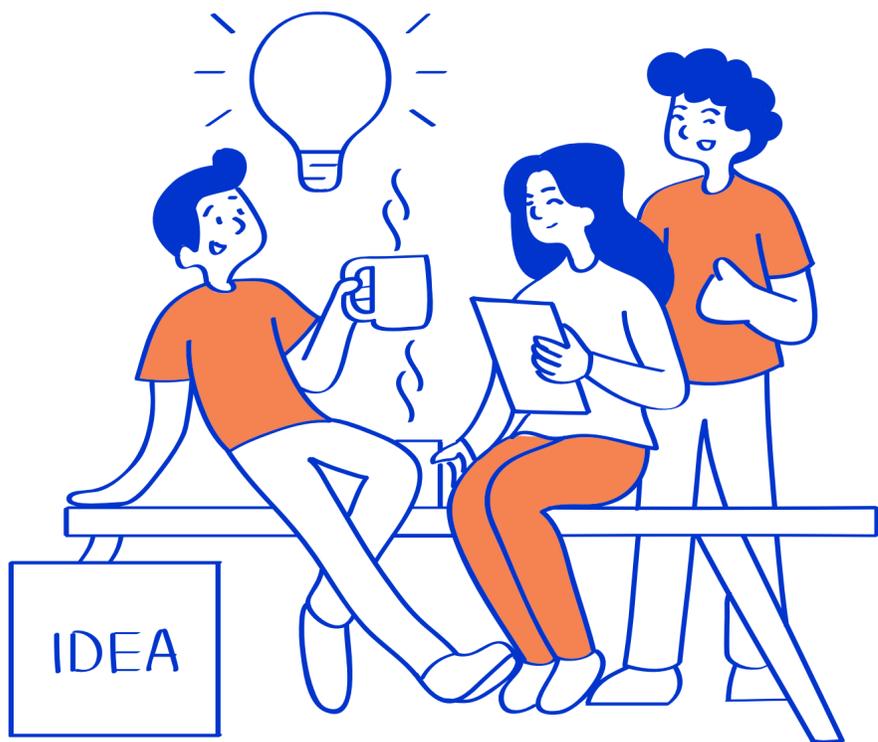
Il existe une corrélation modérée entre la longueur du contenu et le trafic organique, mais seulement jusqu'à 2 000 mots. Pour les publications de plus de 2 000 mots, il y a une corrélation négative modérée entre le nombre de mots et le trafic organique. - **Ahref**

La 'qualité du contenu' est classée comme le facteur de succès le plus important parmi tous les blogueurs. Cependant, les blogueurs à revenu plus élevé accordent beaucoup plus d'importance à la promotion de leur contenu que les blogueurs à revenu plus faible. - **GrowthBadger**



Idéation

Méthodes



Tout au long du projet, j'ai maintenu d'excellentes relations et échanges entre les différentes parties impliquées, que ce soit lors des comités de pilotage mensuels, des ateliers ou des moments informels.

Dans le but de stimuler l'innovation, j'ai veillé à promouvoir une culture de partage mutuel des valeurs, de bienveillance, de convictions et d'orientations, ce qui a favorisé l'émergence de nouvelles idées.

Collectivement, sans nécessité de formalités particulières, nous avons créé un environnement de travail propice à la créativité.

En m'appuyant sur les enseignements tirés de la recherche utilisateur, j'ai organisé deux ateliers.

Comment pourrions-nous?

- Formuler des questions du type « Comment pourrions-nous... », tout en se mettant à la place des clients ou d'utilisateurs ciblés.
- Mon aide : <https://lagrandeourse.design/blog/ux-research/comment-conduire-un-atelier-de-how-might-we/>
- Équipes métier + utilisateurs

Crazy 8

- Un atelier Crazy 8 UX est une activité de conception où les participants génèrent rapidement huit idées en 60 secondes chacune pour résoudre des problèmes liés à l'expérience utilisateur. Cette méthode favorise la créativité et l'innovation dans le domaine de la conception UX.
- Équipes métier + utilisateurs

Objectifs

Comment pourrions-nous ?

- Fournir un cadre pour la résolution de problèmes et l'innovation.
- Répondre pertinemment au défi de conception, à travers la génération de plusieurs tactiques et alternatives à cet effet, qui émanent de la réflexion collective des participants
- Engager les participants dans un processus collaboratif de recherche de solutions

Identifier de nouvelles façons d'améliorer la visibilité pour développer les activités de nos clients**Crazy 8**

- Stimuler la créativité : Encourager les participants à générer rapidement un grand nombre d'idées innovantes en un laps de temps court.
- Explorer la diversité des idées : Créer une variété d'approches pour résoudre des problèmes liés à l'expérience utilisateur.
- Générer des concepts : Développer des concepts initiaux pour améliorer l'UX d'un produit, d'une application ou d'un service.
- Favoriser la collaboration : Encourager la participation de l'équipe dans la génération d'idées et la discussion.
- Éclaircir le processus de conception : Faciliter la sélection et l'affinage des idées les plus prometteuses pour une mise en œuvre ultérieure.

Résumé

- **5 participants** : 3 équipes métiers, 1 SEO, 1 utilisatrice
- Présentiel, support Figjam
- **6 thématiques** : Comment pourrions nous...
- référencement site internet, Accompagnement des utilisateurs avec les bonnes pratiques du référencement, Lien entre les réseaux sociaux et le site internet, Personnalisation avancée du site grâce au code (H1, H2...), Difficulté à rédiger ses textes de manière optimisée pour ses potentiels clients, Augmenter le nombre de visite d'un site Hubsider
- **3 thématiques retenues** : #1 Accompagnement des utilisateurs avec les bonnes pratiques du référencement, #2 Référencement site internet, #3 Augmenter le nombre de visite d'un site Hubsider
- **Déroulement** :
- 10 minutes introduction (présentation persona, customer journey, verbatims)
- 40 minutes atelier
- 10 minutes délibération - votes

Objectifs

Identifier de nouvelles façons d'améliorer la visibilité pour développer les activités de nos clients

Résultat

L'atelier "Comment pourrions-nous" a permis de définir les diverses thématiques en vue de l'atelier d'idéation, tout en initiant des discussions sur la faisabilité, les priorités et les contraintes des idées.



Accompagnement des utilisateurs avec les bonnes pratiques du référencement

CPN comment avoir des mots clefs efficaces pour mon référencement.

QRCode/Chatbot/Whatsapp = pouvoir discuter avec un Expert SEO pour de l'aide

Formation régulière tous les X mois avec un expert. (payante ou dans la formule) => Envoyer une newsletter.

Meetup / vidéo youtube dédiée au référencement

Référencement site internet

CPN savoir si nos sites sont bien référencés par rapport aux concurrents ?

Tableau de bord indicateurs SEO

Augmenter le nombre de visite d'un site Hubsider

CPN pour que l'utilisateur revienne sur mon site fréquemment.

Résumé

- **7 participants** : 4 équipes métiers, 1 SEO, 1 utilisatrice, PM
- Présentiel, support Figjam
- **3 thématiques** : Accompagnement des utilisateurs avec les bonnes pratiques du référencement, Référencement site internet, Augmenter le nombre de visite d'un site Hubsid
- Suggestions des utilisateurs issues des interviews dans les thématiques
- **Déroulement** :
- 8 minutes introduction
- 24 minutes atelier crazy 8
- 20 minutes explications des idées
- 10 minutes votes (2e votes si égalité)

Objectifs

Générer des idées d'interfaces pour répondre aux thématiques issue de l'atelier "comment pourrions-nous"

Résultat

Après avoir examiné les idées proposées, l'équipe sponsor et l'équipe métier ont décidé de donner la priorité à la thématique de la formation sur le SEO, en prenant en compte divers facteurs tels que les ressources, le temps, les bénéfices et le développement.

Plus spécifiquement, les idées relatives à l'accompagnement SEO de l'utilisateur avec des conseils à travers un assistant pas à pas (stepper), un processus d'introduction (onboarding) ou un système de code couleur ont recueilli le plus de votes et ont été sélectionnées pour être mises en œuvre.

Comment améliorer le référencement du contenu de mon site internet ?

The image shows a Yoast SEO audit report with several red error messages and green success messages. A large green thumbs-up icon is overlaid on the top right. To the right of the report is a yellow card titled 'Amélioration SEO' with the text '→ adapter la structure hiérarchique des H1, H2' and the name 'Fred' at the bottom. Above the card is a semi-circular progress indicator with red, yellow, and green segments.

Comment aider nos utilisateurs à se former sur le SEO ?

The image displays several sticky notes on a light blue background. One note says 'Lui presenter de maniere claire les aspects Good et Bad avec conseils de correction' (Fred). Another says 'Stepper pour SEO'. A third says 'Le guider avec des pourcentages, des couleurs, des étapes d'avancement... ?' (Charlène). A fourth says 'avec un onboarding pour l'aider' (Charlène). A large green thumbs-up icon is overlaid in the center. To the right is a small image of a paperclip holding a sticky note.

Comment améliorer l'engagement du contenu de mon site internet ?

The image shows three sticky notes. The first is green and says 'Module "google ads" intégré à Hubsid' (Camille). The second is yellow and says 'Visibilité' and 'Vendre du budgets Ads (google, leboncoin..)' (Fred). The third is blue and says 'Annuaire Hubsid' (Bertrand Rocchi). Each note has a green thumbs-up icon overlaid on it.

L'intégration de l'accompagnement SEO revêt une grande importance, car elle conduit à une meilleure visibilité sur les moteurs de recherche, à une organisation plus claire des informations et à une expérience utilisateur plus fluide. Cela s'aligne parfaitement avec notre engagement à fournir des informations de qualité et à rendre nos services plus accessibles.

Heureusement, nous disposons des outils et des ressources nécessaires pour mettre en place l'accompagnement SEO de manière efficace et évolutive.

Par conséquent, nous pouvons progresser rapidement dans l'amélioration de l'expérience de nos utilisateurs.

De plus, il est important de noter que l'accompagnement SEO représente une solution économique à de nombreux égards, car il n'exige pas de ressources considérables de nos équipes.

En résumé, l'intégration de l'accompagnement SEO répond à un besoin essentiel de nos clients, améliore l'expérience utilisateur, se met en place plus facilement que prévu malgré les contraintes techniques, et cela de manière économique.

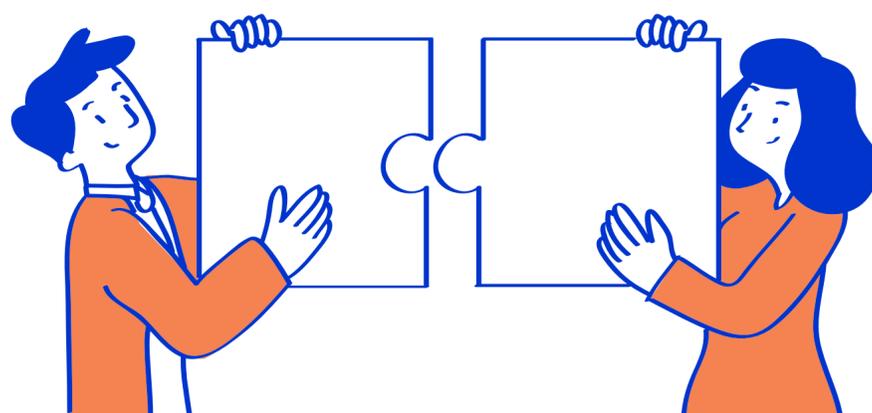
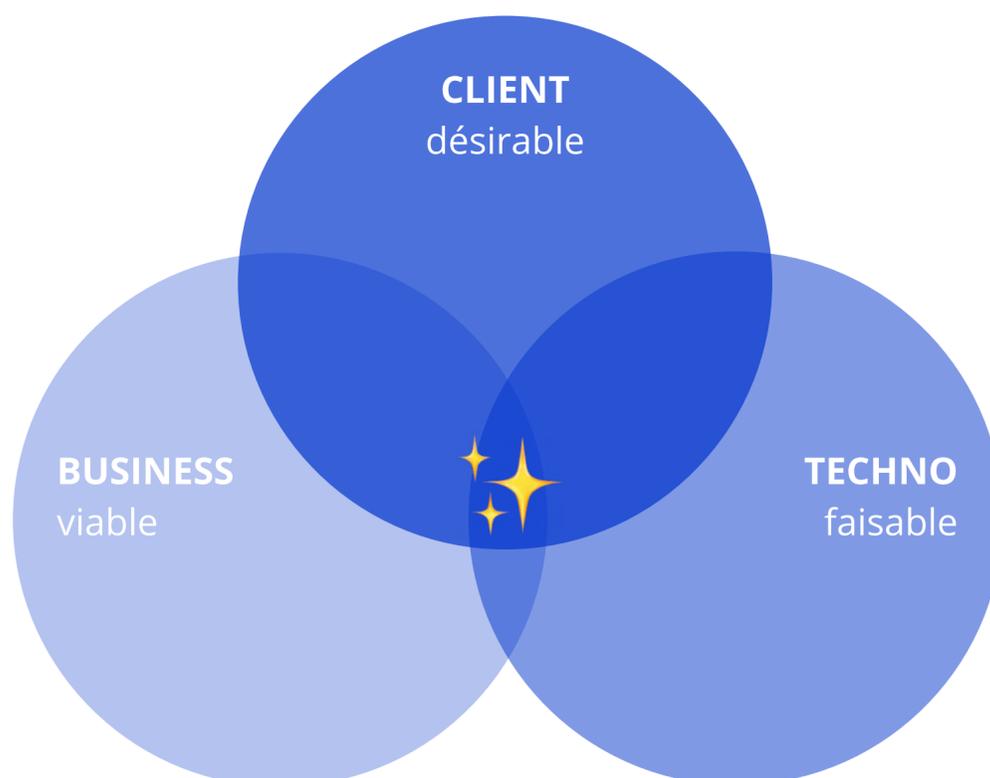
Cela contribue à renforcer notre position sur le marché et à offrir un service de qualité.

“Accompagner avec des petits tips, mais pas genre un truc agressif dès que tu te connectes, mais genre des petits tips sur le contenu, pensez à faire ça, ce genre de choses”

M Morgane – Utilisatrice de l'éditeur Hubside

“Avoir des petites explications pour comment augmenter ma visibilité et m'aider pour trouver les bons mots clés idéals pour ressortir avant mes concurrents”

C Charlène – Utilisatrice de l'éditeur Hubside



Prototypage

Pour déterminer où apporter de la valeur grâce à notre accompagnement SEO, j'ai élaboré le parcours type d'un utilisateur tout au long de son expérience avec l'éditeur de site web Hubsid.

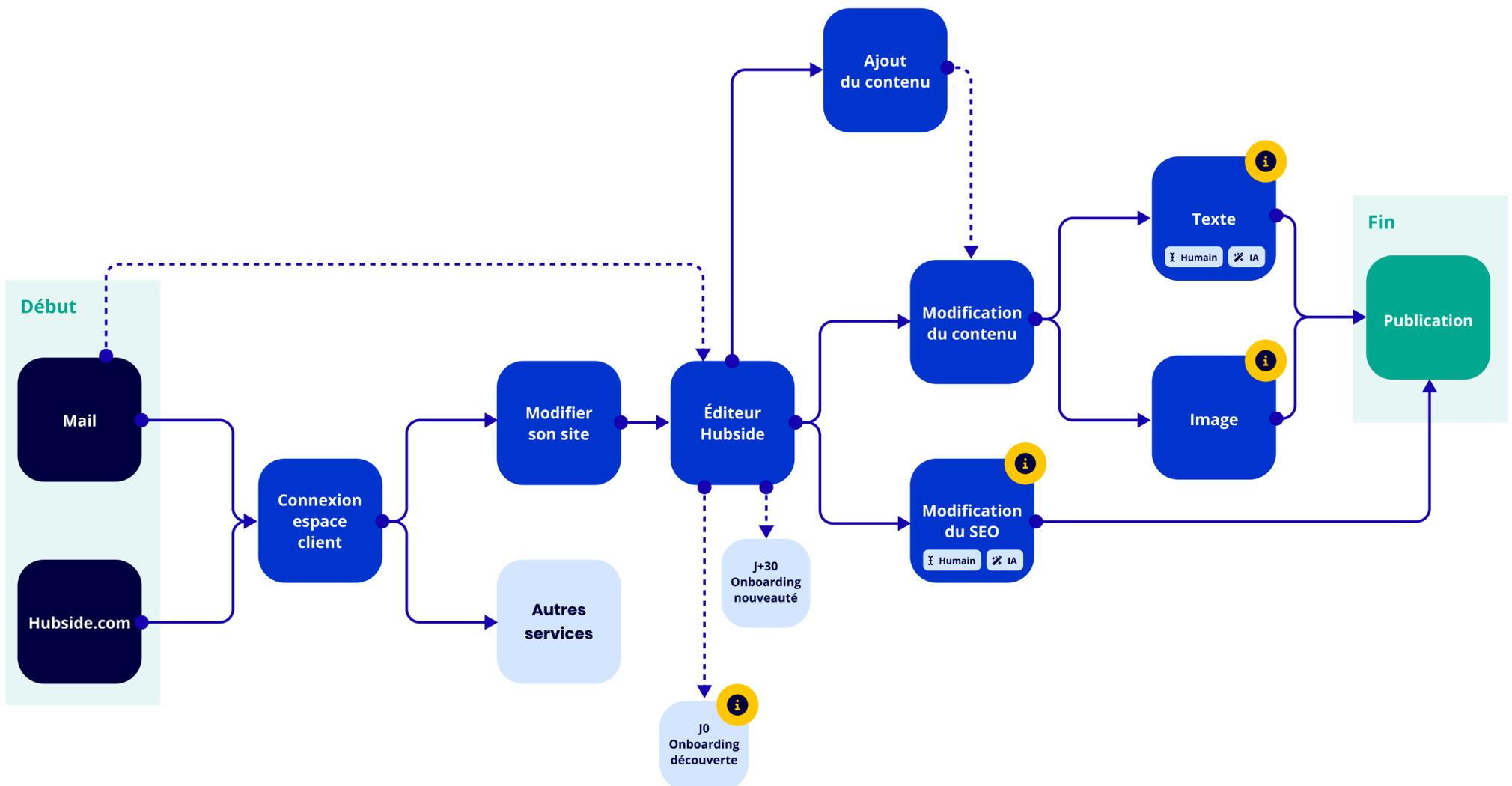
Le parcours global offre une vue d'ensemble et s'adresse principalement aux utilisateurs ayant déjà édité leur site web.

À travers des discussions avec l'équipe SEO ainsi que des lectures sur Google et Yoast, j'ai identifié les fonctionnalités liées au SEO qui permettront aux utilisateurs de bénéficier de conseils précieux.

ENJEUX



- Accompagner dans l'édition de contenu avec des conseils et des bonnes pratiques sur le référencement.
- Proposer une vue général de l'état des actions à faire pour le référencement du site.



Accompagnement

Comme cela a été évoqué lors de la recherche utilisateur et de la phase d'idéation, l'apport d'un accompagnement SEO peut également être réalisé via un processus d'introduction (onboarding).

Contrainte :

- Il existe déjà un onboarding historique avec beaucoup d'éléments

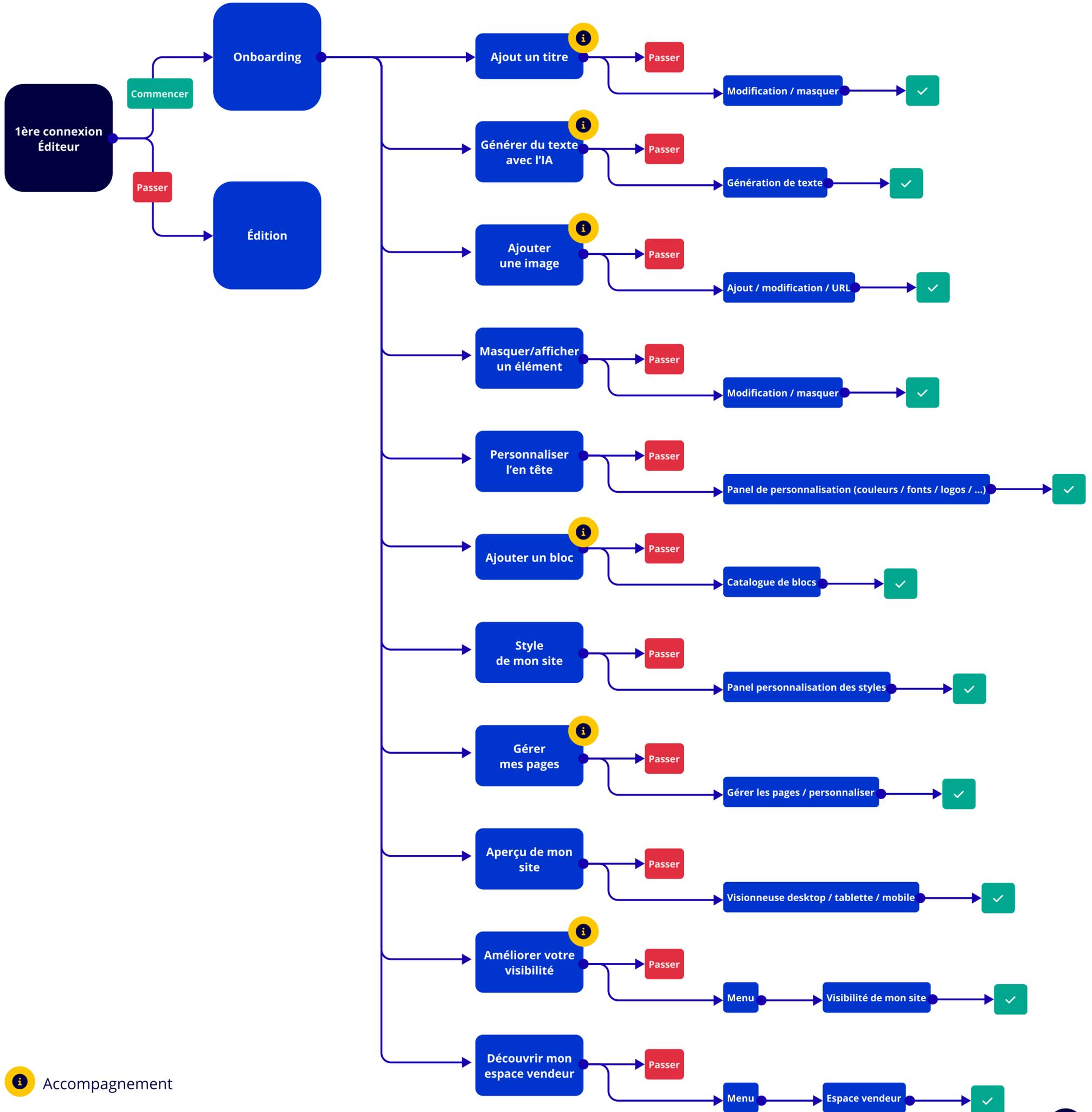
Solution :

- Partir sur l'existant en étant très précis sur les actions à accompagner

ENJEUX



- Accompagner sur le référencement dès la première connexion.
- S'insérer dans l'onboarding existant.



Ce que l'on sait



70%

de nos utilisateurs sont sur Desktop (sondage Hotjar - Juillet 2023)

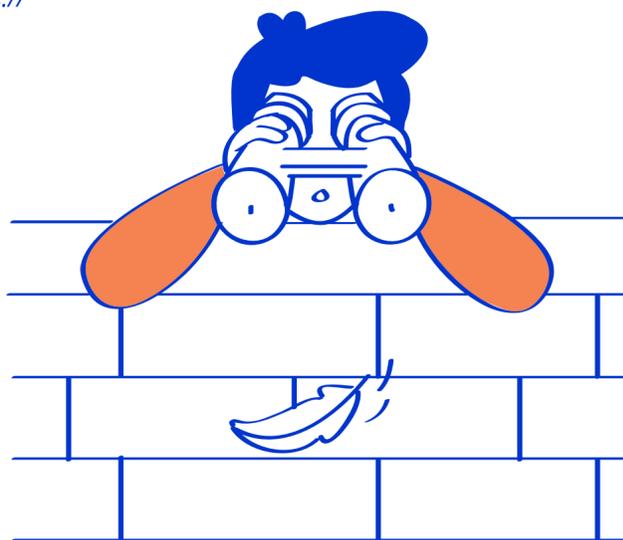


83%



des personnes interrogées préfèrent regarder une vidéo plutôt que d'accéder à des informations ou à un contenu pédagogique par le biais de textes ou d'enregistrements audio. (<https://www.techsmith.fr/blog/habitudes-utilisateurs-de-videos/>)

L'optimisation des titres, textes, images, vidéos, affichage du site et liens est dans les bonnes pratiques Google pour améliorer son SEO (<https://developers.google.com/search/docs/essentials?hl=fr> - Publication mars 2023)



Les gens lisent rarement en ligne. Ils ont beaucoup plus tendance à parcourir que à lire mot à mot. Ils veulent simplement repérer les informations les plus pertinentes pour leurs besoins actuels (<https://www.nngroup.com/articles/how-people-read-online/> - publication avril 2020)

Les entretiens avec les utilisateurs et la recherche secondaire ont révélé que l'ordinateur reste le principal support utilisé pour l'édition de sites web.

L'interface a été conçue en utilisant les éléments graphiques d'Hubsid, et le prototype a été validé par le sponsor avant les tests. Les conseils fournis sont basés sur les bonnes pratiques de Google et les recommandations de notre expert SEO.

Deux moments spécifiques ont été identifiés pour fournir cet accompagnement : lors de la première connexion à l'éditeur et après 30 jours, afin de mieux correspondre à la chronologie d'utilisation typique par les utilisateurs de l'éditeur Hubsid.



Référentiel

Charte graphique : Hubsid bénéficie d'un recueil des bonnes pratiques en matière d'interface et de visual design pour créer des interfaces iso à la marque.

Assets graphiques : Disponible sur FIGMA, cette bibliothèque permet d'utiliser des éléments déjà pré-construit pour assurer une cohérence et homogénéité dans l'univers de la marque.

Prototypes : <https://www.figma.com/proto/IMRyS96uI5A25tQLtxcCCx/ACCOMPAGNEMENT?page-id=0%3A1&node-id=72-7983&starting-point-node-id=72%3A7983&mode=design&t=7w5ZECboK54UH5v-1>



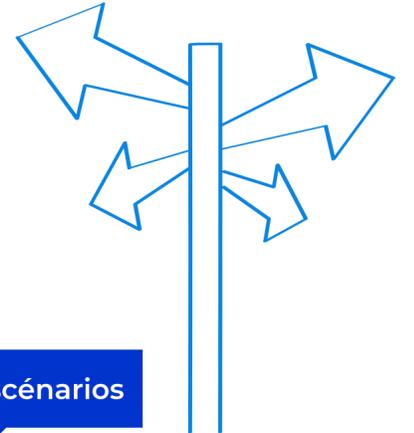


9

testeurs

30 - 45 ANS

ADEPTE DU DIGITAL



2 scénarios

- J0 : nouvel utilisateur
- J+30 : utilisateur existant



Méthode : test à distance

Déroulement

- Accueil
- Scénarios J0 > Satisfaction du scénario
- Scénarios J+30 > Satisfaction du scénario
- Test SUS
- Entretien

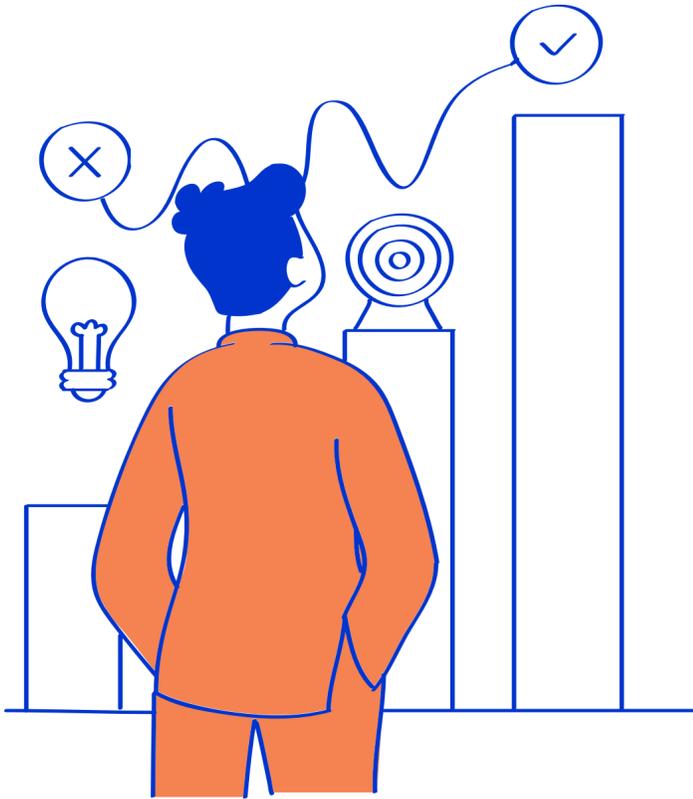


Objectifs

Évaluer la compréhension de l'accompagnement

Évaluer la bonne présentation des informations

SUS



En complément des observations et des questions, j'ai utilisé le SUS (System Usability Scale). Le SUS est un outil de mesure de l'utilisabilité conçu par John Brooke en 1986.

Il consiste en dix questions destinées à recueillir le point de vue subjectif de l'utilisateur sur un système ou un service. Le SUS se base sur une échelle de Likert qui permet à l'utilisateur de répondre sur une échelle de 5 ou 7 points allant de "Pas du tout d'accord" à "Tout à fait d'accord".

Généralement, on considère qu'un score est "bon" à partir de 75, "passable" ou "correct" entre 50 et 75. Un score inférieur à 50 indique d'importants problèmes en termes de satisfaction client.

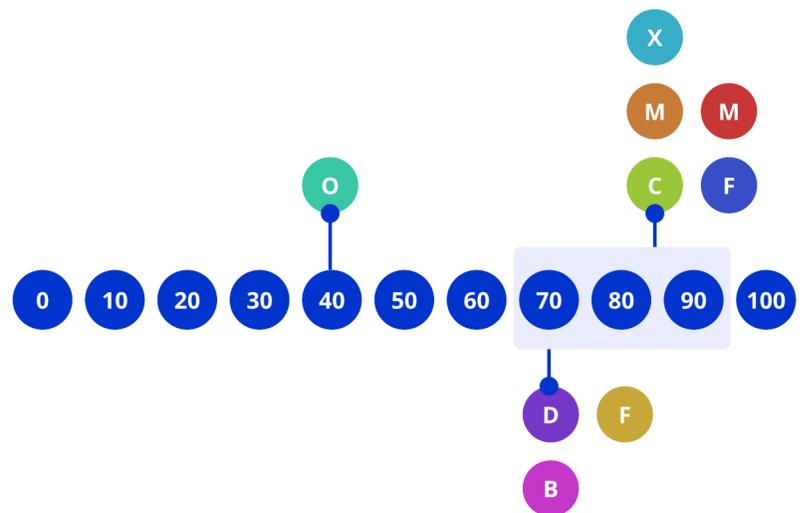
Pourquoi le score SUS et pas un autre outil ?

Ce questionnaire a le mérite de la simplicité. Il est donc relativement robuste et fiable. De plus, il est valide car son score corrèle généralement avec les autres indicateurs de l'utilisabilité. Il peut être mise en œuvre facilement pour compléter une étude ou donner un score après un test utilisateur. (<https://blocnotes.iergo.fr/concevoir/les-outils/sus-pour-system-usability-scale/>)

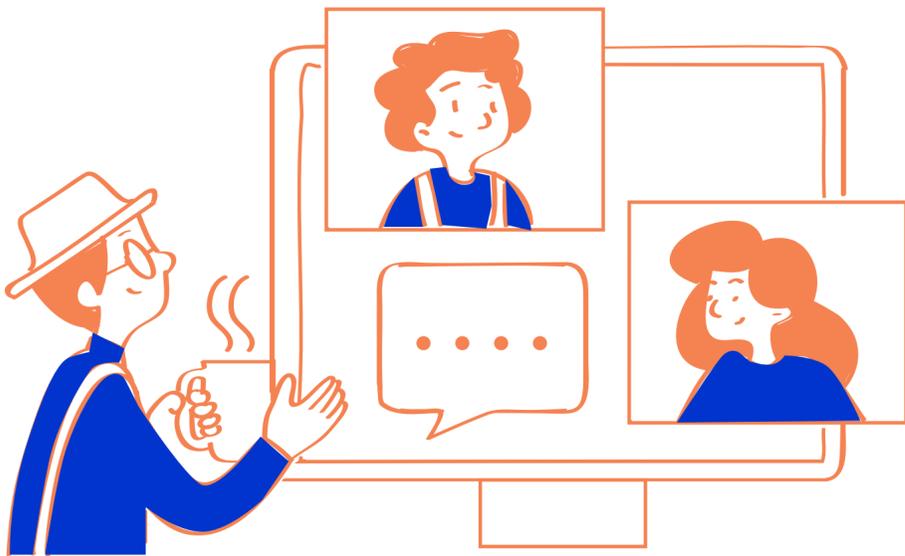
Scores

9 testeurs

- Une concentration de scores entre 70 et 85
- Un score à 40



Verbatims



Les verbatims vont nous aider à mieux comprendre le cheminement de pensée des testeurs et d'apporter des éclairages sur les axes d'améliorations.

Qu'avez-vous pensé de cet accompagnement à la visibilité ?

"Très bien. Avant on pouvait remplir les trucs seo, c'était pas mal. On pouvait passer à côté, **là on est intrigué, on clique dessus"**

"Je pense que c'est une très bonne idée. Dans cette forme là il y a du très bon et des choses à améliorer. Il y a un vrai besoin car c'est des notions qui ne sont pas connues du grand public. Ça touche à la technique, il ne faut pas rebouter les gens. **Le fond est bon, visuellement j'ai du mal"**

"Il manque encore deux trois trucs mais ça s'affine. Entre le premier scénario où il y avait trop d'infos et le second où il n'y en a pas. Sinon ça va."

"Bonne idée, un peu long au départ. Je trouve que l'emplacement de la proposition d'aide est bien placée. Le check up ou les paramètres peuvent être différemment positionnés. Sinon plus explicite de manière générale. **Une fois que tu sais c'est très simple."**

Selon vous, quel est l'objectif de cet accompagnement ?

"Augmenter sa visibilité"

"Notre site soit mieux référencé, avoir une meilleure visibilité sur notre site internet. Ça sert vraiment. à nous aider pour le référencement de notre site"

"M'aider à faire en sorte que mon site soit le plus clean possible pour le référencement et donc pour optimiser ma visibilité sur internet et donc faire en sorte que je sois plus facilement visible en ligne et attirer plus de gens sur mon site"

"Ce sentir à l'aise avec quelque chose qui est assez technique. On est sur le SEO, ça reste complexe à comprendre et là tu n'a pas à te poser la question. Tu as des explications et un outil pour le faire en quelques secondes."

Quelle conclusion tirez-vous ?

"ça facilite la vie ! éviter d'avoir des sites non terminés, d'avoir des sites facilement"

"Je trouve que c'est bien, très très bien. Au niveau de la sidebar, de l'organisation, au niveau de l'hierarchie, c'est très très claire. Du coup il y aura un accompagnement pour m'expliquer chaque partie pour rédiger les textes, les alt images, ça peut rédiger tout de suite."

"c'est un vrai bon point en terme de fonctionnalité, c'est plutôt satisfaisant. On attend les stats !"

"C'est plutôt pas mal d'accompagner les gens."

La vidéo d'accompagnement est consultée / appréciée

"La vignette est magnifique, on voit que c'est une vidéo, ça donne envie de le lancer. C'est très bien."

"Moi je fais aussi parti des gens qui ont du mal avec la lecture, si on a une vidéo motivante et quelle nous explique, c'est carrément un truc que je regarderai !"

"Apporter une couche de motion design. On peut imaginer quelqu'un qui fait une démo de l'éditeur ! ça amène un peu de fraîcheur c'est sympa !"

"C'est pas mal, c'est bien pour les faire en format court et directement au but."

Onboarding



Tester de raccourcir l'onboarding en différentes étapes pour avoir moins d'informations à traiter lors de la première connexion.

Ton of voice



Rendre cohérent le wording à travers l'ensemble des parcours (visibilité > référencement).

Rendre plus ludique les termes techniques liés au SEO.

Aide à la visibilité



Revoir le positionnement du CTA aide à visibilité. Améliorer son affordance.

Rendre plus affondant le cartouche visibilité et le compléter d'informations sur l'état général des actions SEO à faire sur le site.

Fonctionnalité



Tester la génération automatique par l'IA directement dans les espaces de conseils.

Conclusion



À travers la réalisation de ce projet, j'ai acquis une meilleure compréhension de nos utilisateurs, de leurs motivations et de la raison d'être d'Hubsid.

D'autre part, collaborer avec des équipes aux profils variés a renforcé ma passion pour le travail collaboratif en vue d'un objectif commun.

Tel un enquêteur, l'expérimentation, la croisement des données, la formulation d'hypothèses, la vérification et la recherche de solutions m'ont réellement permis de rester ancré dans la réalité et de fournir des analyses concrètes, en phase avec la situation réelle plutôt que supposée.

Cet accompagnement nous a permis d'identifier les obstacles, de leur donner des visages et de comprendre les attentes, nous permettant ainsi d'y répondre. Bien sûr, la route n'a pas été facile, mais au moins nous repartons sur des bases solides : savoir à qui nous nous adressons, pourquoi nous le faisons et comment y parvenir.

Parfois, il peut être difficile d'entrer en contact avec les utilisateurs, de les interroger encore et encore, mais cela semble être la clé essentielle pour la réussite d'un produit. La prochaine étape consiste à appliquer cette approche à l'ensemble de nos produits !

Annexes

UX

Co-construction : les bienfaits pour votre entreprise

<https://www.blunenove.com/blog/co-construction-entreprise/>

How People Read Online: New and Old Findings

<https://www.nngroup.com/articles/how-people-read-online/>

Entretien utilisateurs

<https://blog.octo.com/entretien-utilisateur-1-2/>

Signaux faibles

<https://blog.fastandfresh.fr/comment-detecter-des-signaux-faibles-et-des-tendances-emergentes/>

Comment conduire un atelier de how might we ?

<https://lagrandeourse.design/blog/ux-research/comment-conduire-un-atelier-de-how-might-we/>

Test SUS

<https://blocnotes.iergo.fr/concevoir/les-outils/sus-pour-system-usability-scale/>

Faire face à l'absentéisme

Methodes de design UX - Carine Lallemand & Guillaume Gronier - p97

Questionnaire exploratoire

Methodes de design UX - Carine Lallemand & Guillaume Gronier - p179

Expérience map

Methodes de design UX - Carine Lallemand & Guillaume Gronier - p286

Personas

Methodes de design UX - Carine Lallemand & Guillaume Gronier - p308

Référencement

Statistiques SEO 2023

<https://ahrefs.com/blog/seo-statistics/>

Statistiques content marketing 2023

<https://ahrefs.com/blog/content-marketing-statistics/>

Statistiques blogging 2023

<https://ahrefs.com/blog/blogging-statistics/>

Baromètre 2022 des CMS & éditeurs de sites web / e-commerce

<https://www.lafabriquedunet.fr/blog/barometre-cms-editeur-site-web/>

Website Builder Statistics 2023

<https://mycodelesswebsite.com/website-builder-statistics/>

Les habitudes digitales des français en 2022 : infographie

<https://www.wellcom.fr/wnews/2023/01/les-habitudes-digitales-des-francais-en-2022-infographie/>

Essentiels de la recherche Google

<https://developers.google.com/search/docs/essentials?hl=fr>

L'évolution et l'histoire du SEO: 9 faits intéressants

<https://hellodarwin.com/fr/blogue/evolution-SEO>

91% des clics sur Google se font sur la première page

<https://www.blogdumoderateur.com/91-des-clics-sur-google-se-font-sur-la-premiere-page/>

SEO : 20 chiffres-clés à connaître en 2020

<https://comarketing-news.fr/seo-20-chiffres-cles-a-connaître-en-2020/>

Ranking

Le ranking, c'est le classement sur Google, autrement dit la position de vos URL ou pages web sur le moteur de recherche, pour un mot clé spécifique.

SEO

SEO (Search Engine Optimization) signifie en français : « Optimisation pour les moteurs de recherche ».

Ce terme définit l'ensemble des techniques mises en œuvre pour améliorer la position d'un site web sur les pages de résultats des moteurs de recherche (SERP). On l'appelle aussi référencement naturel. L'objectif d'un expert en référencement naturel est d'améliorer la visibilité des sites web qu'il prend en charge en leur faisant gagner des places sur les moteurs de recherche (Google, mais aussi Yahoo !, Bing, etc.). Le but est de faire se rencontrer les internautes intéressés par des produits / services ou du contenu informatif.

On dit qu'un site est bien optimisé ou référencé s'il se trouve dans les premières positions d'un moteur de recherche sur les requêtes souhaitées.

SEA

Le référencement payant ou SEA, search engine advertising, consiste à diffuser des annonces ciblées, en général au-dessus et sur les côtés des pages de résultat des moteurs de recherche. Ces publicités permettent aux annonceurs de gagner en visibilité grâce à des mots-clés choisis judicieusement.

SMO

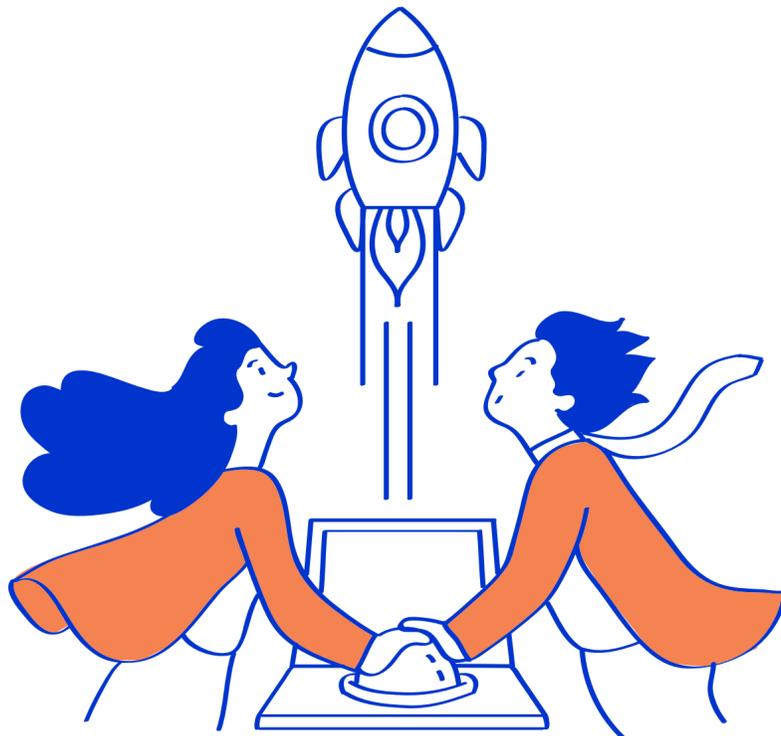
SMO pour « Social Media Optimization ». Le SMO correspond à l'ensemble des techniques de référencement sur les réseaux sociaux dans le but de développer la notoriété et l'image d'une marque.

Balise Alt

La balise ALT, également connue sous le nom d'« attribut ALT », correspond au texte alternatif d'une image ou d'un visuel sur une page Internet. Il fait partie des champs possibles à remplir en codage HTML et permet de donner une description de l'image ou du visuel si ce dernier n'apparaît pas à l'écran.

Longue traîne

La longue traîne SEO ou long tail SEO en anglais est une technique qui consiste à se positionner sur les moteurs de recherche sur de multiples termes de recherche très spécifiques se composant de 3 mots ou plus, ces derniers étant plus faciles à positionner sur des recherches à faible concurrence et convertissant mieux.



Faire un benchmark des sites builder en se concentrant sur les fonctionnalités de référencement (SEO) présente plusieurs avantages importants :

1. **Amélioration de la visibilité en ligne** : Les fonctionnalités de référencement aident les sites web à être mieux classés sur les moteurs de recherche, ce qui peut entraîner une plus grande visibilité en ligne.
2. **Meilleure expérience utilisateur** : Les bonnes pratiques SEO, telles que la structure du site et la vitesse de chargement, améliorent également l'expérience utilisateur.
3. **Suivi et analyse des performances** : Les outils de référencement intégrés aux sites builder permettent de suivre les performances SEO, d'analyser les données et de prendre des mesures pour améliorer la visibilité en ligne.
4. **Concurrence en ligne** : En connaissant les capacités SEO de vos concurrents potentiels, vous pouvez vous positionner stratégiquement.
5. **Optimisation continue** : Le benchmarking peut vous aider à identifier les meilleures pratiques en matière de SEO et à mettre en place des processus d'optimisation continue pour maintenir et améliorer votre classement dans les moteurs de recherche.

Wix

MISSION

Wix est la plateforme de création de sites Web la plus innovante au monde. Démarrez de zéro ou choisissez parmi plus de 800 templates conçus par des designers

INSIGHT

Le 1er Aout 2023, Wix a présenté en exclusivité sa nouvelle plateforme Wix Studio développée pour les professionnels et destinée à venir remplacer Editor X.

Cette plateforme est basée sur l'IA et est destinée à offrir plus de possibilités aux créateurs utilisant Wix. Elle à clairement été développée pour améliorer les versions responsives qui étaient jusqu'à ce jour moins performantes que les version réalisées avec les plateformes concurrentes.

<https://fr.wikipedia.org/wiki/Wix.com>

RECOMMANDÉ POUR

Créateurs, petites entreprises, entrepreneurs, freelances, blogueurs et prestataires de services.



```

$w("#addToCartButton").onClick()
let currentProduct = await $w("#storeCart").addToCart(currentProduct_id)

```

Comparatifs fonctionnalités SEO

- ✓ Modification titres des pages
- ✓ Modification metas descriptions
- ✓ Personnalisation des URLs
- ✓ Modification des balises Alt
- ✓ Redirection 301
- ✓ Chiffrement SSL
- ✓ Ajout Google Analytics
- ✓ Ajout Google Search console
- ✓ IA
- ✓ Templates
- ✓ Tutoriels

Titres

H1 à H6

Prix

A partir de 12 euros / mois

Wordpress

MISSION

Avec WordPress, vous êtes véritablement propriétaire de votre site web. Pour cette raison, vous devez acheter un nom de domaine et un hébergement avant de commencer à travailler avec la plateforme. Les tutoriels et leçons complets sur WordPress vous aideront pour le reste.

WordPress dispose de plus de 60.000 extensions et 10.000 thèmes, ce qui vous offre des possibilités illimitées de personnaliser et d'améliorer votre site. Les extensions WordPress sont des modules qui étendent les fonctionnalités de votre site web. Les thèmes WordPress sont des modèles créés par des designers professionnels – ils définissent l'apparence de votre site.

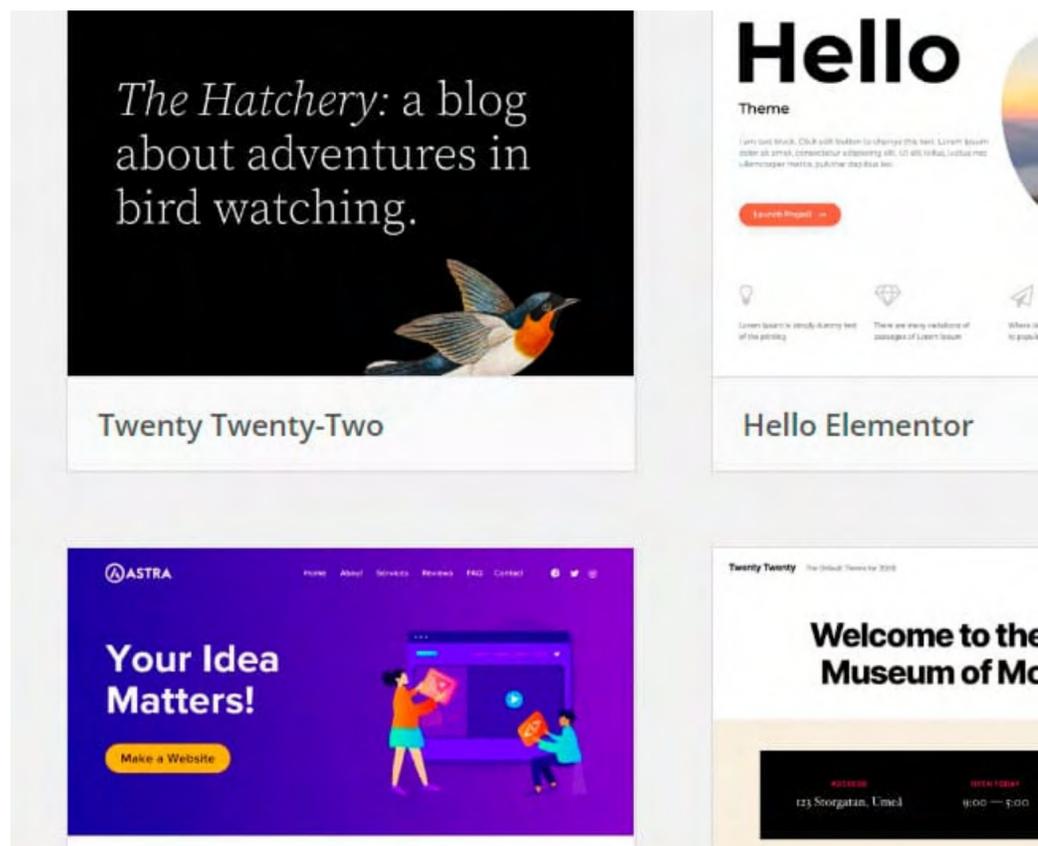
INSIGHT

65% des parts de marché des CMS avec Shopify, Wix, Joomla et autres. Mais au niveau des sites internet, c'est en tout 43% d'entre eux qui utilisent WordPress.

<https://lesmakers.fr/statistique-wordpress/>

RECOMMANDÉ POUR

Tout le monde.



Comparatifs fonctionnalités SEO

- ✓ Modification titres des pages
- ✓ Modification metas descriptions
- ✓ Personnalisation des URLs
- ✓ Modification des balises Alt
- ✓ Redirection 301
- ✓ Chiffrement SSL
- ✓ Ajout Google Analytics
- ✓ Ajout Google Search console
- ✓ IA
- ✓ Templates
- ✗ Tutoriels

Titres

H1 à H6

Prix

A partir de 0 euro

SquareSpace

MISSION

Squarespace est l'un des constructeurs de sites web les plus tendance et les plus faciles à utiliser. Il vous permet de créer des sites web responsives de bon gout à l'aide de modèles conçus par des professionnels. Vous pouvez également utiliser des modèles tiers et des kits de conception pour faire ressortir votre site Squarespace.

En matière de eCommerce, Squarespace offre l'automatisation de l'expédition, de la tarification et de l'exécution des commandes, ainsi que de multiples options de paiement et une gestion intuitive des commandes. Cette fonctionnalité peut être étendue avec des applications tierces et des services connectés.

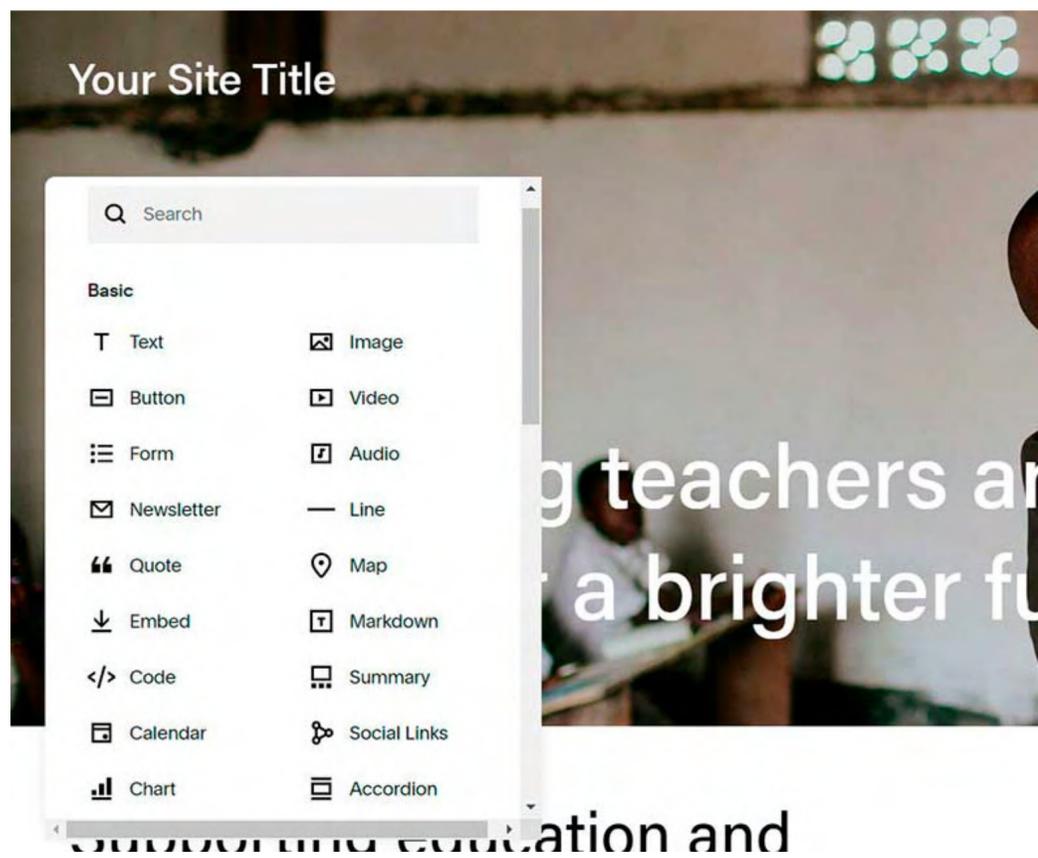
INSIGHT

Les deuxième et troisième produits les plus vendus sur les boutiques Squarespace proviennent de l'industrie de l'alimentation et des boissons (8,8 %), ce qui se traduit respectivement par 24 961 et 23 873 boutiques.

<https://mycodelesswebsite.com/squarespace-statistics/>

RECOMMANDÉ POUR

Créateurs, petites entreprises, entrepreneurs, freelances, blogueurs et prestataires de services.



Comparatifs fonctionnalités SEO

- ✓ Modification titres des pages
- ✓ Modification metas descriptions
- ✓ Personnalisation des URLs
- ✓ Modification des balises Alt
- ✓ Redirection 301
- ✓ Chiffrement SSL
- ✗ Ajout Google Analytics
- ✗ Ajout Google Search console
- ✓ IA
- ✓ Templates
- ✓ Tutoriels

Titres

H1 à H9

Prix

A partir de 15 euros/mois

Jimdo

MISSION

Jimdo est un constructeur de sites web sans code créé en pensant aux propriétaires de petites entreprises. Avec cette plateforme, vous pouvez créer rapidement des sites web optimisés pour les mobiles et les personnaliser pour qu'ils reflètent votre marque.

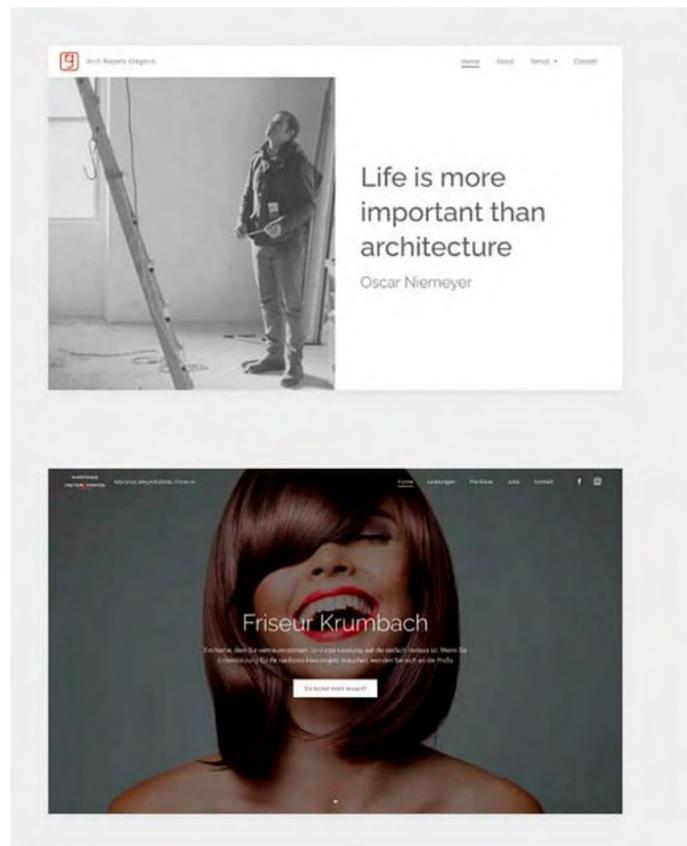
INSIGHT

Jimdo donne à ses utilisateurs un accès simplifié aux outils de vente de Facebook. Vous pouvez synchroniser automatiquement votre catalogue Facebook avec les produits de votre boutique jimdo. Vous pourrez également créer des posts et des Stories shoppables sur Instagram.

<https://kinsta.com/fr/blog/alternatives-wix/>

RECOMMANDÉ POUR

Les petites entreprises, les professionnels indépendants et les blogueurs.



Comparatifs fonctionnalités SEO

- ✓ Modification titres des pages
- ✓ Modification metas descriptions
- ✓ Personnalisation des URLs
- ✓ Modification des balises Alt
- ✓ Redirection 301
- ✓ Chiffrement SSL
- ✓ Ajout Google Analytics
- ✓ Ajout Google Search console
- ✗ IA
- ✓ Templates
- ✓ Tutoriels

Titres

H1 à H3

Prix

A partir de 0 euro

Ionos

MISSION

IONOS est peut-être mieux connu pour ses services d'hébergement web et d'enregistrement de domaines, mais il devient également un des principaux créateurs de sites web. Il est abordable, avec des plans commençant à 1 \$ par mois la première année et des plans aussi bas que 9 \$ par mois lors du renouvellement. Il est conçu pour être très convivial avec un éditeur de site intuitif sans nécessité de code, et propose des extras tels que des modèles préconçus, un nom de domaine gratuit, une adresse e-mail professionnelle gratuite et un outil de réservation en ligne.

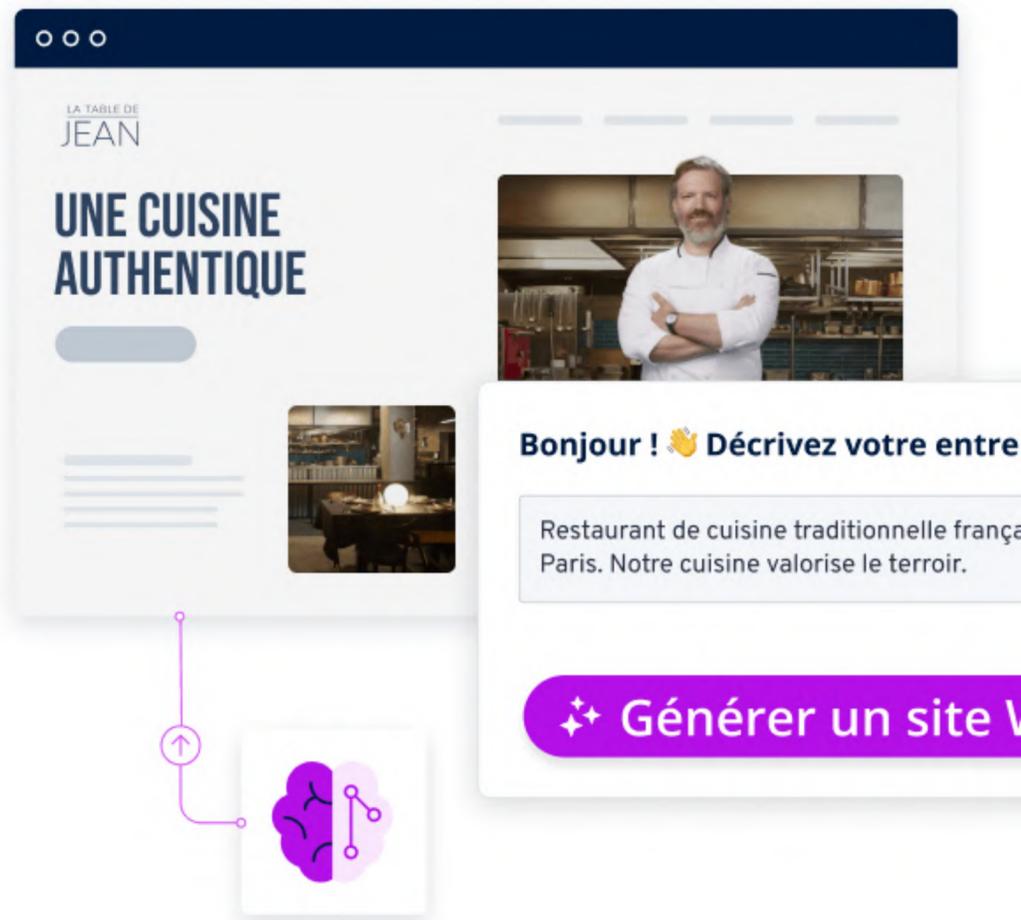
INSIGHT

Alors que le constructeur de site web d'IONOS est configuré de telle sorte que les utilisateurs puissent faire glisser et déposer des éléments sur la page, il existe des emplacements prédéfinis où les éléments peuvent être placés. Certes, Wix offre une flexibilité de conception bien supérieure, mais ce n'est pas toujours la meilleure option pour chaque utilisateur. Par exemple, ceux qui débutent en conception web trouvent souvent plus facile de construire un site lorsqu'ils disposent de moins d'options de conception.

<https://www.forbes.com/advisor/business/software/ionos-website-builder-review/>

RECOMMANDÉ POUR

Les petites entreprises, les professionnels indépendants et les blogueurs.



Comparatifs fonctionnalités SEO

- ✓ Modification titres des pages
- ✓ Modification metas descriptions
- ✓ Personnalisation des URLs
- ✓ Modification des balises Alt
- ✓ Redirection 301
- ✓ Chiffrement SSL
- ✓ Ajout Google Analytics
- ✓ Ajout Google Search console
- ✓ IA
- ✓ Templates
- ✓ Tutoriels

Titres

H1 à H8

Prix

A partir de 1,20 euro / mois

Yoast - Plugin

MISSION

Yoast SEO est un plug-in d'optimisation des moteurs de recherche pour WordPress. Ce plugin compte plus de 5 millions d'installations actives et a été téléchargé plus de 350 millions de fois avec plus de 25 000 avis cinq étoiles sur Wordpress.org.

INSIGHT

Brian Santo, rédacteur en chef de EE Times, utilise Yoast pour estimer le classement des articles sur Google en se basant sur les résultats de l'analyse (comme les mots-clés, la densité des mots-clés, les liens et la lisibilité). Cependant, il critique les effets négatifs du référencement (SEO) sur le journalisme et suggère que Google devrait avoir recours davantage à l'intelligence humaine ou artificielle pour améliorer les résultats de recherche.

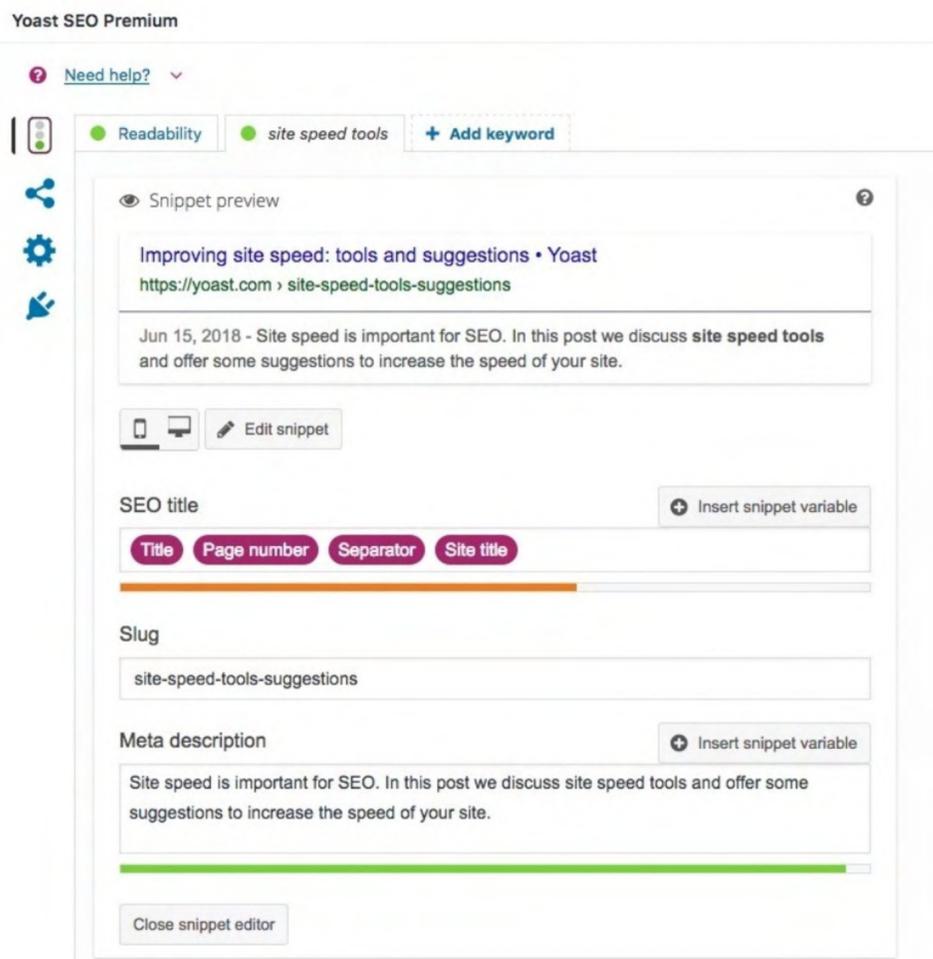
https://en.wikipedia.org/wiki/Yoast_SEO

RECOMMANDÉ POUR

Utilisateurs de Wordpress

A RETENIR

- Pastilles de couleurs pour les statuts
- Verbatims explicatifs
- Jauges de couleurs
- Fonctionnalités pour cibler les éléments



- ^ Problèmes (2)
 - **Requête dans l'introduction** : Votre requête ou ses synonymes n'apparaissent pas dans le premier paragraphe. [Assurez-vous que le sujet soit rapidement évoqué.](#)
 - **Titre de niveau 1** : Les H1 ne devraient être utilisés que pour votre titre principal. Trouvez-les dans votre texte et [passez-les à un niveau inférieur](#) !
- ^ Améliorations (1)
 - **Requête dans le titre** : Les mots de votre requête apparaissent dans le méta titre, mais pas au début. [Essayez de les déplacer.](#)
- ^ Déjà optimisé (12)
 - **Liens externes** : Bon travail !
 - **Maillage interne** : Vous avez assez de liens internes. Bon travail !
 - **Longueur de la requête** : Bon travail !
 - **Densité de requête** : La requête cible a été trouvée 4 fois. C'est très bien !
 - **Requête dans la méta description** : La requête ou son synonyme apparaît dans la méta description. Parfait !
 - **Longueur de méta description** : Parfait !
 - **Requête déjà utilisée** : Vous n'avez jamais utilisé cette requête, très bien.
 - **Requête dans les titres** : 2 de vos titres de haut-niveau reflètent le sujet de votre contenu. Bon travail !
 - **Textes alternatifs** : Bon travail !
 - **Longueur du contenu** : Le contenu a une longueur de 310 mots. Bon travail !
 - **Longueur de méta titre** : Bon travail !
 - **Requête dans le slug** : Plus de la moitié de votre requête apparaît dans le slug. C'est super !

Google Lighthouse

MISSION

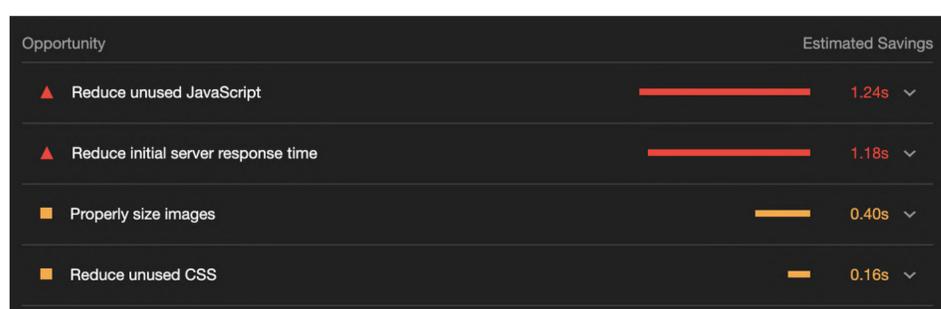
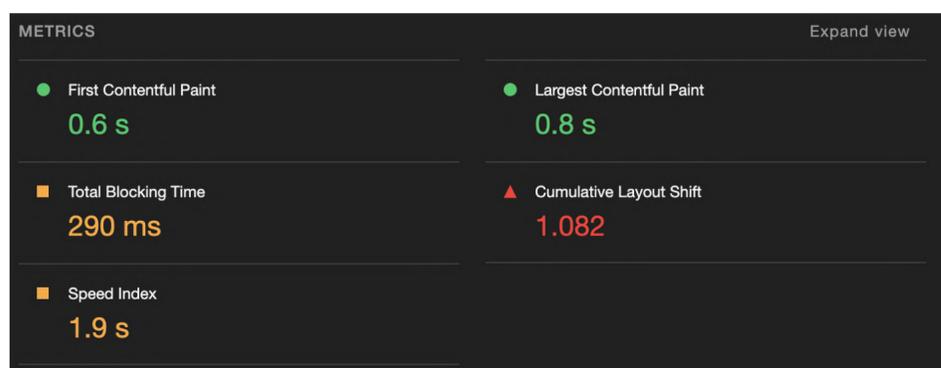
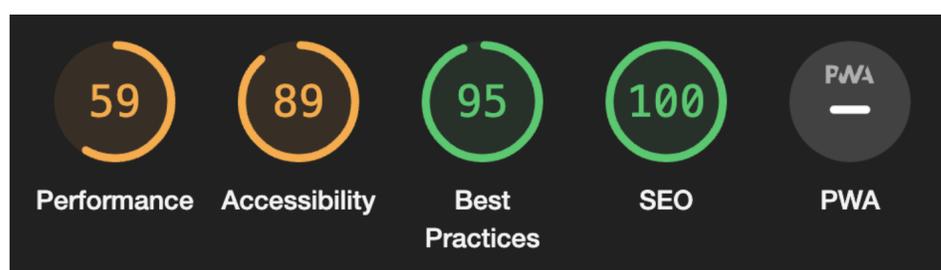
Lighthouse est un outil automatisé open-source destiné à améliorer les performances, la qualité et la précision de vos applications web. Lorsqu'il effectue un audit d'une page, Lighthouse exécute une série de tests sur la page, puis génère un rapport sur la manière dont la page s'est comportée. À partir de là, vous pouvez utiliser les tests en échec comme indicateurs pour savoir ce que vous pouvez faire pour améliorer votre application.

RECOMMANDÉ POUR

Tout le monde.

A RETENIR

- Couleurs pour les statuts
- Verbatims explicatifs
- Jauges de couleurs
- Critères de succès



Annexes Recherche utilisateurs

**Objectifs :**

- Quels sont les besoins des utilisateurs Hubsidie pour rendre leur site plus visible ?
- Question ouvertes pour récolter une maximum d'informations
- Sélectionner des participants et/ou échantillon d'utilisateurs :
 - Associations
 - Vendeurs
 - Particuliers
 - Professionnels

Ce que l'on cherche à savoir :

- Quel est le niveau de connaissance des utilisateurs sur le référencement et la visibilité ?
- Comment font les utilisateurs pour créer leur visibilité ?
- Quelle est la fréquence d'édition du site internet ?
- Quelles sont leurs attentes vis à vis d'une bonne visibilité ?
- Quelles sont les motivations des utilisateurs ?
- Ce qui peut être amélioré sur la fonctionnalité actuelle
- Leur rapport aux nouvelles technologies comme l'IA

Introduction + Contexte de recherche

Avant de commencer, pouvez-vous me donner votre prénom et l'activité de votre site internet ?

Qu'attendez-vous de votre site internet ? Avez-vous édité votre site internet récemment ?

Pouvez-vous me raconter une bonne et une mauvaise expérience lors de la construction de votre site internet ?

Préparation à la construction d'un site internet

Comment vous est venue l'idée de faire un site internet ?

Comment vous vous êtes préparé pour créer votre site internet ? (veille, outils...)

Quels sont les moments forts lors de la création de votre site internet ? (création article, mise en forme...)

Accompagnement

Comment souhaiteriez-vous être accompagné dans votre construction de site internet ? De quelle manière ?

Selon vous, de quelles manières souhaitez-vous être accompagné dans la construction de votre référencement sur l'éditeur de site internet Hubsid ?

Lors de la rédaction d'un article ou la construction d'une page, comment voulez-vous être aidé pour améliorer votre référencement ?

Choix du l'éditeur

Selon quels critères choisissez-vous votre éditeur de site internet ?

Fonctionnalité référencement existante

Comment utilisez-vous la fonctionnalité de référencement existante ?

Quelles sont les informations supplémentaires que vous aimeriez retrouver dans cette fonctionnalité ?

Quels serez vos conseils pour améliorer cette fonctionnalité ?

Comment jugez vous la pertinence de cette fonctionnalité ?

Visibilité

Selon vous, qu'est-ce que la visibilité, le référencement ?

Qu'attendez-vous d'une bonne visibilité sur internet ?

Selon vous quels sont les critères importants pour être plus visible sur internet ?

Quelle serait les bonnes pratiques pour réaliser une bonne visibilité sur internet ?

Qu'attendez-vous d'une bonne visibilité sur internet ?

Décrivez-moi le référencement de vos rêves ?

Quelle serait les manières d'améliorer votre référencement / visibilité dans l'éditeur de site internet Hubsid ?

Avant de travailler votre visibilité, vous renseignez-vous sur les concurrents, les thématiques ? Si oui, de quelle manière ?

Pour vous, en quoi le manque de visibilité d'un site impacte votre activité ?

Effort alloué au référencement

Combien de temps seriez-vous prêt à prendre pour améliorer votre visibilité ? (par exemple 1h par semaine)

Combien de temps passez-vous pour préparer vos supports de visibilité pour votre audience ? (par exemple 1h par semaine, post instagram, publication dans un journal...)

Quelles sont vos habitudes pour communiquer à votre audience ? (même jours, réseaux, types de publications...)

Construction référencement

Comment construisez-vous votre visibilité/ référencement ?

Racontez-moi les grandes étapes, journée type dans la construction de votre visibilité (rédaction article, publications...)

Sur quels supports êtes vous le plus actif et pourquoi ?

Quel est le gain qui vous en tirer d'utiliser ses réseaux ?

Comment l'éditeur de site internet Hubsid peut vous aider à améliorer votre référencement avec ses supports ?

Réseaux

Comment utilisez-vous votre réseau (ou celui de vos proches) dans votre référencement?

Quel est le ou les moyens les plus simples pour activer votre réseau ? (linkedin, bouche à oreille...)

Quelle(s) plateforme(s) utilisez-vous ? De quelle manière l' (les) utilisez-vous ?

Comment l'améliorer le lien entre votre site internet et les réseaux que vous utilisez ?

Résultats

Comment souhaiteriez-vous voir les résultats de votre visibilité ?

Quels seraient les principaux critères de succès à afficher pour mesurer votre audience ?

A quelle fréquence consultez-vous vos statistiques ?

Concurrence

Quels pourraient être les atouts des autres éditeurs de site internet sur le référencement / visibilité ?

Quels pourraient être les concurrents de l'éditeur de site internet Hubsid ?

Quels sont les différences entre un compte instagram, page facebook et votre site internet ?

Nouvelles technologies

Quel est votre rapport aux nouvelles technologies ? (IA etc.)

Seriez-vous prêt à utiliser les nouvelles technologies pour améliorer votre référencement ? Si oui, lesquels ?

En quoi l'usage de nouvelles technologies pourrait vous aider dans votre visibilité ?

Si négatif > est-ce que ça vous influencerait sur votre manière de créer du contenu et donc de la visibilité? (changement de plateforme etc.)

Selon vous, quelles pourraient être les technologies de demain qui vous permettraient d'améliorer votre référencement ?

État psychologique

Comment gardez-vous la motivation dans la construction de votre site internet et la création de votre visibilité ?

Pouvez-vous définir votre état d'esprit avant de publier votre site internet ?

Comment définiriez-vous votre état psychologique après la publication et la vie de votre site internet ?

Comment réagissez-vous lorsque votre site n'a pas d'audience ?

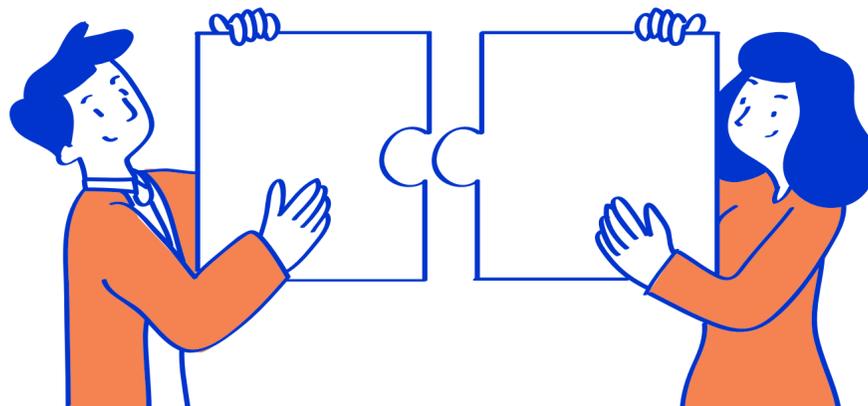
Pour vous quels sont les moyens d'y faire face ?

De quelle manière souhaiteriez-vous être accompagné/préparé ?

Conclusion

Si vous aviez une baguette magique, comment aimeriez-vous que votre construction de site et création de visibilité se passe ?

Notre échange arrive à sa fin. Avez-vous d'autres remarques à nous partager ?



Les diagrammes d'affinité sont un excellent moyen de donner un sens aux données de recherche utilisateur qualitative ou aux retours des clients. Contrairement aux données quantitatives exprimées en chiffres et en comptes, la recherche utilisateur qualitative est souvent analysée en établissant des liens entre les observations ou en trouvant des motifs et des thèmes dans les données. Ce processus dans la recherche utilisateur s'appelle l'analyse thématique.

Les équipes utilisent souvent un diagramme d'affinité pour regrouper ou thématiser les données de recherche utilisateur provenant d'observations contextuelles, d'entretiens avec les utilisateurs et d'études sur le terrain. Ensuite, elles peuvent approfondir l'analyse de ces thèmes et groupes pour dégager des enseignements de leurs efforts de recherche utilisateur.

Les entretiens avec les utilisateurs, l'ethnographie et les études sur le terrain fournissent souvent une grande quantité de données qualitatives riches. L'analyse thématique à l'aide d'un diagramme d'affinité vous aide à trouver des motifs, à créer des thèmes et à comprendre ce que vous avez appris de la recherche qualitative en regroupant rapidement les données et en établissant des liens entre ces groupes de manière rapide et efficace.

<https://zacknaylor.medium.com/how-to-create-an-affinity-diagram-for-ux-research-cdc08489952d>



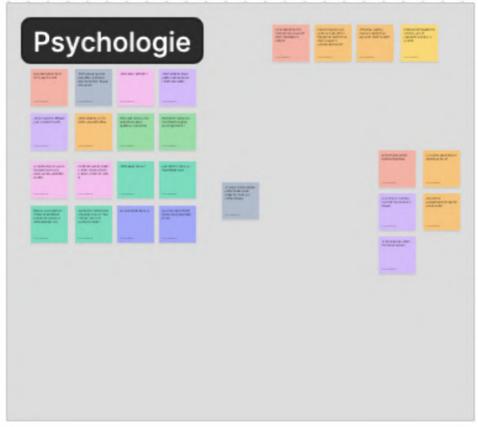
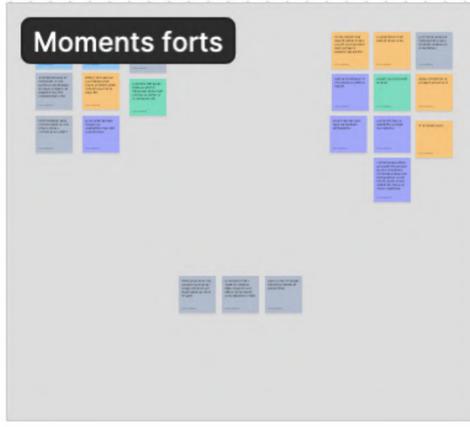
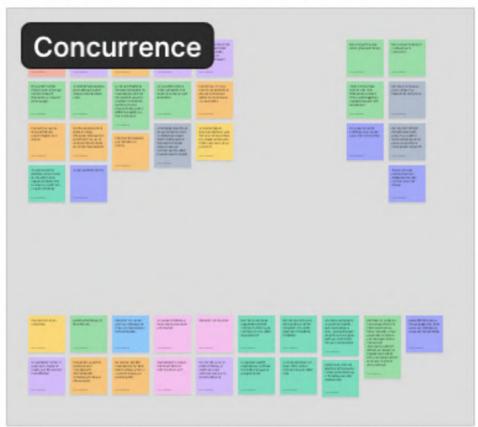
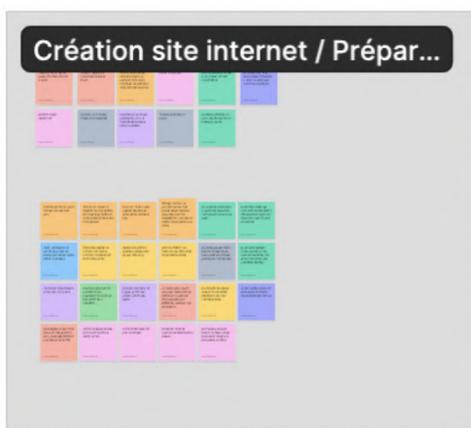
Figma :

<https://www.figma.com/file/9vYZ5VR4We38GsCq3ehziO/ITW-USER?type=whiteboard&node-id=0-1&t=JuZ8ijXNCuRaEdzT-0>



Airtable :

https://airtable.com/invite/l?inviteId=inv0mTsKtFAsW6S7i&inviteToken=f85122c915e5cd0eb9469b303f91474093767938f3667b09dbe1630d512e70f5&utm_medium=email&utm_source=product_team&utm_content=transactional-alerts





Cet outil guide la conception du produit ou service. Les personas UX sont des personnages fictifs, construits à partir de données réelles en vue de modéliser les utilisateurs cibles.

Dans la boîte à outils de l'UX Designer et en ergonomie web, la construction de personas a une importance significative. Ces personnages fictifs s'intègrent également à diverses méthodes centrées utilisateurs. Mais si l'invention d'Alan Cooper est assez facile à comprendre conceptuellement, sa mise en œuvre pratique s'avère plus complexe. Maîtriser la méthode des personas demande un investissement personnel et des recherches qualitatives.

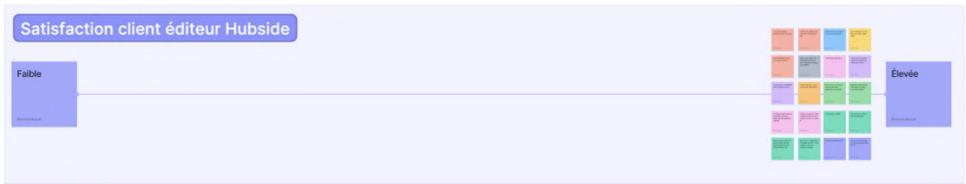
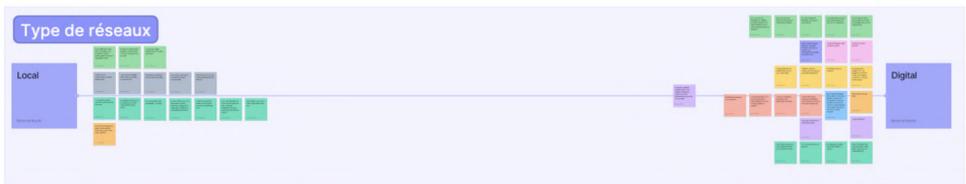
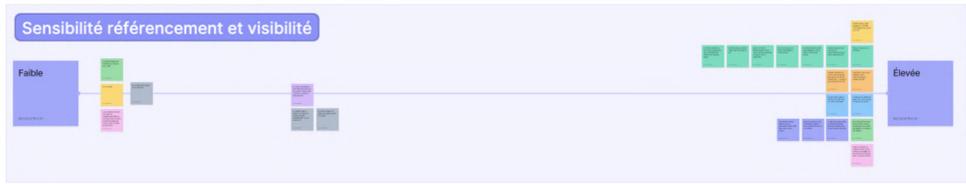
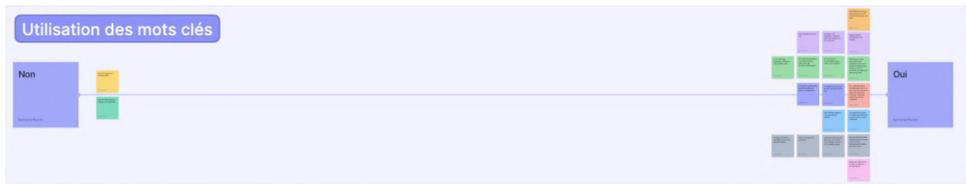
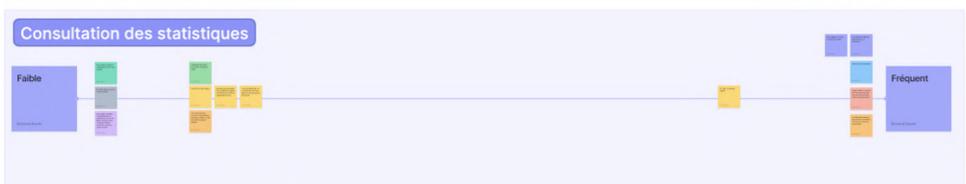
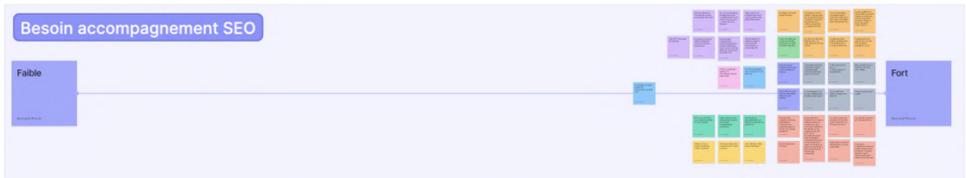
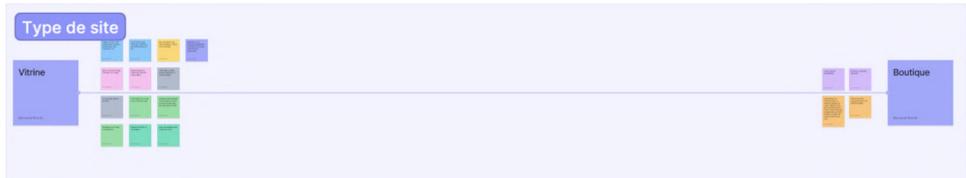
Bien comprise, cette technique permet de se rapprocher des besoins Utilisateur. C'est alors un excellent moyen de donner vie au design d'interface et d'offrir une meilleure expérience utilisateur.

<https://www.usabilis.com/persona-ux-design/>



Figma :

<https://www.figma.com/file/9vYZ5VR4We38GsCq3ehziO/ITW-USER?type=whiteboard&node-id=0-1&t=JuZ8ijXNCuRaEdzT-0>





Jean

40 ans
Particulier
Cognac

“ Pour l’instant je bricole un peu avec le site, j’ai beaucoup de difficulté à faire venir les gens “

Jean a crée son site internet comme une suite logique à son activité. Ancré dans sa région, il n’hésite pas à communiquer sur ses projets et voir ses clients en “vrai”.

Passionné par ce qu’il fait, il poste ses dernières actualités sur Facebook et n’hésite pas à mouiller la chemise pour créer des vidéos et capter les clients potentiels.

Jean est sceptique sur l’intelligence artificielle car dépassé par la nouvelle technologie.

Persévérant / Sociable / Curieux

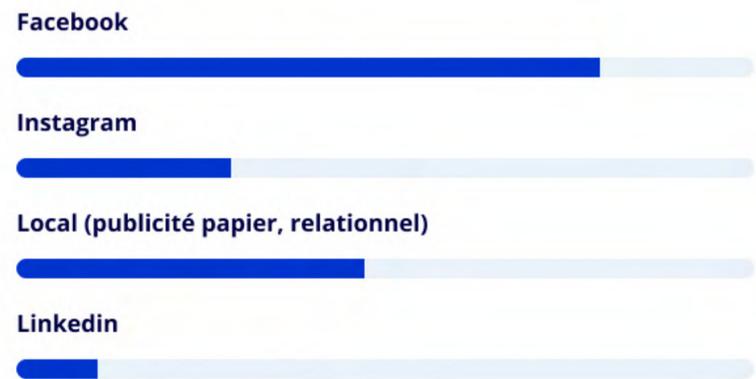
Motivations



Type de site



Canaux préférés



Objectifs

- Être contacté par les clients
- Être facilement trouvé sur les résultats de recherche
- Avoir un site internet rapidement
- Avoir un site internet professionnel
- Générer des revenus directement ou indirectement grâce au site

Frustrations

- La difficulté à être visible sur internet
- La méconnaissance des bonnes pratiques du référencement
- L'impossibilité d'adapter le code de l'éditeur Hubsid
- Il faut payer pour être vu avec de la publicité

Interêts

- Commerce
- Relationnel humain
- Auto didacte

Annexes Idéation

Référencement d'un site internet Hubsid

CPN trouver des mots clés pertinents pour notre site.

CPN utiliser des descriptions et des balises alt appropriées pour les images.

CPN comprimer les images pour réduire la taille du fichier sans compromettre la qualité visuelle.

Comment je peux comprendre les règles liées mot clé pour le référencement

comment je peux savoir si mes photos optimisées pour le SEO

Quelles sont les bonnes pratiques (didactiels + blog bonnes pratiques)

Tableau de bord indicateurs SEO

Proposer des mots clés pour son référencement

CPN effectuer une recherche approfondie de mots-clés pertinents ?

CPN comment apparaitre en première ligne sur google ?

Comment je peux savoir si mes textes sont mieux que ceux de mes concurrents en terme de référencement

comment gérer mes redirections ou 404

référencement images

CPN être mis en avant par Hubsid ?

CPN savoir si nos sites sont bien référencés par rapport aux concurrents

CPN mettre à jour les balises SEO de nos sites ?

Personnalisation avancée du site grâce au code (H1, H2...)

les demander dans le panel de personnalisation

Comment puis-je avoir un mode dev dans editeur pour aller plus en profondeur dans le code

Ajout de balise structurante

CPN personnaliser mes textes avec les bonnes pratiques SEO ?

comment savoir si mon titre h1,h2 à les bons mots clefs et la bonne longueur ?

CPN éditer les balises H1/H2 de nos sites ?

Comment puis-je avoir un mode débutant sur l'éditeur ou je ne touche pas du tout au code

Accompagnement des utilisateurs avec les bonnes pratiques du référencement

CPN avoir la possibilité d'avoir des outils qui nous permette de suivre nos visites / notre référencement

CPN comment avoir des mots clés efficaces pour mon référencement ?

CPN optimiser la vitesse de chargement de mon site ?

Comment améliorer le référencement de mon site sans comprendre comment fonctionne le référencement

Comment faire pour que mon site se référence bien tout seul

Outils d'analyse sémantique

CPN trouver des mots clés pertinents ?

QRCode/Chatbot/ Whatsapp = pouvoir discuter avec un Expert SEO pour de l'aide

Formation régulière tous les X mois avec un expert.

Meetup / vidéo youtube dédiée au référencement

Accompagnement sur le linking externe

Guide/FAQ

(payante ou dans la formule) => Envoyer une newsletter.

Difficulté à rédiger ses textes de manière optimisée pour ses potentiels clients

CPN comment créer ou rédiger un contenu de haute qualité, informatif et engageant pour mes visiteurs ?

Comment je peux avoir des suggestions de textes plus optimiser ?

Comment je peux avoir des corrections automatique de fautes d'orthographe ?

Comment je peux avoir un message qui m'indique les problèmes concernant mon texte pendant que je l'écris

CPN savoir comment formuler de bonnes meta title, description qui correspondent à de bonnes guidelines SEO ?

IA

Programme/ formation à l'écriture

Proposer des partenariat avec des Content Writer / ou étudiant (côté gratuit)

Augmenter le nombre de visite d'un site Hubsid

comment puis-je avoir des idées de boucles pour que les utilisateurs qui y passent reviennent ?

Comment faire que les gens parlent de mon site ?

CPN m'assurer que mon site est bien optimisé et sécurisé.

CPN créer des ventes rapidement et efficacement

CPN pour que l'utilisateur revienne sur le site fréqu

CPN augmenter le taux de conversion de mon site web

CPN créer des contenus journaliers automatiquement ?

Faire ses campagnes marketing via l'éditeur directement

Pouvoir voir en détail de la fréquentation de son site/article : pouvoir voir le canal par lequel le visiteur est arrivé pour adapter ses campagnes de communication

Pouvoir éditer et envoyer des mailings via l'éditeur

Faire ses communications print et digitale sur son éditeur : flyer, bandeau

Questionnaire avec une aide à chaque réponse. Que souhaitez-vous augmenter ? Exemple "Vous pouvez..."

CPN avoir la possibilité de remplir les balises géographiques pour référencer mon local sur google MyBusiness

CPN obtenir de l'aide pour augmenter le nombre de visites sur nos sites

Via le Whatsapp : proposer de l'aider pour aider à réaliser ses prints : ajouter des QRcodes etc.

Lien entre les réseaux sociaux et le site internet

CPN Partager mon contenu sur les réseaux sociaux pour augmenter mon exposition et encourager le partage...

Comment je peux faire du contenu pour mon site que je peux directement poster sur mes réseaux sociaux

comment je peux savoir quand je dois update mon site et mes réseaux sociaux

Comment puis augmenter le taux de clique sur les RS et mes pubs

Bonne pratiques et didactiels de post sur les réseaux sociaux

CPN faire pour que nos sites soient + partagés

CPN comment je peux créer des publicités sur mes réseaux sociaux de manière automatique et rediriger automatiquement sur mon site web ?

comment je peux partager mes contenu automatiquement sur mes réseaux et sur mon site? (pour gagner du temps et que mon site soit plus visible)

CPN comment je peux mettre en avant mes réseaux sociaux sur mon site web ?

CPN comment je peux créer un système de gamification pour créer un engagement sur mon site ..



Figma :

<https://www.figma.com/file/GFgY002cwcbkPUEVivIHif/IDEATION?type=whiteboard&node-id=0%3A1&t=vtkcXCWHCWTfohLH-1>

10
Comment améliorer le référencement du contenu de mon site internet ?

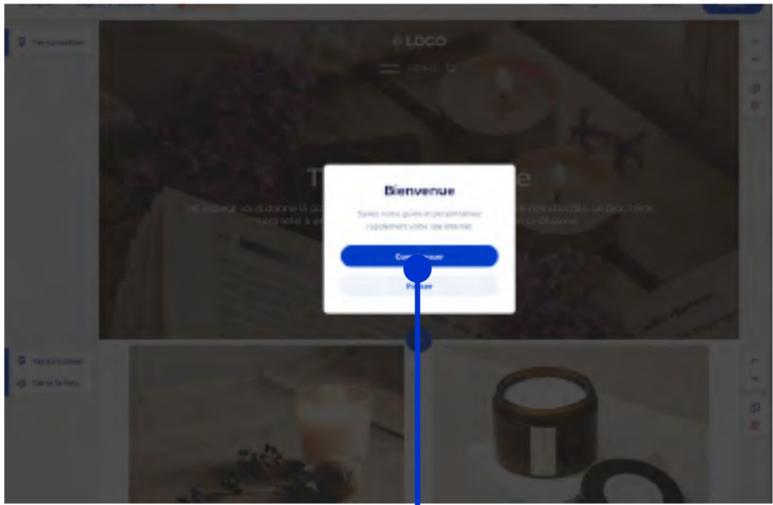
8
Comment aider nos utilisateurs à se former sur le SEO ?

8
Comment améliorer l'engagement du contenu de mon site internet ?

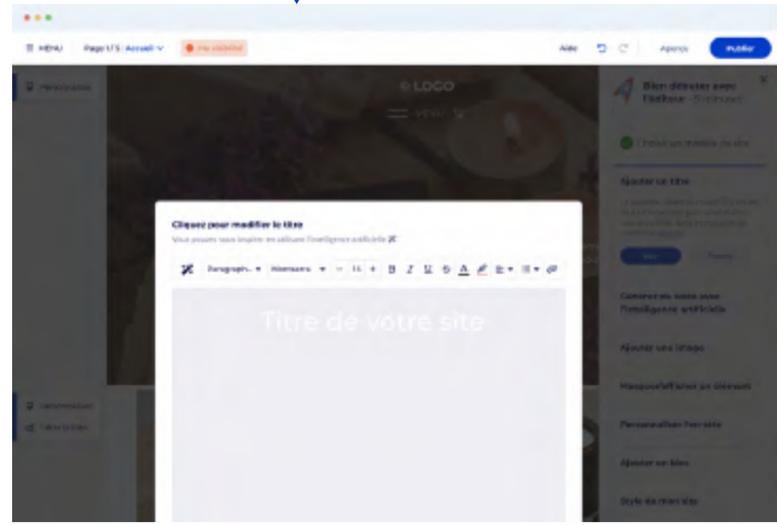
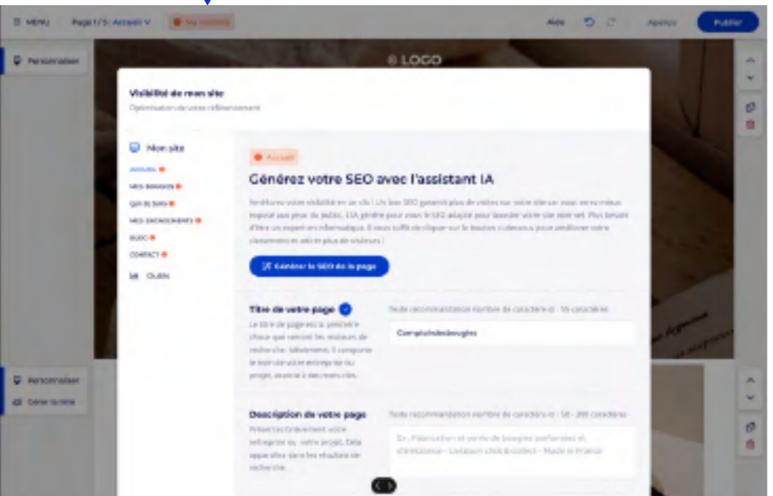
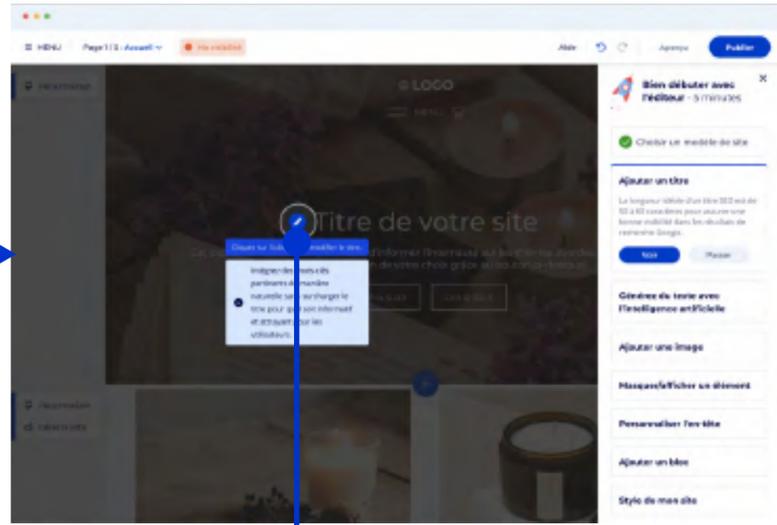
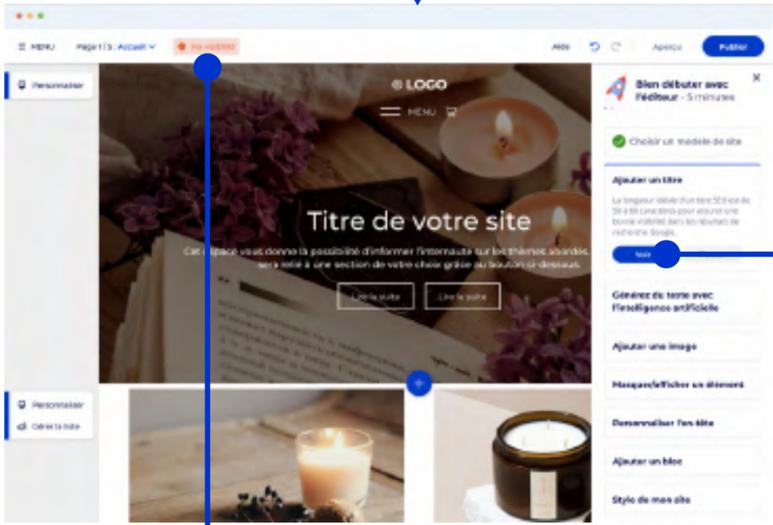
UTILISATEURS

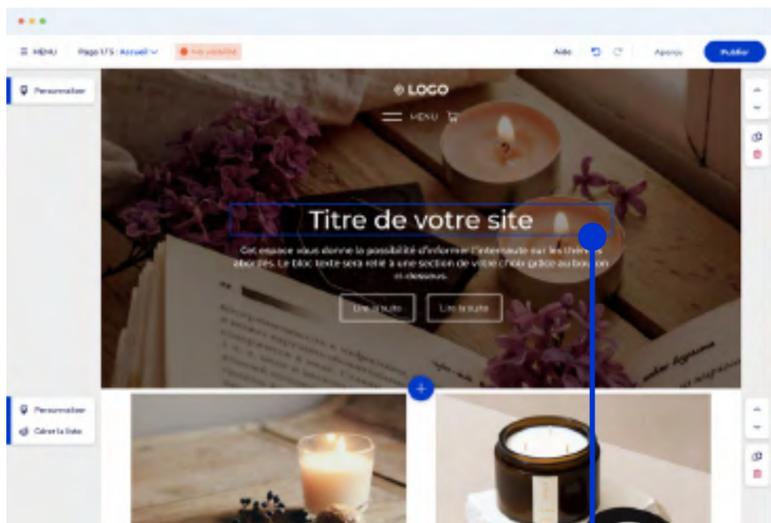
Annexes

Tests utilisateurs

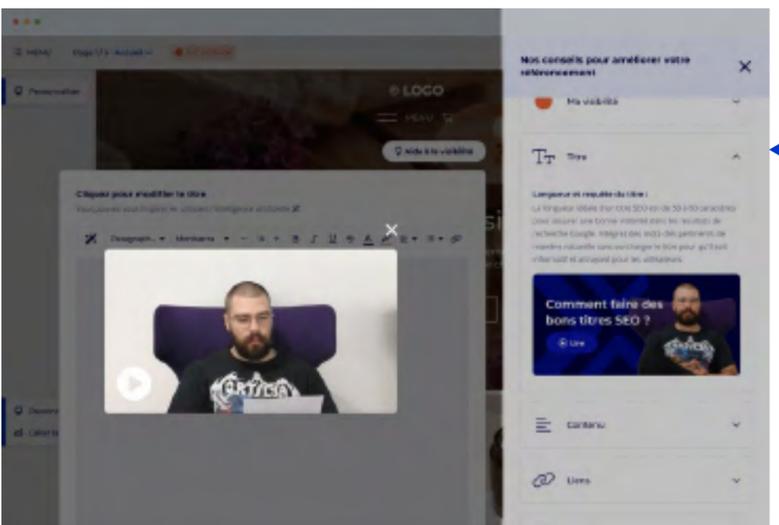
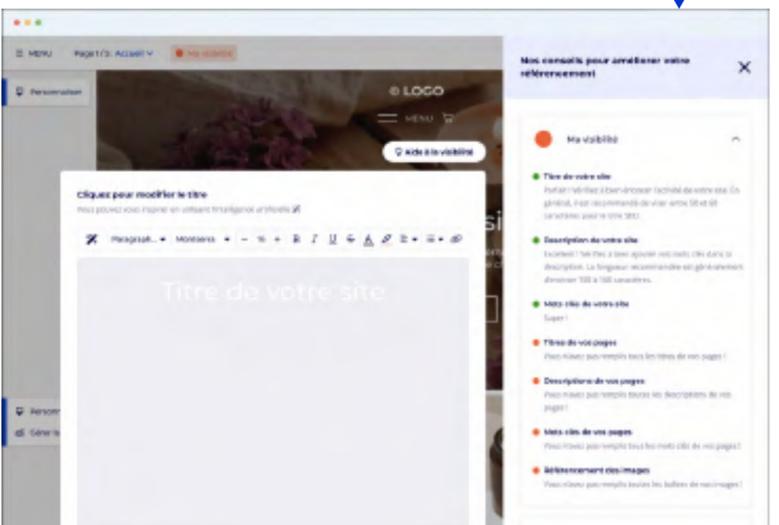
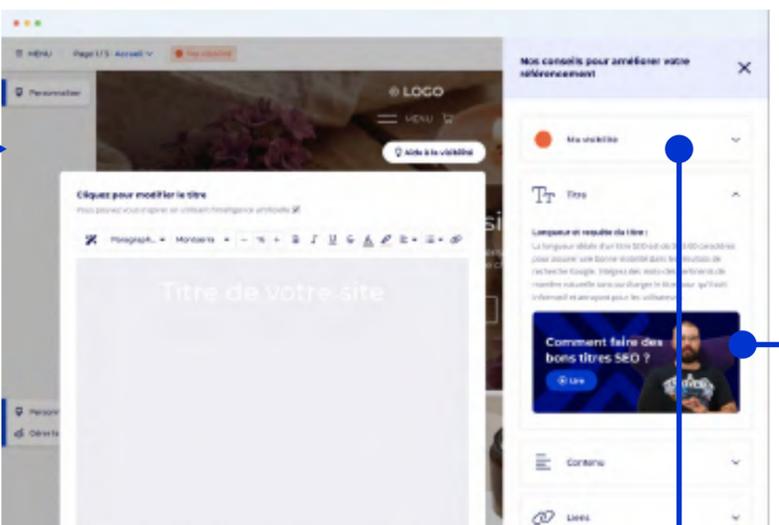
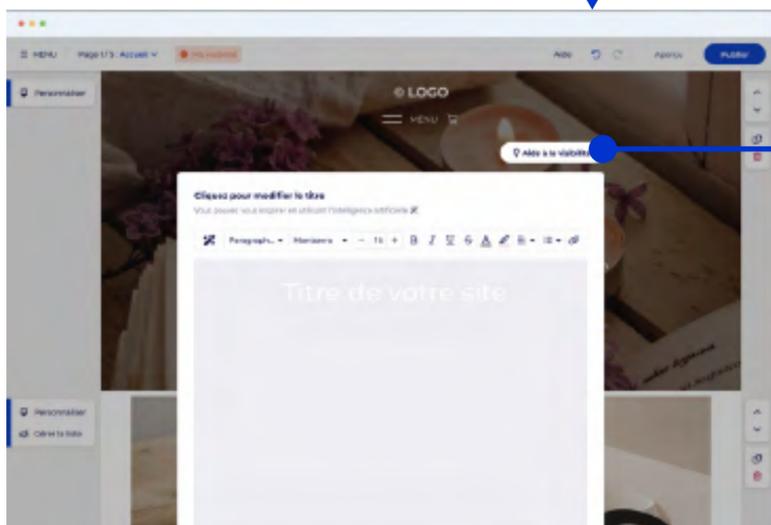


Figma :
<https://www.figma.com/proto/IMRyS96uI5A25tQLtxcCCx/ACCOMPAGNEMENT?page-id=0%3A1&node-id=72-7983&starting-point-node-id=72%3A7983&show-proto-sidebar=1&t=ZqgEm9MYVcYlxsHS-9id=0%3A1&t=vtkcXCWHCWTfohLH-1>






Figma :
<https://www.figma.com/proto/IMRyS96uI5A25tQLtxcCCx/ACCOMPAGNEMENT?page-id=0%3A1&node-id=68-3640&starting-point-node-id=68%3A3640&show-prototype-sidebar=1&t=ZqgEm9MYVcYlxSHS-9>



**Contexte**

Dans le cadre de l'amélioration de la visibilité de nos sites utilisateurs, nous allons tester un nouvel accompagnement de nos utilisateurs pour améliorer les performances de nos sites.

Objectifs de ces tests

- Évaluer la compréhension de l'accompagnement
- Évaluer la bonne présentation des informations

Accueil

Bonjour et merci de participer à notre étude. Vous allez tester notre nouveau parcours d'onboarding et nos fonctionnalités pour améliorer la visibilité. Sentez-vous libre de vous exprimer, il n'y a pas de bonne ou de mauvaise réponse. Si vous la trouvez très mauvaise, je vais quand même bien dormir. Nous souhaitons enregistrer notre échange afin de pouvoir y revenir si besoin dans le cadre de notre étude. L'enregistrement sera détruit à la fin de l'étude, dans un délai de 2 mois. Etes-vous d'accord ?

A présent, vous allez jouer plusieurs scénarios, je vais vous donner une consigne, votre objectif sera de réaliser cette consigne tout seul. Si vous êtes totalement bloqué, je vous aiderai, mais essayez par vous-même. Vous pouvez prendre votre temps pour réaliser le scénario. Une chose très importante, c'est de penser à voix haute lors de l'utilisation de l'application. Par exemple, avec ce stylo : "donc là je prends le stylo, il est assez léger et tient plutôt bien dans la main. Mais la pointe semble très épaisse pour écrire. Je le repose sans l'utiliser."

Avez-vous des questions avant de commencer ?

Observations 1er écran

Clique sur le bouton “Visibilité”

Scroll dans la page

Clique sur le bouton “voir”

Observations lectures des conseils

Titres / IA / Images / Blocs / Pages / Visibilité

Observations navigation onboarding

Scroll dans l'onboarding

Clique sur l'action suivante

Compréhension statut “check”

Parcours IA

Clique sur la baguette magique

Compréhension de la fonctionnalité

Compréhension suggestion des filtres

Parcours ALT

Clique sur ALT

Compréhension de la fonctionnalité

Clique sur la génération de la balise ALT

Observations Métas

Compréhension de la fenêtre

Compréhension des statuts

Clique sur le bouton

Observations Aide à la visibilité

Clique sur le bouton

Observations navigation du panneau aide

Lit le texte

Lance la vidéo

Clique sur une autre thématique

Clique sur ma visibilité



Qu'avez-vous pensé de cet accompagnement à la visibilité ?

Selon vous, quel est l'objectif de cet accompagnement ?

Selon vous, quels bénéfices peuvent avoir nos conseils ?

Quelle conclusion tirez-vous ?

Quel est votre retour sur la présence de vidéos dans la partie conseils ?



Je tiens à remercier particulièrement:
Florian Rigault et Alexandre Hampe pour
m'avoir permis de faire cette formation.

Jean-Marie Colrat pour sa confiance.

Toutes les personnes que j'ai observées,
interrogées, filmées, qui m'ont donné de leur
temps pour tester des idées et partager les
leurs.

Merci pour tout ce que vous m'avez appris.

